



# การปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ ในยุคคอนเวอร์เจนซ์

๒๑๒๐๓๕



ณัฐพงษ์ สายพิน

อาจารย์  
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงความอยู่รอดของสื่อสิ่งพิมพ์ อยู่เป็นระยะว่าจะอยู่รอดได้หรือไม่ ภายใต้ยุคคอนเวอร์เจนซ์ที่มีสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต หมุนวนรอบตัวตลอดเวลา สื่อใหม่นี้ทำให้พฤติกรรม การรับข่าวสารของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เพราะสื่อใหม่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาในการรับสาร จึงสามารถรับข่าวสารเมื่อไหร่ก็ได้ อีกทั้งยังสามารถเลือกวิธีรับสารได้หลากหลายอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการอ่าน การดู หรือการฟัง เป็นต้น จึงเกิดคำถามตามมาว่า แล้วผู้ผลิตสารทางสื่อสิ่งพิมพ์ จะมีการปรับตัวอย่างไร เพื่อให้อยู่รอดได้ในยุคคอนเวอร์เจนซ์นี้

## สื่อสิ่งพิมพ์เดิม

สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เป็นสื่อที่นิยมใช้กันมาก ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานของเอกชน เพราะสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการได้อย่างแท้จริง สามารถค้นคว้าได้อย่างสะดวกสบาย สามารถอ่านซ้ำไปซ้ำมาได้ตามที่ต้องการ

ในส่วนของการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้น วัสดุสิ่งพิมพ์ (Printed Materials) ที่ได้รับการผลิตขึ้นด้วยกระบวนการพิมพ์ระบบต่างๆ ลงบนกระดาษหรือวัสดุอื่น ออกมาเป็นสำเนาที่จับต้องได้เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่าน โดยได้ถูกจัดแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ ทางการสื่อสาร เช่น หนังสือ นิตยสาร หรือสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เป็นต้น

หากพูดถึงหนังสือพิมพ์แล้ว จัดว่าเป็นสื่อมวลชนดั้งเดิม เกิดขึ้นมาก่อนสื่อมวลชนอื่น ทั้งวิทยุและโทรทัศน์ ถ้ากล่าวเฉพาะในสังคมไทย ผู้คนมักเริ่มต้นนับหนึ่งกันตรงหนังสือพิมพ์ “บางกอกเรคคอร์ดเดอร์” (The Bangkok Recorder) หรือ “หนังสือจดหมายเหตุ” ซึ่งเป็นผลงานของมิชชันนารีชาวอเมริกัน ชื่อ หมอบรัดเลย์ (Dr. Dan Beach Bradley) โดยถือกันว่า ฉบับปฐมฤกษ์ของหนังสือพิมพ์บางกอกเรคคอร์ดเดอร์ ในวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2387 คือการปกหมุดแรกของประวัติศาสตร์หนังสือพิมพ์ไทย ก่อนที่จะมีการพัฒนาจนเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ต่อมาในปัจจุบัน



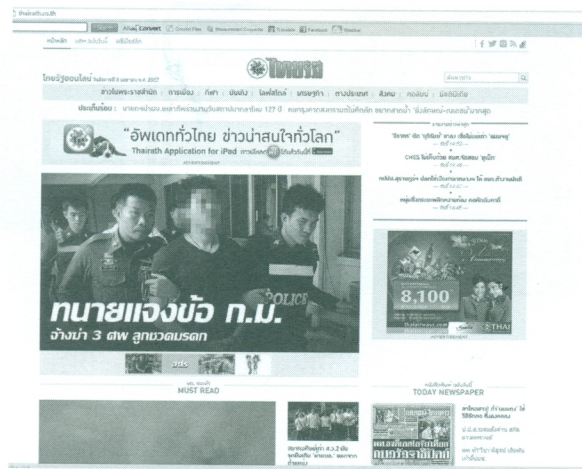
ภาพที่ 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐแบบดั้งเดิม

## สื่อดั้งเดิม - สื่อใหม่

มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) กล่าวว่า “สื่อใหม่” (New Media) เป็นช่องทางสื่อที่อาศัยศักยภาพของเทคโนโลยี การสื่อสารไร้สายทุกรูปแบบในการส่งผ่านเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูล สารสนเทศ ฯลฯ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็สามารถสื่อสารกับผู้ส่งสารและมีปฏิสัมพันธ์กันได้ทุกสถานที่ ทุกเวลาตราบที่มีความพร้อมทางเศรษฐกิจในการเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์

“อินเทอร์เน็ต” (Internet) เป็นสื่อใหม่ที่ได้รับการนิยามอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน ทำให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันทั่วโลกได้สะดวกและรวดเร็ว ในหลากหลายบริการและวัตถุประสงค์ อาทิ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (E-newspaper) หรือ วารสารศาสตร์อิเล็กทรอนิกส์ (E-journalism) ในรูปแบบอื่นๆ เป็นต้น

การเกิดขึ้นของสื่ออินเทอร์เน็ต ย่อมก่อผลกระทบต่อเนื่องตามมา แต่จะเป็นไปในมิติใดบ้างคงต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ อย่างไรก็ตามสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนในวันนี้คือการทำให้



ภาพที่ 2 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับออนไลน์

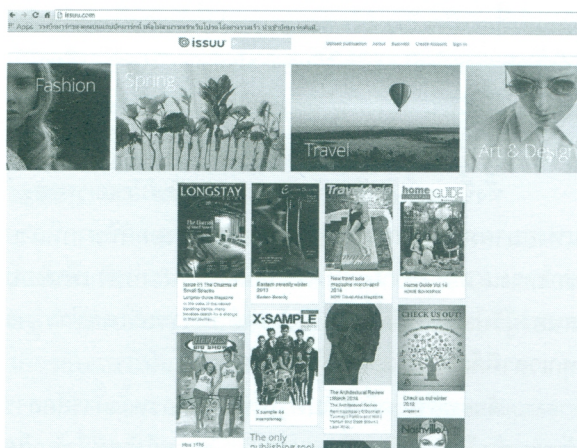
สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ฯลฯ จำต้องปรับตัวก้าวสู่โลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังเช่นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นอกจากจะมีฉบับดั้งเดิมแบบเป็นกระดาษที่จับต้องได้แล้ว ยังต้องมีแบบฉบับออนไลน์ควบคู่ไปด้วย ทุกวันนี้เราเห็นคนรุ่นใหม่เลือกเสพรับสื่อได้ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถเลือกสรรเนื้อหาข้อมูลข่าวสารได้ตามใจชอบ (Content-on-demand) นั่นเป็นก้าวแรกของการเปลี่ยนผ่านของสื่อดั้งเดิมกลายเป็นสื่อใหม่ (New media)

## สื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

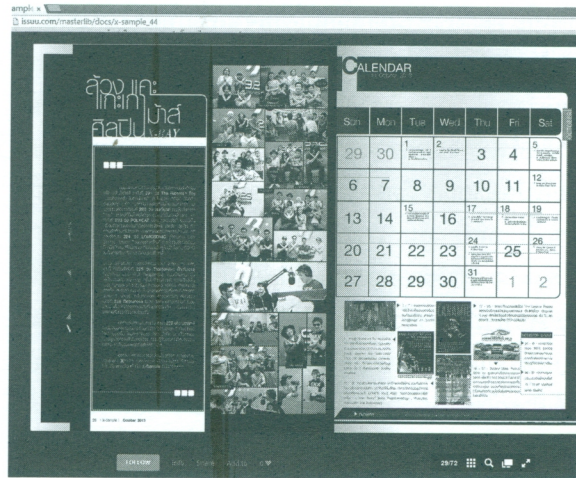
เมื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมมากขึ้น บริษัท ไมโครซอฟต์ (Microsoft) ได้ผลิตเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาเพื่อคอยแนะนำในรูปแบบ HTML Help ขึ้นมา มีรูปแบบของไฟล์เป็น .CHM โดยมีตัวอ่านคือ Microsoft Reader (.LIT) ตั้งแต่นั้นมาโลกออนไลน์ก็ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน บริษัทผู้ผลิตโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวนมาก ได้พัฒนาโปรแกรมจนกระทั่งสามารถผลิตเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ออกมาเป็นลักษณะเหมือนกับหนังสือทั่วไปได้

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้งานในคอมพิวเตอร์ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ Document Formats, E-book for tablet หรือแม้แต่ในแพลตฟอร์มอื่นๆ ความแตกต่างจากสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิมที่เห็นได้ชัดเจน คือ สามารถแทรกข้อความ แทรกภาพ จัดหน้าหนังสือได้ตามความต้องการของผู้ผลิต และที่พิเศษกว่านั้นคือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ สามารถสร้างจุดเชื่อมโยงเอกสาร (Hypertext) ไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกได้ อีกทั้งยังสามารถแทรกเสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ ลงไปในหนังสือได้ โดยคุณสมบัติเหล่านี้ไม่สามารถทำได้ในหนังสือทั่วไป

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ทั่วโลก ต่างต้องลุกขึ้นมาปรับตัวครั้งใหญ่ เช่น วงการหนังสือพิมพ์จากเดิมที่เป็น “หนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ” ก้าวสู่การเป็น “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” เช่นเดียวกับวงการนิตยสารที่มีการปรับตัวในการเพิ่มพื้นที่ในการสื่อสารกับผู้บริโภค นอกจากการผลิตออกมาเป็นฉบับที่สามารถจับต้องได้ ยังเป็นช่องทางในการเพิ่ม “เม็ดเงิน” ให้กับธุรกิจบนเว็บไซต์ อย่างเช่น เว็บไซต์ [www.issuu.com](http://www.issuu.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ให้บริการสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ทั้งเอกสาร หนังสือ หรือนิตยสาร ที่มีผู้ผลิตหันมาให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 3 เว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ [www.issuu.com](http://www.issuu.com)



ภาพที่ 4 รูปแบบการเปิดอ่านของสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์

สำหรับสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในที่นี้ จะถูกแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการอ่านนั้นสามารถจะเปิดอ่านทีละหน้า (Flip book) ผ่านหน้าจอกอมพิวเตอร์หรือแพลตฟอร์มอื่นๆ สามารถขยายเข้า (Zoom in) หรือขยายออก (Zoom out) ในแต่ละหน้าได้ ทั้งนี้ผู้อ่านสามารถดาวน์โหลดไฟล์เพื่อเก็บไว้ในรูปแบบไฟล์ PDF และสามารถสั่งพิมพ์เป็นกระดาษได้อีกด้วย

## การปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์

วรพันธ์ โลกิตสถาพร นายกษมาคมผู้จัดการพิมพ์และผู้อำนวยการหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) กล่าวว่า ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปี พ.ศ. 2556 เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและบันเทิงซึ่ง แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับแบบเรียน คู่มือ วิชาการ ยังคงอยู่ในความต้องการของตลาดมีการใช้หนังสือหมวดนี้พอสมควร แต่มีอุปสรรคคือไม่สามารถเพิ่มราคาต่อปกได้เนื่องจากงบประมาณทางด้านนี้ยังมีจำกัดและจำนวนการสั่งซื้อหรือการใช้ยังไม่ขยายตัว ส่วนทางด้าน หนังสือเล่ม มีภาวะต้นทุนสูงขึ้นนับแต่ต้นทางทั้งต้นทุนการผลิต การเพิ่มขึ้นของราคากระดาษจากปีที่ผ่านมาโดยยังทยอยขึ้นเป็นช่วง ๆ ค่าแรงขั้นต่ำที่เพิ่มเป็น 300 บาท มีผลกับส่วนงานที่ยังมีบุคลากรที่ใช้แรงงานแม้จะไม่มาก อย่าง คลังสินค้า ธุรกิจ การจัดการต่างๆ ซึ่งสำนักพิมพ์ต้องมีการค่าจ้างขึ้น ส่วนปลายน้ำนับแต่กระบวนการขนส่งไปยังร้านหนังสือ การจัดจำหน่ายและร้านหนังสือซึ่งสะท้อนออกมา ในรูปการขอขึ้นค่าโลจิสติกส์

การใช้บุคลากรจำนวนมากในส่วนจากร้านหนังสือยังเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เห็นแนวโน้มของการขึ้นราคาของหนังสือ สิ่งเหล่านี้ทำให้การเลือกซื้อสินค้ามีความระมัดระวัง

มากขึ้น อย่างเช่น เลือกซื้อหนังสือจากค่ายหนังสือที่โดดเด่น  
ตรงใจเท่านั้น การซื้อต่อครั้งลดลง การเลือกซื้อใช้เวลายาวนาน  
มากขึ้น ทำให้ทั้งสำนักพิมพ์และร้านหนังสือต้องปรับตัว  
ทำสินค้าให้ตรงใจผู้อ่านมากยิ่งขึ้นและยังไม่สามารถขึ้นราคา  
สินค้าได้มากนัก ต้องอาศัยการขยายฐานจำนวนคนอ่านให้  
มากขึ้นแทน

จากปีที่ผ่านมาและต่อเนื่องมาในปีนี้สิ่งสะท้อนในภาพ  
รวมคือ การล้มหายไปของสำนักพิมพ์ขนาดเล็กจำนวนมากกว่า  
60 แห่ง ทำให้เห็นการแข่งขันอย่างรุนแรงในธุรกิจ ขณะเดียวกัน  
มีผู้เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนี้  
ยังสามารถเติบโตได้โดยอาศัยช่องว่างของตลาดที่ยังมีอยู่มาก

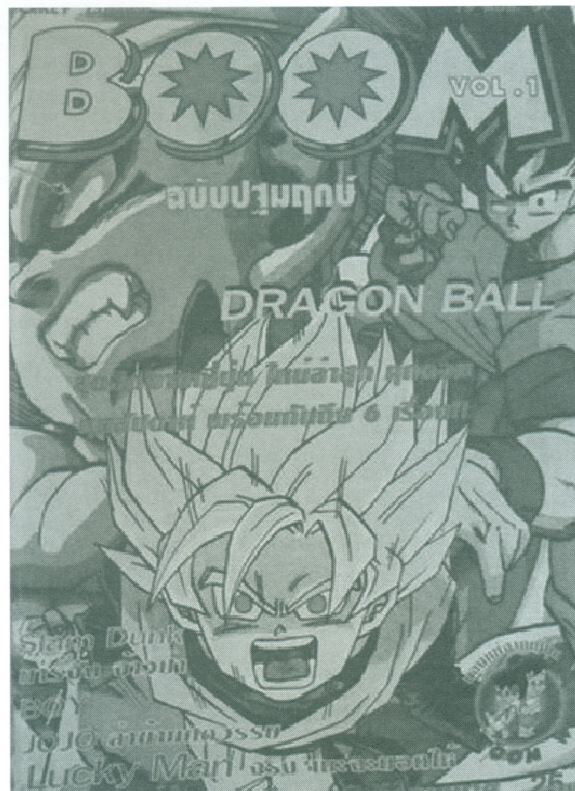
สิ่งเหล่านี้มองย้อนกลับไปพบว่าสำนักพิมพ์มีการ  
ปรับตัว การทำหนังสือตรงแนวกับทิศทางการตลาด มีความ  
แม่นยำในการทำหนังสือมากขึ้น สร้างแบรนด์ ซึ่งสะท้อน  
ออกมาจากจำนวนหนังสือที่ผลิตออกมาเพิ่มมากขึ้นและเป็น  
แนวที่ตลาดต้องการไม่ใช่แนวที่สำนักพิมพ์ถนัดเป็นการสร้าง  
เอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว”

ไม่นานมานี้ในบ้านเราก็มีการปิดตัวลงของสำนักพิมพ์  
หลายแห่ง และนั่นไปที่บริการทางสื่อใหม่และแพลตฟอร์ม  
อื่นๆ แทน จากกรณีที่มีการเสข่าวว่าว่านิตยสารบูม (BOOM)  
นิตยสารการ์ตูนรายสัปดาห์ที่มีการตีพิมพ์มาหลายสิบปี  
จะปิดตัวลง ล่าสุดได้มีการเผยแพร่แถลงการณ์ผ่านเว็บไซต์  
เอ็มไทยดอทคอม (www.mthai.com) ของนิตยสาร BOOM  
ฉบับสุดท้ายก่อนที่จะปิดฉากลงอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่  
26 มีนาคม 2557 ที่ผ่านมา โดยทางสำนักพิมพ์เผยแพร่สาเหตุ  
ที่ต้องทำให้หยุดการผลิต เนื่องจากพฤติกรรมของผู้อ่าน  
เปลี่ยนไป ไปอ่านฟรีตามเว็บไซต์กันมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็น  
การ์ตูนที่ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ แต่ผู้อ่าน  
ส่วนใหญ่ถือความสะดวกจึงทำให้ยอดขายนิตยสารบูมลดลง  
ส่วนการ์ตูนลิขสิทธิ์ฉบับรวมเล่มนั้นยังมีการตีพิมพ์เช่นเดิม  
ทั้งนี้ทางสำนักพิมพ์คาดหวังว่าในอนาคตอาจจะมีการทำ  
นิตยสารบูมในรูปแบบอื่นเพื่อให้กลับมาอยู่ในวงการการ์ตูน  
ได้อีกครั้ง

ที่ผ่านมาเราเห็นแต่สื่อหนังสือพิมพ์ขยับตัวก้าวสู่โลก  
ของสื่อใหม่ด้วยการเปิดเว็บไซต์ของตัวเอง บางค่าย บาง  
ฉบับอาจจะย่อส่วนหนังสือพิมพ์จริงลงในเว็บไซต์ เช่น ไทยรัฐ  
บางค่าย บางฉบับอาจจะผลิตข่าวสารข้อมูลบางอย่างเป็นการ  
เฉพาะสำหรับผู้บริโภคในโลกอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว  
หรืออาจจะนำข้อมูลข่าวสารของตนไปนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ

### การหลอมรวมกันของสื่อ

นักวิชาการด้านสื่อหลายท่านวิเคราะห์ว่า องค์กรสื่อ  
สิ่งพิมพ์โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์กำลังอยู่ในระหว่างการปรับตัว



ภาพที่ 5 ปกนิตยสารบูม (BOOM) นิตยสารการ์ตูน  
รายสัปดาห์ ฉบับปฐมฤกษ์

คนอ่านหนังสือพิมพ์มีจำนวนลดลง เพราะมีสโมบายและ  
วิถีชีวิตของคนเสพข่าวเปลี่ยนไป ดังนั้นจึงเริ่มเคลื่อนย้ายการ  
ลงทุนไปสู่ด้านเทคโนโลยี (Technology Investment) และ  
การดำเนินการทางการตลาด รวมทั้งพยายามทำความเข้าใจ  
กลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบและเข้าถึงอย่างมีประสิทธิภาพ  
ด้วยการปรับเนื้อหา ลีลา และรูปแบบการนำเสนอ รวมทั้ง  
เพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

ภาษาวิชาการเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า “การหลอมรวม  
กันของสื่อ” (Media Convergence) ซึ่งหมายถึงองค์กรสื่อ  
ได้ขยายครอบคลุมธุรกิจสื่อหลายประเภท ในเวลาเดียวกัน  
การร่วมมือกันระหว่างองค์กรในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน และ  
งานข่าวที่มีเนื้อหาออกหลากหลายช่องทาง

ทั้งนี้แนวโน้มดังกล่าวถูกมองว่าเป็นวารสารศาสตร์  
แห่งอนาคต การรายงานข่าวเน้นข่าวเดียวออกหลากหลาย  
ช่องทาง (One Content, Multiple Platforms) เพื่อตอบ  
สนองผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปที่ต้องการบริโภคข่าวสาร  
ทุกเวลาที่ต้องการ

ด้วยพลังของสื่อใหม่ทำให้พัฒนาการทางการสื่อสาร  
ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปมากจนถึงจุดที่สื่อทุกสื่อ  
สามารถหลอมรวมเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอเนื้อหาภายในสื่อ  
ชนิดเดียวกัน “Convergence Journalism” คือ การ

หลอมรวมสื่อในงานวารสารศาสตร์ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ ทีวี ออนไลน์ และอื่นๆ หมายรวมถึงสื่อใหม่ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

อีริค บีเยอราเกอร์ (Eric Bjerager) ประธานการประชุมบรรณาธิการสื่อสิ่งพิมพ์โลก (World Editors Forum) ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มในยุคคอนเวอร์เจนซ์ในการประชุมเมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาโดยกล่าวว่า ห้องข่าวในอนาคตจะถูกขับเคลื่อนด้วย 5 เทรนด์หลัก ได้แก่

1) การเข้ามาของเทคโนโลยีเคลื่อนที่ทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตที่มียอดจำหน่ายสูงมาก และได้รับการตอบรับจากคนรุ่นใหม่ส่งผลต่อเนื่องถึงพฤติกรรมที่ทำให้การอ่านหนังสือพิมพ์ที่เป็นตัวเล่มลดลง และเสพเนื้อหาจากมือถือมากขึ้น

2) กระแสการใช้โซเชียลมีเดีย ทำให้คนหนุ่มสาวหันไปหาข้อมูลจากช่องทางเหล่านี้เพิ่ม และเริ่มมีผู้เข้ามาทวีตข่าวสารจากช่องทางดังกล่าวเพิ่มขึ้นเช่นกัน

3) แนววงของสื่อเริ่มปรับตัวด้วยการเล่าเรื่องราวข่าวสารต่างๆ อย่างมีนวัตกรรม (Innovation Storytelling) เช่นที่ เดอะ นิวยอร์ก ไทมส์ เริ่มใช้วิธีการใหม่ๆ รายงานเรื่องราวในรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจของคนบนโลกดิจิทัลได้มากขึ้น

4) เทรนด์การใช้ข้อมูลวิเคราะห์เพื่อคาดการณ์พฤติกรรมของผู้คนและนำมาปรับปรุงวิธีการเสนอข่าวสาร และ

5) เทรนด์ของคอนเทนต์ดิจิทัลที่ต้องจ่ายเงิน ที่จะเป็นอนาคตและความอยู่รอดของธุรกิจสื่อที่กำลังเกิดขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับนายเดวิด โรวาน (David Rowan) บรรณาธิการนิตยสารไอร์แลนด์จากอังกฤษ เสริมว่า “รูปแบบของอุปกรณ์เคลื่อนที่ในอนาคตไม่ว่าจะเป็นอย่างไร หนังสือพิมพ์ต้องดูว่าจะเข้าไปมีส่วนร่วมได้อย่างไรบ้าง รายได้จากโฆษณาอย่างเดียวอาจไม่ใช่คำตอบ แต่สิ่งที่จะทดแทนได้ก็มีอีกหลายอย่าง เช่น รายได้จากความเห็นซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ การทำตัวเป็นที่ปรึกษา การทำมหาวิทยาลัย และการร่วมมือกับชุมชนต่างๆ บนเว็บไซต์ ซึ่งสิ่งสำคัญคือต้องมีนวัตกรรมเพื่อสร้างรายได้” นายโรวาน กล่าว

## แนวโน้มอนาคต

แม้ว่าเทคโนโลยีต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทต่อวงการสื่อสิ่งพิมพ์อย่างมากจนต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงได้ แต่ก็ยังมีผู้ตั้งคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคตของสื่อสิ่งพิมพ์มากมาย

ทั้งนี้ความเห็นของบรูโน จีอุสซานี (Bruno Giussani) (อ้างใน มาลี บุญศิริพันธ์ (2556)) นักหนังสือพิมพ์และนักเขียนประจำใน New York Times on the Web และหนังสือพิมพ์ในประเทศสวิสเซอร์แลนด์หลายฉบับเชื่อว่า

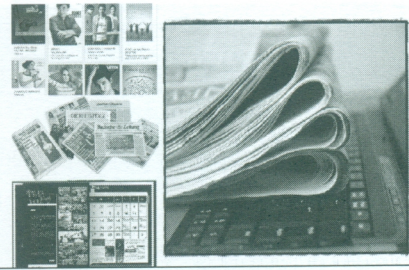
“อินเทอร์เน็ตจะไม่สามารถเป็นสื่อแทนที่สื่อวารสารศาสตร์ นอกจากจะเป็นช่องทางการสื่อสารในรูปแบบที่คุ้นเคยไปกับรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม ลักษณะหนังสือพิมพ์ออนไลน์แบบหลายมิติจะเอื้อโอกาสให้นักข่าวนักหนังสือพิมพ์สามารถนำเสนอเนื้อหาสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่หลากหลายโดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดด้านพื้นที่และความยาวของเนื้อหา ความหลากหลายนี้จะควบคู่ไปกับการขยายของเขตการสื่อสารในสื่อใหม่ พัฒนาการดังกล่าวอาจนำไปสู่ปรากฏการณ์ชุมนุมแบบใหม่ ซึ่งบทบาทของนักวารสารศาสตร์อาจปรับแปรเป็นผู้ให้บริการ (Facilitators) กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศการถกเถียงแลกเปลี่ยนทัศนะในประเด็นเรื่องที่สำคัญสำหรับกลุ่มต่างๆ ในแต่ละชุมชนได้”

คนรุ่นใหม่ในยุคคอนเวอร์เจนซ์มีแนวโน้มการใช้สื่อใหม่ (New Media) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ที่ต้องการการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วและมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบทันทีทันใดมากขึ้น บริษัทและสำนักพิมพ์ต่างๆ จึงพยายามหาวิธีปรับตัวและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ดังคำกล่าวของนายแพทริค แดเนียล Editor in Chief, English & Malay Newspaper, Singapore Press Holdings, Singapore ที่ได้กล่าวถึงทิศทางการปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ว่า “ทิศทางผู้บริโภคเริ่มย้ายไปสู่ออนไลน์เร็วมากขึ้น แต่รายได้จากเวอร์ชันออนไลน์ในปัจจุบันยังไม่สามารถรองรับต้นทุนของการทำข่าวได้ ดังนั้น แนวทางที่เป็นไปได้คือ หนังสือพิมพ์ที่เป็นตัวเล่มยังต้องมีอยู่ แต่ก็ต้องใช้ยุทธศาสตร์ที่ผสมผสานกับเวอร์ชันออนไลน์ด้วย...การปรับตัวของธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ต้องทำในขณะนี้ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุน การมองหารายได้ใหม่ หรือหารูปแบบใหม่ๆ ในการนำเสนอ”

การที่สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะพิเศษหลายประการจึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน แม้มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าการใช้สื่อสิ่งพิมพ์จะลดน้อยลงและจะหายไปเนื่องจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะสื่อใหม่จะเข้ามาแทนที่ อย่างไรก็ตาม ข้อสังเกตข้างต้นยังไม่เป็นความจริงในเวลานี้ เพราะข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของสังคมไทย

นอกจากนี้ยังมีที่ว่างสำหรับนักวารสารศาสตร์รุ่นใหม่ๆ อย่างแน่นอน ขอเพียงมีทักษะอย่างรอบด้าน ชยัน ตั้งใจ รู้จักปรับตัวตามสภาพแวดล้อมในวงการสื่อสิ่งพิมพ์ก็จะอยู่รอดไม่ว่าจะในยุคคอนเวอร์เจนซ์หรือยุคใดก็ตาม





## ⇒ เอกสารอ้างอิง

- ข่าวเด่นประจำวัน. 2557. **ปิดฉาก ! BOOM** อย่างเป็นทางการ เหตุคนหันไปอ่านการ์ตูนบนเว็บฯ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://news.mthai.com/general-news/319495.html> (26 มีนาคม 2557).
- มานะ ตริริยาภิวัฒน์. 2552. **หนังสือพิมพ์แห่งอนาคต**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=259%3A2009-08-18-04-15-36&catid=46%3AAcademic&Itemid=7](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=259%3A2009-08-18-04-15-36&catid=46%3AAcademic&Itemid=7) (24 มีนาคม 2557).
- มาลี บุญศิริพันธ์. 2556. **วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รอบรู้เรื่องอาชีพ. 2556. **5 เทรนด์ใหม่ 'ยุคดิจิทัล' บิบบนหนังสือพิมพ์ปรับตัว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nationjobs.com/content/career/homebiz/template.php?conno=925> (24 มีนาคม 2557).
- วิรงรอง พรหมมี. 2556. **วารสารศาสตร์จะอยู่รอดหรือไม่...ในยุคคอนเวอร์เจนซ์**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.saisawankhayanying.com/s-report/journalism-of-the-future> (28 มีนาคม 2557).