บทบาทสื่อมวลชนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) และการรับรู้ของผู้รับสาร

Mass Media Role of Siamnews Local Newspaper (Chanthaburi) and Perception of the Receivers

วลัยลักษณ์ สมจินดา*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research and Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ศึกษาบทบาทหน้าที่และจริยธรรมสื่อมวลชน และสำรวจการรับรู้ของผู้รับสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) โดยเก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หนังสือพิมพ์ 14 ฉบับ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เจ้าของและบรรณาธิการ และ การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อ่านทั้งหมด 246 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1) หนังสือพิมพ์มีบทบาทเป็นสื่อมวลชนผู้รับใช้ท้องถิ่นภายใต้อุดมการณ์เพื่อความถูกต้องและชอบธรรม ตลอดระยะเวลา 33 ปีได้เปลี่ยนแปลงเนื้อหาภายนอกและภายในแบ่งเป็น 3 ยุค คือยุคสร้างชื่อ (ปลูกฝังอุดมการณ์) ยุคปรับตัว และยุคเชื่อมโยงสื่อโซเชียลและสิ่งพิมพ์ รูปแบบธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ปัจจุบันอยู่ในสภาวะไม่ทำกำไรต้องใช้ธุรกิจส่วนตัวพยุงกิจการ ยอดพิมพ์เคยสูงสุดประมาณ 5,000 ฉบับ เหลือ 1,000 ฉบับต่อครั้ง ลดพื้นที่วางจำหน่าย สัดส่วนโฆษณาอยู่ในปริมาณเดิมแต่ใช้วิธีให้พื้นที่โฆษณาแก่นักเขียนแทนค่าจ้าง แต่ยังไม่มีแผนที่จะหยุดกิจการ

2) การศึกษาบทบาทและจริยธรรมพบว่าสอดคล้องกับบทบาทและจริยธรรมตามแนวคิด ทฤษฎีซึ่งได้อ้างอิงไว้ รวมถึงบทบาทการทำกิจกรรมเพื่อสังคมที่ทำต่อเนื่องมา 23 ปี

3) การรับรู้บทบาทของผู้รับสารเป็นไปตามบทบาทที่แท้จริงของหนังสือพิมพ์ โดยได้รับความมั่นใจในบทบาทการยกย่องผู้กระทำความดีมากที่สุด ตามด้วยบทบาทการยกย่องคุณงามความดีของคนที่ประกอบกิจกรรมเพื่อประโยชน์ท้องถิ่น และให้ความรู้ความบันเทิงและแจ้งข่าวสาร

หนังสือพิมพ์มีบทบาทหน้าที่และจริยธรรมที่โดดเด่น และผู้รับสารรับรู้ แต่ผู้รับสารที่อ่านเป็นประจำกลับมีเพียงร้อยละ 7.7 นอกเหนือจากนั้น เป็นการอ่านนาน ๆ ครั้ง และเคยอ่านแค่ 1-2 ครั้ง บทบาททางสังคมตอนนี้จึงไม่ได้เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม แต่รักษาบทบาทของสื่อมวลชนที่ดีไว้ได้

คำสำคัญ: บทบาทสื่อมวลชน, หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, สยามนิวส์, การรับรู้

Abstract

This study is both qualitative and quantitative research. It has objective for analyzing contents, studying in mass media role and ethics, and explore perception of the receivers in role and ethics of local mass media, Siamnews newspaper (Chanthaburi). The study conducted by content analysis from 14 issues, in-depth interview with newspaper owner and editor, and survey research by using question

* นักศึกษาปริญญาโท นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

as data collection tool from 246 readers. This study could be concluded that; (1) Siamnews local newspaper (Chanthaburi) plays the role of local mass media to serve public by adhering to its ideology of being newspaper for righteousness and justice. For 33 years, there was change of contents which could be divided into 3 eras; Build up era (nurturing of ideology), Adapt era, and Convergence of social and printed media era. Business structure is a single-owned without profit. The owner must allocate other sources of income to support but has no plan to cease operation soon. (2) Study in role and ethics of Siamnews local newspaper found that are in accordance with role and ethics from referenced theories. Additionally, it has other role as social responsibility project for almost 33 years. and (3) Perception of the receivers is in accordance with formal role of newspaper. It gains the most trust from role of glorification for good Samaritan, follow by compliment of local activists and entertainment and information

This newspaper has distinguished role and ethics which the receivers have recognized but has regular readers only 7.7%, besides that are seldom readers and have read only 1-2 times. Current social role of this newspaper is unpopular media but firmly adhere in role of good media
Keywords: Mass Media Role, Local Newspaper, Siamnews, Perception

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทยนั้น มีประวัติและวิวัฒนาการที่ยาวนานไม่แพ้สิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ สุรัตน์ นุ่มนนท์, (2530) กล่าวว่า จากหนังสือรายชื่อวารสารและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยออกในต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ในปี 2470 ออกเป็นราย 10 วัน ชื่อ ศรีเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2471 ถึง ปี พ.ศ. 2475 และมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายสัปดาห์ในจังหวัดสงขลา ชื่อว่าหนังสือพิมพ์ไทยใต้ จากนั้นจึงเว้นช่วงไป 15 ปี ด้วยเหตุผลทางการเมือง ความยาวนานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงน่าสนใจไม่แพ้สื่อสิ่งพิมพ์อื่น งานวิจัยของ บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, อังธิดา ลิมป์ปัทมปาณี และคณะ, (2552) เสนอปัญหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไว้ 4 ประการ คือ (1) หนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพฯ เป็นที่พึ่งต่อการรับรู้ข่าวสารของชนบทมากกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (2) ช่องว่างจากการที่สังคมชนบทรับรู้ข่าวสารได้เพียงระดับหนึ่ง เพราะพื้นที่สื่อสารจำกัด (3) การตั้งคำถามถึงความพร้อมของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต่อการทำหน้าที่สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองชุมชนทั้งการเป็นสื่อพลเมือง (Civic Journalism) และการตรวจสอบท้องถิ่น และ (4) ข้อสงสัยการอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและยังมีงานวิจัยหลายชิ้นยังแสดงให้เห็นโครงสร้างองค์กรสื่อท้องถิ่นที่น่าสนใจ อาทิ ธุรกิจครอบครัว เจ้าของเพียงคนเดียว และเจ้าของส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพอื่นด้วย เมื่อในปัจจุบันบทบาทนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เคยถูกพูดถึงและตั้งคำถามถูกมองข้าม การมีอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในวันนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่ามีอยู่อย่างไร และเจ้าของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะขับเคลื่อนบทบาทสื่อมวลชนไปในทิศทางใด โดยที่ผู้รับสารรับรู้บทบาทและให้ความเชื่อมั่นหรือไม่

ผู้วิจัยเลือกศึกษาบทบาทสื่อมวลชนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)และการรับรู้ของผู้รับสารด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ (1) จังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ชุมชนเมืองขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม บทบาทของหนังสือพิมพ์ที่อยู่รอดในภูมิทัศน์ดังกล่าวจึงเป็นเรื่องน่าศึกษา (2) สยามนิวส์(จันทบุรี) เป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีอายุยาวนานกว่า 33 ปี (ถือกำเนิดในปี พ.ศ. 2527) ดำรงกิจการในรูปแบบธุรกิจเดียว ไม่มีการขยายตัวทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน อาจทำให้ง่ายต่อการศึกษาเพื่อเข้าใจถึงรูปแบบ “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น” ได้อย่างชัดเจน

คำถามนำการวิจัย

(1) เนื้อหาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) มีลักษณะเป็นอย่างไร

(2) เจ้าของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) มีบทบาทสื่อมวลชนอย่างไร

(3) ผู้รับสารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) รับรู้บทบาทหน้าที่ และจริยธรรมเจ้าของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

(1) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

(2) เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่และจริยธรรมสื่อมวลชนของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

(3) เพื่อสำรวจการรับรู้บทบาทหน้าที่และจริยธรรมของสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) ในผู้รับสาร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาบทบาทการเป็นเจ้าของและสื่อมวลชนในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ และการรับรู้ของผู้รับสาร โดยมีขอบเขตการวิจัยคือ

(1) การสัมภาษณ์ โดย สัมภาษณ์เชิงลึกนางสาวบุณยวีร์ ศรีประเสริฐ บรรณาธิการและเจ้าของในประเด็นด้านบทบาทหน้าที่สื่อมวลชนในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

(2) การวิเคราะห์เอกสาร โดย สำรวจเนื้อหาหนังสือพิมพ์จำนวน 14 ฉบับจาก 33 ปีของการตีพิมพ์ (เลือกแบบสุ่ม เป็นตัวแทนปี ปีละฉบับ ในปีที่มีการจัดเก็บหนังสือพิมพ์ไว้) และเฟซบุ๊กของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จำนวน 2 บัญชีผู้ใช้

(3) การใช้แบบสอบถาม กำหนดขนาดประชากรตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

• หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรี หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มีองค์กรขนาดเล็ก มีแหล่งผลิตและขอบเขตการจำหน่าย ในพื้นที่จังหวัดหรือใกล้เคียง มีข่าวสารส่วนใหญ่ และฐานการบริหารงานที่จังหวัดจันทบุรี

• บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หมายถึง บทบาทที่ยอมรับว่าเป็นหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในมุมมองขององค์กร หน่วยงาน นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

การรับรู้ของผู้รับสาร หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น ต่อบทบาทของสื่อท้องถิ่น
ของผู้ที่อ่านและเคยอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

• ปณิธาน/อุดมการณ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) หมายถึง ความตั้งใจจริงที่จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้/แนวคิดที่เป็นรากฐาน หรือจุดยืนขององค์กร

ลักษณะภายนอกของหนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งที่สามารถสัมผัส หยิบ จับ มองเห็น กระบวนการที่สามารถรับรู้ได้ของหนังสือพิมพ์ โดยไม่ต้องผ่านการคิด วิเคราะห์ และตีความ

• ลักษณะภายในของหนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งที่ไม่สามารถสัมผัส หยิบ จับ มองเห็น กระบวนการต้องผ่านการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และตีความ จึงจะสามารถรับรู้ได้

• คอลัมน์ หมายถึง พื้นที่ในหน้ากระดาษ หรือในสื่อโซเชียล ที่มีขนาดจำกัด ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่เฉพาะของเนื้อหาประเภทใดประเภทหนึ่ง

• โฆษณา หมายถึง พื้นที่คอลัมน์ที่มอบให้แก่ผู้สนับสนุน มักใช้เพื่อผลทางการตลาด

• หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระเชิงคิดวิเคราะห์มากกว่าการรายงานข่าวสถานการณ์ทั่วไป

• หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระทั่วไป มุ่งเน้นการรายงานข่าวสารที่เป็นที่นิยม หรือเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มคนอ่าน มีความหลากหลาย มุ่งให้ความบันเทิง

• ข่าวร้อน หมายถึง ข่าวที่มีความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ มีเนื้อหากระทบอารมณ์ ความรู้สึก มักเป็นข่าวรายงานสถานการณ์ทั่วไป

• ข่าวเย็น หมายถึง ข่าวที่ไม่มีอายุแน่นอนตายตัว อาจเป็นข้อมูล ความรู้ หรือข่าวเชิงวิเคราะห์ ที่สามารถอ่านเมื่อไรก็ได้ มักเป็นข้อมูล ความรู้ หรือข่าวเชิงวิเคราะห์

• เนื้อหาคอลัมน์สถานการณ์ท้องถิ่น หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หรือกำลังจะเกิดขึ้น ในพื้นที่ท้องถิ่น มุ่งให้ผู้รับสารได้รับรู้ความเป็นไปที่เกิดขึ้น

• เนื้อหาคอลัมน์การเมือง หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานสถานการณ์ หรือบทความ บทวิเคราะห์ ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองท้องถิ่น

• เนื้อหาคอลัมน์สังคมหมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานสถานการณ์ หรือบทความบทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมชุมชน กลุ่มคน หรือบุคคลสำคัญในด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น

• เนื้อหาคอลัมน์ความรู้ หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อให้ข้อมูลความรู้ทางวิชาการ

• เนื้อหาคอลัมน์บันเทิง (ขำขัน) หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อสร้างความบันเทิง ตลก ขบขัน

• เนื้อหาคอลัมน์ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ศิลปะ และประเพณีของท้องถิ่น

• เนื้อหาคอลัมน์เศรษฐกิจ/ธุรกิจ หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานสถานการณ์ ประกาศห้างหุ้นส่วนจำกัด บทความบทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หรือเศรษฐกิจในท้องถิ่น

• เนื้อหาคอลัมน์สัมภาษณ์/บุคคล หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานการสัมภาษณ์/ข้อมูล ของบุคคล โดยมุ่งเน้นเพื่อให้ผู้อ่านทำความรู้จักบุคคลในพื้นที่คอลัมน์

• เนื้อหาคอลัมน์กีฬา หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานการสัมภาษณ์/ข้อมูล ของบุคคล โดยมุ่งเน้นเพื่อให้ผู้อ่านทำความรู้จักบุคคลในพื้นที่คอลัมน์

• เนื้อหาคอลัมน์ ธรรมะ หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานเกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อต่าง ๆ

• เนื้อหาคอลัมน์ข่าวระดับชาติ หมายถึง พื้นที่ที่ใช้เพื่อรายงานข่าวสถานการณ์ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับความสนใจในระดับประเทศ เป็นเนื้อหาข่าวเดียวกับที่สื่อระดับประเทศเลือกนำเสนอ

• เจ้าของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หมายถึง ผู้เป็นเจ้าของเงินทุน มีอำนาจการบริหารงานสูงสุด มีความรับผิดชอบโดยตรงในภาระหนี้สิน และกำไรที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

(1) บันทึกประวัติศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีอายุยาวนานถึง 33 ปี จากยุครุ่งเรืองสู่ยุคปัจจุบัน ไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น

(2) เป็นกรณีศึกษาต่อการพัฒนา วิเคราะห์ หรือวิจารณ์สื่อท้องถิ่นในวงการนิเทศศาสตร์และสื่อสิ่งพิมพ์

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) สามารถแบ่งเนื้อหาทั้งภายนอกและภายในออกเป็น 3 ยุค คือยุคสร้างชื่อ หรือยุคปลูกฝังอุดมการณ์ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527–พ.ศ. 2548 ยุคปรับตัว เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527–พ.ศ. 2555 และยุคเชื่อมโยงสื่อโซเชียลและสิ่งพิมพ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556–ปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) โดยภาพรวมของเนื้อหาในหนังสือตลอด 3 ยุค มีความเชื่อมโยงคือ การมุ่งนำเสนอข่าวท้องถิ่นภายในจังหวัดจันทบุรี ในด้านต่าง ๆ ครอบคลุมตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และความรู้รอบตัว รวมถึงเรื่องบันเทิงขำขันตามสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงแต่ละยุคเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค และความนิยมของหนังสือพิมพ์ที่ลดลงอย่างต่อเนื่องโดยการเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุค มีลักษณะดังนี้

(1) ยุคสร้างชื่อ (ปลูกฝังอุดมการณ์) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527–พ.ศ. 2548

นายภูวเดช ขาวเหลือง (ชื่อเดิม นิวัติ) เจ้าของ/บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาคนแรกเริ่มทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) ในปี พ.ศ. 2527 ด้วยเห็นว่าเส้นทางการเป็นสื่อมวลชนน่าจะเหมาะสมกับตน และหวังช่วยเหลือสังคมโดยใช้สื่อของตนเป็นช่องทาง กำหนดอุดมการณ์ของหนังสือพิมพ์เป็นสโลแกนว่า “หนังสือพิมพ์เพื่อความถูกต้องและชอบธรรม” จากนั้นหนังสือพิมพ์จึงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักข่าว นักคิด นักเขียน และนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ ร่วมนำเสนอเรื่องราวข่าวสารออกสู่สายตาสาธารณชน ในจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การสร้างสรรค์สังคม รักษาความถูกต้องและชอบธรรม พัฒนาชาติบ้านเมือง และสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ให้สังคมได้รับทราบอย่างตรงไปตรงมา ในปี 2537 ได้จัดตั้ง “กองทุนข้าวสารเพื่อชีวิต” เพื่อรับบริจาคข้าวสารและสิ่งของต่าง ๆ และส่งต่อไปยังเด็ก ๆ ผู้ขาดแคลน ซึ่งคนในท้องถิ่นตอบรับเป็นอย่างดี มียอดผู้บริจาคหลั่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมากในทุกปี แม้ในปัจจุบันจะลดบทบาทของการเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ด้วยการเปลี่ยนรูปแบบเป็นหนังสือพิมพ์กึ่งนิตยสาร แต่โครงการนี้ก็ยังคงดำเนินอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (บุญยวีร์ ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์, 29 กุมภาพันธ์ 2559) โดยหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) ในยุคนี้ มีลักษณะดังนี้

<u>ภายนอก</u> - ขนาดบรอดชีท หรือ (Broad Sheet) หรือ “Full Size” ความกว้างยาวประมาณ 14 นิ้ว คูณ 23 นิ้ว ขนาดมาตรฐานเท่ากับหนังสือพิมพ์แห่งชาติ การวางจำหน่าย ทุก ๆ วันที่ 1 และ 15 โดยวางคู่กับใบตรวจสลากลอตเตอรี่ มีจำหน่ายจันทบุรี ชลบุรี ระยอง ตราดราคา ฉบับละ 10 บาท

ภาพที่ 1 ภาพหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สยามนิวส์ (จันทบุรี) ฉบับปี พ.ศ. 2540 นี้ คือเล่มที่เก่าแก่สุดที่ได้รับการรักษาไว้ โดยหอสมุดแห่งชาติรัชมังคลาภิเษก จังหวัดจันทบุรี

ฉบับปี	จำนวนหน้า	จำนวนคอลัมน์	จำนวนโฆษณา	โฆษณาคิดเป็นร้อยละ
2540	40	193	110	56.99
2542	28	151	77	50.99
2543	28	111	46	41.44
2544	28	176	93	52.84
2545	28	139	86	61.87
2546	28	114	72	63.16
2547	28	129	62	48.06
2548	28	106	51	48.11
รวม		1,119	597	53.35

ตารางที่ 1 จำนวนคอลัมน์และโฆษณาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี ยุคที่ 1
(หมายเหตุ : นับรวมโฆษณาที่หนังสือพิมพ์โฆษณาตนเองเป็นโฆษณาด้วย)

ภายใน - ภาพรวมเนื้อหา ยกข่าวสถานการณ์ท้องถิ่นเป็นข่าวเด่น อาชญากรรม หรือ ข่าวเร้าอารมณ์อยู่ในหน้าหนึ่ง เน้นเนื้อหาเชิงคุณภาพ ข่าวสาร และการวิเคราะห์ ความโดดเด่น ข่าวสารหลากหลาย ครบทุกประเด็น ทุกประเภท จำนวนหน้ามาก เน้นกลุ่มคนเมือง ผู้อ่านที่สนใจการเมือง เศรษฐกิจ สังคม รูปแบบโฆษณามีทั้งโฆษณาหน้าคู่ เต็มหน้า ครึ่งหน้า 1 ส่วน 4 และล้อมกรอบ และรายละเอียดเนื้อหา เนื้อหาทั้งเล่มของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

ในยุคนี้ จากการสำรวจจำนวน 8 ฉบับ ประกอบด้วย พ.ศ. 2540, พ.ศ. 2542 – พ.ศ. 2548 พบว่า ตารางที่ 1 จำนวนคอลัมน์และโฆษณาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี ยุคที่ 1

จากตารางที่ 1 จะเห็นความเปลี่ยนแปลงจากปี พ.ศ. 2540 สู่ปี พ.ศ. 2542 อย่างเห็นได้ชัด นั่นคือจาก 40 หน้า เหลือ 28 หน้า ในขณะที่รูปแบบการนำเสนอยังอยู่ในรูปแบบเดิม ขณะที่สัดส่วนร้อยละของจำนวนโฆษณาไม่เปลี่ยนแปลงมาก คืออยู่ในระดับร้อยละ 45 ขึ้นไป ยกเว้นในปี พ.ศ. 2543 ที่โฆษณามีจำนวนน้อยกว่าปีอื่นๆ นั่นคือ ร้อยละ 41.44

ฉบับปี / ประเภท	2540	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	รวม	คิดเป็นร้อยละของเนื้อหา
สถานการณ์ท้องถิ่น	26	19	17	14	15	17	17	16	141	27.01
การเมือง	22	14	10	7	4	6	11	6	80	15.33
สังคม	13	21	26	33	14	7	16	12	142	27.20
ความรู้	5	5	2	5	9	4	5	5	40	7.66
บันเทิง (ขำขัน)	5	4	1	1	3	1	4	1	20	3.83
ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม	6	4	2	2	2	2	2	1	21	4.02
เศรษฐกิจ/ธุรกิจ	1	3	1	1	3	-	2	1	12	2.30
สัมภาษณ์/บุคคล	1	1	2	4	2	3	4	3	20	3.83
กีฬา	1	1	3	11	1	2	3	6	28	5.36
ธรรมะ	1	1	1	-	-	-	1	1	5	0.96
ข่าวระดับชาติ	2	1	-	5	-	-	2	3	13	2.49
รวมคอลัมน์	83	74	65	83	53	42	67	55	-	99.99
รวมคอลัมน์ทั้งหมด	522									

ตารางที่ 2 จำนวนของคอลัมน์แต่ละประเภทในหนังสือพิมพ์ยุคที่ 1

จากตารางที่ 2 จะเห็นสัดส่วนของเนื้อหาที่มากที่สุดของสยามนิวส์ในยุคที่ 1 คือ ข่าวสังคม ซึ่งมีพื้นที่ร้อยละ 27.20 ลำดับต่อมาคือการรายงานสถานการณ์ท้องถิ่น มีพื้นที่ร้อยละ 27.01 การเมือง ร้อยละ 15.33 ความรู้ทั่วไป ร้อยละ 7.66 กีฬา ร้อยละ 5.36 ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม ร้อยละ 4.02 บันเทิงและสัมภาษณ์/บุคคลเท่ากัน คือร้อยละ 3.83 ข่าวระดับชาติ ร้อยละ 2.49 เศรษฐกิจ/ธุรกิจ ร้อยละ 2.30 และประเภทที่ได้พื้นที่น้อยที่สุด คือธรรมะ มีพื้นที่ร้อยละ 0.96

สัดส่วนของข่าวของทั้ง 8 ฉบับ จะเห็นได้ว่า การรายงานสถานการณ์ท้องถิ่น ค่อยๆ ลดจำนวน สวนทางกับข่าวสังคมที่เพิ่มขึ้น ขณะที่จำนวนคอลัมน์ทั้งหมดลดลงอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นปี พ.ศ. 2544 ที่มีจำนวน 83 คอลัมน์ เท่ากับหนังสือพิมพ์ของปี พ.ศ. 2540 ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจต่อเนื่องมาจากสถานการณ์ของหนังสือพิมพ์ที่เปลี่ยนไป และเริ่มปรับตัวจากภายใน ก่อนเข้าสู่การปรับเต็มรูปแบบ และเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคที่สองของหนังสือพิมพ์ นั่นคือ

(2) ยุคปรับตัว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – พ.ศ. 2555

ยุคที่การสื่อสารออนไลน์เริ่มมีอิทธิพล แม้จะยังไม่ปรากฏลักษณะของนักข่าวพลเมืองที่เด่นชัด แต่การสื่อสารที่เป็นไปได้ง่ายทั้งโทรศัพท์มือถือ สื่อสังคมออนไลน์ (อีเมล MSN ไฮไฟว์) และเคเบิลทีวี ทำให้บทบาทหน้าที่สื่อมวลชนของสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมลดน้อยลง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหลายฉบับปิดตัว ขณะที่สยามนิวส์ (จันทบุรี) เปลี่ยนรูปแบบหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี ที่เป็นกึ่งปริมาณกึ่งคุณภาพ (เนื้อหาประกอบด้วยข่าวร้อนและข่าวเย็น) เป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ ลักษณะเดียวกับหนังสือพิมพ์มติชน สุดสัปดาห์ และเนชั่น สุดสัปดาห์ โดยลดบทบาทของข่าวร้อน หรือข่าวสั้นเชิงอาชญากรรมลง (โดยปรากฏเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ส่วนใน แทนที่การพาดหัวขึ้นปก) และให้ความสำคัญกับเนื้อหาเชิงลึกที่ไม่สามารถหาได้จากช่องทาง อื่นๆโดยเฉพาะบทสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในจันทบุรีซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี

ภาพที่ 2

จากภาพที่ 2 เห็นรูปเล่มที่เปลี่ยนแปลงได้ชัดเจน ทั้งขนาด กระดาษ และลักษณะการพาดหัวข่าวบนปก ที่น้อยลง และเน้นข่าวเย็น มีลักษณะเดียวกับหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ระดับชาติ โดยหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี ในยุคนี้ มีลักษณะดังนี้

ภายนอก - ขนาด แทบลอยด์ ตัดตกขนาดกว้าง 10 1/4 นิ้ว X 13 1/4 นิ้ว มีกรอบ 9 1/8 X 12นิ้ว โดยขนาดเท่าหนังสือพิมพ์มติชน สุดสัปดาห์ และเนชั่น สุดสัปดาห์ การวางจำหน่ายเป็นรายเดือน ในพื้นที่ จันทบุรี คือ ชลบุรี ระยอง ตราด ราคาเล่มละ 20 บาท

ภายใน - ภาพรวมเนื้อหา ยกบุคคลสำคัญในท้องถิ่นเป็นข่าวเด่น อาชญากรรม หรือ ข่าวเร้าอารมณ์อยู่ในหน้าหลัง เป็นข่าวสั้นๆ เน้นเนื้อหาเชิงคุณภาพ ข่าวสาร และการวิเคราะห์ ความโดดเด่น ข่าวสารด้านสังคม ท้องถิ่น การเมือง รูปแบบโฆษณา มีสองโฆษณาบนปก(ตายตัว) และโฆษณาด้านในมีทุกรูปแบบ และรายละเอียดเนื้อหาทั้งเล่มของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ในยุคนี้ จากการสำรวจจำนวน 4 ฉบับ (พ.ศ. 2549 – 2552) พบว่า

ฉบับปี	จำนวนหน้า	จำนวนคอลัมน์	จำนวนโฆษณา	โฆษณาคิดเป็นร้อยละ
2549	48	131	61	46.56
2550	50	115	58	50.43
2551	52	120	59	49.16
2552	52	90	46	51.11
รวม		456	224	49.12

ตารางที่ 3 จำนวนคอลัมน์และโฆษณาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี ยุคที่ 2 (หมายเหตุ : นับรวมโฆษณาที่หนังสือพิมพ์โฆษณาตนเองเป็นโฆษณาด้วย)

จากตารางที่ 3 จะเห็นความเปลี่ยนแปลงจากปี พ.ศ. 2549 สู่ปีพ.ศ. 2552 อย่างเห็นได้ชัด นั่นคือจำนวน 131 คอลัมน์ เหลือ 90 คอลัมน์ ในรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนเดิม ขณะที่สัดส่วนร้อยละของจำนวนโฆษณาไม่เปลี่ยนแปลงมาก คืออยู่ในระดับร้อยละ 45 ขึ้นไป ในส่วนของเนื้อหาคอลัมน์นั้นประกอบด้วย

ฉบับปี / ประเภท	2549	2550	2551	2552	รวม	คิดเป็นร้อยละของเนื้อหา
สถานการณ์ท้องถิ่น	21	10	12	7	50	21.55
การเมือง	5	7	7	9	28	12.07
สังคม	24	17	16	14	71	30.60
ความรู้	9	7	8	4	28	12.07
บันเทิง (ขำขัน)	1	7	4	6	18	7.76
ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม	-	-	2	1	3	1.29
เศรษฐกิจ/ธุรกิจ	1	-	1	2	4	1.72
สัมภาษณ์/บุคคล	5	4	4	-	13	5.60
กีฬา	2	3	1	1	7	3.02
ธรรมะ	1	2	6	-	9	3.88
ข่าวระดับชาติ	1	-	-	-	1	0.43
รวมคอลัมน์	70	57	61	44	-	99.99
รวมคอลัมน์ทั้งหมด	232					-

ตารางที่ 4 จำนวนของคอลัมน์แต่ละประเภทในหนังสือพิมพ์ยุคที่ 2

จากตารางที่ 4 จะเห็นสัดส่วนของเนื้อหาที่มากที่สุดของสยามนิวส์ในยุค 2 คือ ข่าวสังคม ซึ่งมีพื้นที่ร้อยละ 30.60 ลำดับต่อมาคือการรายงานสถานการณ์ท้องถิ่น มีพื้นที่ร้อยละ 21.55 การเมืองเท่ากับความรู้ คือ ร้อยละ 12.07 บันเทิง ร้อยละ 7.76 สัมภาษณ์/บุคคล ร้อยละ 5.60 ธรรมะ ร้อยละ 3.88 กีฬา ร้อยละ 3.02 เศรษฐกิจ/ธุรกิจ ร้อยละ 1.72 ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม ร้อยละ 1.29 และประเภทที่ได้พื้นที่น้อยที่สุด คือข่าวระดับชาติ มีพื้นที่ร้อยละ 0.43

แม้โฆษณา และยอดจำหน่ายลดลงต่อเนื่อง แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) ยังคงมีปณิธานที่จะดำเนินบทบาทสื่อท้องถิ่นต่อไป จนกระทั่งบรรณาธิการผู้ก่อตั้งเสียชีวิตลงในวันที่ 1 ธันวาคม 2555 ที่ประชุมคณะกองบรรณาธิการฯ ลงมติเห็นชอบให้ นายสมพล พะเนียงทอง ดำรงตำแหน่งบรรณาธิการบริหารฯ โดยมอบหมายให้ นางสาวบุญยวีร์ ศรีประเสริฐ จดทะเบียนรับโอนกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ/บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาแทน สยามนิวส์จึงเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง

(3) ยุคเชื่อมโยงโซเชียลและสิ่งพิมพ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน นางสาวบุญยวีร์ ดำเนินงานในนโยบายหลักและทีมงานชุดเดิม เพิ่มนักคิดนักเขียนรุ่นใหม่ที่มีเจตนารมณ์สืบทอดอุดมการณ์ และได้ปรับเปลี่ยน รูปแบบหนังสือพิมพ์ (บุญยวีร์ ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์, 29 กุมภาพันธ์ 2559) โดยเพิ่มช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ใช้เฟซบุ๊กส่วนบุคคล และแบบแฟนเพจ ทำหน้าที่สื่อมวลชนในชื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) อีกช่องทางหนึ่ง โดยในส่วนของรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะดังนี้ ภายนอก - ขนาด A4 (21.0 x 29.7 เซนติเมตร) โดย การวางจำหน่าย ทุก 45 วันที่ร้านหนังสือดอกหญ้าและบางร้านหนังสือ เฉพาะพื้นที่จันทบุรี ก่อนเปลี่ยนเป็นวางในสถานที่ราชการและมอบให้กับผู้สนับสนุน (ซื้อพื้นที่โฆษณา) จำหน่ายในราคา 30 บาท

ภาพที่ 3 เป็นรูปแบบปัจจุบันของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

ภายใน ภาพรวมเนื้อหาเป็นหนังสือพิมพ์กึ่งนิตยสาร เน้นนำเสนอข่าวสังคม ความโดดเด่นการรายงานข่าวกิจกรรมสังคมที่กว้างขวาง หลากหลาย ทั้งในวงราชการ การเมือง ตำรวจ กีฬา การท่องเที่ยว รูปแบบโฆษณา มีทุกขนาด ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาชิ้นเล็ก หน้าหลังสุดจะเป็นโฆษณาหลายตัวในหน้าเดียว และรายละเอียดเนื้อหาทั้งเล่มของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ในยุคนี้ จากการสำรวจจำนวน 2 ฉบับ ประกอบด้วย พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2559 พบว่า หลาย ทั้งในวงราชการ การเมือง ตำรวจ กีฬา การท่องเที่ยว รูปแบบโฆษณา มีทุกขนาด ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาชิ้นเล็ก หน้าหลังสุดจะเป็นโฆษณาหลายตัวในหน้าเดียว และรายละเอียดเนื้อหาทั้งเล่มของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ในยุคนี้ จากการสำรวจจำนวน 2 ฉบับ ประกอบด้วย พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2559 พบว่า

ฉบับปี	จำนวนหน้า	จำนวนคอลัมน์	จำนวนโฆษณา	โฆษณาคิดเป็นร้อยละ
2558	64	86	36	41.86
2559	64	84	36	41.86
รวม		170	72	42.35

ตารางที่ 5 จำนวนคอลัมน์และโฆษณาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี ยุค 3 (หมายเหตุ : นับรวมโฆษณาที่หนังสือพิมพ์โฆษณาตนเองเป็นโฆษณาด้วย)

จากตารางที่ 5 เห็นได้ว่าจำนวนคอลัมน์จากปีพ.ศ. 2559 ลดลงจากปีพ.ศ. 2558 จำนวน 2 คอลัมน์ ในส่วนของเนื้อหาคอลัมน์นั้นประกอบด้วย

ประเภท \ ฉบับปี	2551	2552	รวม	คิดเป็นร้อยละของเนื้อหา
สถานการณ์ท้องถิ่น	15	6	21	21.43
การเมือง	5	2	7	7.14
สังคม	4	21	25	25.51
ความรู้	8	8	16	16.33
บันเทิง (ขำขัน)	6	5	11	11.22
ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม	2	2	4	4.08
เศรษฐกิจ/ธุรกิจ	-	-	0	0
สัมภาษณ์/บุคคล	2	-	2	2.04
กีฬา	1	1	2	2.04
ธรรมะ	5	2	7	7.14
ข่าวระดับชาติ	2	1	3	3.06
รวมคอลัมน์	50	48		99.99
รวมทั้งหมด	98			

ตารางที่ 6 จำนวนของคอลัมน์แต่ละประเภทในหนังสือพิมพ์ จันทบุรี ยุค 3

จากตารางที่ 6 สัดส่วนของเนื้อหาที่มากที่สุด คือ ข่าวสังคม ซึ่งมีพื้นที่ร้อยละ 25.51 ลำดับต่อมาคือการรายงานสถานการณ์ท้องถิ่น มีพื้นที่ร้อยละ 21.43 ความรู้ ร้อยละ 16.33 บันเทิง ร้อยละ 11.22 การเมืองและธรรมะเท่ากัน คือ ร้อยละ 7.14 ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม ร้อยละ 4.08 ข่าวระดับชาติ ร้อยละ 3.06 สัมภาษณ์/บุคคล และ กีฬา เท่ากัน คือ 2.04 และไม่มีข่าวเศรษฐกิจ/ธุรกิจเลย

รูปแบบออนไลน์

ในยุคนี้ได้เพิ่มช่องทางการสื่อสาร จากสิ่งพิมพ์ สู่การใช้สื่อโซเชียลอย่าง “เฟซบุ๊ก” เป็นอีกหนึ่งช่องทางของบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน โดยเริ่มจากการตั้งเฟซบุ๊กส่วนตัว เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม ทั้งการเผยแพร่ข่าวสาร และการรับข่าวสารจากภาคสังคมส่วนต่าง ๆ ในปี 2553 มีชื่อว่า https://www.facebook.com/siamnews.chanthaburi/

ลักษณะการสื่อสารของทั้งสองบัญชี คือ โพสต์ข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ลงในบัญชีส่วนตัวและแชร์ในบัญชีแฟนเพจ ลักษณะข่าว คือความเคลื่อนไหวในท้องถิ่น เช่น การจัดกิจกรรม งานการกุศล การท่องเที่ยว และอื่นๆ ซึ่งจะลงในรูปเล่มด้วยด้วยเช่นกัน ทั้งสองรูปแบบยังไม่มีการขายพื้นที่โฆษณา แต่มีเนื้อหาเชิงธุรกิจที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร เช่น เมื่อห้างร้านจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ภาพที่ 4 โดยนางสาวบุญยวีร์ ศรีประเสริฐ เป็นเจ้าของบัญชี ต่อมาในปี พ.ศ. 2559 จึงได้จัดทำเพจ https://www.facebook.com/pg/Siamnewstha

ภาพที่ 5

ตัวอย่างการทำงานของเฟซบุ๊กทั้งสองบัญชี

ภาพที่ 6 เป็นการโพสต์จากบัญชีส่วนตัวของผู้ใช้เฟซบุ๊ก

ภาพที่ 7 เป็นการแชร์เพื่อลงแฟนเพจ

ปัจจุบันแฟนเพจสยามนิวส์ มีผู้กดไลค์ 14 คน ขณะที่บัญชีส่วนตัวมีเพื่อนจำนวน 1,390 คน นางสาวบุญยวีร์ ศรีประเสริฐ อธิบายว่า (สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2559) การโพสต์จากบัญชีส่วนตัวสะดวกกว่า ส่วนแฟนเพจทำไว้เผื่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เนื่องจากภารกิจการทำหน้าที่สื่อ และธุรกิจส่วนตัว ทำให้ไม่สามารถพัฒนาทางด้านนี้ได้อย่างจริงจัง แต่ก็จะไม่ทิ้งบทบาทหน้าที่นี้ไป

เปรียบเทียบเนื้อหาของหนังสือพิมพ์จากอดีตถึงปัจจุบัน จากการวิเคราะห์เนื้อหาทั้ง 3 ยุค ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สยามนิวส์ จันทบุรี พบว่า เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ได้เปลี่ยนไปดังนี้

ประเภท \ ยุค	1	2	3
สถานการณ์ท้องถิ่น	27.01 (2)	21.55 (2)	21.43 (2)
การเมือง	15.33 (3)	12.07 (3)	7.14
สังคม	27.20 (1)	30.60 (1)	25.51(1)
ความรู้	7.66	12.07 (3)	16.33 (3)
บันเทิง (ขำขัน)	3.83	7.76	11.22
ท่องเที่ยว/วัฒนธรรม	4.02	1.29	4.08
เศรษฐกิจ/ธุรกิจ	2.30	1.72	0

ประเภท \ ยุค	1	2	3
สัมภาษณ์/บุคคล	3.83	5.60	2.04
กีฬา	5.36	3.02	2.04
ธรรมะ	0.96	3.88	7.14
ข่าวระดับชาติ	2.49	0.43	3.06
รวมทั้งหมด	98		

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่าแม้รูปแบบการนำเสนอจะเปลี่ยนแปลงไป แต่ข่าวสังคม เป็นข่าวที่มีเนื้อหามากที่สุดในทุกยุคของหนังสือพิมพ์ ตามด้วยข่าวสถานการณ์ท้องถิ่น ซึ่งทั้ง 2 ข่าวมีความสอดคล้องกัน คือ เป็นข่าวที่เกิดขึ้นเฉพาะท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรีเท่านั้น ขณะที่ข่าวการเมือง ซึ่งมักอยู่ในรูปแบบการวิเคราะห์วิจารณ์ และรายงานสถานการณ์ถูกลดจำนวนอย่างมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากความเปราะบางของการเมือง โดยเนื้อหาที่ถูกนำเสนอขึ้นมาแทนคือ “ความรู้”

ตัวเลขที่น่าสนใจต่อมาคือ บันเทิงคดี หรือ ขำขัน จากจำนวนร้อยละ 3.86 ในยุคแรก กลับขึ้นมาเป็นร้อยละ 11.22 ทั้งที่จำนวนหน้าถูกลดลงอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับบทความเรื่องธรรมะ ที่เนื้อหาในปัจจุบันมีสัดส่วนพุ่งขึ้นมาที่ 7.14 ขณะที่สัมภาษณ์/ บุคคล ซึ่งได้รับการชูเป็นจุดเด่น กลับมีพื้นที่ลดน้อยลงอยู่ที่ร้อยละ 2.04 กล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สยามนิวส์ (จันทบุรี) มีเนื้อหาที่มุ่งเน้นนำเสนอเหตุการณ์ในท้องถิ่นเป็นหลัก และจะนำเสนอข่าวระดับชาติในวาระแห่งชาติเท่านั้น โดยเนื้อหาที่มุ่งนำเสนอเป็นหลัก คือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นจันทบุรี แม้ว่าในยุคแรกจะเคยวางจำหน่ายในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และตราด ด้วย

อภิปรายผลการวิเคราะห์เนื้อหา

การเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) ที่แบ่งได้เป็น 3 ยุค มีข้ออภิปรายที่น่าสนใจ คือการเปลี่ยนแปลงที่สะท้อนยุคสมัย ทั้งบทบาทภายนอกและภายใน โดยในยุคที่ 1 ยุคสร้างชื่อ หรือยุคปลูกฝังอุดมการณ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 – พ.ศ. 2548 เป็นยุครุ่งเรืองของสื่อสิ่งพิมพ์ มีสื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเป็นสื่อที่มีอิทธิพลและได้รับความสนใจจากสังคม (สุรัตน์ นุ่มนนท์, 2530) เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) ในยุคนี้ จะมีความคล้ายคลึงกับหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณระดับชาติ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ นำเสนอพาดหัวข่าว และข่าวหน้าหนึ่ง ด้วยข่าวที่มีความตื่นเต้น เร้าใจ เร้าอารมณ์ โดยที่เนื้อหาด้านในจะหลากหลายตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในท้องถิ่น เป็นยุคที่มียอดจำหน่ายสูง และผู้รับสารเลือกซื้อพร้อมใบตรวจสลากลอตเตอรี่ ตามกำหนดการวางขายที่ตรงกัน จนเป็นที่รู้จักในชื่อหนังสือพิมพ์หวยออก

ในยุคที่ 2 ยุคปรับตัวของหนังสือพิมพ์ เป็นยุคการมาถึงของอินเทอร์เน็ตที่กว้างขวางและเข้าถึงผู้คนมากขึ้น การเรียนการสอนเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมสูง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เห็นได้ชัด คือ ปรากฏการณ์เฟื่องฟูของร้านอินเทอร์เน็ตซึ่งให้บริการรายชั่วโมง สอดคล้องกับการเปลี่ยนของหนังสือพิมพ์ ซึ่งภายนอกปรับขนาดให้เป็นแบบแทบลอยด์ ภายในปรับเนื้อให้เป็นรูปแบบข่าวเชิงวิเคราะห์ และสัมภาษณ์ซึ่งไม่สามารถค้นอ่านได้จากอินเทอร์เน็ต ยุคนี้อินเทอร์เน็ตถูกใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและใช้งานส่วนบุคคลมากกว่าการเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ ที่มีการส่งต่อข้อมูลมหาศาล สื่อสิ่งพิมพ์จึงยังคงสร้างความแตกต่างและเป็นที่นิยมอยู่

แต่เมื่อมาถึงยุคที่ 3 ของหนังสือพิมพ์ คือยุคเชื่อมโยงสื่อโซเชียลและสิ่งพิมพ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน พบว่าเป็นยุคที่การสื่อสารออนไลน์เฟื่องฟูอย่างที่สุด คำว่า “โลกไร้พรมแดน” เกิดขึ้นจริงผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่มาจากหลายแหล่ง หลายรูปแบบ และกระจายได้อย่างรวดเร็ว ที่สำคัญคือผู้รับสารสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อได้ด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับความสามารถดังกล่าว รูปแบบสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นจากประชาชน เรารู้จักกันในชื่อสื่อพลเมือง (citizen media) ข้อมูลความรู้ หรือข้อมูลส่วนบุคคล กลายเป็นสิ่งที่สามารถค้นหาได้อย่างง่ายดายและสะดวกสบาย สื่อสิ่งพิมพ์ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคนี้ไม่เพียงแต่ต้องต่อสู้เพื่อรักษาสถานะของสื่อ และสถานะทางธุรกิจ แต่ยังต้อง “ยอมรับ” ความเปลี่ยนแปลง และเตรียมพร้อมสำหรับทาง “ลง” สยามนิวส์ (จันทบุรี) ในยุคนี้ จึงเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ทั้งเนื้อหาที่ปริมาณของข่าวแต่ละประเภทเปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นนำเสนอข่าวสังคม และสถานการณ์ท้องถิ่น แต่ข่าวการเมืองที่เคยมีพื้นที่มากเป็น

ลำดับที่ 3 มาทั้ง 2 ยุค กลับอยู่ในอันดับ 5 ร่วมกับข่าวธรรมะ (ซึ่งข่าวธรรมะกลับมีพื้นที่เพิ่มขึ้นจาก 2 ยุคที่ผ่านมา) โดยเนื้อที่ได้พื้นที่มากขึ้น คือเนื้อหาที่ให้ความรู้ และบันเทิง (ขำขัน) สะท้อนให้เห็น "ความต้องการของผู้บริโภค" ที่เปลี่ยนแปลงไป ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม และเป็นสถานการณ์เดียวกันกับหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนระดับชาติอื่น ๆ ต้องเผชิญ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากสถานการณ์ทางการเมืองซึ่งไม่อาจวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างเสรีดังอดีต และการที่ผู้รับสาร เบื่อหน่ายการเมือง

อภิปรายผลบทบาทหน้าที่และจริยธรรมสื่อมวลชนท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ จันทบุรี มีบทบาทหน้าที่และจริยธรรมสื่อมวลชน ที่สอดคล้องกับทฤษฎีต่าง ๆ ตามแนวคิดและทฤษฎีขององค์กรต่าง ๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับชาติ อาทิ ประกาศจรรยาบรรณหนังสือพิมพ์ โดยบรรณาธิการทั่วราชอาณาจักร 2519 (2519, อ้างถึงใน ยุพา สุภากุล, 2540: 58-59) ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งหนังสือพิมพ์ พ.ศ. 2541 (2541, อ้างถึงใน ปุณณรัตน์ พิงคานนท์, 2548:277-280) (ข้อ 1-3 อธิบายลักษณะของข้อบังคับ) จริยธรรมวิชาชีพของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2552) ซึ่งบทบาทดังกล่าวก็เป็นที่รับรู้ในผู้รับสาร แต่มีข้อควรอภิปรายเกิดขึ้นคือกรณีของการนำเสนอข่าวผู้ประสบเหตุเสียชีวิตโดยไม่เบลอหน้า ซึ่งไม่สามารถสืบค้นว่าเกิดจากเหตุใด และได้รับการอนุญาต หรือมีการแก้ไขให้ถูกต้องหลังจากนั้นหรือไม่

บทบาทต่อมาที่เกิดกรณีศึกษาขึ้น คือการถูกแทรกแซงโดยผู้มีอิทธิพล โดยหนังสือพิมพ์สามารถดำเนินกิจการโดยรักษาชื่อเสียงต่อไปได้โดยใช้กลวิธีการยอมให้ตรวจสอบความโปร่งใส ข้อเท็จจริงที่น่าศึกษาถึงสาเหตุการไม่ถูกแทรกแซงต่อมา คือการนำเสนอทางการเมืองที่ใช้วิธีนำเสนอข้อมูลทั้งสองฝ่าย และให้ความสำคัญต่อบทบาทการเมืองของสองขั้วอำนาจที่แตกต่างอย่างเท่าเทียม นอกจากนั้นยังพบว่ามีสถานะส่วนตัวที่เอื้อต่อการปกป้องสถานภาพและศักดิ์ศรีของหนังสือพิมพ์ นั่นคือการมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้มีอิทธิพลทางการเมือง จึงอาจเป็นปราการสำคัญที่ทำให้ไม่ถูกกลั่นแกล้งหรือแทรกแซง ดังที่ผลวิจัยของสุกัญญา บูรณเดชาชัย (2553) ระบุไว้ ว่าพบว่าหนังสือพิมพ์ภาคตะวันออกมีปัจจัยด้านรายได้และถูกแทรกแซง ข่มขู่จากผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นที่ขัดขวางการพัฒนาสถานภาพของหนังสือพิมพ์

อภิปรายผลผลการวิจัยเชิงสำรวจการรับรู้บทบาทหน้าที่และจริยธรรมในผู้รับสาร

ผลการรับรู้บทบาทหน้าที่และจริยธรรมของสื่อมวลชนท้องถิ่น หนังสือพิมพ์สยามนิวส์ (จันทบุรี) ในผู้รับสาร พบว่าบทบาทที่ผู้รับสารเชื่อถือ ไว้วางใจและมั่นใจว่าเป็นบทบาทหน้าที่และจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) มากที่สุด 3 ลำดับคือ (ลำดับที่ 1) บทบาทการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของท้องถิ่น (ลำดับที่ 2) ยกย่องคุณงามความดีของคนที่ประกอบกิจกรรมเพื่อประโยชน์ท้องถิ่น และ (ลำดับที่ 3) ให้ความรู้ ให้ความบันเทิงและแจ้งข่าวสาร

เป็นบทบาทที่หนังสือพิมพ์นำเสนออย่างต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลา 33 ปีของการดำเนินกิจการ มีความต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และเป็นบทบาทที่ถูกถ่ายทอดลงในสื่อโซเชียล ช่องทางการสื่อสารล่าสุดของหนังสือพิมพ์ ซึ่งเลือกจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารแค่เพียงบางส่วน ทั้งสามลำดับของบทบาทที่ผู้รับสารรับรู้ คือบทบาทที่อยู่ในทุกยุคสมัยและทุกสื่ออย่างแท้จริง จึงอภิปรายผลได้ว่า แม้หนังสือพิมพ์จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบถึง 2 ครั้ง มีความแตกต่างของเนื้อหาภายในและภายนอกทั้ง 3 ยุค ได้รับความนิยมลดน้อยลง แต่บทบาทที่มุ่งนำเสนอได้รับการรับรู้จากผู้รับสารเสมอมา สมดังเจตนาและความตั้งใจแรกของการก่อตั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี)

จากผลการวิจัยทั้งหมดที่สอดคล้องกันแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี) มีบทบาทหน้าที่และจริยธรรมที่โดดเด่น โดยนำเสนอผ่านทางเนื้อหาของการรายงานข่าวตามบทบาทหน้าที่สื่อมวลชนท้องถิ่น และผู้รับสารรับรู้บทบาทดังกล่าวเป็นอย่างดี หนังสือพิมพ์บรรลุเป้าหมายของการจัดทำ แต่ผู้รับสารที่อ่านเป็นประจำมีเพียงร้อยละ 7.7 นอกเหนือจากนั้นเป็นการอ่านนานๆ ครั้ง และเคยอ่านแค่ 1-2 ครั้ง บทบาททางสังคมตอนนี้จึงไม่ได้เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม แต่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากผู้รับสาร และสามารถรักษาบทบาทของสื่อมวลชนที่ดีไว้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัญญา บูรณเดชาชัย. (2552). *สถานภาพและบทบาทการสื่อสารเพื่อความเป็นพลเมืองของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในภาคตะวันออก.* มหาวิทยาลัยบูรพา.

กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชนและแนวทางการศึกษา.* กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

ฐิติ วิทยาสนณะ. (2545). *บทบาทและการดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์.* มหาวิทยาลัยรังสิต.

ฑิติยา เปลี่ยนเฉย. (2545). *หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับการกำหนดวาระข่าวสารด้านสิทธิพลเมือง*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ทศพล คุ้มสุพรรณ. (2552). *ลักษณะการบริหารงานหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเขตภาคเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาธรรมศาสตร์.

บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, อังธิดา ลิมป์ปัทมปาณี และคณะ. (2552). *สถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.

ยุพา สุภากุล. (2540). *การสื่อสารมวลชน.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สุกัญญา บูรณเดชาชัย. (2553). สำรวจสถานภาพการดำรงอยู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ภาคตะวันออกในปัจจุบัน. *รายงานการประชุม การประชุมวิชาการเวทีวิจัยมนุษย์กับสังคม 53* (น. 44-61). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุระเชษฐ์ สุทธิบุตร. (2548). *บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต่อการเมืองท้องถิ่นกรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดสระบุรี.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรัตน์ นุ่มนนท์. (2530). *หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยศึกษาจากอดีต คู่มือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.

ภาษาอังกฤษ

Croteau, D., & Hoynes, W. (2000). *Media/Society: Industries, Images, and Audiences* (2nd ed.). United States of America: Saga Publications Ltd.

Frank W. Rucker, & Herbert Lee Williams. (1974). *Newspaper Organization and Management*. (4th ed.). South Africa: The Iowa State University Press.

ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสยามนิวส์ (จันทบุรี). (2560). *Siamnews Chanthaburi.* เข้าถึงได้จากhttps://www.facebook.com/siamnews.chanthaburi