ภายใต้กรอบสีแดงของ "นิตยสารไทม์"

อภิชัย อารยะเจริญชัย

TIME Magazine เป็นนิตยสารข่าวที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก จากประวัติศาสตร์อันยาวนาน และนำเสนอข่าวที่ครอบคลุมทั่วภูมิภาคของโลก ภาพลักษณ์ของ TIME คือนิตยสารคุณภาพที่ทำหน้าที่ตีแผ่เหตุการณ์อย่างตรงไปตรงมา แต่ TIME ในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงกลวิธีการนำเสนอที่ชวนให้ติดตามมากขึ้น ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการแสดงความเห็นของผู้เขียน เป็นการเผยแพร่ลัทธิความเชื่อของชาวตะวันตกไปสู่ผู้อ่าน บทความชิ้นนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงนัยบางประการที่ถูกนำเสนอผ่านข้อเขียนของ TIME ซึ่งอาจมิใช่เพียงการนำเสนอข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาอีกต่อไป

In the Red Border of Time Magazine

Apichai Arayacharoenchai

TIME Magazine is a worldwide popular news magazine, by its long history and its coverage news from all regions. From the reader's view, TIME is a quality magazine that give straightforward reports. Nowadays, TIME changes its strategy by letting the authors show their opinion in the articles to make more interesting. This is a way to spread the western opinion to the readers. This article will show some hints that were present through the articles that may not a straightforward report anymore.

คำสำคัญ : Time Magazine นิตยสาร สื่อมวลชน

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
For Educational Purposes Only

ภายใต้กรอบสีแดงของ "นิตยสารไทม์"

*อภิชัย อารยะเจริญชัย**

บทนำ

นับตั้งแต่ปี 1787 เมื่อคำว่า ฐานันดรที่สี่ (The Forth Estate) ถูกเอ่ยขึ้นในที่ประชุมรัฐสภาอังกฤษ แม้จะถูกอ้างขึ้นด้วยอารมณ์เสียดสีประชดประชัน แต่นั่นก็นับเป็นครั้งแรกที่สื่อมวลชนถูกจัดวางตำแหน่งในสังคม ซึ่งในเวลาต่อมาสื่อมวลชนก็ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งต่อ "สาร" ไปยังผู้คนทั่วโลก และกลายเป็นหนึ่งในผู้ทรงอิทธิพลในการชี้นำหรือเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตของผู้คนทั่วโลก

ในสังคมยุคใหม่ สื่อมวลชนไม่ได้เป็นเพียงผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสารอีกต่อไป สื่อมวลชนกลายเป็นเครื่องมือของผู้มีอำนาจทั้งที่รู้ตัวและรู้ไม่ถึงการณ์ ในการเผยแพร่ชี้นำเพื่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงทางความคิด อุดมการณ์ หรือค่านิยมใหม่ นิตยสาร (Magazine) เป็นสื่อแขนงหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างสูง เนื่องจากมีรูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย มีการจัดแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาที่น่าสนใจให้มารวมกันได้อย่างลงตัว มีรูปเล่มที่สวยงาม ชวนให้ติดตาม ช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างบุคลิกเฉพาะตัวของนิตยสารให้เห็นได้อย่างเด่นชัด เพิ่มความง่ายในการจดจำและเข้าใจเนื้อหามากขึ้น

นิตยสารสามารถจำแนกได้หลายประเภทตามเนื้อหาหรือกลุ่มผู้อ่าน นิตยสารข่าว (News Magazine) เป็นนิตยสารประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากมีการนำเสนอข่าวสารที่อยู่ในความสนใจ รายงานความเป็นไปอย่างทันเหตุการณ์ และนิตยสารข่าวมักจะมีบทความที่วิเคราะห์วิจารณ์ ถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งตอบสนองความต้องการใคร่รู้ของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

TIME Magazine เป็นหนึ่งในนิตยสารข่าวที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 1923 นับถึงปัจจุบันมีอายุถึง 89 ปี นับเป็นนิตยสารที่มีอายุยืนยาวมากที่สุดชื่อหนึ่ง ซึ่งความยาวนานในการทำหน้าที่สื่อมวลชนของ TIME สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้อ่าน ภาพลักษณ์ความเป็นสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา คือสิ่งที่ผู้อ่านให้ความไว้วางใจ แต่ในขณะเดียวกันก็กลายเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าวชี้นำและถ่ายทอดค่านิยมบางอย่างไปสู่ผู้อ่าน โดยมีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ฉาบอยู่ภายนอก

ปฐมบทของ TIME

TIME ก่อกำเนิดขึ้นจากคนสองคนคือ Britton Hadden และ Henry R. Luce ทั้งคู่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเยล (Yale University) โดยร่วมงานกันใน Yale Daily News ที่นี่ Luce รับหน้าที่เป็นบรรณาธิการ ส่วน Hadden เป็นประธานกรรมการ

* บรรณารักษ์ หัวหน้าหน่วยบริการสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ งานสารสนเทศและห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ทั้งสองเกิดในปี 1898 เหมือนกัน แต่กลับมีภูมิหลังที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง Luce เกิดและเติบโตที่เมืองเตงโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน บิดาและมารดาของเขาเป็นมิชชันนารีอยู่ที่นั่น Luce เรียนหนังสือที่ประเทศจีน จนเมื่ออายุ 15 ปี จึงเข้าศึกษาต่อที่ Hotchkiss School ใน Connecticut

ที่ Hotchkiss School นี่เอง Luce เริ่มจับงานด้านสื่อสารมวลชนเป็นครั้งแรกเมื่อรับหน้าที่เป็นกองบรรณาธิการของ Hotchkiss Literary Monthly เขาได้พบกับ Hadden เป็นครั้งแรกที่นี่ โดยในตอนนั้น Hadden นั่งตำแหน่งบรรณาธิการ ต่อมาเขาเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเยลที่เดียวกับ Hadden อีกเช่นเคย และทั้งคู่ก็มีโอกาสได้ร่วมงานกันอีกหลายครั้ง

ส่วน Hadden เกิดและเติบโตที่ Brooklyn เขาเริ่มฉายแววงานด้านสื่อสารมวลชนเมื่อร่วมเป็นกองบรรณาธิการในนิตยสารประจำโรงเรียน Poly Prep Country Day School พอย้ายมาเรียนต่อที่ Hotchkiss School เขาก็รับตำแหน่งบรรณาธิการของ Hotchkiss Literary Monthly ที่มี Luce เป็นผู้ช่วย

เมื่อเข้ามาเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยเยล Hadden ได้ร่วมงานกันอีกครั้งกับ Luce ใน Yale Daily News ที่เยลนี้ ทั้ง Hadden และ Luce ต่างเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคม Skull and Bones อันมีชื่อเสียง โดยสมาชิกส่วนใหญ่สมาคมนี้จะเป็นบรรดานักเรียนชั้นหัวกะทิ มีการทำกิจกรรมด้านการเมืองและสังคมอยู่อย่างต่อเนื่อง

ปี 1916 Hadden และ Luce สมัครเข้าเป็นทหารกองหนุนและถูกส่งไปฝึกที่ Camp Jackson ใน South Carolina ทั้งคู่ได้รับฟังข่าวสารเกี่ยวกับสงครามโลกและพบว่าข่าวสารที่เผยแพร่นั้นหาความน่าเชื่อถือแทบไม่ได้เลย จากจุดนี้เองที่ได้จุดประกายให้ทั้งสองคนตั้งปณิธานที่จะสร้างสื่อใหม่ที่ปราศจากการโฆษณาชวนเชื่อและรายงานข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงให้มากที่สุดโดยไม่มีการบิดเบือน

หลังจบการศึกษาจากเยล Luce ไปเรียนต่อด้านประวัติศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยอ๊อกซ์ฟอร์ด (Oxford University) และกลับมาทำงานที่ Chicago Daily News ส่วน Hadden ทำงานเป็นผู้สื่อข่าวของ New York World ปี 1921 พวกเขาได้กลับมาร่วมงานกันอีกครั้งที่ The Baltimore News ทั้งคู่ยังไม่ลืมปณิธานที่ตั้งไว้เมื่อตอนเป็นทหารกองหนุน นั่นคือการผลิตสื่อที่รายงานข่าวอย่างเที่ยงตรงที่สุด

ในปีถัดมาทั้งสองคนระดมเงินทุนได้ถึง 86,000 เหรียญ จึงตัดสินใจลาออกจาก The Baltimore News มาเปิดตัวนิตยสารรายสัปดาห์ชื่อ TIME ออกวางตลาดครั้งแรกเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 1923 ในราคาฉบับละ 15 เซนต์ โดย Hadden รั้งตำแหน่งบรรณาธิการ และ Luce เป็น
ผู้จัดการด้านธุรกิจ

"เมื่อ TIME ถือกำเนิดขึ้น เราแทบจะไม่ต้องมองหาบรรณาธิการที่ไหนเลย Hadden เหมาะสมกับตำแหน่งนี้ที่สุด ส่วนผมจะขอดูแลเรื่องของธุรกิจเท่านั้น" Luce แสดงความเห็นเกี่ยวกับตำแหน่งของเขา

น่าเสียดายที่ Hadden อยู่ดูแล TIME ได้เพียงแค่ 6 ปีเท่านั้น เขาเสียชีวิตในปี 1928 ตลอดระยะเวลานั้น Hadden ไม่เคยเขียนบทความลงตีพิมพ์เลย เขาคอยกำกับดูแลผู้สื่อข่าวให้ผลิตข่าวในแบบที่เขาต้องการตามปรัชญาของ TIME

"จงทำให้เนื้อหามีความเฉียบคม อย่าใส่คำชมให้มากนัก ไม่มีการเยินยอ ห้ามแสดงความเห็นส่วนตัวอย่างโจ่งแจ้ง"

หลังจากที่สูญเสีย Hadden ไป Luce ก้าวขึ้นมารับตำแหน่งบรรณาธิการแทน ในตอนนั้น TIME เริ่มเป็นที่รู้จักของบรรดานักอ่านแล้วจากภาพลักษณ์ที่โดดเด่น คือการตีกรอบสีแดงสดที่หน้าปกที่ทำด้วยกระดาษอาบมัน สร้างความสะดุดตาแก่ผู้อ่าน

ปี 1968 หรือ 45 ปีหลังจาก Time ฉบับแรกวางจำหน่าย Luce ก็เสียชีวิต นับเป็นการสูญเสียอีกหนึ่งผู้ให้กำเนิดนิตยสารที่นับว่าทรงอิทธิพลมากที่สุดฉบับหนึ่งของโลก ต่อมา Luce ได้รับการยกย่องว่าเขาคือผู้ปฏิวัติวงการหนังสือพิมพ์สู่ยุคแห่งความทันสมัย

ความโดดเด่นด้านเนื้อหาของ TIME ทำให้นิตยสารรายสัปดาห์ฉบับนี้ครองใจผู้อ่านทั่วโลก Hadden และ Luce สองผู้ก่อตั้ง TIME พบว่าหนังสือพิมพ์รายวันเต็มไปด้วยข่าวสารมากมายแต่ไม่มีรายละเอียด ขณะที่นิตยสารก็เน้นไปที่การวิพากษ์วิจารณ์ วิเคราะห์เนื้อหา จนทำให้ผู้อ่านไม่เข้าใจถึงประเด็น เขาจึงสร้าง TIME ให้แตกต่างโดยจะอธิบายรายละเอียดที่สำคัญเท่านั้น ตัดประเด็นที่เห็นว่าไม่จำเป็นออก ไม่มุ่งเน้นการวิเคราะห์วิจารณ์ และนำเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์

ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งคือ TIME มุ่งเน้นให้ข้อเท็จจริง แต่จะไม่ใช่การแสดงความคิดเห็น TIME จึงเป็นผู้นำเสนอข้อมูลความเป็นไปของข่าว ไม่ใช่นิตยสารที่วิเคราะห์ข่าวเหมือนฉบับอื่นๆ

TIME ทำให้ผู้อ่านรู้สึกสะดวกมากขึ้นด้วยการย่อยข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่สำคัญๆ ได้แก่ การเมือง ข่าวรอบโลก ธุรกิจ เทคโนโลยี สุขภาพ ศิลปะ ท่องเที่ยว บุคคลสำคัญ กีฬา เป็นต้น จนกลายเป็นต้นแบบของนิตยสารข่าวฉบับอื่นๆ ในเวลาต่อมา

พลังแฝงภายใต้กรอบสีแดง

ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญ สื่อมวลชนจึงก้าวเข้ามีบทบาทต่อสังคมโลกมากขึ้น แม้สถานภาพที่แท้จริงของสื่อคือการทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราว ข้อมูล ความเป็นไปของเหตุการณ์ต่างๆ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อยังมีอิทธิพลในการครอบงำ เบี่ยงเบน หรือถ่ายโอนแนวคิด อุดมการณ์ จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งได้

สหรัฐอเมริกาหลังยุคสงครามเย็น พวกเขาได้หันมาเปิดแนวรบด้านวัฒนธรรมแทนการรบแบบกองทัพ ภายหลังการพ่ายแพ้อย่างสิ้นท่าในการรบที่อินโดจีน คดีอื้อฉาวของคนระดับผู้นำประเทศอย่างกรณีวอเตอร์เกต ปัญหาสภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้อเมริกันชนเริ่มคลางแคลงใจในกระบวนการทางการเมืองและสังคม พลังของความเป็นประเทศมหาอำนาจถูกตั้งคำถาม แต่ในสภาวะเช่นนี้พวกเขาไม่สามารถใช้กองทัพจัดการเหมือนในอดีตได้อีกแล้ว อเมริกาจึงหันมาพัฒนากลวิธีอื่นๆ ในการปกป้องสถานะความเป็นมหาอำนาจของตนไว้ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการใช้อิทธิพลจากสื่อสารมวลชน

อาจกล่าวได้ว่าสื่อคือสินค้าทางวัฒนธรรมและข่าวสารที่ถูกผลิตขึ้นโดยใช้กฎเกณฑ์เดียวกันกับสินค้าและบริการอื่นๆ หากแต่สื่อแฝงนัยในการส่งเสริมค่านิยมและอุดมการณ์บางอย่าง

สำนักบริการวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย For Educational Purposes Only

TIME ก็เป็นเช่นเดียวกันกับสื่อสัญชาติอเมริกันอื่นๆ แม้ว่าพวกเขาจะพยายามรักษาปณิธานดั้งเดิมเอาไว้ นั่นคือรายงานข่าวสำคัญทุกอย่างที่เกิดขึ้นและนำเสนอข้อเท็จจริงที่ไม่ใช่แสดงความเห็น แต่ก็แทบจะเป็นไปไม่ได้ที่จะทำได้เช่นนั้นในยุคสมัยของข้อมูลข่าวสารที่มีการแข่งขันกันสูง

ปรัชญาดั้งเดิมของ TIME คือการรายงานข่าว (Report) แต่บทความของ TIME ในปัจจุบันกลายเป็นรูปแบบของเรื่องเล่า (Narrative) มีการจัดวางโครงเรื่อง ท่วงทีการนำเสนอที่ชวนให้น่าอ่านน่าติดตาม

เรื่องเล่า คือการนำเรื่องราวมาจัดลำดับเพื่อสื่อความหมาย แม้แต่เรื่องเล่าที่สะเปะสะปะและสับสนที่สุด อย่างน้อยก็ทำหน้าที่สื่อถึงความไร้ความหมายของเรื่องนั้น (ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชย์, 2551) แต่สิ่งนี้เองที่ทำให้ผู้อ่านให้การยอมรับและคิดว่าเรื่องเหล่านี้พยายามจะสื่อความอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา ไม่ใช่เพียงแค่รายงานความเป็นไปของเหตุการณ์ ซึ่งหลายครั้งที่สื่อทำการแสดงออกอย่างชัดเจนถึงสิ่งที่ต้องการจะส่งถึงผู้รับ และอีกหลายครั้งที่ใช้วิธีการที่ลุ่มลึกกว่าด้วยการใช้สัญลักษณ์หรือการชี้นำ การเล่าเรื่องจะมีพลังมากแค่ไหนขึ้นอยู่กับความคาดหวังและประสบการณ์ของผู้อ่าน ซึ่งเรื่องที่ TIME นำมาเล่าคือเหตุการณ์จริง คือข่าวสารที่พบได้ในสื่อหลักอื่นๆ เมื่อผู้อ่านทราบอยู่แล้วว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นและถูกตอกย้ำด้วยเรื่องเล่าของ TIME ก็ยิ่งทำให้เรื่องเล่านั้นมีพลัง มีความน่าเชื่อถือ จึงไม่ใช่เรื่องยากที่จะถูกครอบงำหรือชี้นำไปสู่ความเชื่อหรืออุดมการณ์ที่ต่างไปจากเดิม

บทความของ TIME ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสื่อว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร แต่ TIME ยังเพิ่มคำถามว่า ทำไม เพราะอะไร เข้าไปอีก นั่นคือการเปิดช่องทางให้เติมความคิดเห็นลงไป

Richard Stengel บรรณาธิการคนปัจจุบันได้เปรียบเปรยไว้อย่างน่าสนใจว่า *"อะไรก็ตามที่เราได้นำเสนอในยุคของความหิวกระหายข่าวสารแบบนี้ก็เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้อ่าน เหมือนเป็นการคัดแยกเมล็ดข้าวสาลีออกจากแกลบที่ไร้ค่า นั่นคือเราจะให้ข้อมูลในสิ่งที่คุณต้องการจะรู้เท่านั้น"* (Stengel, Richard, 2006) หมายความว่า TIME เป็นผู้คัดกรองข่าวสารที่เห็นว่าผู้อ่าน "ควรต้องรู้" ในฐานะสื่อมวลชน แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นผู้ตัดสินใจว่าผู้อ่านต้องอ่านอะไร โดยที่ผู้อ่านเป็นฝ่ายตั้งรับเพียงข้างเดียว

ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่า TIME นำเสนอด้วยกลวิธีใดๆ ก็ตามเกี่ยวกับระบบทุนนิยม อุดมการณ์ทางการเมือง สังคม วัฒนธรรม การให้ความสำคัญกับประเทศตะวันตก มุมมองต่อประเทศในภูมิภาคอื่นล้วนแต่เป็นอุดมการณ์จากชาวตะวันตกทั้งสิ้น แม้กองบรรณาธิการของ TIME จะกระจายอยู่ทั่วภูมิภาคของโลกก็ตาม แต่ต้นกำเนิดก็ยังคงเป็นอเมริกา ชาวตะวันตกจึงมีบทบาทในการคัดกรองเนื้อหาข่าวสารที่จะนำเสนอถึงผู้อ่าน อันเป็นการถ่ายทอดและครอบงำทางอุดมการณ์อย่างหนึ่ง

อิทธิพลของ TIME

ในยุคที่ Hadden และ Luce ยังคงบริหาร TIME อยู่นั้น ได้รับเสียงสะท้อนกลับมาเสมอว่าแนวทางการทำนิตยสารของพวกเขานั้นค่อนข้างจะอนุรักษ์นิยม แต่ภายหลังการเสียชีวิตของ Luce ในปี 1967

TIME ก็เริ่มมีรูปแบบการนำเสนอที่ผ่อนคลายมากขึ้น

แต่การนำเสนอเนื้อหาของ TIME โดยเฉพาะประเด็นหลักของแต่ละฉบับ หรือก็คือหน้าปกที่เป็นที่สะดุดตานั้น มักจะเป็นตัวจุดประกายให้เกิดความตื่นตัว เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในวงกว้าง จนได้รับกล่าวถึงจากสื่ออื่นๆ และกลายเป็นจุดสนใจของผู้อ่านทั่วโลกว่าใครจะได้ขึ้นปกในฉบับต่อไป

Jim Kelly บรรณาธิการในปี 2001 เคยประกาศว่า TIME ต้องระลึกเสมอว่าผู้อ่านมีความกระหายใคร่รู้เรื่องราวความเป็นไปของโลก ดังนั้น จึงจำเป็นต้องแสดงให้ทุกคนเห็นว่า TIME ได้เสนอเรื่องราวที่ตรงประเด็นที่สุดชนิดที่ไม่มีทางหาอ่านได้จากที่อื่น (ทันเกต, มาร์ค, 2008)

TIME ยอมรับว่าพวกเขาถือกำเนิดในอเมริกาและเริ่มต้นการวางรากฐานความเชื่อมั่นในอเมริกาจนแข็งแกร่ง แต่ด้วยนโยบายทางการตลาด TIME เริ่มขยายขอบเขตการจัดจำหน่ายโดยผลิต TIME ฉบับอื่นๆ ตามมาเพิ่มขึ้นจากที่มีเฉพาะ U.S. Edition จนในปัจจุบัน TIME ตีพิมพ์ในแต่ละฉบับออกเป็นห้าภูมิภาคใหญ่ของโลก คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา เอเชีย และแปซิฟิกใต้ ทำให้ TIME จำเป็นต้องเพิ่มกองบรรณาธิการไปทั่วโลก เพื่อเจาะลึกประเด็นที่ผู้คนในแต่ละภูมิภาคกำลังสนใจ จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ TIME กลายเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือจากประชากรในทุกภูมิภาคของโลก

ในทุกสัปดาห์ TIME จะมีการวางเนื้อหาและหน้าปกให้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ในขณะนั้นของแต่ละภูมิภาค อาทิ TIME ฉบับวันที่ 5 มีนาคม 2012 ฉบับ U.S. Edition จะทำหน้าปกและเนื้อหาถึงประเด็นการแข่งขันเพื่อชิงตำแหน่งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ Edition อื่นๆ จะหันไปให้ความสำคัญกับเรื่องของการเมืองในรัสเซียแทน

แต่กระนั้นก็ยังมีความแคลงใจในเรื่องของความน่าเชื่อถือของบทความจากมุมมองของผู้อ่านซึ่งอยู่ในประเทศที่ไม่นิยมอเมริกา โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาหรับ หรือกลุ่มผู้อ่านชาวมุสลิม เนื่องจากทราบกันดีว่า TIME เป็นนิตยสารสัญชาติอเมริกัน

Ali, Shahzad และคณะ (2008) ได้เสนอผลการวิเคราะห์บทความจากสื่อของอเมริกาที่มีการพาดพิงถึงกลุ่มชาวมุสลิม โดยยกกรณีศึกษาจากนิตยสาร TIME และ Newsweek ในช่วงปี 1991–2001 นำเอาบทความมาแยกเป็นประเด็นสำคัญๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศมุสลิมจำนวน 12 ประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มประเทศพันธมิตร กลุ่มประเทศที่ไม่นิยมอเมริกาหรือเป็นประเทศคู่สงคราม และกลุ่มประเทศเป็นกลาง ปรากฏผลอย่างไม่น่าเชื่อว่าพบข้อความที่กล่าวพาดพิงในเชิงเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาคือในเชิงลบ และกล่าวพาดพิงในเชิงบวกกลับมีน้อยที่สุด ซึ่งผลที่ว่านี้ปรากฏเหมือนกันในสามกลุ่มประเทศ

อนุมานได้ว่าแม้จะเป็นกลุ่มประเทศที่เป็นมิตรกับสหรัฐอเมริกาเองก็ตาม แต่สื่ออเมริกันก็ยังคงมีอคติกับชาวมุสลิม จนก่อให้เกิดความรู้สึกว่า TIME ไม่ได้นำเสนอข้อมูลที่เที่ยงธรรมพอ โดยเฉพาะภายหลังเหตุการณ์ 9/11 TIME กลายเป็นหนึ่งในสื่อหลักที่โจมตีกลุ่มก่อการร้าย ซึ่งบางครั้งก็พาลกระทบไปยังชาวมุสลิมอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องด้วย แต่ในทางกลับกันงานวิจัยดังกล่าวซึ่งเป็นของมหาวิทยาลัย

Bahauddin Zakariya ประเทศปากีสถาน ที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศวางตัวเป็นกลาง ก็มีโอกาสที่จะสรุปผลงานวิจัยที่มีความโน้มเอียงในเชิงลบเพราะความอคติต่อสหรัฐอเมริกาด้วยเช่นกัน

และถ้าหากย้อนกลับไปในยุคทศวรรษที่ 70 TIME ได้ทำหน้าที่สื่อในการตีแผ่เหตุการณ์ในคดีวอเตอร์เกตอันลือลั่น จนทำให้เก้าอี้ประธานาธิบดีของ ริชาร์ด นิกสัน ต้องสั่นคลอนมาแล้ว

ในปี 1973 หลังจากเรื่องราวอันอื้อฉาวถูกเปิดโปงขึ้น บทบรรณาธิการของ TIME ได้เขียนโจมตีการทำงานของนิกสันอย่างเผ็ดร้อน โดยอ้างว่าเขาหมดสิ้นความน่าเชื่อถือ ขาดศีลธรรมอันดีงาม และไม่สมควรปฏิบัติหน้าที่ในทำเนียบขาวต่อไป TIME เป็นสื่อที่แสดงตัวอย่างชัดเจนว่าไม่เห็นด้วยกับพฤติกรรมของนิกสัน ไม่นานหลังจากนั้นเขาก็ประกาศลาออกอย่างเป็นทางการ

ที่น่าแปลกก็คือก่อนหน้านั้นเพียงสองปี คือในปี 1971 และ 1972 TIME เพิ่งจะยกย่องให้นิกสันเป็นบุคคลแห่งปีถึงสองสมัยซ้อน (Person of the Year) จากผลงานการเปิดสัมพันธ์ทางการฑูตกับสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างเป็นทางการ รวมถึงการเดินทางไปเยือนจีนและพบปะกับ เหมา เจ๋อ ตุง ผู้นำจีนในขณะนั้น แต่ในปีต่อมา TIME ก็กระหน่ำใส่นิกสันอย่างไม่มีชิ้นดี

บุคคลในกรอบแดง

หน้าปกของ TIME คือความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์มาอย่างยาวนาน เมื่อเริ่มแรกนั้น TIME ไม่ได้ใช้กรอบสีแดงเป็นปกเหมือนในปัจจุบัน แต่เริ่มใช้ครั้งแรกเมื่อปี 1927 นอกเหนือจากกรอบแดงอันเป็นเอกลักษณ์แล้ว ภาพที่นำมาขึ้นปกก็ผ่านการคัดสรรมาอย่างดี โดยเฉพาะภาพบุคคลสำคัญหรือบุคคลที่กำลังเป็นที่สนใจในช่วงเวลานั้นๆ จนอาจกล่าวได้ว่าถ้าไม่ใช่คนสำคัญจริงๆ ก็ยากที่จะมีโอกาสขึ้นปก TIME ดังนั้นการที่ได้ขึ้นปก TIME จึงถือเป็นเกียรติอย่างหนึ่ง เป็นความหมายในเชิงสัญลักษณ์ว่าคุณคือผู้มีเกียรติ เป็นผู้ประสบความสำเร็จจากความมุ่งมั่นเอาจริงเอาจัง ซึ่งเข้ากันได้ดีกับค่านิยมแบบอเมริกัน (American Dream)

กลุ่มบุคคลที่ถูกนำมาขึ้นปกมากที่สุดคือกลุ่มการเมือง อาทิ ผู้นำของประเทศต่างๆ นักการเมือง ผู้มีชื่อเสียง หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองในแต่ละประเทศ ซึ่งแน่นอนว่าบุคคลเหล่านี้ล้วนแต่อยู่ในกระแสความสนใจจากผู้อ่าน โดยเฉพาะบทบาทการทำหน้าที่ของผู้นำชาติต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานการณ์โลก และแน่นอนว่าประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา คือผู้นำประเทศที่ได้รับคัดเลือกให้ขึ้นปกของ TIME มากครั้งที่สุด

นอกจากบุคคลในแวดวงการเมืองแล้ว บุคคลสำคัญในวงการอื่นๆ ก็ได้รับเลือกให้ขึ้นปก TIME ในวาระและสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป อาทิ กษัตริย์และเชื้อพระวงศ์ บุคคลในวงการบันเทิง นักคิด นักประดิษฐ์ นักวิทยาศาสตร์ นักธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรหรือบริษัทชั้นนำของโลก นักกีฬา ผู้นำทางศาสนา ฯลฯ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าในช่วงเวลานั้นๆ เกิดเหตุการณ์สำคัญอะไร หรือบุคลลนั้นตกเป็นข่าวหรือเป้าสนใจในเรื่องใด

ภาพบุคคลบนปก TIME ในยุคแรกเป็นภาพเขียน ต่อมาจึงพัฒนาเป็นภาพถ่าย และมีบ่อยครั้งที่นำเทคนิคต่างๆ มาสร้างเป็นภาพบุคคลเพื่อสะท้อนเนื้อหาภายใน ประชดประชัน หรือล้อเลียน เสมือนเป็นการแสดงผลงานทางศิลปะอย่างมีชั้นเชิงและแฝงนัยบางประการ จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้หน้าปก TIME มีความโดดเด่นและน่าสนใจกว่านิตยสารประเภทเดียวกัน

Bates, Stephen (2011) ได้วิเคราะห์เอาไว้ในงานเขียนของเขาว่า หน้าปกของ TIME ในช่วงยุคเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันมีความแตกต่างในเรื่องของสถานะของบุคคลบนปก กล่าวคือหน้าปก TIME นับตั้งแต่เริ่มเผยแพร่เมื่อปี 1923 บุคคลที่เป็นปัญญาชนสาธารณะ[1] (Public Intellectuals) มีความถี่ในการขึ้นปกน้อยลง ในขณะที่บุคคลในวงการเมือง ผู้นำประเทศ หรือบุคคลในวงการธุรกิจ กลับถูกนำขึ้นปกถี่มากกว่า ซึ่งหากว่ามองว่าเนื้อหาของ TIME จะบ่งบอกสภาพสังคมแล้วก็หมายความว่า บุคคลผู้เป็นปัญญาชนสาธารณะได้ลดจำนวนลงไปทุกทีๆ ยิ่งในช่วงหลังปี 1990 จนถึง 2008 มีปัญญาชนสาธารณะขึ้นปกเพียง 12 ท่าน ในจำนวนนี้มีขึ้นปกเพียงท่านเดียว ในปี 2000 ถึง 2008 ทั้งที่ TIME มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์

ไม่เพียงบุคคลสำคัญเท่านั้น TIME ยังมีภาพเหตุการณ์สำคัญ ภาพสัตว์ สถานที่สำคัญ ภาพศิลปะ ภาพกราฟฟิกเชิงสัญลักษณ์ ภาพล้อเลียน ซึ่งทุกภาพปกต่างสะท้อนเนื้อหาภายในฉบับได้อย่างเด่นชัด และการคัดเลือกภาพขึ้นหน้าปกก็ยังอาจเป็นกระจกสะท้อนความเป็นไปของสังคมโลกหรือถ้าจะเจาะจงลงไปก็คือสังคมอเมริกัน

บุคคลแห่งปี: Person of the Year

เป็นประจำทุกปีที่นักอ่านทั่วโลกต่างตั้งตาคอยนิตยสาร TIME ฉบับส่งท้ายปี เพื่อจะได้ทราบว่าใครจะได้รับการยกย่องให้เป็น บุคคลแห่งปี (Person of the Year)

TIME ได้จัดให้มีการคัดสรรตำแหน่งนี้เป็นครั้งแรกเมื่อปี 1927 แท้จริงแล้วการตั้งรางวัลเกียรติยศนี้เกิดขึ้นเพียงเพื่อลบความผิดพลาดของกองบรรณาธิการ หลังจากที่ในปีนั้น TIME ไม่ได้นำภาพของ ชาร์ลส์ ลินด์เบิร์ก ขึ้นปกแม้แต่เพียงครั้งเดียว ทั้งที่เขาได้รับความสนใจไปทั่วโลกจากการที่เป็นบุคคลแรกที่สามารถขับเครื่องบินเดี่ยวข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกได้สำเร็จ กองบรรณาธิการจึงตัดสินใจพลิกสถานการณ์นำ ลินด์เบิร์ก ขึ้นปกในฉบับแรกของปีต่อมา พร้อมกับประกาศให้เขาเป็น Man of the Year (ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็น Person of the Year)

จากนั้นเป็นต้นมา TIME จึงเริ่มประเพณีปฏิบัติในการคัดสรรบุคคลแห่งปีขึ้น โดยคัดเลือกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้มีบทบาทสำคัญต่อโลกในแต่ละช่วงปี ไม่ว่าจะเป็นทางด้านบวกหรือลบก็ตาม

---

[1] ปัญญาชนสาธารณะ คือ ผู้อุทิศตนทำงานสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้น โดยอาศัยความรู้ ภูมิปัญญา และประสบการณ์จากวิชาชีพของตน (โครงการปัญญาชนสาธารณะแห่งเอเชีย : Asian Public Intellectuals URL: http://www.apifellowships.org)

ในปี 1939 บุคคลแห่งปีของ TIME ก็กลายเป็นหัวข้อวิพากษ์วิจารณ์ไปทั่วโลกถึงความเหมาะสม เมื่อ TIME ประกาศให้ อดอล์ฟ ฮิตเลอร์ ผู้นำเผด็จการของเยอรมันได้รับตำแหน่งนี้ แต่กองบรรณาธิการก็ยังยืนยันความเหมาะสม เนื่องจากบุคคลแห่งปีนั้นจะต้องเป็นผู้ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงหรือมีอิทธิพลต่อสถานการณ์โลกในแต่ละช่วงปี ซึ่งผู้นำเผด็จการผู้นี้ก็เหมาะสมด้วยประการทั้งปวง

บุคคลแห่งปีของ TIME ก็ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าให้ความสำคัญกับชาวอเมริกันมากกว่าชาติอื่น คือจากจำนวน 86 ครั้งที่ผ่านมา มีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลสัญชาติอเมริกันได้รับเกียรตินี้เป็นจำนวนถึง 53 ครั้ง ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่า TIME เป็นสื่อสัญชาติอเมริกัน จึงเป็นไปได้ว่าจะมีความโน้มเอียงหรือมุ่งเน้นไปที่คนชาติเดียวกันมากเป็นพิเศษ ตำแหน่งเกียรติยศที่ทั้งโลกจับตามองนี้จึงเป็นเสมือนการแสดงพลังของความเป็นประเทศมหาอำนาจในการควบคุมหรือชี้ชะตาความเป็นไปของโลกใบนี้

บทสรุป

มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์การนำเสนอข้อมูลของ TIME ที่ขัดแย้งกับความรู้สึกของคนโดยทั่วไปที่มักมองว่า TIME เป็นนิตยสารที่ทรงอิทธิพลและมีความน่าเชื่อถือสูง Murchison, William (2009) แสดงความเห็นว่า เขารู้สึกว่า TIME ในยุคแรกๆ ดีกว่าในปัจจุบัน เปรียบเทียบแล้วในยุคก่อน TIME เป็นอาหารที่มีคุณค่า ไม่ใช่อาหารขยะ แต่ทุกวันนี้ TIME กลับมุ่งมั่นที่จะคงตำแหน่งทางการตลาดเอาไว้มากกว่า ดังนั้นมันก็ไม่ต่างอะไรกับอาหารประเภททอดที่มีแต่ซีส

Stengel, Richard (2008) บรรณาธิการคนปัจจุบันมองว่า TIME ในสมัยที่ยังมี Hadden และ Luce คุมบังเหียนอยู่นั้น ทำหน้าที่เป็นเสมือนตัวแทนของชนชั้นกลางของประเทศ ข้อเขียนที่ตรงไปตรงมา ทำให้ TIME เป็นเหมือนสถาบันย่อยๆ ที่มีบทบาทต่อสังคม แต่พอหลังยุคทศวรรษที่ 60 หรือภายหลังการจากไปของ Luce ข้อเขียนของ TIME มีท่าทางประนีประนอมและเปิดกว้าง แต่กลับกลายเป็นว่ามันมีอิทธิพลต่อสังคมมากขึ้นกว่าเดิมหลายเท่า

ไม่เพียงแต่เฉพาะ TIME เท่านั้น ยังมีสื่ออื่นอีกมากมายที่ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงรายงานความเป็นไป แต่กลับแสดงบทบาทของผู้วิเคราะห์ ผู้ชี้นำ และบางครั้งทำการเชื่อมโยงแนวคิดจากสังคมหนึ่งสู่อีกสังคมหนึ่ง ซึ่งภาพลักษณ์และประวัติศาสตร์อันยาวนานของ TIME กลายเป็นดาบสองคมที่คมหนึ่งคอยรายงานความเป็นไป และเชือดเฉือนตีแผ่ความเป็นจริงให้ปรากฏแก่สายตาชาวโลกในฐานะสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เสมือนสุนัขผู้เฝ้าระวัง (Watchdog) แต่อีกคมหนึ่งคือการแฝงนัยบางอย่างที่เป็นการกระจายความเชื่อของสังคมตะวันตกไปสู่สังคมอื่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องคอยยับยั้งเพื่อไม่ให้ถูกครอบงำด้วยความรู้สึกเพียงฉาบฉวยว่านี่คือสื่อที่มีภาพลักษณ์ที่โปร่งใส นั่นคือวิจารณญาณและการไตร่ตรองอย่างรอบคอบของผู้อ่านนั่นเอง

สำหรับนักศึกษาใช้เพื่อการศึกษา For Education Purposes Only

Timeline of TIME

1923 TIME เปิดตัวครั้งแรกด้วยสนนราคา 15 เซนต์ มีความหนา 28 หน้า บุคคลแรกที่ได้รับเกียรติขึ้นปกคือ โจเซฟ แคนนอน (Joseph G. Cannon) สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากอิลลินอยส์ และเป็นผู้นำพรรครีพับลิกัน

1927 เริ่มใส่กรอบสีแดงสดที่หน้าปกเป็นครั้งแรก ในฉบับวันที่ 3 มกราคม และกลายเป็นสัญลักษณ์ของ TIME มาจนถึงปัจจุบัน

1928 เป็นครั้งแรกที่หน้าปก TIME ไม่ใช่บุคคล แต่เป็นสุนัข โดยมีเนื้อหาในฉบับเป็นเรื่องราวของ Westminster Kennel Club Show เทศกาลประกวดสุนัขระดับโลก

1930 หน้าปก TIME เป็นภาพ มหาตมะคานธี ซึ่งในปีนั้น คานธี กับประชาชนชาวอินเดียหลายหมื่นคนทำการดื้อแพ่งต่อกฎหมายของอังกฤษ หรือที่พวกเขาเรียกว่า สัตยาเคราะห์ ด้วยการผลิตเกลือใช้และขายเอง (ซึ่งถือว่าผิดกฎหมาย) ทำให้คานธีถูกจับ เหตุการณ์ครั้งนั้นถูกเรียกว่า The Salt March นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของประวัติศาสตร์อินเดีย

1932 บุคคลบนหน้าปก TIME ที่อายุน้อยที่สุดเพียง 20 เดือน บุตรของ ชาร์ลส์ ลินด์เบิร์ก (Charles Lindbergh) ที่ถูกลักพาตัวไปจนกลายเป็นข่าวครึกโครมทั่วโลกในเวลานั้น

1939 TIME ประกาศให้ อดอล์ฟ ฮิตเลอร์ (Adolf Hitler) ผู้นำเผด็จการของเยอรมันเป็นบุคคลแห่งปี (Man of the Year) ท่ามกลางเสียงวิจารณ์จากทั่วโลก

1941 TIME ตีข่าวเรื่องการโจมตีฐานทัพสหรัฐอเมริกาที่อ่าวเพิร์ล ฮาร์เบอร์ อันเป็นชนวนเหตุให้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2

1945 TIME ตีข่าวการถล่มเมืองฮิโรชิม่าและนางาซากิด้วยระเบิดปรมาณู อันมีผลทำให้สงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง

1946 TIME ปรับราคาจำหน่ายเป็นฉบับละ 20 เซนต์

1950 ตัวละครหญิงในภาพยนตร์เรื่อง A Woman of Distinction ซึ่งแสดงโดย โรซาลินด์ รัซเซล (Rosalind Russell) ถูกนำขึ้นปก TIME แต่หากย้อนหลังไปในปี 1932 ในภาพยนตร์เรื่อง Murder on the High Seas มีฉากหนึ่งที่ตัวละครอ่านนิตยสาร TIME นับเป็นการปรากฏตัวครั้งแรกของ TIME ในฮอลลิวู้ด หลังจากนั้น TIME ก็ถูกนำไปใช้ในภาพยนตร์อีกหลายเรื่อง เช่น The King of Comedy, Batman, City Hall, The Incredibles, Zoolander, Simone, Reign of Fire เป็นต้น

1963 TIME ตีข่าวการลอบสังหารประธานาธิบดี จอห์น เอฟ เคนเนดี้ (John F. Kennedy) และฉบับต่อมาก็นำภาพ ลินดอน จอห์นสัน (Lyndon Johnson) ประธานาธิบดีคนใหม่ขึ้นปกทันที

1966 TIME ได้อัญเชิญพระบรมฉายาลักษณ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ขึ้นปกฉบับวันที่ 27 พฤษภาคม 1966

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ For Educational Purposes Only

1969 TIME ตีข่าวการสำรวจดวงจันทร์ของยาน Apollo11 และการเหยียบดวงจันทร์ของ นีล อาร์มสตรอง (Neil Armstrong) ในครั้งนั้นมีการถ่ายทอดสดไปทั่วโลก นับเป็นการถ่ายทอดสดที่มีผู้ติดตามชมมากที่สุดครั้งหนึ่งของโลกยุคนั้น

1977 TIME นำเสนอเรื่องราวของภาพยนตร์ยอดนิยม Star War โดยยกย่องให้เป็น The Year's Best Movie ซึ่งภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ถูกนำขึ้นปก TIME ถึง 6 ครั้ง

1986 TIME ตีข่าวเรื่องการระเบิดกลางอากาศของยานสำรวจอวกาศแชลเลนเจอร์ นับเป็นหายนะครั้งใหญ่ในรอบหลายสิบปีของประเทศสหรัฐอเมริกา TIME รายงานว่า นางแนนซี่ เรแกน สุภาพสตรีหมายเลขหนึ่งที่ชมภาพข่าวทางโทรทัศน์ได้แต่ร้องอุทานว่า "Oh, My God. No!" อยู่ตลอดเวลา

1989 ข่าวการทำลายกำแพงเบอร์ลินถูกนำเสนอทุกแง่มุม หลังจากที่เมื่อ 28 ปีก่อนหน้านี้ (ปี 1961) TIME ได้นำเสนอเรื่องราวของการสร้างกำแพงแห่งนี้ไว้เช่นกัน

1992 นางฮิลลารี่ คลินตัน (Hillary Clinton) ขึ้นปก TIME เป็นครั้งแรก และต่อมาเธอได้ขึ้นปก TIME อีกถึง 28 ครั้ง นับเป็นสุภาพสตรีที่ขึ้นปกมากที่สุดของ TIME (ข้อมูลถึง 2012)

1993 TIME Magazine Online เปิดตัวครั้งแรกในเดือนกันยายน

1997 TIME หน้าปกเจ้าหญิงไดอาน่า (Princess Diana) ที่นำเสนอข่าวการสิ้นพระชนม์ของพระองค์จำหน่ายได้มากกว่า 1 ล้านฉบับ

1999 TIME นำเสนอข่าวการเสียชีวิตของ จอห์น เอฟ เคนเนดี้ จูเนียร์ (John F. Kennedy, Jr.) ฉบับนี้ทำยอดจำหน่ายได้มากกว่า 1 ล้านฉบับ

2001 TIME เปลี่ยนหน้าปกเป็นกรอบสีดำ เสนอข่าวการก่อวินาศกรรมอาคารเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ปี 1927 ที่ TIME ไม่ใช่กรอบสีแดงขึ้นปก และเป็นฉบับเดียวที่ไม่มีการตีพิมพ์โฆษณา TIME ปกนี้สามารถทำยอดจำหน่ายได้มากกว่า 3.4 ล้านฉบับ มากที่สุดตั้งแต่ก่อตั้งเป็นต้นมา

2008 TIME ฉบับ Special Environment Issue วันที่ 28 เมษายน เปลี่ยนมาใช้กรอบสีเขียว เป็นครั้งที่สองที่ TIME ไม่ใช้กรอบสีแดงเป็นปก

สำหรับการศึกษาเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ For Educational Purposes Only

บรรณานุกรม

ชิลเลอร์, เฮอร์เบิร์ต ไอ. (2544). **การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม.** แปลโดย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ซูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชย์. (2546). **เชิงอรรถวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: วิภาษา

ทันเกต, มาร์ค. (2551). **ทำไม ใหญ่สะท้านโลก โรดแมพสู่ผู้ทรงอิทธิพลของสื่อโลก.** แปลโดย พจนา เลิศไกร. กรุงเทพฯ: ยูเรก้า.

วรรณมณี บัวเทศ. (2545). **อุดมการณ์ทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง ที่ปรากฏในข้อเขียนเกี่ยวกับเหตุการณ์ในประเทศแถบเอเชีย เปรียบเทียบนิตยสารไทม์กับเอเชียวีค.** ปริญญานิพนธ์ นศ.ม. (วารสารสนเทศ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Ali, S., & Khalid. (2008). US Mass Media and Muslim World: Portrayal of Muslim by "News Week" and "Time" (1991-2001). **European Journal of Scientific Research.** 21(4), 554-580.

Bates, Stephen. (2011). Public Intellectuals on Time's Covers. **Journalism History.** 37(1): 39-50.

Isaacson, Walter. (1996). Time Magazine's New Editor. **MediaWeek.** 6(4): 10.

Murchison, William. (2009). Killing Time. **The American Spectator.** 42(4): 44-45.

Porterfield, Christopher. (2008). **85 Years of Great Writing in TIME.** New York: Time Inc

Stengel Named Managing Editor of TIME. (2006). Retrieved March 16, 2012, from http://www.time.com/time/nation/article/0,8599,1195013,00.html

Stengel, Richards. (2008, April 14). The 85 Years of Time. **Time.** 171(14): 29-32.

สำหรับการศึกษา ค้นคว้า เพื่อการศึกษาเท่านั้น For Educational Purposes Only