

บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน¹

รุจน์ โกมลบุตร² และคณะ³

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” เป็นผลมาจากการศึกษาในหัวข้อเดียวกัน มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชื่อฉบับต่างๆ ของลำปาง ว่ามีการนำเสนอเป็นอย่างไร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วิธีการศึกษาคือ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชั้นนำ 4 ชื่อฉบับในจังหวัดลำปาง ได้แก่ คนเมืองเหนือ (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) แมงมุม (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) ลานนาโพสต์ (รายสัปดาห์ เน้นข่าวเศรษฐกิจการเมือง สังคม และอาชญากรรม) และ ลำปางนิวส์ (รายปักษ์ เน้นข่าวอาชญากรรม) ออกจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน 2561 รวม 6 เดือน ทั้งนี้จะพิจารณาข่าว บทความ และภาพข่าวที่ปรากฏในทุกหน้า ว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในปริมาณเท่าใด รูปแบบใด และมีเนื้อหาประเภทใด โดยมีหน่วยเป็นชิ้นและตารางนิ้ว

^{*} วันที่รับบทความ 12 มิถุนายน 2562; วันที่แก้ไขบทความ 19 มิถุนายน 2562; วันที่ตอบรับบทความ 21 มิถุนายน 2562.

¹ บทความนี้พัฒนามาจากการศึกษาเรื่องเดียวกัน ดำเนินการโดย โครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 6 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างวันที่ 17-25 พฤศจิกายน 2561 ที่จังหวัดลำปาง สนับสนุนโดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

² รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาวารสารศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้รับผิดชอบโครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 6.

³ สมาชิกของโครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 6 ที่ร่วมทำการศึกษา มี 7 คน ได้แก่ กรกมล ศรีวัฒน์ ธนวรรณ ขาวเทียมสังข์ พลิสฐ์ ชยาตุลชาติ พิทยา วิเศษสุนัน รมิตา ตั้งกุลบริบูรณ์ สมิตานัน หยงสตาร์ และ รุจน์ โกมลบุตร.

การศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 3.88 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยนำเสนอในรูปแบบ “บทความ” มากที่สุด ตามด้วย “ภาพ” และ “ข่าว” น้อยที่สุด รวมทั้ง นำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.68 ตามด้วยเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการท่องเที่ยวจากภาครัฐ) คิดเป็นร้อยละ 16.78 เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว) ร้อยละ 16.49 เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการท่องเที่ยวจากภาคประชาชน) ร้อยละ 4.24 และเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบจากการท่องเที่ยว) ร้อยละ 2.81 โดยไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดีจากการท่องเที่ยว)

หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด มีพื้นที่นำเสนอในรูปแบบบทความมากที่สุด มีพื้นที่การนำเสนอที่หน้า 1 มากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลมาจากนโยบายของ *ลานนาโพสต์* ที่ไม่ได้เน้นข่าวอาชญากรรมอย่างเดียวเหมือนหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ สื่อท้องถิ่นควรนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ให้ครบถ้วนและในปริมาณที่สมดุลกัน เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของลำปางมีความยั่งยืน

คำสำคัญ: หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ลำปาง

Roles of Local Newspaper in Lampang to Promote Sustainable Tourism

Ruj Komonbut et al.

Abstract

The article titled "Roles of Local Newspaper in Lampang to Promote Sustainable Tourism" is resulting from a research of the same subject. The research aims to study how the contents related to tourism are presented in different Lampang local newspapers. This study applies quantitative approach and uses roles of media and sustainable tourism as a framework.

The research methodology is to study the four highest circulated local newspapers in Lampang which are the *Kon Muang Neua* (published weekly, focus on criminal news), the *Mang Moom* (published weekly, focus on criminal news) the *Lanna Post* (published weekly, focus on economic, political, social and criminal news) and the *Lampang News* (published biweekly, focus on criminal news) published during January to June 2018, totally six months. The study reviewed all published news, articles and news photos associated with tourism in all pages; the amount presented; formats; and types. The analysis is in pieces and square inch.

The study reveals that all four local newspapers reporting on tourism, calculating at 3.88% of all contents. "Articles" are presented the most and followed by "photos" and "news" respectively. Regarding the presentation of content, the first category (general information) is presented the most with 59.68%, followed by the fifth category (tourism

management by government agencies) 17.68%, the second category (knowledge on tourism sites) 16.49%, the sixth category (tourism management by civil society) 4.24% and the fourth category (impacts of tourism) 2.81%. However, the content of the third category (benefits of tourism) does not exist.

Compared to the other three local newspapers, the *Lanna Post* has the best ratio in presenting contents associated with tourism; and has highest amount in presenting articles on the front page. These performances of the *Lanna Post* are the direct results of its policy in not focusing only on criminal news, unlike other local newspapers.

Recommendation from the study is that the local newspapers should increase the presentation on tourism in all categories with a proper balance. This is to promote sustainable tourism for Lampang.

Keywords: local newspaper, sustainable tourism, Lampang

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ได้รวบรวมเอาอุตสาหกรรมบริการสาขาต่างๆ ไว้ และนับเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาประเทศ หลายประเทศได้พัฒนากิจการท่องเที่ยวจนกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำรายได้ให้แก่ประเทศ (ดนัย บวรเกียรติกุล, 2549)

ในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เริ่มการรณรงค์ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” ขานรับนโยบายรัฐบาลปลุกกระแสท่องเที่ยวเมืองรอง หลังมีการประกาศลดหย่อนภาษีท่องเที่ยวเมืองรอง 15,000 บาทตลอดปี หวังเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวสู่เมืองรองและชุมชน โดยคาดว่าจะสร้างรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท (amazing ไทยเท่, 2561)

การรณรงค์ดังกล่าวทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวตามจังหวัดที่ระบุให้เป็นเมืองรองมากขึ้น รวมถึงจังหวัดลำปางที่มีสถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2559 จังหวัดลำปางมีนักท่องเที่ยว 0.90 ล้านคน และในปี 2560 มีนักท่องเที่ยว 1.21 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.43 ส่งผลให้มีรายได้เข้าสู่จังหวัดมากขึ้น ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) พบว่า ในเดือนเมษายน 2561 ลำปางมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 286.08 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่มีรายได้ประมาณ 260.97 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.62

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบในด้านบวก ได้แก่ สร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น คนมีงานทำในท้องถิ่น ไม่ต้องอพยพไปทำงานในเมืองอื่น ทำให้ครอบครัวและชุมชนไม่ต้องแยกกันอยู่ด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอาจมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจและสนใจในวัฒนธรรมของตนมากขึ้น หลายแห่งมีการศึกษาค้นคว้าและรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นมาใหม่ ช่วยต่อชีวิตให้แก่หัตถกรรมพื้นบ้าน ดนตรี ศิลปะการแสดง ฯลฯ มิให้สูญหายไป (Bruner, 1996)

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบในด้านลบนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอาชีพหลัก ค่าครองชีพสูง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) รวมทั้งทำให้การกระจายรายได้ไม่เป็นธรรมมากขึ้น เนื่องจากผู้ได้ผลประโยชน์เป็นคนเฉพาะกลุ่มและอาจเป็นคนจากต่างถิ่น การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของวัฒนธรรมดั้งเดิม วัฒนธรรมถูกนำมาดัดแปลงเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ทำให้สิ่งแวดล้อมเกิดความเสื่อมโทรม เกิดขยะมูลฝอย น้ำเน่าเสีย มลภาวะทางเสียงจากกิจกรรมการท่องเที่ยว มลพิษทางอากาศ (ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมลาย, 2558) จากสถานการณ์ผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ จึงอาจเป็นไปได้ว่า หากมีการจัดการการท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม อาจทำให้จังหวัดลำปางซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็น “เมืองที่ไม่หมุนไปตามกาลเวลา” เปลี่ยนไปจากเดิมจนสูญเสียเสน่ห์ของจังหวัดไป

เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวในจังหวัดให้คงเดิม ควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่น การสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงมีความสำคัญ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์วิถีชีวิตและธรรมชาติของท้องถิ่น (ธีระ อินทรเรือง, 2559)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจสังคมของพื้นที่ โดยมีการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ นโยบายต่างๆ ต้องมาจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้มีการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ที่ดีของท้องถิ่น และผลตอบแทนที่ยั่งยืนยาวของชุมชน (โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543: 6 อ้างถึงใน สุประภา สมนักพงษ์, 2551)

สุรินทร์ นันทโพธิ์ (2556) เสนอว่า การจัดการทรัพยากรของชุมชนที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วยความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ระบบเศรษฐกิจชุมชน กลไกผู้นำกลุ่มเครือญาติ เครือข่ายชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม จิตสำนึกส่วนร่วมของชุมชน และพลังชุมชน

ตัวอย่างของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่น่าสนใจ เช่น กรณีศึกษา ชุมชนตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นพื้นที่หนึ่งในชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน มีการจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลน้ำเขียว ที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งในด้านการวางแผนและการพัฒนา ถือเป็นหลักสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินงานและดำเนินชีวิตควบคู่กับการทำการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงการลดผลกระทบทางลบให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด โดยปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตำบลน้ำเขียวประสบผลสำเร็จคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) การบอกต่อ การโทรศัพท์ การประชุมต่างๆ และการประสานงานกับนักการเมืองท้องถิ่น (ศุภมาส แหวนวิเศษ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2560)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า สื่อสามารถเข้าไปมีบทบาทสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเช่นกัน ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) เสนอว่า สื่อมวลชนเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งในแง่ที่เป็นสิ่งที่สนองต่อความต้องการบางอย่างของสังคม หรือเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมในอดีต ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งที่มีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่สามารถกระจายข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือ หนังสือพิมพ์ มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) เสนอว่า หนังสือพิมพ์มีเนื้อหาในการอธิบายรายละเอียดของข่าวหรือเหตุการณ์มาก ประกอบกับความสามารถในการเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง ขณะที่ ณรงค์ สมพงษ์ (2543) เสนอว่า มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นถึงคุณค่าของหนังสือพิมพ์ในงานส่งเสริม และมีบทบาทต่อการนำเสนอความเห็นทางเศรษฐกิจและการเมือง นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่

ส่งเสริมยังใช้หนังสือพิมพ์ในการสื่อสารที่มั่นใจว่าจะส่งไปให้คนส่วนใหญ่ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีราคาถูก และมีอยู่ทั่วไปในท้องถิ่น

แม้ในปัจจุบันสถานการณ์ของสื่อสิ่งพิมพ์จะไม่ค่อยดีนัก แต่หนังสือพิมพ์ก็ยังเป็นสื่อหนึ่งที่มีความนิยม ไม่เว้นแม้แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่สามารถเข้าถึงคนในจังหวัดได้มาก และนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ใกล้ชิดคนในจังหวัดมากกว่าหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางที่เน้นนำเสนอข่าวในภาพรวมของประเทศ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทำให้ประชาชนในจังหวัดสามารถติดตามข่าวสารที่ใกล้ชิดกับวิถีชีวิต และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้ดีกว่าการติดตามข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ที่อาจจะนำเสนอข่าวใหญ่และไกลตัวมากกว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปางเองก็เป็นหนึ่งในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มผู้อ่านในจังหวัด และมีการจัดจำหน่ายเป็นสัปดาห์ หรือรายปักษ์ ทำให้เข้าถึงผู้อ่านได้อย่างเป็นประจำและต่อเนื่อง

การศึกษาในครั้งนี้จึงต้องการทราบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างไร มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างไร

เมื่อพิจารณารวมกับความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากงานของ สุนิสา ฉันทรัตนโยธิน (2546) ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2557) กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จานงศรี (2558) ธีระ อินทรเรือง (2559) และ Patcharin Jungprawate (2559) สามารถจัดประเภทของเนื้อหาที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ประชาสัมพันธ์เชิญชวนเพื่อให้คนในท้องถิ่นรวมถึงนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว

2. การให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น เช่น ประเพณี วิถีชีวิต รวมไปถึงสถาปัตยกรรม หัตถกรรม ศิลปะแขนงต่างๆ ในท้องถิ่น เพื่อจุดประกายให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวอยากเข้าไปทำความรู้จักกับสิ่งเหล่านั้นให้มากขึ้น และตระหนักถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่และรักษาไว้

3. การนำเสนอข้อดีที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยวต่อชุมชน เช่น รายได้จำนวนนักท่องเที่ยว สถิติทางเศรษฐกิจ เพื่อให้คนในท้องถิ่นมองเห็นข้อดีของการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นพัฒนาชุมชนตัวเองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

4. การนำเสนอเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวที่ทำให้สังคมในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เปลี่ยนไป การบุกรุกสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่อนุรักษ์ การประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่เปลี่ยนไปจากเดิม เพื่อให้คนในท้องถิ่นตระหนักว่า สังคมและสภาพแวดล้อมที่ตัวเองอาศัยอยู่ถูกทำลายไปมากน้อยแค่ไหน และต้องแก้ไขอย่างไร

5. การนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการจากภาครัฐ เพื่อป้องกันและคลี่คลายปัญหาอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยว แผนการจัดการกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้คนในท้องถิ่นมองเห็นและหันมาเร่งแก้ปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบกับการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นประสิทธิภาพของจังหวัดในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

6. การนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการจากภาคประชาชน ไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือระหว่างประชาชนด้วยกัน หรือประชาชนกับรัฐ เช่น นโยบายและโครงการพัฒนาชุมชนของรัฐที่สัมพันธ์กับความต้องการของชุมชน การรวมกลุ่มกันของชุมชนเพื่อทำกิจกรรมหรือผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ของชุมชน การรวมกลุ่มกันเพื่อหารือเกี่ยวกับความต้องการของคนในชุมชนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้คนในท้องถิ่นได้บอกความต้องการของชุมชนสู่สาธารณชน และเพื่อกระตุ้นให้คนเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนมากขึ้น

ในบทความเรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” นี้จะนำเสนอสัดส่วนและปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ทั้งในเชิงรูปแบบการนำเสนอหน้าที่น่าสนใจ และประเภทของเนื้อหา ว่าสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหรือไม่ อย่างไร

วิธีการศึกษาคือ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปางจำนวน 4 ชื่อฉบับ คือ *คนเมืองเหนือ* (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) *แมงมุม* (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) *ลานนาโพสต์* (รายสัปดาห์ เน้นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และอาชญากรรม) และ *ลำปางนิวส์* (รายปักษ์ เน้นข่าวอาชญากรรม) ที่ตีพิมพ์ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน 2561 เพื่อศึกษาปริมาณข่าว บทความ และภาพข่าวทุกหน้าที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดลำปาง หรือมีการเชื่อมโยงถึงจังหวัดลำปางเท่านั้น ทั้งนี้ไม่นับรวมโฆษณาแฝง (advertorial) โดยจำแนกรูปแบบการนำเสนอ หน้าที่นำเสนอ และประเภทของเนื้อหา

รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง ข่าว บทความ และภาพ

หน้าที่นำเสนอ ได้แก่ หน้า 1 และหน้าอื่นๆ คือ หน้าต่างๆ ที่ไม่ใช่หน้า 1

ประเภทของเนื้อหา หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยเนื้อหา 6 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ข้อมูลทั่วไป) ประเภทที่ 2 การให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น (ความรู้) ประเภทที่ 3 การนำเสนอข้อดีที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยวต่อชุมชน (ข้อดี) ประเภทที่ 4 การนำเสนอเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว (ผลกระทบ) ประเภทที่ 5 การนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการจากภาครัฐ (การจัดการจากภาครัฐ) และ ประเภทที่ 6 การนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการจากภาคประชาชน (การจัดการจากภาคประชาชน)

สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางทั้งสี่ชื่อฉบับนั้นมีขนาดบรอดชีท หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* *แมงมุม* และ *ลานนาโพสต์* เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ ขณะที่ *ลำปางนิวส์* เป็นหนังสือพิมพ์รายปักษ์ ทำให้ *ลำปางนิวส์* มีพื้นที่การนำเสนอโดยรวมน้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ อย่างชัดเจน ดังนั้นผลการนำเสนอในบทความนี้จะใช้การนำเสนอเป็น “สัดส่วน” ในชื่อฉบับตัวเองเป็นหลัก และเปรียบเทียบปริมาณระหว่างชื่อฉบับ

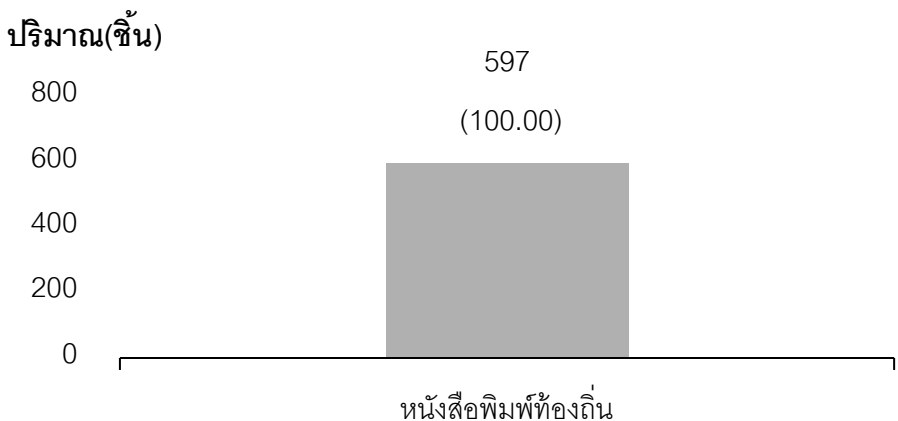
ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางเหล่านี้ หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ เป็นชื่อฉบับเดียวที่มีนโยบายนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการเมืองเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ขณะที่ คนเมืองเหนือ แม่ยม และ ลำปางนิวส์ มีนโยบายเน้นข่าวอาชญากรรม (รุจน์ โกมลบุตร, 2551)

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ และแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษา

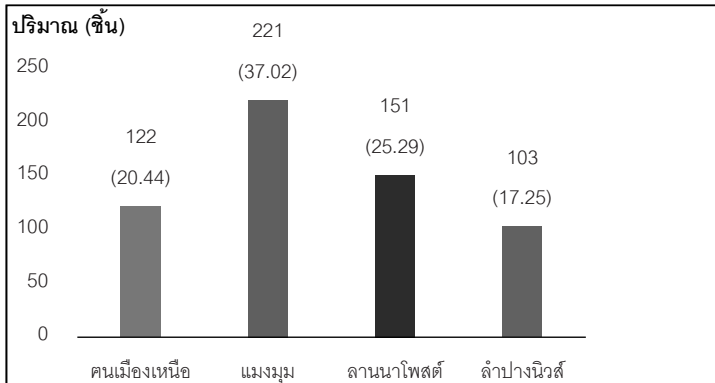
การศึกษาเรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” พบประเด็นสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1 ปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ชิ้นและร้อยละ)



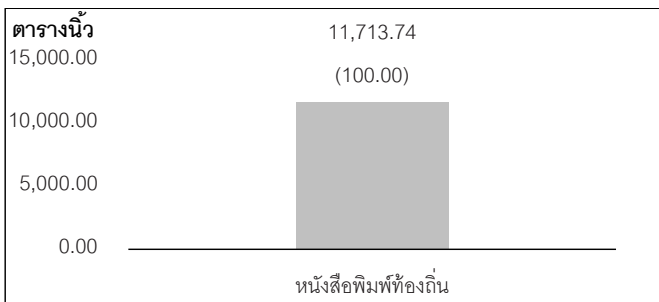
จากแผนภูมิในภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหมด 597 ชิ้น

ภาพที่ 2 ปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อบับ (ขึ้นและร้อยละ)



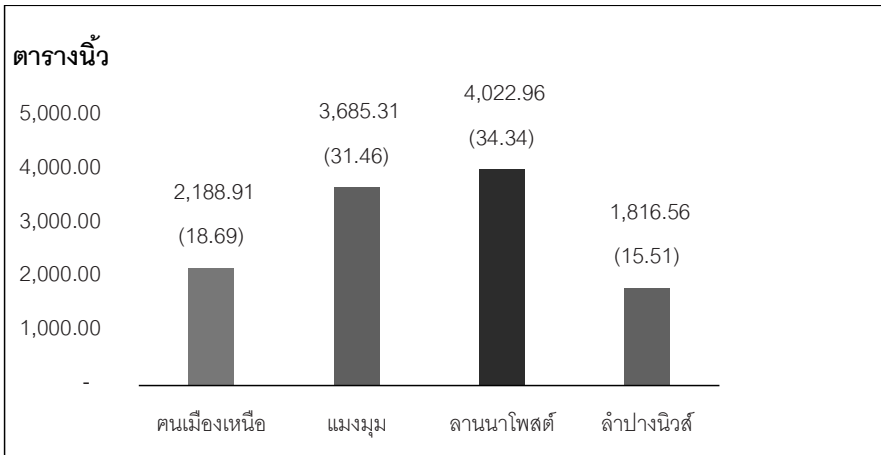
จากแผนภูมิในภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ แม่ยม นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุด 221 ขึ้น คิดเป็นร้อยละ 37.02 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ 151 ขึ้น ร้อยละ 25.29 หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ 122 ขึ้น ร้อยละ 20.44 และหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ 103 ขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.25 เหตุที่หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีเนื้อหาการท่องเที่ยวน้อยขึ้นที่สุด เพราะเป็นเพียงชื่อบับเดียวที่วางจำหน่ายเป็นรายปักษ์ ขณะที่ชื่อบับอื่นๆ วางจำหน่ายเป็นรายสัปดาห์

ภาพที่ 3 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ตารางนิ้ว และร้อยละ)



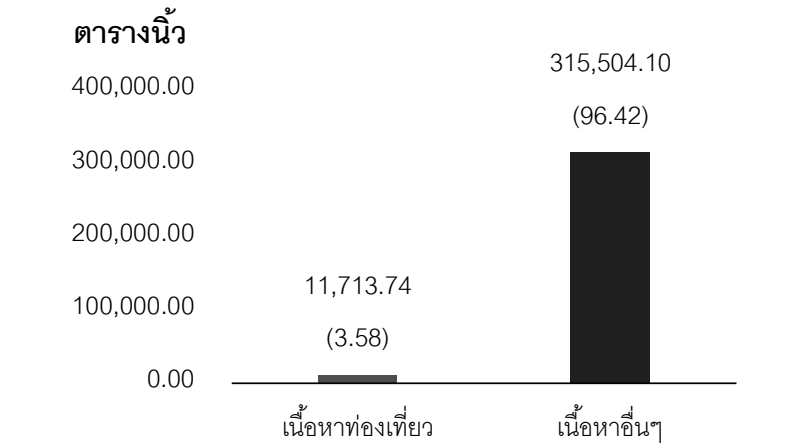
จากภาพในแผนภูมิที่ 3 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีพื้นที่นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยว 11,713.74 ตารางนิ้ว

ภาพที่ 4 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (ตารางนิ้ว และร้อยละ)



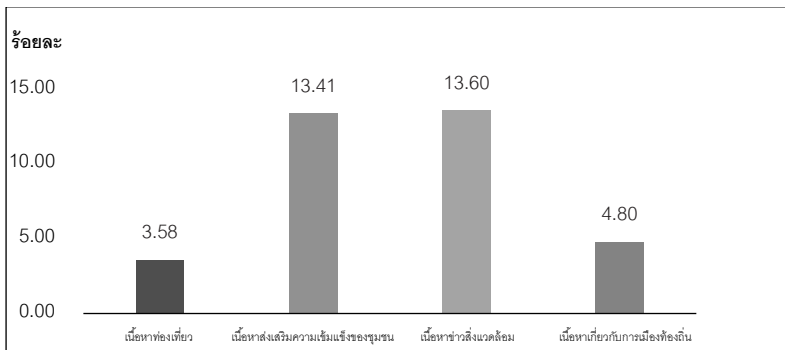
จากแผนภูมิในภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ มีพื้นที่นำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุด 4,022.96 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 34.34 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ แม่ยม 3,685.31 ตารางนิ้ว ร้อยละ 31.46 หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ 2,188.91 ตารางนิ้ว ร้อยละ 18.69 และหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ 1,816.56 ตารางนิ้ว ร้อยละ 15.51 เหตุที่หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีเนื้อหาการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด เพราะเป็นเพียงชื่อฉบับเดียวที่วางจำหน่ายเป็นรายปักษ์ ขณะที่ชื่อฉบับอื่นๆ วางจำหน่ายเป็นรายสัปดาห์

ภาพที่ 5 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ตารางนิ้ว และร้อยละ)



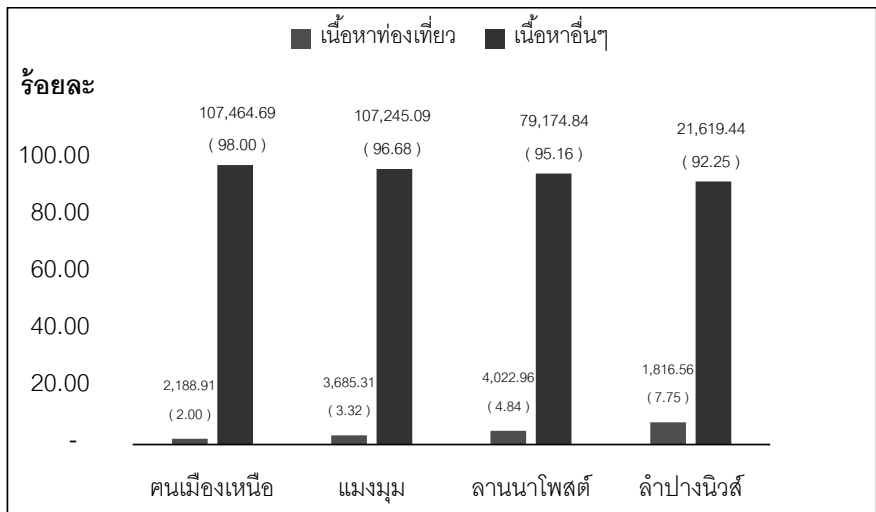
จากแผนภูมิในภาพที่ 5 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยว 11,713.74 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.58 เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ 315,504.10 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 96.42

ภาพที่ 6 ร้อยละแสดงปริมาณของเนื้อหาประเภทต่างๆ ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางในปีต่างๆ



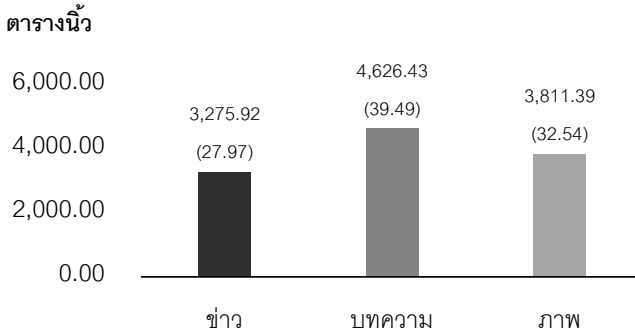
จากแผนภูมิในภาพที่ 6 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาในเรื่องอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ที่มีการศึกษาก่อนหน้า พบว่า การนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อม (รจัน โกมลบุตร และคณะ, 2560ข) มีปริมาณมากที่สุด ร้อยละ 13.60 รองลงมา คือ เนื้อหาส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน (รจัน โกมลบุตร และคณะ, 2560ก) ร้อยละ 13.41 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น (รจัน โกมลบุตร และคณะ, 2562) ร้อยละ 4.80 และปริมาณเนื้อหาท่องเที่ยวมีน้อยที่สุด ร้อยละ 3.58

ภาพที่ 7 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



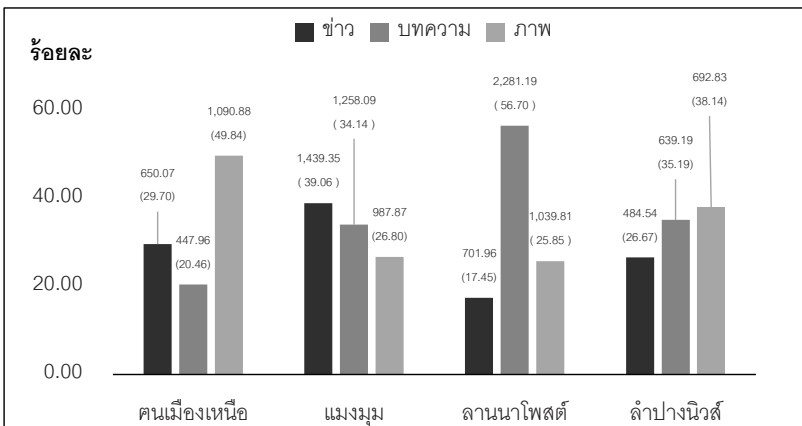
จากแผนภูมิในภาพที่ 7 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 (1,816.56 ตารางนิ้ว) ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ร้อยละ 4.84 (4,022.96 ตารางนิ้ว) หนังสือพิมพ์ แม่ยม ร้อยละ 3.32 (3,685.31 ตารางนิ้ว) และหนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ ร้อยละ 2.00 (2,188.91 ตารางนิ้ว)

ภาพที่ 8 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบข่าว บทความ และ ภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ตารางนิว และ ร้อยละ)



จากแผนภูมิในภาพที่ 8 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวในรูปแบบบทความมากที่สุด 4,626.43 ตารางนิว คิดเป็นร้อยละ 39.49 ตามมาด้วยรูปแบบภาพ 3,811.39 ตารางนิว ร้อยละ 32.54 และรูปแบบข่าว 3,275.92 ตารางนิว คิดเป็นร้อยละ 27.97

ภาพที่ 9 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบข่าว บทความ และ ภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิว [ร้อยละ])



จากแผนภูมิในภาพที่ 9 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* และหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.84 (1,090.88 ตารางนิ้ว) และ ร้อยละ 38.14 (692.83 ตารางนิ้ว) ตามลำดับ หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 39.06 (1,439.35 ตารางนิ้ว) หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบบทความมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 56.70 (2,281.19 ตารางนิ้ว)

ภาพที่ 10 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ตารางนิ้ว และร้อยละ)

ตารางนิ้ว

15,000.00

10,449.73

(89.21)

10,000.00

5,000.00

1,264.01

(10.79)

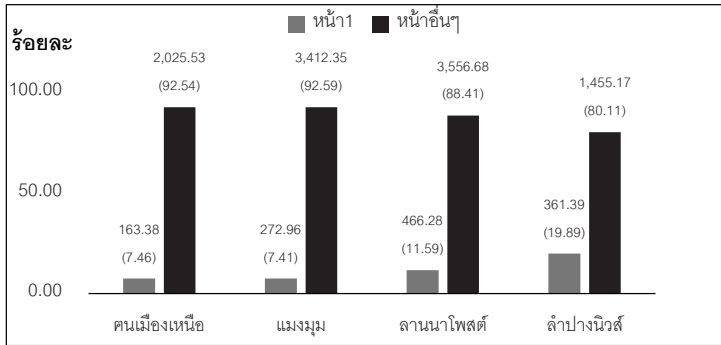
0.00

หน้า 1

หน้าอื่นๆ

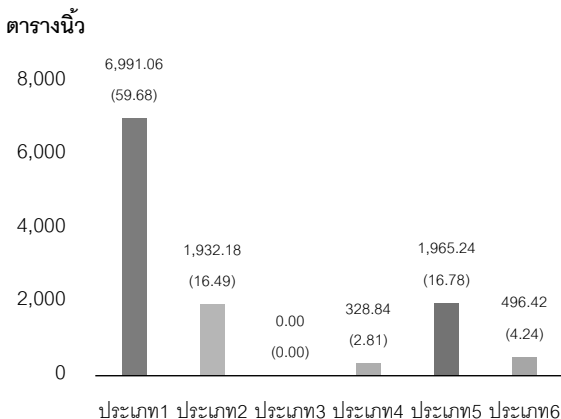
จากแผนภูมิในภาพที่ 10 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง มีพื้นที่เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวปรากฏในหน้าอื่นๆ มากกว่าหน้า 1 โดยมีพื้นที่ปรากฏในหน้าอื่นๆ 10,449.73 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 89.21 และพื้นที่ปรากฏในหน้า 1 1,264.01 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 10.79

ภาพที่ 11 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



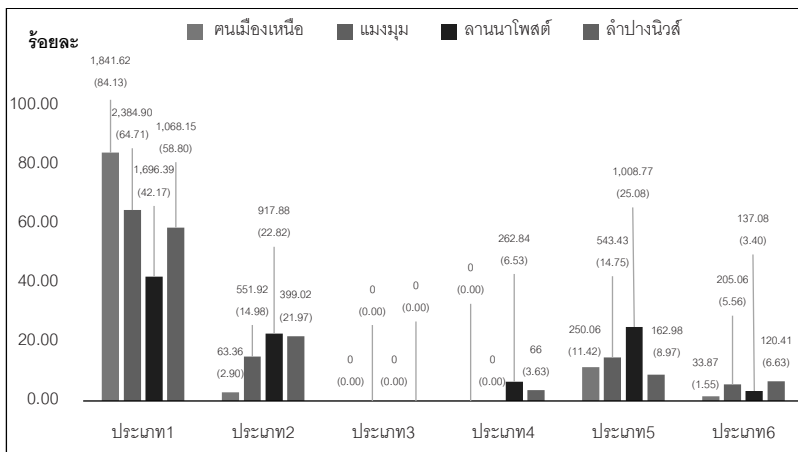
จากแผนภูมิในภาพที่ 11 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ มากที่สุด โดยนำเสนอเนื้อหาหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 19.89 (361.39 ตารางนิ้ว) ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ร้อยละ 11.59 (466.28 ตารางนิ้ว) หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ร้อยละ 7.46 (163.38 ตารางนิ้ว) และหนังสือพิมพ์ *แม่ยม* ร้อยละ 7.41 (272.96 ตารางนิ้ว)

ภาพที่ 12 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ตารางนิ้ว และร้อยละ)



จากแผนภูมิในภาพที่ 12 แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง มีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.68 (6,991.06 ตารางนิ้ว) ตามด้วยเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) คิดเป็นร้อยละ 16.78 (1,965.24 ตารางนิ้ว) เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) ร้อยละ 16.49 (1,932.18 ตารางนิ้ว) เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ร้อยละ 4.24 (496.42 ตารางนิ้ว) และเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ร้อยละ 2.81 (328.84 ตารางนิ้ว) โดยไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี)

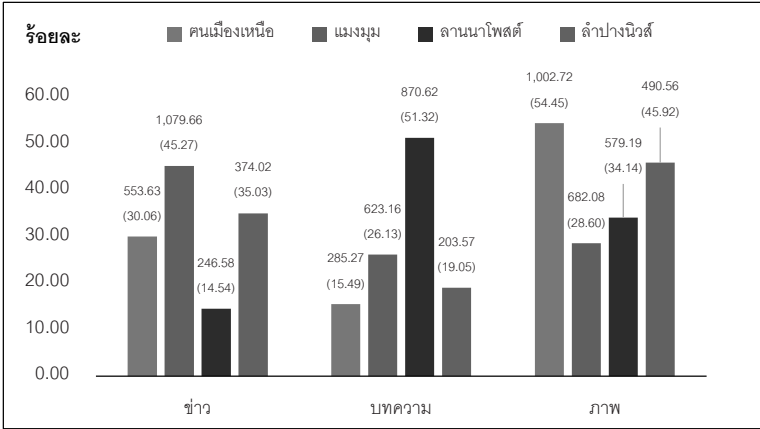
ภาพที่ 13 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเภทต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



จากแผนภูมิในภาพที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ในการนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 84.13 (1,841.62 ตารางนิ้ว) ในการนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) เนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) และเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คือ ร้อยละ 22.82 (917.88 ตารางนิ้ว) ร้อยละ 6.53 (262.84 ตารางนิ้ว) และร้อยละ 25.08 (1,008.77 ตารางนิ้ว) ตามลำดับ (ดูตัวอย่างที่ 1 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 2

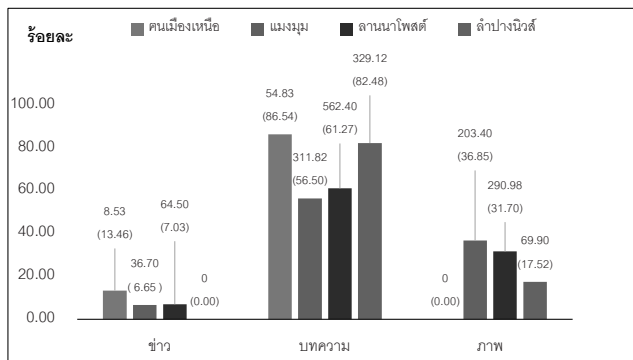
(ความรู้) ของหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ในตอนท้ายของบทความ) เนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี) ไม่มีปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ใดกล่าวถึง และ เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 6.63 (120.41 ตารางนิ้ว) (ดูตัวอย่างที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ของหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* ในตอนท้ายของบทความ)

ภาพที่ 14 สัดส่วนพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ใน ประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตาม ชื่อนับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



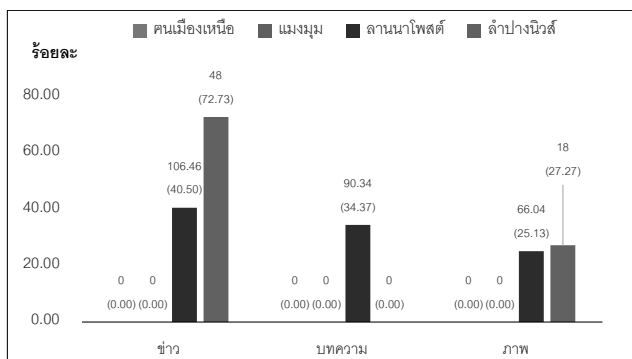
จากแผนภูมิในภาพที่ 14 เมื่อพิจารณาแยกตามชื่อนับ การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.27 (1,079.66 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอในสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 51.32 (870.62 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.45 (1,002.72 ตารางนิ้ว) (ดูตัวอย่างที่ 3 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ในรูปแบบภาพของหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ในตอนท้ายของบทความ)

ภาพที่ 15 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ในประเภทที่ 2 (ความรู้) ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



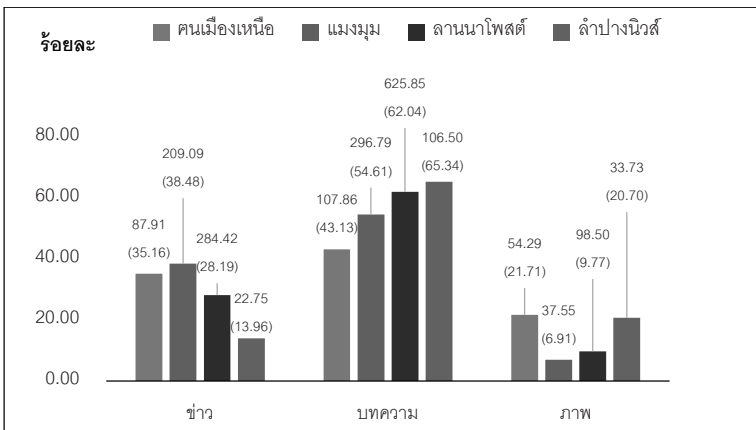
จากแผนภูมิในภาพที่ 15 เมื่อพิจารณาแยกตามชื่อฉบับ การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 2 (ความรู้) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.46 (8.53 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ **คนเมืองเหนือ** มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 86.54 (54.83 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ **แมงมุม** มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.85 (203.40 ตารางนิ้ว)

ภาพที่ 16 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ในประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



จากแผนภูมิในภาพที่ 16 เมื่อพิจารณาแยกตามชื่อฉบับ การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ปรากฏแค่หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ และ ลำปางนิวส์ เท่านั้น โดยในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.73 (48 ตารางนิ้ว) (ดูตัวอย่างที่ 4 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ในรูปแบบข่าว ของหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ ในตอนท้ายของบทความ) ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ในรูปแบบบทความ ปรากฏเฉพาะหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ นำเสนอในสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 34.37 (90.34 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.27 (18 ตารางนิ้ว) ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์

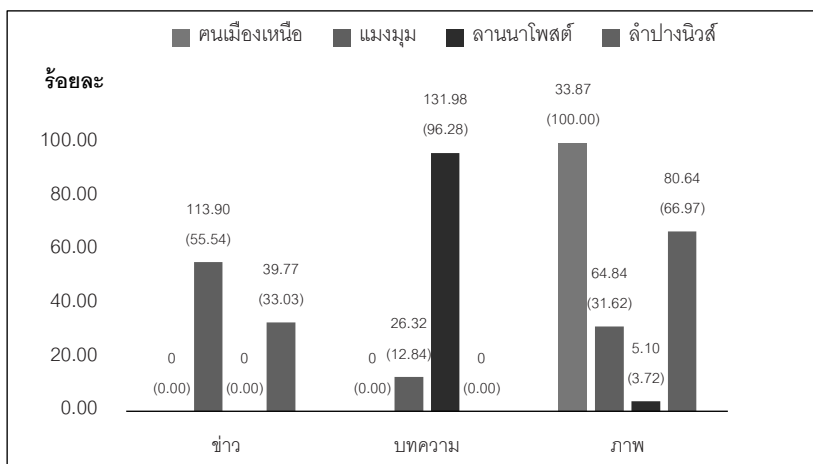
ภาพที่ 17 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ในประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อฉบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



จากแผนภูมิในภาพที่ 17 เมื่อพิจารณาแยกตามชื่อฉบับ การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ แมงมูม มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.48 (209.09 ตารางนิ้ว)

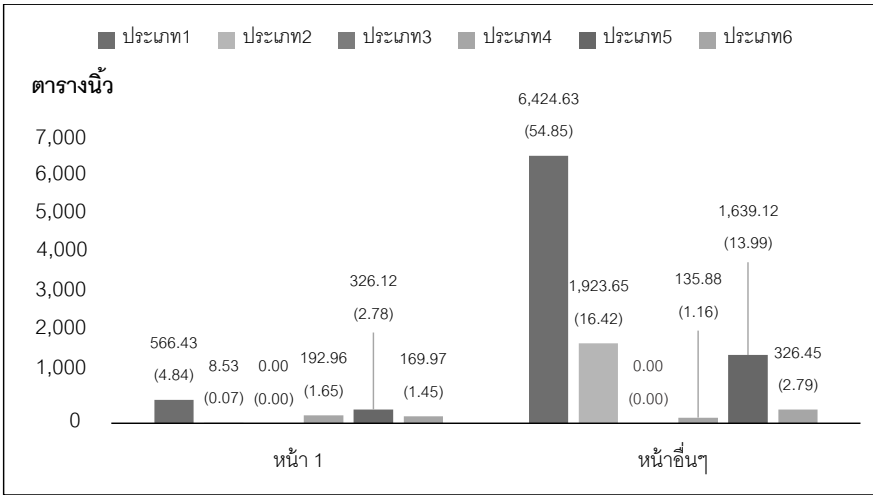
ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 65.34 (106.50 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.71 (54.29 ตารางนิ้ว) (ดูตัวอย่างที่ 5 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) ในรูปแบบภาพของ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ในตอนท้ายของบทความ)

ภาพที่ 18 สัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ในประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง แยกตามชื่อบับ (หน่วย: ตารางนิ้ว [ร้อยละ])



จากแผนภูมิในภาพที่ 18 เมื่อพิจารณาแยกตามชื่อบับ การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.54 (113.90 ตารางนิ้ว) (ดูตัวอย่างที่ 6 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ในรูปแบบข่าวของหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ในตอนท้ายของบทความ) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 96.28 (131.98 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 (33.87 ตารางนิ้ว)

ภาพที่ 19 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้า 1 เปรียบเทียบกับหน้าอื่นๆ ในประเภทต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง (ตารางนิ้ว และร้อยละ)



จากแผนภูมิในภาพที่ 19 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) เนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) และ เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ในพื้นที่หน้าอื่นๆ มากกว่านำเสนอในหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 54.85 (6,424.63 ตารางนิ้ว) ร้อยละ 16.42 (1,923.65 ตารางนิ้ว) ร้อยละ 13.99 (1,639.12 ตารางนิ้ว) และ ร้อยละ 2.79 (326.45 ตารางนิ้ว) ตามลำดับ ทั้งนี้มีเพียงเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) เท่านั้นที่ปรากฏในหน้าที่ 1 มากกว่าหน้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.65 (192.96 ตารางนิ้ว) โดยเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี) ไม่ปรากฏในหน้าใดๆ เลย

สรุปผลการศึกษา

จากแผนภูมิ 19 แผนภูมิ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

(1) ปริมาณเนื้อหาท่องเที่ยวปรากฏในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางทั้งหมด 529 ชิ้น ในพื้นที่ 11,713.74 ตารางนิ้ว หรือคิดเป็นร้อยละ 3.58 ของเนื้อหาทั้งหมด

(2) เมื่อเปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาในเรื่องอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง ที่มีการศึกษาก่อนหน้า พบว่า การนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อมมีปริมาณมากที่สุด คือร้อยละ 13.60 รองลงมา คือ เนื้อหาส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ร้อยละ 13.41 เนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่น ร้อยละ 4.80 และปริมาณเนื้อหาท่องเที่ยวมีน้อยที่สุด ร้อยละ 3.58

(3) หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ มีพื้นที่นำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวมากที่สุด 4,022.96 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 34.34 ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ แม่ยม หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ ตามลำดับ แต่เนื่องจากหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์รายักษ์ (ขณะที่อีก 3 ชื่อฉบับเป็นรายสัปดาห์) หากพิจารณาสัดส่วนพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวต่อเนื้อหาอื่นๆ ในชื่อฉบับตัวเอง จะพบว่า ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่ร้อยละ 7.75 ซึ่งมากที่สุด ใน 4 ชื่อฉบับ

(4) รูปแบบการนำเสนอพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางใช้รูปแบบบทความมากที่สุด 4,626.43 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 39.49 ตามมาด้วยภาพและข่าว โดยหนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ และหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนการนำเสนอในรูปแบบภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.84 และร้อยละ 38.14 ตามลำดับ หนังสือพิมพ์ แม่ยม มีสัดส่วนการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.06 และหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ มีสัดส่วนการนำเสนอในรูปแบบบทความมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.70 (2,281.19 ตารางนิ้ว)

(5) หน้าการนำเสนอพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีพื้นที่เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้าอื่นๆ ร้อยละ 89.21 และที่หน้า 1 ร้อยละ 10.79 โดยหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่การนำเสนอในหน้า 1 เทียบกับ

หน้าอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.89 (361.39 ตารางนิ้ว) ตามมาด้วย หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* *คนเมืองเหนือ* และ *แมงมูม* แต่หากพิจารณาในเชิง ปริมาณพื้นที่จะพบว่าหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอในหน้า 1 มากที่สุด (466.28 ตารางนิ้ว)

(6) ประเภทเนื้อหา พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีพื้นที่การนำเสนอ เนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.68 ตามด้วย เนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) คิดเป็นร้อยละ 16.78 เนื้อหา ประเภทที่ 2 (ความรู้) ร้อยละ 16.49 เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาค ประชาชน) ร้อยละ 4.24 และเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ร้อยละ 2.81 โดยไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี)

เมื่อแยกเป็นชื่อบับจะพบว่า ในการนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 84.13 ในการนำเสนอ เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) ประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) และประเภทที่ 5 (การ จัดการจากภาครัฐ) หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คือ ร้อยละ 22.82 ร้อยละ 6.53 และ ร้อยละ 25.08 ตามลำดับ เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนพื้นที่มาก ที่สุด ร้อยละ 6.63 โดยเนื้อหาประเภทที่ 3 ไม่ปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ใดกล่าวถึง

(7) ประเภทเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และชื่อบับ สามารถสรุปได้ ดังนี้

(7.1) การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ใน รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.27 (1,079.66 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอ ในสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 51.32 (870.62 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบ ภาพ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.45 (1,002.72 ตารางนิ้ว)

(7.2) การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 2 (ความรู้) ใน รูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

13.46 (8.53 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 86.54 (54.83 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ แม่ยม มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.85 (203.40 ตารางนิ้ว)

(7.3) การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.73 (48 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ ปรากฏเฉพาะหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ นำเสนอในสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 34.37 (90.34 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.27 (18 ตารางนิ้ว)

(7.4) การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ แม่ยม มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.48 (209.09 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 65.34 (106.50 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.71 (54.29 ตารางนิ้ว)

(7.5) การนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ในรูปแบบข่าว หนังสือพิมพ์ แม่ยม มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.54 (113.90 ตารางนิ้ว) ในรูปแบบบทความ หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด ร้อยละ 96.28 (131.98 ตารางนิ้ว) และในรูปแบบภาพ หนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ มีสัดส่วนพื้นที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 (33.87 ตารางนิ้ว)

(8) หน้าการนำเสนอ และประเภทเนื้อหา สรุปได้ดังนี้

(8.1) การนำเสนอในหน้าอื่นๆ มากกว่าหน้า 1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ลำปางนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) เนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) และ เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ในพื้นที่หน้าอื่นๆ มากกว่านำเสนอในหน้า 1 คิดเป็น

ร้อยละ 54.85 (6,424.63 ตารางนิ้ว) ร้อยละ 16.42 (1,923.65 ตารางนิ้ว) ร้อยละ 13.99 (1,639.12 ตารางนิ้ว) และ ร้อยละ 2.79 (326.45 ตารางนิ้ว) ตามลำดับ (8.2) การนำเสนอในหน้าอื่นๆ มากกว่าหน้า 1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) เท่านั้นที่ปรากฏในหน้า 1 มากกว่าหน้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.65 (192.96 ตารางนิ้ว)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” เพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยได้ศึกษาปริมาณการนำเสนอ รูปแบบการเสนอ ประเภทของเนื้อหา และหน้าที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปาง 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* (รายสัปดาห์) หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* (รายสัปดาห์) หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* (รายสัปดาห์) และหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* (รายบักซ์) ในช่วงเวลาดังแต่ มกราคม-มิถุนายน พ.ศ. 2562 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความสำคัญของเนื้อหาท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง

จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง นำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 3.58 ของเนื้อหาทั้งหมด และนำเสนอเนื้อหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 96.42 แสดงให้เห็นถึงปริมาณเนื้อหาที่ค่อนข้างน้อย นอกจากนี้ ยังปรากฏเนื้อหาท่องเที่ยวในหน้าอื่นๆ มากกว่าหน้า 1 โดยปรากฏเนื้อหาท่องเที่ยวในหน้าอื่นๆ ร้อยละ 89.21 ในขณะที่ปรากฏในหน้า 1 ร้อยละ 10.79 การศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า คุณค่าของเนื้อหาท่องเที่ยวอาจยังไม่มีคุณค่าขาวมากพอในการนำเสนอได้ อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่า เนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) และเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) สามารถขึ้นหน้า 1 ได้ เนื่องจากมีคุณค่าขาวมากพอ โดยมีหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* และ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาประเภทดังกล่าวข้างต้นได้โดดเด่น

สำหรับรูปแบบการนำเสนอ พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวในรูปแบบบทความมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.49 ตามมาด้วยรูปแบบภาพ ร้อยละ 32.54 และรูปแบบข่าว คิดเป็นร้อยละ 27.97 สะท้อนให้เห็นว่า กองบรรณาธิการเลือกใช้รูปแบบบทความเพื่อให้ข้อมูลและความคิดเห็นแก่ผู้อ่านตามหลักการของการเขียนบทความ (รุจน์ โกมลบุตร, 2556) ซึ่งในกรณีของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางพบว่ามีการใช้รูปแบบบทความเพื่อให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยว เช่น ประวัติของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นต่อผลกระทบ หรือการจัดการเรื่องการท่องเที่ยว

2. เนื้อหาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง

ประเภทของเนื้อหาท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางมีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.68 ตามด้วยเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) คิดเป็นร้อยละ 16.78 เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) ร้อยละ 16.49 เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ร้อยละ 4.24 และเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ร้อยละ 2.81 โดยไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี) ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางให้ความสำคัญกับประเภทของเนื้อหาแต่ละประเภทที่ไม่สมดุลกันเท่าที่ควร กล่าวคือ มีประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) สูงถึงร้อยละ 59.68 ทิ้งห่างจากประเภทอื่นๆ และเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) มีเพียงร้อยละ 4.24 และเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) มีเพียงร้อยละ 2.81 โดยไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี) เลย

การนำเสนอประเภทของเนื้อหาที่ไม่กระจายตัวเช่นนี้ อาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางให้ข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวมาก แต่นำเสนอเรื่องผลกระทบ และการจัดการจากภาคประชาชน น้อยมาก อาจทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชน แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ได้สะท้อนปัญหาจากการท่องเที่ยวขึ้นมาอย่างเพียงพอ จนภาคประชาสังคมไม่ได้มีส่วนร่วมที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที

สำหรับสาเหตุที่เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) เนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) มีจำนวนน้อย โดยไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี) เลยนั้น อาจมาจากการที่เนื้อหาทั้ง 3 ประเภทมีลักษณะที่กองบรรณาธิการต้องใช้ทรัพยากรของตัวเองเข้าไปทำงาน เช่น ส่งผู้สื่อข่าวไปเก็บข้อมูลในชุมชนเรื่องผลกระทบ หรือข้อดีของการท่องเที่ยวที่ชุมชนแห่งหนึ่งๆ ได้รับ หรือไปเก็บข้อมูลการทำงานของภาคประชาชนที่ลุกขึ้นมาแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยว ฯลฯ จึงทำให้มีเนื้อหาประเภทดังกล่าวน้อย ขณะที่เนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) เนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) เป็นเนื้อหาที่กองบรรณาธิการไม่ต้องลงทุนสูง สามารถหาข้อมูลได้โดยไม่ต้องส่งผู้สื่อข่าวเข้าไปในชุมชน เช่น รับข้อมูลจากหน่วยงานการท่องเที่ยวหรือการเข้าฟังแถลงข่าวในห้องประชุม ฯลฯ จึงทำให้มีเนื้อหาประเภทดังกล่าวค่อนข้างมาก

3. นโยบายของหนังสือพิมพ์

จากการศึกษาพบว่า เมื่อเทียบกับชื่อนับอื่นๆ หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 ของพื้นที่เนื้อหาทั้งหมดในชื่อนับ ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ร้อยละ 4.84 หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* คิดเป็นร้อยละ 3.32 และหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ร้อยละ 2.00 ส่วนของหน้าที่นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยว พบว่า หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีสัดส่วนพื้นที่เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหน้า 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.89 ของพื้นที่เนื้อหาท่องเที่ยวทั้งหมดในชื่อนับ ตามมาด้วยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ร้อยละ 11.59 หนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ร้อยละ 7.46 และหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* คิดเป็นร้อยละ 7.41

การที่หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* มีความโดดเด่นในการให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยว ชาดรี ธาไชยวงศ์ (สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* กล่าวว่า ส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของนโยบายหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* เป็นหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ ที่เน้นเจาะกลุ่มผู้อ่านที่เป็นชาวบ้าน จึงมีเนื้อหาที่รายงานข่าวสารเกิดขึ้นตามกระแสความสนใจ

ทุกๆ ไปของสังคม อย่างเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) คิดเป็นร้อยละ 58.80 เนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ร้อยละ 3.63 และเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ร้อยละ 6.63 โดยส่วนใหญ่นำเสนอที่หน้า 1

เมื่อพิจารณาต่อไปจะพบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับมีนโยบายที่แตกต่างกัน โดยหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* มีนโยบายเน้นข่าวอาชญากรรม ทำให้มีสัดส่วนเนื้อหาท่องเที่ยวน้อยที่สุดใน 4 ชื่อฉบับ คิดเป็นร้อยละ 2.00 นอกจากนี้ยังเด่นเรื่องการนำเสนอด้วยภาพ เนื่องจากเป็นหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ เน้นดึงดูดความสนใจของผู้อ่านผ่านรูปภาพ

ด้านหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ที่เน้นเนื้อหาการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม มุ่งสื่อสารกับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นชนชั้นกลาง (รุจน์ โกมลบุตร, 2555) พบว่ารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวเน้นเรื่องตัวอักษรมากกว่าภาพ สอดคล้องกับคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ จากนโยบายดังกล่าวทำให้มีพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวมากที่สุด 4,022.96 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 34.34 โดยรูปแบบที่นำเสนอคือ บทความ มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2,281.19 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 56.70 ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) เนื้อหาเป็นบทความวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ยังเสนอข่าว ประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) น้อยกว่าชื่อฉบับอื่นๆ เพราะต้องการการทำข่าวแบบ active news มากกว่าการรับข้อมูลจากหน่วยงาน ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของ *ลานนาโพสต์* ที่เน้นเนื้อหาการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

4. เนื้อหาท่องเที่ยวกับบทบาทการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.68 (6,991.06 ตารางนิ้ว) ของเนื้อหาท่องเที่ยวทั้งหมด ตามมาด้วยเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) คิดเป็นร้อยละ 16.78 (1,965.24 ตารางนิ้ว) เนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) ร้อยละ 16.49 (1,932.18 ตารางนิ้ว) เนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ร้อยละ 4.24 (496.42 ตารางนิ้ว) เนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ร้อยละ 2.81

(328.84 ตารางนิ้ว) ตามลำดับ และไม่ปรากฏเนื้อหาประเภทที่ 3 (ข้อดี)

จากเนื้อหาท่องเที่ยวประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) มีค่อนข้างมาก ปาลิตา คำปันนา (สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานลำปาง ให้สัมภาษณ์ว่า ในการดำเนินงานขององค์กรมีการส่งหมายข่าว เอกสารเชิญชวนให้กับสื่อมวลชนท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางกลุ่มในแอปพลิเคชันไลน์ (LINE)

นอกจากนี้ บัณฑิต ภัคดีวงศ์ (สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ให้สัมภาษณ์ว่า เนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ที่มีมาก เพราะได้ข้อมูลมาจากการจัดงานแถลงข่าวของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในการจัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่สำหรับประเภทที่ 3 (ข้อดี) ไม่ถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปาง เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่จะนำเสนอข้อมูล และหน่วยงานรัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ส่งข้อมูลให้สื่อมวลชนท้องถิ่นเท่าที่ควร ประกอบกับหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ไม่ได้มีนโยบายในการนำเสนอข่าวท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงทำให้ไม่ได้ส่งผู้สื่อข่าวเข้าไปหาข้อมูลเพื่อนำเสนอ จึงทำให้มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้น้อย

ส่วนเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ชาดรี ธาไชยวงศ์ (สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* และ บัณฑิต ภัคดีวงศ์ (สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ส่วนใหญ่ได้เบาะแสจากแหล่งข่าวที่เป็นชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดส่งข่าวไปให้ จึงได้ส่งผู้สื่อข่าวไปทำข่าวตามที่ได้รับทราบเบาะแสมานี้

5. เนื้อหาท่องเที่ยวกับทรัพยากรการทำงานของกองบรรณาธิการ

การศึกษาพบว่า เมื่อเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง 4 ชื่อฉบับที่มีการนำเสนอเนื้อหาท่องเที่ยว 6 ประเภท หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่มากที่สุด 3 ประเภท จากทั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาท่องเที่ยวในประเภทที่ 2 (ความรู้) มากที่สุด ร้อยละ 22.82 เนื้อหา

ประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ร้อยละ 6.53 และ เนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) ร้อยละ 25.08 การนำเสนอเนื้อหาทั้ง 3 ประเภดังกล่าว ต้องอาศัยทรัพยากรในการผลิตเนื้อหาค่อนข้างสูง เช่น ต้องอาศัยงบประมาณในการเข้าเก็บข้อมูลในพื้นที่ ปริมาณเวลาการทำงานของผู้นิพนธ์ รวมถึงต้องเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายด้านข่าวของหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ที่เน้นเนื้อหาแบบสืบสวนสอบสวน ข่าวเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (รุจน์ โกมลบุตร, 2555)

อย่างไรก็ตาม การทำงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางก็ทำให้เห็นว่าข้อจำกัดของทรัพยากรของกองบรรณาธิการอาจจะไม่มีผลมากนักในยุคที่สื่อออนไลน์เข้ามามีส่วนช่วยในการทำงานของสื่อมวลชน โดยหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* นำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) มากที่สุดใน 4 ชื่อนับ คิดเป็นร้อยละ 6.63 ทั้งที่มีกองบรรณาธิการเพียงสองคน ชชาติ ธิราชวงศ์ (สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* กล่าวว่า ข่าวประเภทที่ 6 นี้ (การจัดการจากภาคประชาชน) เขามักได้เบาะแสข่าวจากเฟซบุ๊กของแหล่งข่าว หรือคนในพื้นที่ แล้วจึงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาเป็นข่าว จึงทำให้หนังสือพิมพ์ *ลำปางนิวส์* สามารถทำข่าวประเภทที่ 6 ได้แม้จะมีทรัพยากรจำกัด

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. เนื้อหาการท่องเที่ยว 6 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเภทที่ 2 การให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ประเภทที่ 3 การนำเสนอข้อดีที่ชุมชนได้จากการท่องเที่ยวต่อชุมชน ประเภทที่ 4 การนำเสนอเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว ประเภทที่ 5 การนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการจากภาครัฐ และประเภท

ที่ 6 การนำเสนอเกี่ยวกับการจัดการจากภาคประชาชน เป็นสิ่งที่สื่อมวลชนควรนำเสนอเนื้อหาให้กระจายครบทุกประเภทอย่างทั่วถึง ซึ่งจะส่งผลให้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีโอกาสเกิดขึ้นได้ แต่จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางไม่ได้นำเสนอในประเภทที่ 3 (ข้อดี) เลย ขณะที่การนำเสนอในประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ก็มีสูงถึงร้อยละ 59.68 ห่างจากเนื้อหาประเภทอื่นๆ อย่างชัดเจน ดังนั้น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางควรนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ให้ครบถ้วนและเสมอกันให้มากขึ้น

2. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในลำปาง ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรจัดให้สื่อมวลชนท้องถิ่นของลำปางได้รับเนื้อหาการท่องเที่ยวที่หลากหลายให้มากขึ้น เพื่อให้สื่อมวลชนได้ช่วยเผยแพร่เนื้อหาประเภทต่างๆ อย่างครบถ้วน

3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องประกอบไปด้วยการจัดการจากหลายภาคส่วน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้เลย คือการจัดการจากภาคประชาชน เพราะภาคประชาชนจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงจากการจัดการท่องเที่ยว หากการจัดการท่องเที่ยวไม่ดีพอ จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น แต่หากจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ ทุกภาคส่วนรวมทั้งภาคประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการจัดการได้อย่างทั่วถึง ผลประโยชน์ก็จะตกแก่ทุกฝ่าย และลดผลกระทบในด้านลบลงได้ ดังนั้น สื่อมวลชนควรส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ให้มากขึ้นด้วย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กองวิชาการฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.), *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*, ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544), *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์ (2558), "ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญและผลกระทบต่อประเทศไทย", *วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ*, 6(4): 38-50.

- ณรงค์ สมพงษ์ (2543), *สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดนัย บวรเกียรติกุล (2549), *ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและปัญหาสุขภาพจากการท่องเที่ยวและนันทนาการ*, กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มาลี บุญศิริพันธ์ (2556), *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุจน์ โกมลบุตร (2551), *สถานการณ์ในทางวิชาชีพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง*, กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2555), "ความท้าทายของการพัฒนาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชิงคุณภาพ", *วารสารศาสตร์*, 5(1) มกราคม-เมษายน: 7-33.
- _____. (2556), *การเขียนบทบรรณาธิการและบทความ*, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุจน์ โกมลบุตร และคณะ (2560ก), "หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางกับการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน", *วารสารศาสตร์*, 10(2) พฤษภาคม-สิงหาคม: 107-137.
- _____. (2560ข), "หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางกับบทบาทการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม", *วารสารศาสตร์*, 10(3) กันยายน-ธันวาคม: 189-227.
- _____. (2562), "การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง", *วารสารศาสตร์*, 12(1) มกราคม-เมษายน: 9-46.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2557), *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ (2531), *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*, กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2560), "ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด", *วารสารธรรมศาสตร์*, 36(1):66-95.
- สุนิสา ฉันทรัตนโยธิน (2546), *ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน: กรณีศึกษาหมู่บ้านดอยบุญต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่*, วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุประภา สมนักพงษ์ (2551), *การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร*, กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรินทร์ นันทโพธิ์ (2556), *ทุนทางสังคมกับการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง: กรณีศึกษาชุมชนบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี*, วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสังคม คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Bruner, E. (1996), "Tourism in Ghana", *American Anthropologist*, 98(2): 209-305.

สื่อออนไลน์

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561), สถิติด้านการท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2561, สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=509&filename=index.
- กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จานนศรี (2558), การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา (งานวิจัยอิสระ), สืบค้นจาก <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aqrUBJgIjeoJ:https://tci-thaijo.org/index.php/sjss/article/download/45142/37356+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=th>.
- ธีระ อินทรเรือง (2559), เอกสารประกอบการสอนรายวิชา การวางแผนพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, สืบค้นจาก http://www.elfhs.ssru.ac.th/threera_in/pluginfile.php/73/block_html/content/เอกสารประกอบการสอน%20การวางแผนพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน%20ธีระ.docx.
- Amazing ไทยเท่ (2561), "ททท. เปิดตัวแคมเปญ AMAZING THAILAND GO LOCAL เร่งกระแสต่องเที่ยว 55 เมืองรอง หลังรัฐบาลประกาศลดหย่อนภาษี", สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/ข่าวอัปเดต/รายละเอียดข่าว/ททท-เปิดตัวแคมเปญ-Amazing-Thailand-Go-Local-เร่งกระแสต่องเที่ยว-55-เมืองรอง-หลังรัฐบาลประกาศลดหย่อนภาษี-2833>.
- Patcharin Jungprawate (2559), ความต้องการของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดคลองสวนร้อยปี อำเภอบางบัว จังหวัดสมุทรปราการ (งานวิจัยอิสระ), สืบค้นจาก <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nfgIEeqpWxcJ:>

หนังสือพิมพ์

- คนเมืองเหนือ, มกราคม-มิถุนายน 2561
- แมงมุม, มกราคม-มิถุนายน 2561
- ลานนาโพสต์, มกราคม-มิถุนายน 2561
- ลำปางนิวส์, มกราคม-มิถุนายน 2561

สัมภาษณ์

- ชาตรี อาไชยวงศ์, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561.
- บัณฑิต ภักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561.
- ปาไลดา คำปันนา, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2561.

ภาคผนวก

ตัวอย่างที่ 1 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 2 (ความรู้) ของหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ประเด็นในบทความ คือ ประวัติความเป็นมาของบ้านหลุยส์ที่เขตชุมชนท่ามะโอ



ที่มา: ลานนาโพสต์, 16 มกราคม - 16 กุมภาพันธ์ 2561: 12.

ตัวอย่างที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน)
ของหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ ประเด็นของภาพ คือ ตัดไม้ยักษ์
ที่บ้านคอยดูแลรักษา



ที่มา: ลำปางนิวส์, 1-31 พฤษภาคม 2561: 1.

ตัวอย่างที่ 3 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 1 (ข้อมูลทั่วไป) ในรูปแบบภาพ
ของหนังสือพิมพ์ *คนเมืองเหนือ* ประเด็นของภาพ คือ ภาพบรรยากาศ
งานบอลลูนของลำปาง



ที่มา: *คนเมืองเหนือ*, 5-11 มีนาคม 2561: 11.

ตัวอย่างที่ 4 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 4 (ผลกระทบ) ในรูปแบบข่าว ของหนังสือพิมพ์ ลำปางนิวส์ ประเด็นข่าว คือ นักท่องเที่ยวเข้าไปมากขึ้น ทำให้ที่ดินแม่แจ่มราคาสูง ชุมชนจึงกลัวพวคนายทุนกว้านซื้อนำไปสร้างอาคาร จนธรรมชาติได้รับผลกระทบ



ที่มา: ลำปางนิวส์, 1-13 มีนาคม 2561: 1.

ตัวอย่างที่ 5 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 5 (การจัดการจากภาครัฐ) ในรูปแบบภาพ ของหนังสือพิมพ์ คนเมืองเหนือ ประเด็นของภาพ คือ การประชุมในชุมชนของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาฯ



ที่มา: คนเมืองเหนือ, 26 กุมภาพันธ์ - 4 มีนาคม 2561: 5.

ตัวอย่างที่ 6 การนำเสนอเนื้อหาประเภทที่ 6 (การจัดการจากภาคประชาชน) ในรูปแบบข่าว ของหนังสือพิมพ์ แม่ยม ประเด็นข่าว คือ เรื่องการระดมทุนสร้างสะพานบุญของชาวบ้าน โดยไม่ใช้เงินของทางราชการเลย



ที่มา: แม่ยม, 20-26 เมษายน 2561: 1.