

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ลำปางและสงขลา¹

รุจน์ โกมลบุตร² และคณะ³

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา” เป็นผลมาจากการศึกษาในหัวข้อเดียวกัน มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลาว่า มีการนำเสนอเป็นอย่างไร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และจริยธรรมของสื่อมวลชน

วิธีการศึกษาคือ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชั้นนำ 2 ชื่อฉบับในจังหวัดลำปาง ได้แก่ แมงมุม (รายสัปดาห์ เน้นข่าวอาชญากรรม) ลานนาโพสต์ (รายสัปดาห์ เน้นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และอาชญากรรม) และ 1 ชื่อฉบับในจังหวัดสงขลา คือ ภาคใต้โฟกัส (รายสัปดาห์ เน้นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง

* วันที่รับบทความ 19 เมษายน 2563; วันที่แก้ไขบทความ 22 พฤษภาคม 2563; วันที่ตอบรับบทความ 30 มิถุนายน 2563.

¹ พัฒนจากการศึกษาเรื่องเดียวกัน ดำเนินการโดย โครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 7 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างวันที่ 16-24 พฤศจิกายน 2562 ที่จังหวัดลำปาง สนับสนุนโดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ ประจำกลุ่มวิชาวารสารศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้รับผิดชอบโครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 7

³ สมาชิกของโครงการวารสารศาสตร์ฯ ศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ปีที่ 7 ที่ร่วมทำการศึกษามี 7 คน ได้แก่ ชูติกาญจน์ อ่อนเฒ่า ณัฐพร พวงแสง ณัฐชา ชิงโชคชัย มารยาท บุญรัตน์ วรทยา ปัทมวิฑูร ศิริกร เอื้อไพจิตร และรุจน์ โกมลบุตร

สังคม) ออกจำหน่ายในช่วงที่พระราชกฤษฎีกากำหนดให้มีการเลือกตั้ง (ระหว่าง 23 มกราคม ถึง 24 มีนาคม 2562) รวม 2 เดือน ทั้งนี้จะพิจารณาข่าว บทความ และภาพข่าวที่ปรากฏในทุกหน้าว่า มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคการเมืองต่างๆ ในปริมาณเท่าใด รูปแบบใด และหนังสือพิมพ์มีจุดยืนต่อผู้สมัครอย่างไร โดยมีหน่วยเป็นชิ้นและตารางนิ้ว

ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จำนวน 188 ชิ้น ในพื้นที่ 5,786.37 ตารางนิ้ว หรือคิดเป็นร้อยละ 4.59 ของพื้นที่การนำเสนอทั้งหมด โดยหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* มีสัดส่วนการนำเสนอมากที่สุด (ร้อยละ 5.47 ของพื้นที่) ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* (ร้อยละ 5.31) และหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* (ร้อยละ 3.21)

กลุ่มตัวอย่างมีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด (ร้อยละ 32.98) ตามด้วยพรรคการเมืองอื่นๆ (ร้อยละ 18.29) พรรคพลังประชารัฐ (ร้อยละ 15.68) พรรคประชาธิปัตย์ (ร้อยละ 16.13) พรรคภูมิใจไทย (ร้อยละ 10.16) และพรรคอนาคตใหม่ (ร้อยละ 6.76)

หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ใช้พื้นที่จำนวนมาก (ร้อยละ 82.14) ในการนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้พื้นที่จำนวนมากนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก (ร้อยละ 33.51) และพรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ (ร้อยละ 29.61) ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเกี่ยวกับพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก (ร้อยละ 31.88) โดยพาดพิงพรรคเพื่อไทยและพรรคอนาคตใหม่น้อยมาก

ข้อเสนอแนะของการศึกษาคือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัคร ส.ส. ของพรรคการเมืองต่างๆ ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อการแข่งขันเลือกตั้ง และประชาชนควรเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายแหล่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านพอต่อการตัดสินใจที่แม่นยำ

คำสำคัญ: หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การวิเคราะห์เนื้อหา การเลือกตั้งทั่วไป

Presentations of Contents Related to Candidates for Members of Parliament in the 2019 General Election in Local Newspapers in Lampang and Songkla

Ruj Komonbut⁴ et al.

Abstract

The article titled “Presentations of Contents Related to Candidates for Members of Parliament in the 2019 General Election in Local Newspapers in Lampang and Songkla” is resulting from a research of the same subject. The research aims at studying how the contents related to candidates for Member of Parliament are presented in local newspapers in Lampang and Songkla. This study applies a qualitative approach and uses a theoretical concept of roles and ethics/codes of conduct of media as a framework.

The research methodology is to study the two leading local newspapers in Lampang, which are *Mang Moom* (published weekly, focusing on criminal news) and the *Lanna Post* (published weekly, focusing on economic, political, social and criminal news) and one leading local newspaper in Songkla which is the *Pak Tai Focus* (published weekly, focusing on economic, political and social news). These newspapers were published during the two months (between 23 January and 24 March 2019) designated for the election as specified in the royal decree. The

⁴ Associate Professor, Department of Journalism, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University.

study reviewed news, articles and news photos published in all pages to identify if there were any contents related to the political parties' candidates; the amount presented; and the newspapers' perspectives on the candidates. The analysis is in pieces and square inch.

The study reveals that all three local newspapers reported on the candidates in 188 pieces, with 5,786.37 square inches, or calculating at 4.59% of news presentation's space. The *Pak Tai Focus* had the best ratio in presenting (5.4% of space), and followed by the *Lanna Post* (5.31%) and the *Mang Moom* (3.21%) respectively.

The samplings presented contents on Pheu Thai the most (32.98%), and followed by other parties (18.29%), Palang Pracharath (15.68%), Democrat (16.13%), the Bhumjaithai (10.16%) and Future Forward (6.76%).

The *Mang Moom* used the most space (82.14%) to present positive aspects for Pheu Thai. The *Lanna Post* presented positive aspects for Pheu Thai (33.51%) and negative aspects for Palang Pracharath (29.61%). The *Pak Tai Focus* presented positive narratives for other parties (31.88%) and hardly reported on Pheu Thai and Future Forward.

The recommendations are; the local newspaper should equally present news and contents for all candidates from all parties in order to create a fair competition for the election. The audience should receive news and information from multiple sources/channels to make an informed decision.

Keywords: local newspapers, content analysis, general election

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนังสือพิมพ์เป็นภาคส่วนหนึ่งของสังคมที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย หนังสือพิมพ์ได้รับการยอมรับและยกย่องว่าเป็นสถาบันสาธารณะที่มีบทบาท ภารกิจหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพผูกพันกับสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนต้องการรับรู้ และจำเป็นต้องรับรู้ในการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, 2555)

สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ถือเป็นสื่อมวลชนที่ใกล้ชิดและเข้าถึงผู้รับสารในท้องถิ่นได้โดยง่ายและรวดเร็ว จึงถือว่าเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาระบบการเมืองในท้องถิ่น และในระดับชาติ ช่วยลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชน ดังนั้นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงเป็นสื่อที่ชุมชนในสังคมต้องติดตาม เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจความเป็นไปในชุมชนของตน หน้าที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นคือการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ให้ประชาชนในชนบทตระหนักถึงการเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในรูปแบบต่างๆ และนำเสนอข่าวโดยให้ข้อเท็จจริงอย่างรอบด้าน และเป็นกระบอกเสียงของประชาชน (จิตติยา เปลี่ยนเฉย, 2553)

เมื่อกล่าวถึงบทบาทของสื่อในการพัฒนาระบบการเมืองแล้ว นักการเมืองมักจะถ่ายทอดแนวคิด อุดมการณ์และนโยบายทางการเมืองไปสู่ประชาชนผ่านการส่งข้อความ โฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ เพื่อบรรณคดีหาเสียงผ่านสื่อต่างๆ และอาจรวมถึงการสื่อสารในรูปแบบการโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดี ส่งผลให้เกิดการยอมรับและแสดงพฤติกรรมด้วยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับการเมืองหรือพรรคการเมืองที่ตนให้ความไว้วางใจ ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของพรรคการเมืองนั้นเรียกว่า “การสื่อสารทางการเมือง” (ธนากร เจริญธัญสกุล, 2549)

ดังนั้น ในทางปฏิบัติหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเอง จึงมีความสัมพันธ์กับ
นักการเมืองในลักษณะต่างๆ รวมทั้งถูกแทรกแซงจากนักการเมืองได้ งานวิจัย
เรื่อง สถานภาพและบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย พบว่า
ปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อหนังสือพิมพ์สองอันดับแรก คือ (1) นักการเมือง
หรือพรรคการเมืองขอให้หนังสือพิมพ์ลงข่าวเชียร์ ร้อยละ 38.1 และ (2) นักการเมือง
หรือพรรคการเมืองขอให้หนังสือพิมพ์ลงข่าวที่เป็นการลงข่าวที่มีผลกระทบในทาง
ลบร้อยละ 22.6 อีกทั้งยังพบว่า มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 2.9 ที่มีนักการเมือง
ท้องถิ่นเป็นผู้บริหาร (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง และคณะ, 2552)

นอกจากนี้ มีการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์บางจังหวัดในภาคเหนือ
นำเสนอการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และสภา
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในพื้นที่ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ใกล้ชิดกับ
พรรคการเมืองบางพรรค ดังนั้น เมื่อนำเสนอข่าวสาร ก็จะเน้นส่วนที่เกี่ยวข้อง
กับนักการเมืองที่ใกล้ชิด แต่ไม่นำเสนอนักการเมืองที่ไม่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด
แม้จะอยู่ในประเด็นข่าวสารเดียวกัน (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา, 2552) และจากการศึกษาเรื่องการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมือง
ท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง
นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองตามความใกล้ชิดสนิทสนม นำเสนอเนื้อหา
ตามที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของนักการเมืองส่งเนื้อหาไปให้ หรือนำเสนอเนื้อหาของ
นักการเมืองที่เคยให้ความช่วยเหลือแก่หนังสือพิมพ์ ซึ่งนอกจากจะทำให้แหล่ง
ข่าวกระจุกตัวแล้ว ยังส่งผลต่อการละเมิดจริยธรรมในการทำหน้าที่ผู้สื่อข่าว
ด้วย (รุจน์ โกมลบุตร และคณะ, 2562)

ทั้งนี้ การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) เป็นการทั่วไป เมื่อวันที่
24 มีนาคม 2562 เป็นประเด็นใหญ่ที่สื่อมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ให้ความสนใจ เพราะเป็นการเลือกตั้งทั่วไปครั้งแรกหลังคณะรักษาความสงบแห่ง
ชาติ (คสช.) นำโดย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำรัฐประหารยึดอำนาจรัฐบาล
รักษาการของ นวรัตน์ อารัง บุญทรงไพศาล (รัฐบาลยิ่งลักษณ์ ชินวัตร) ในวันที่
22 พฤษภาคม 2557 จนทำให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550

สิ้นสุดลง และได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พ.ศ. 2557 แทน หลังจากถูกกดดันโดยประชาชนและนานาชาติประเทศ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 พลเอกประยุทธ์ ได้ประกาศว่า การเลือกตั้งครั้งต่อไป คาดว่าจะมีขึ้นในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 แต่ก็ไม่มีการเลือกตั้งเกิดขึ้น ทั้งยังเลื่อนการเลือกตั้งอีก 6 ครั้ง รวมเป็นเวลากว่า 5 ปี (<https://prachatai.com/journal/2019/03/81662> สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563) ทำให้การเลือกตั้งในครั้งนี้ได้รับความสนใจและความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เช่น มีผู้สมัคร ส.ส. แบบแบ่งเขตกว่า 11,181 คน มากกว่าการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมาถึง 4.6 เท่า พรรคการเมืองที่ลงสู่สนามเลือกตั้งกว่า 81 พรรค และเกินครึ่งเป็นพรรคตั้งใหม่ (<https://ilaw.or.th/node/5181> สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563)

จากเสียงวิพากษ์วิจารณ์ต่อการทำหน้าที่ของสื่อ โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมต่อนักการเมือง และพรรคการเมืองต่างๆ บทความนี้จะแสดงผลการศึกษาในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปาง และหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดสงขลา โดยการศึกษาจะมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยให้เห็นปริมาณการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัคร ส.ส. ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับ ทั้งในเชิงรูปแบบ แหล่งข่าว พรรคการเมือง จุดยืน และหน้าที่นำเสนอ เพื่อสะท้อนให้เห็นการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในการนำเสนอเนื้อหาของผู้สมัคร ส.ส. ของพรรคการเมืองต่างๆ ในจังหวัดลำปางและสงขลา ในการเลือกตั้งทั่วไปที่ผ่านมา โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และจริยธรรมของสื่อมวลชน ที่สื่อถูกคาดหวังให้ทำหน้าที่นำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย

การศึกษาดังกล่าวใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปางจำนวน 2 ชื่อฉบับ คือหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดสงขลา 1 ชื่อฉบับ คือหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ที่ตีพิมพ์หลังจากวันประกาศพระราชกฤษฎีกาการเลือกตั้ง (23 มกราคม 2562) จนถึงวันเลือกตั้ง (24 มีนาคม 2562) เพื่อ

ศึกษาปริมาณข่าว บทความ และภาพข่าวทุกหน้าที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. โดยจำแนกรูปแบบการนำเสนอ ชนิดของแหล่งข่าว พรรคการเมือง หน้าที่นำเสนอ และจุดยืนของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อผู้สมัคร

สำหรับการเลือกศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง เนื่องจากจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นออกวางจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอที่สุดจังหวัดหนึ่งของประเทศ โดยที่หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ที่มีนโยบายนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ขณะที่หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ มีนโยบายเน้นข่าวอาชญากรรม (รุจน์ โกมลบุตร, 2552) ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพสต์* จังหวัดสงขลา เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์เพียงฉบับเดียวที่ออกวางจำหน่ายทุกจังหวัดในเขตภาคใต้ แต่ในการศึกษารั้งนี้ จะเลือกศึกษาเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของสงขลาเท่านั้น ไม่รวมจังหวัดอื่นๆ นอกจากนี้ จะใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับด้วย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ และจริยธรรมของสื่อมวลชน ทั้งนี้มีนิยามศัพท์ ดังต่อไปนี้

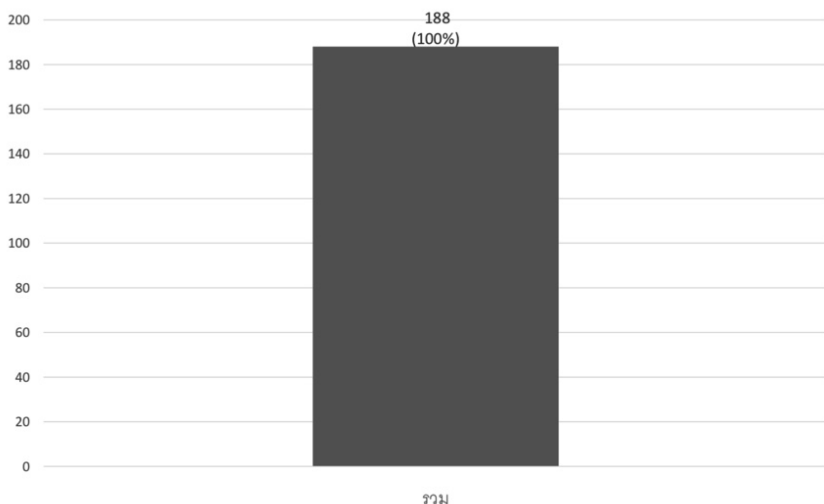
- รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง ข่าว บทความ และภาพ ยกเว้นภาพหน้าตรงของผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. และภาพประกอบบทความ
- ชนิดของแหล่งข่าว หมายถึง ชนิดที่ 1 คือ พรรคการเมือง ชนิดที่ 2 คือ นักวิชาการ ชนิดที่ 3 คือ ประชาชน ชนิดที่ 4 คือ กองบรรณาธิการ (การรายงานเนื้อหาจากมุมมองของกองบรรณาธิการ เช่น การบรรยายเหตุการณ์โดยไม่สัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้อง) ชนิดที่ 5 คือ แหล่งข่าวอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา
- พรรคการเมือง หมายถึง 5 พรรคใหญ่ คือ (1) พรรคพลังประชารัฐ (2) พรรคภูมิใจไทย (3) พรรคประชาธิปัตย์ (4) พรรคเพื่อไทย (5) พรรคอนาคตใหม่ (6) พรรคอื่นๆ ที่เป็นพรรคเล็กและนอกเหนือจากที่กล่าวมา
- หน้าที่นำเสนอ ได้แก่ หน้าหนึ่ง และหน้าอื่นๆ คือ หน้าต่างๆ ที่ไม่ใช่หน้าหนึ่ง

- จุดยืน หมายถึง จุดยืนบวก คือเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่ส่งผลดีต่อพรรคนั้นๆ (เช่น รายงานเนื้อหาว่ามีประชาชนชื่นชอบผู้สมัครของพรรค) จุดยืนกลาง คือเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่เป็นเรื่องทั่วไป (เช่น รายงานเนื้อหาแผนการหาเสียงของพรรค) จุดยืนลบ คือเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่ส่งผลเสียต่อพรรคนั้นๆ (เช่น รายงานเนื้อหาว่านโยบายของพรรคมีความบกพร่อง)

ผลการศึกษา

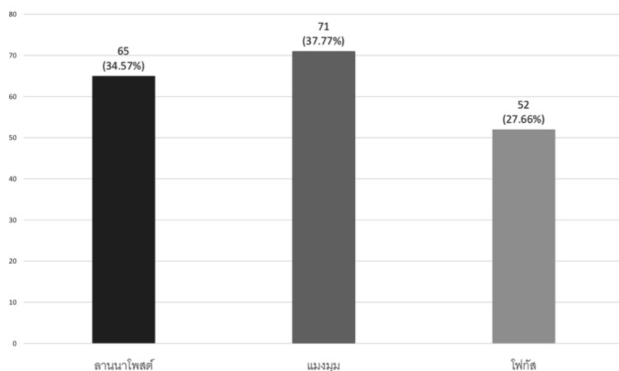
การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา” พบประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1 ปริมาณชั้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหนังสือพิมพ์ รวม 3 ชื่อฉบับ (ชั้น)



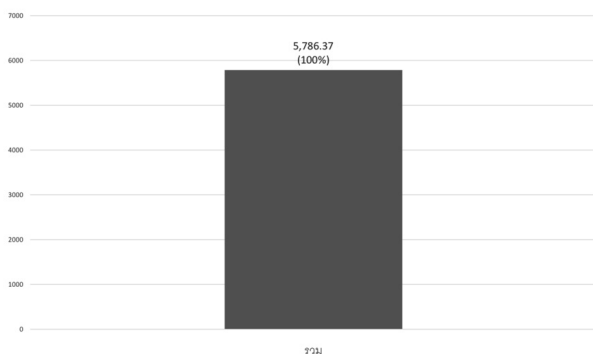
จากภาพที่ 1 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปางและสงขลา มีปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ทั้งหมด 188 ชั้น

ภาพที่ 2 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหนังสือพิมพ์ เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ชิ้น)



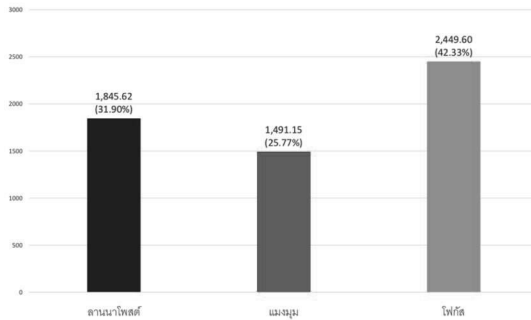
จากภาพที่ 2 พบว่า หนังสือพิมพ์ แมงมุม (จังหวัดลำปาง) นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. มากที่สุด 71 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 37.77 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ (จังหวัดลำปาง) 65 ชิ้น ร้อยละ 34.57 และหนังสือพิมพ์ ภาคใต้ไฟท์ (จังหวัดสงขลา) 52 ชิ้น ร้อยละ 27.66

ภาพที่ 3 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหนังสือพิมพ์ รวม 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิ้ว)



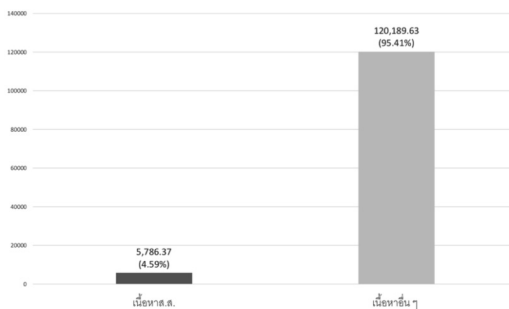
จากภาพที่ 3 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดลำปางและสงขลา มีปริมาณพื้นที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ทั้งหมด 5,786.37 ตารางนิ้ว

ภาพที่ 4 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหนังสือพิมพ์ เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนี้)



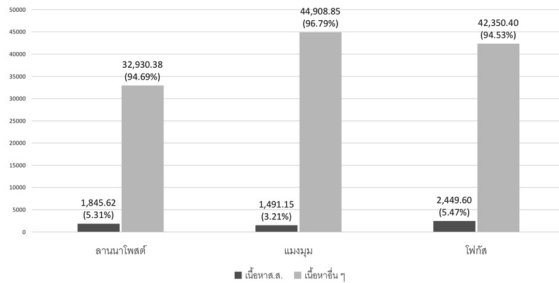
จากภาพที่ 4 พบว่า หนังสือพิมพ์ ภาคใต้โพธิ์ มีปริมาณพื้นที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. มากที่สุด 2,449.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 42.33 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ 1,845.62 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 31.90 และหนังสือพิมพ์ แมงมุม 1,491.15 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 25.77

ภาพที่ 5 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ รวม 3 ชื่อฉบับ (ตารางนี้)



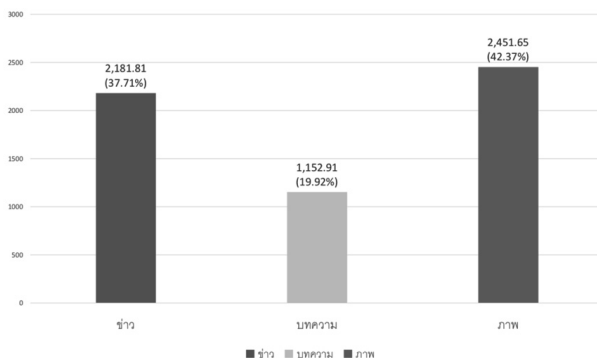
จากภาพที่ 5 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. 5,786.37 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.59 เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ 120,189.63 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 95.41

ภาพที่ 6 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิว)



จากภาพที่ 6 พบว่า หนังสือพิมพ์ ภาคใต้โฟกัส มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด 2,449.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.47 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ 1,845.62 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.31 และหนังสือพิมพ์ แมงมุม 1,491.15 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.21

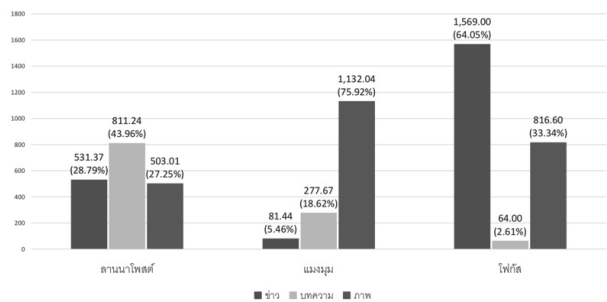
ภาพที่ 7 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบข่าว บทความ และภาพ รวม 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิว)



จากภาพที่ 7 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลาให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบภาพมากที่สุด 2,451.65 ตารางนิว คิดเป็นร้อยละ 42.37

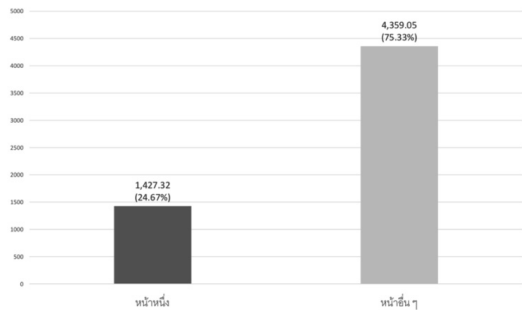
ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 42.37 ตามด้วยรูปแบบข่าว 2,181.81 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 37.71 และรูปแบบบทความ 1,152.91 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 19.92

ภาพที่ 8 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบข่าว บทความ และภาพ เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนี้)



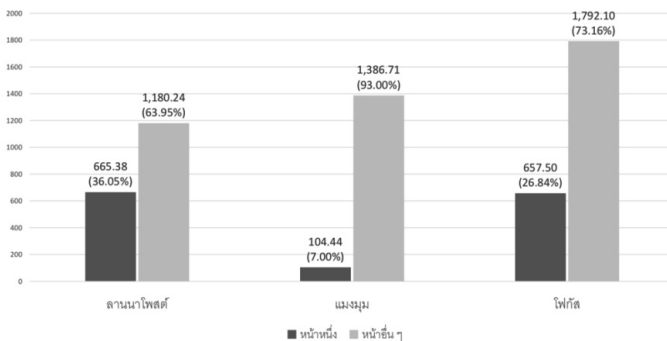
จากภาพที่ 8 พบว่า หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบบทความมากที่สุด 811.24 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 43.96 หนังสือพิมพ์ แมงมุม ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบภาพมากที่สุด 1,132.04 คิดเป็นร้อยละ 75.92 หนังสือพิมพ์ ภาคใต้โฟกัส ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบข่าวมากที่สุด 1,569.00 คิดเป็นร้อยละ 64.05

ภาพที่ 9 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหน้าหนึ่งเทียบกับหน้าอื่นๆ รวม 3 ชื่อฉบับ (ตารางนี้)



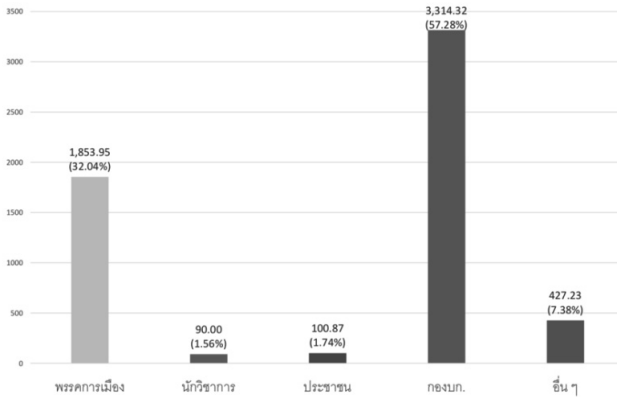
จากภาพที่ 9 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลามีพื้นที่เนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ปรากฏในหน้าอื่นๆ มากกว่าหน้า 1 โดยมีพื้นที่ปรากฏในหน้าอื่นๆ 4,359.05 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 75.33 และพื้นที่ปรากฏในหน้า 1 รวม 1,427.32 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 24.67

ภาพที่ 10 ปริมาณพื้นที่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหน้าหนึ่งเทียบกับหน้าอื่นๆ เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิ้ว)



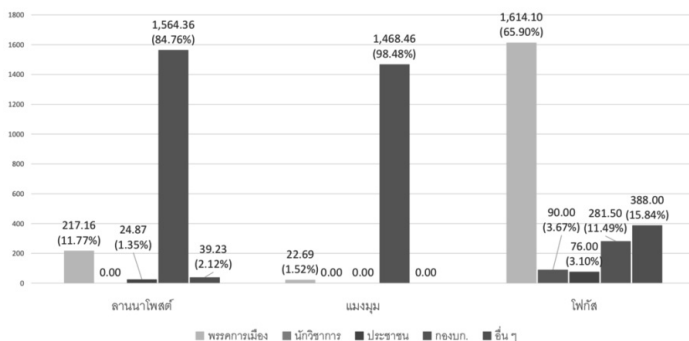
จากภาพที่ 10 พบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ มากที่สุด โดยนำเสนอเนื้อหาหน้า 1 รวม 665.38 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 36.05 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้ไผ่ก้ำ* 657.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 26.84 และหนังสือพิมพ์ *แมงมู* 104.44 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 7.00

ภาพที่ 11 ปริมาณพื้นที่ของแหล่งข่าวต่างๆ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. รวม 3 ชี้อนับ (ตารางนี้)



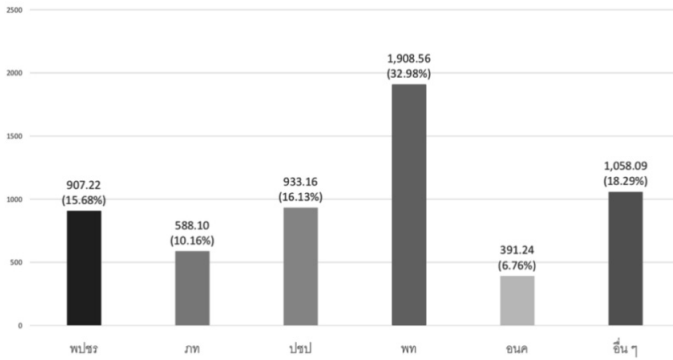
จากภาพที่ 11 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลามีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข่าวกองบรรณาธิการมากที่สุด 3,314.32 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 57.28 ตามด้วยแหล่งข่าวพรรคการเมือง 1,853.95 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 32.04 แหล่งข่าวอื่นๆ 427.23 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 7.38 แหล่งข่าวประชาชน 100.87 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 1.74 และแหล่งข่าวนักวิชาการ 90.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 1.56

ภาพที่ 12 ปริมาณพื้นที่ของแหล่งข่าวต่างๆ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบ 3 ชี้อนับ (ตารางนิ้ว)



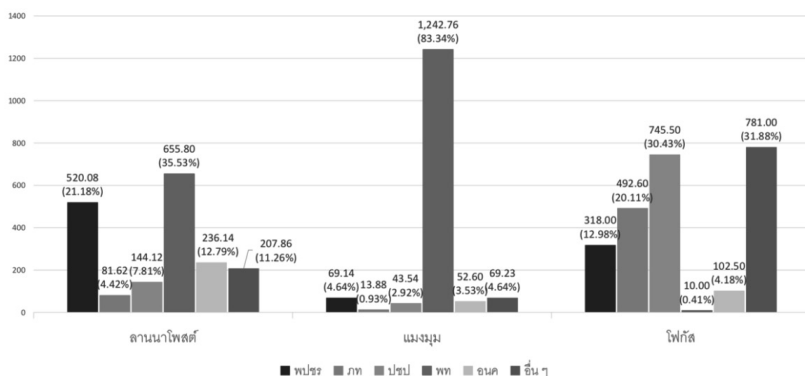
จากภาพที่ 12 พบว่า หนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** และหนังสือพิมพ์ **แมงมูม** มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข่าว กองบรรณาธิการมากที่สุด 1,564.36 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 84.76 และ 1,468.46 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 98.84 ตามลำดับ (ดูตัวอย่างที่ 1 ในภาคผนวก) หนังสือพิมพ์ **ภาคใต้ไพทีส** นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข่าวพรรคการเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.90 (1,614.10 ตารางนิ้ว)

ภาพที่ 13 ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง
รวม 3 ชื่อฉบับ (ตารางนี้)



จากภาพที่ 13 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด 1,908.56 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 32.98 ตามด้วยพรรคการเมืองอื่นๆ 1,058.09 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 18.29 พรรคพลังประชารัฐ 907.22 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 15.68 พรรคประชาธิปัตย์ 933.16 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 16.13 พรรคภูมิใจไทย 588.10 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 10.16 และพรรคอนาคตใหม่ 391.24 ตารางนี้ คิดเป็นร้อยละ 6.76

ภาพที่ 14 ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง
เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนี้)



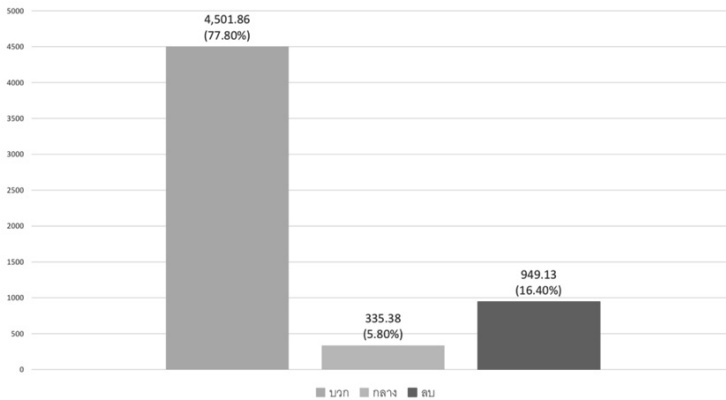
จากภาพที่ 14 พบว่า หนังสือพิมพ์ **ลานนาโพธิ์** มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด 655.80 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 35.53 ตามด้วยพรรคพลังประชารัฐ 520.08 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 21.18 พรรคอนาคตใหม่ 236.14 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 12.79 พรรคอื่นๆ 207.86 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 11.26 พรรคประชาธิปัตย์ 114.12 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 7.81 และพรรคภูมิใจไทย 81.62 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.42

หนังสือพิมพ์ **แม่จุม** มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด 1,242.76 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 83.34 ตามด้วยพรรคอื่นๆ 69.23 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.64 พรรคพลังประชารัฐ 69.14 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.64 พรรคอนาคตใหม่ 52.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 3.53 พรรคประชาธิปัตย์ 43.54 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 2.92 และพรรคภูมิใจไทย 13.88 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 0.93

ส่วนหนังสือพิมพ์ **ภาคใต้ไฟกัศ** มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองอื่นๆ มากที่สุด 781.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 31.88 (ดูตัวอย่างที่ 2 ในภาคผนวก) ตามด้วยพรรคประชาธิปัตย์ 492.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 20.11 พรรค

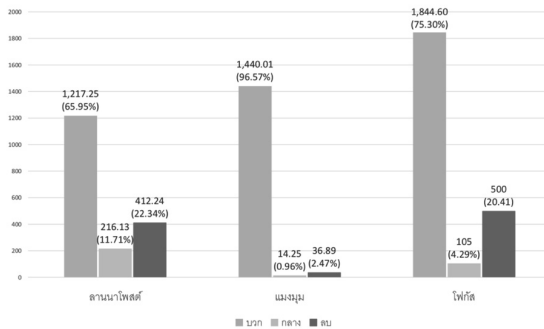
พลังประชารัฐ 318.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 12.98 พรรคอนาคตใหม่ 102.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 4.18 และพรรคเพื่อไทย 10.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 0.41

ภาพที่ 15 ปริมาณพื้นที่จุดยืนต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. รวม 3 ชื่อนับ (ตารางนิ้ว)



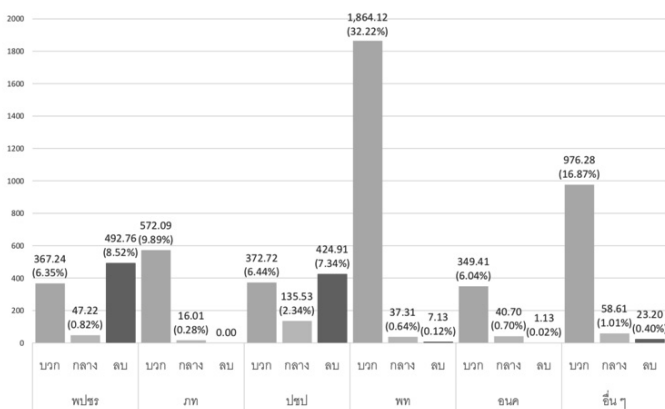
จากภาพที่ 15 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในจุดยืนบวกมากที่สุด 4,501.86 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 77.80 ตามด้วยจุดยืนลบ 949.13 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 16.40 และจุดยืนกลาง 335.38 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.80

ภาพที่ 16 ปริมาณพื้นที่จุดยืนต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิ้ว)



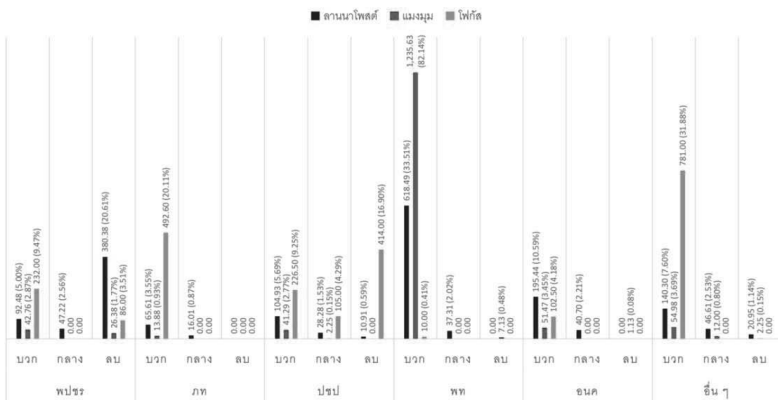
จากภาพที่ 16 พบว่า หนังสือพิมพ์ **ลานนาโพสต์** **แมงมูม** และ **ภาคใต้** **พักไต** มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในจุดยืนบวกมากที่สุด 1,217.25 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 65.95 1,440.01 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 96.57 และ 1,844.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 75.30 ตามลำดับ

ภาพที่ 17 ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง และจุดยืนของหนังสือพิมพ์ รวม 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิ้ว)



จากภาพที่ 17 พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ในจุดยืนต่างๆ 10 อันดับแรก ได้แก่ (1) พรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวกมากที่สุด 1,864.12 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 32.22 (2) พรรคการเมืองอื่นๆ ในจุดยืนบวก 976.28 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 16.87 (3) พรรคภูมิใจไทยในจุดยืนบวก 572.09 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 9.89 (4) พรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ 492.76 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 8.52 (5) พรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ 424.91 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 7.34 (6) พรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนบวก 372.72 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.44 (7) พรรคพลังประชารัฐในจุดยืนบวก 367.24 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.35 (8) พรรคอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก 349.41 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 6.04 (9) พรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนกลาง 135.53 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 2.34 และ (10) พรรคการเมืองอื่นๆ ในจุดยืนกลาง 58.61 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 1.01

ภาพที่ 18 ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง และจุดยืนของหนังสือพิมพ์ เทียบ 3 ชี้อนับ (ตารางนิ้ว)



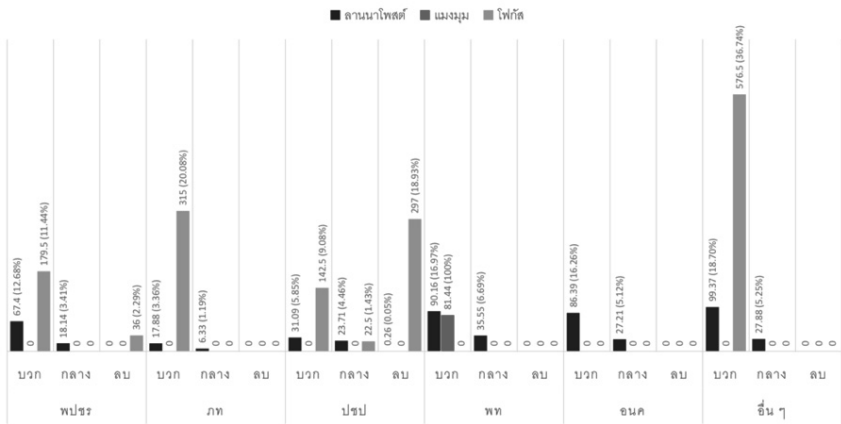
จากภาพที่ 18 พบว่า ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ และจุดยืนต่างๆ ของหนังสือพิมพ์แต่ละชี้อนับ 10 ลำดับแรก มีดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก 1,235.63 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 82.14
2. หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองอื่นๆ ในจุดยืนบวก 781.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 31.88
3. หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก 618.49 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 33.51
4. หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคภูมิใจไทยในจุดยืนบวก 492.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 20.11 (ดูตัวอย่างที่ 3 ในภาคผนวก)
5. หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ 414.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 16.90
6. หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ 380.38 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 29.61 (ดูตัวอย่างที่ 4 ในภาคผนวก)
7. หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคพลังประชารัฐในจุดยืนบวก 232.60 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 9.47
8. หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนบวก 226.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 9.25
9. หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก 195.44 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 10.59
10. หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนบวก 104.93 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.69

สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ใช้พื้นที่จำนวนมาก (ร้อยละ 82.14) ในการนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก โดยนำเสนอพรรคต่างๆ ในจำนวนน้อยมาก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้พื้นที่จำนวนมากนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยและอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก (ร้อยละ 33.51 และร้อยละ

10.59) และพรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ (ร้อยละ 29.61) โดยพาดพิงในปริมาณเล็กน้อยต่อพรรคภูมิใจไทย ประชาธิปัตย์ และพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก และกลาง ส่วนหนังสือพิมพ์ ภาควิทยาสานเสนอเกี่ยวกับพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก (ร้อยละ 31.88) ตามด้วยพรรคภูมิใจไทย และพลังประชารัฐในจุดยืนบวก (ร้อยละ 20.11 และร้อยละ 9.47) และพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ (ร้อยละ 16.90) โดยพาดพิงพรรคเพื่อไทยและพรรคอนาคตใหม่น้อยมาก

ภาพที่ 19 ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง และจุดยืนของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบข่าว เทียบ 3 ชื่อนับ (ตารางนี้)



จากภาพที่ 19 พบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละชื่อนับนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ และจุดยืนต่างๆ ในรูปแบบข่าว ดังนี้

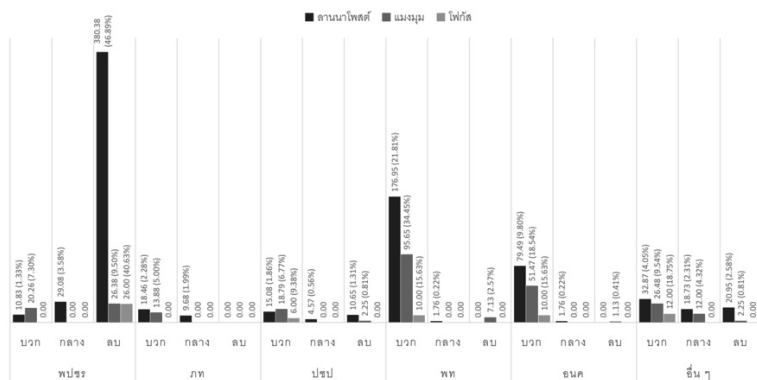
1. หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าวจุดยืนบวกต่อพรรคอื่นๆ มากที่สุด 99.37 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.70 ตามด้วยพรรคเพื่อไทย 90.16 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 16.97 พรรคอนาคตใหม่ 86.39 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 16.26 พรรคพลังประชารัฐ 67.40 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 12.68 และพรรคประชาธิปัตย์ 31.09 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 5.85

2. หนังสือพิมพ์ แมงมุม นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าวต่อพรรคเพื่อไทย ในจุดยืนบวกมากที่สุด 81.44 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 100.00

3. หนังสือพิมพ์ ภาคใต้โฟกัส นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข่าวในจุดยืน บวกต่อพรรคอื่นๆ มากที่สุด 576.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 36.74 ตามด้วย พรรคภูมิใจไทย 315.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 20.08 พรรคประชาธิปัตย์ ในจุดยืนลบ 297.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.93 พรรคพลังประชารัฐใน จุดยืนบวก 179.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 11.44 และพรรคประชาธิปัตย์ใน จุดยืนบวก 142.50 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 9.08

สรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ใช้รูปแบบข่าวในการนำเสนอเนื้อหา เกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ กระจายไปยังทุกพรรค (ค่อนข้างทางจุดยืนบวกและ กลาง) ขณะที่หนังสือพิมพ์ ภาคใต้โฟกัส ใช้รูปแบบข่าวในการนำเสนอเนื้อหา เกี่ยวกับพรรคอื่นๆ พรรคภูมิใจไทย ประชาธิปัตย์ และพลังประชารัฐ (ค่อนข้าง ทางจุดยืนบวกและลบ) โดยไม่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยและอนาคต ใหม่เลย ส่วนหนังสือพิมพ์ แมงมุม ใช้รูปแบบข่าวในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ พรรคเพื่อไทยเพียงพรรคเดียวในจุดยืนบวกเท่านั้น

ภาพที่ 20 ปริมาณพื้นที่ที่นำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง และจุดยืนของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบบทความ เทียบ 3 ชื่อฉบับ (ตารางนิ้ว)



จากภาพที่ 20 พบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ และจุดยืนต่างๆ ในรูปแบบบทความ ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบบทความเกี่ยวกับพรรคพลังประชาชนในจุดยืนลบมากที่สุด 380.38 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.70 ตามด้วยพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก 176.95 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 21.81 และพรรคอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก 79.49 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 9.80

2. หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบบทความเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวกมากที่สุด 95.65 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 34.45 ตามด้วยพรรคอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก 51.47 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.54 และพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก 26.48 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 9.54

3. หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบบทความเกี่ยวกับพรรคพลังประชาชนในจุดยืนลบมากที่สุด 26.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 40.63 ตามด้วยพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก 12.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 18.75 พรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวกและพรรคอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก 10.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 15.63

สรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้รูปแบบบทความเป็นจำนวนมากในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคพลังประชาชนในจุดยืนลบ และพรรคเพื่อไทยและอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ใช้รูปแบบบทความนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทย ตามด้วยพรรคอนาคตใหม่ และพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ใช้รูปแบบบทความนำเสนอกระจายไปยังทุกพรรค ยกเว้นพรรคภูมิใจไทย

ร้อยละ 21.75 และพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ 117.00 ตารางนิ้ว คิดเป็นร้อยละ 14.33

สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ใช้รูปแบบภาพเป็นจำนวนมากในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้รูปแบบภาพนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทย ตามด้วยพรรคต่างๆ ในจุดยืนบวก ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ใช้รูปแบบภาพนำเสนอกระจายไปยังทุกพรรค ยกเว้นพรรคเพื่อไทย

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ *ลานนาโพสต์* *แมงมุม* และ *ภาคใต้โฟกัส* สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. **ปริมาณการนำเสนอ** หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จำนวน 188 ชิ้น ในพื้นที่ 5,786.37 ตารางนิ้ว หรือคิดเป็นร้อยละ 4.59 ของพื้นที่การนำเสนอทั้งหมด โดยหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* (จังหวัดสงขลา) มีสัดส่วนพื้นที่ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.47 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* (จังหวัดลำปาง) คิดเป็นร้อยละ 5.31 และหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* (จังหวัดลำปาง) คิดเป็นร้อยละ 3.21

ภูวสิทธิ์ สุขใส (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* อธิบายถึงนโยบายของหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ว่าเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเชิงคุณภาพ ประเภทสังคม-การเมือง ที่เน้นนำเสนอข่าวสังคม การเมือง ธุรกิจ และการศึกษาที่ใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นภาคใต้ ไม่นำเสนอข่าวอาชญากรรม หรือเนื้อหาที่ไม่ทำให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้อ่าน มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นชนชั้นผู้นำ ตั้งแต่ระดับชุมชน ภูมิภาค ไปจนถึงระดับประเทศ เนื่องจากลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์คล้ายนิตยสาร และจำหน่ายในราคา 30 บาท ซึ่งถือว่าสูงกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั่วไป ทำให้คนทั่วไปไม่สนใจอ่าน ทั้งนี้หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ ทำให้ไม่สามารถเสนอ

ข่าวได้รวดเร็วเท่าสื่อออนไลน์ จึงปรับเปลี่ยนรูปเล่มให้มีลักษณะคล้ายนิตยสาร และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกและข่าวเชิงวิเคราะห์ ทั้งนี้ตั้งแต่หลังจากวันประกาศพระราชกฤษฎีกาการเลือกตั้ง (23 มกราคม 2562) จนถึงวันเลือกตั้ง (24 มีนาคม 2562) หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ได้ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. โดยมีพาดหัวข่าวและภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหน้าหนึ่งทุกฉบับ ส่วนในหน้าในได้มีการลดจำนวนหน้าที่น่าสนใจเกี่ยวกับสังคม การเมือง ธุรกิจ และการศึกษาลงอย่างละหนึ่งหน้า และเพิ่มพื้นที่หน้า “โฟกัสเลือกตั้ง 62” ซึ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งและผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. โดยเฉพาะ ทั้งในรูปแบบข่าว บทความ และภาพ

2. รูปแบบการนำเสนอ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลาให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.37 ตามด้วยรูปแบบข่าว คิดเป็นร้อยละ 37.71 และรูปแบบบทความ คิดเป็นร้อยละ 19.92 หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบบทความมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.96 หนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.92 หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ให้พื้นที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.05

วิรัชฐา ภักดี (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) ผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* อธิบายว่า สาเหตุที่นำเสนอบทความมากที่สุดนั้น เป็นเพราะต้องการเปิดโอกาสให้คนภายนอกได้แสดงความคิดเห็นถึงประเด็นสำคัญๆ

ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในรูปแบบข่าวมากที่สุด ภูวสิทธิ์ สุขใส (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* อธิบายว่า หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบบทความน้อย เนื่องจากปัจจัยภายในคือมีนักข่าวน้อย โดยมีนักข่าวประจำที่มีความสามารถในการเขียนบทความและ

สก็๊ปพิเศษเพียงแค่ 1 คน ส่วนนักข่าวที่เหลืออีก 3 คน มีอายุงานไม่ถึง 3 ปี จึงยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวกับการเลือกตั้ง เพราะประเทศไทยห่างหายจากการเลือกตั้งมานาน ทำให้บรรณาธิการบริหารไม่ได้เข้าไปเร่งรัดให้นักข่าวต้องทำบทความ อีกเหตุผลหนึ่งคือปัจจัยภายนอก ที่ในอดีตหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบบทความที่มาจากนักเขียนภายนอกค่อนข้างมาก แต่ก็ต้องยกเลิกไป เพราะในปัจจุบันนักเขียนภายนอกมักอยากลงบทความในสื่อออนไลน์ของตนเอง และอยากส่งบทความไปให้หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับระบบการทำงานของหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ควรมีบทความจากนักวิชาการ แต่หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ยังขาดการจัดการตรงส่วนนี้อยู่ จึงเป็นโจทย์สำคัญในการเลือกตั้งทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในครั้งต่อไป ที่จำเป็นจะต้องมีการนำเสนอเนื้อหาและข่าวสารในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น

3. หน้าที่นำเสนอ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลามีสั้นที่เนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ปรากฏในหน้าอื่นๆ มากกว่าหน้า 1 โดยมีพื้นที่ปรากฏในหน้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 75.33 และพื้นที่ปรากฏในหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 24.67 หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.05 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* คิดเป็นร้อยละ 26.84 และหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* คิดเป็นร้อยละ 7.00

บัณฑิต ภัคดีวงศ์ (สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2562) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* อธิบายถึงเรื่องนโยบายหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* ว่า การที่หน้าหนึ่งมีข่าวการเลือกตั้งน้อย แต่มีข่าวอาชญากรรมเป็นส่วนมาก เพราะกลุ่มเป้าหมายหลักคือชาวบ้าน อีกทั้งข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่ทำให้คนหยิบอ่านมากกว่า เพื่อให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอยู่รอดได้ทางธุรกิจ และเมื่อประชาชนซื้อหนังสือพิมพ์ไปแล้ว ก็จะได้อ่านเนื้อหาที่อยู่ด้านในด้วย หากคนไม่ซื้อหนังสือพิมพ์เนื้อหาข้างในก็ไม่มีค่า คอลัมน์ข้างในจะเน้นเป็นเรื่องการเมืองด้วย และมีแฟนติดตามอยู่ค่อนข้างมาก บางคนก็ซื้อเพื่ออ่านเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองข้างใน

นอกจากนี้นักข่าวในกองบรรณาธิการมีเพียงแค่ 4 คนเท่านั้น ไม่มีบุคลากรไปเจาะข่าวการเมืองโดยตรง

4. แหล่งข่าว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลามีพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข่าวกองบรรณาธิการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.28 ตามด้วยแหล่งข่าวพรรคการเมือง คิดเป็นร้อยละ 32.04 แหล่งข่าวอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.38 แหล่งข่าวประชาชน คิดเป็นร้อยละ 1.74 และแหล่งข่าวนักวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 1.56 หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* และ *ลานนาโพสต์* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข่าวกองบรรณาธิการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.84 และ 84.76 ตามลำดับ หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข่าวพรรคการเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.90

วิรัช ภูมิธนาถ ผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) ให้สัมภาษณ์ว่าหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* นำเสนอเนื้อหาจากกองบรรณาธิการมากที่สุด โดยไม่นำเสนอผ่านแหล่งข่าวต่างๆ เนื่องจากต้องการสรุปประเด็นและภาพรวมให้ผู้อ่านเข้าใจได้รวดเร็วมากขึ้นจากการรวบรวมเนื้อหาจากแหล่งข่าวจำนวนมากมาตลอดสัปดาห์ ขณะที่ บัณฑิต ภูมิธนาถ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* (สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2562) อธิบายว่า การที่มีแหล่งข่าวประเภทอื่นน้อยเกิดจากนักข่าวไม่ถนัดในการถามคำถามกับแหล่งข่าว จึงใช้การเขียนข่าวในเชิงบรรยายเหตุการณ์ แทนการอ้างแหล่งข่าว

5. พรรคการเมือง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.98 ตามด้วยพรรคการเมืองอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 18.29 พรรคพลังประชารัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.68 พรรคประชาธิปัตย์ คิดเป็นร้อยละ 16.13 พรรคภูมิใจไทย คิดเป็นร้อยละ 10.16 และพรรคอนาคตใหม่ คิดเป็นร้อยละ 6.76

หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.53 ตามด้วยพรรคพลังประชารัฐ คิดเป็นร้อยละ 21.18 พรรคอนาคตใหม่ คิดเป็นร้อยละ 12.79 พรรคอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.26 พรรคประชาธิปัตย์ คิดเป็นร้อยละ 7.81 และพรรคภูมิใจไทย คิดเป็นร้อยละ 4.42

หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.34 ตามด้วยพรรคอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.64 พรรคพลังประชารัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.64 พรรคอนาคตใหม่ คิดเป็นร้อยละ 3.53 พรรคประชาธิปัตย์ คิดเป็นร้อยละ 2.92 และพรรคภูมิใจไทย คิดเป็นร้อยละ 0.93

ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพสต์* มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.88 ตามด้วยพรรคประชาธิปัตย์ คิดเป็นร้อยละ 30.43 พรรคภูมิใจไทย คิดเป็นร้อยละ 20.11 พรรคพลังประชารัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.98 พรรคอนาคตใหม่ คิดเป็นร้อยละ 4.18 และพรรคเพื่อไทย คิดเป็นร้อยละ 0.41

วิรัชฐา ภัคดี (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) ผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ให้สัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมาก เนื่องจากพรรคเพื่อไทยเป็นเพียงพรรคเดียวที่ส่งภาพเข้ามาให้กองบรรณาธิการจัดพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ ส่วนพรรคพลังประชารัฐมาจากความสนใจของคอลัมนิสต์แต่ละคน ที่ต้องการหยิบประเด็นของพรรคขึ้นมานำเสนอทางกองบรรณาธิการจะไม่เข้าไปเปลี่ยนเนื้อหาใดๆ เพราะหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ให้เสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลแก่ทุกคน

ภูวสิทธิ์ สุขใส (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพสต์* อธิบายว่า ที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคการเมืองอื่นๆ มากที่สุด เป็นเพราะหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพสต์* มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบว่า จังหวัดสงขลาไม่ได้มีเพียงผู้สมัครจาก 2 พรรคใหญ่เท่านั้น แต่ยังมีพรรคการเมืองและผู้สมัครหน้าใหม่อีกหลายราย เป็นการให้พื้นที่กับผู้สมัครใหม่ที่ไม่มีโอกาสไปอยู่ในสื่อระดับชาติได้ใช้พื้นที่สื่อระดับท้องถิ่นในการแนะนำตัวและนำเสนอนโยบาย ส่วนการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคประชาธิปัตย์ที่มีพื้นที่มากรองลงมานั้น เป็นเพราะพรรคประชาธิปัตย์มีความขัดแย้งภายในเกิดขึ้นมากและเกิดขึ้นมาโดยตลอด มีความจำเป็นที่จะต้องถูกนำเสนอ นอกจากนี้ การที่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัคร ส.ส. ของพรรคภูมิใจไทยถูกนำเสนอมากเช่นกัน

เป็นเพราะเป็นพรรคใหม่ที่เพิ่งลงมาเข้าถึงภาคได้อย่างจริงจัง ส่งผู้สมัครในจังหวัด สงขลาครบทุกเขต หัวหน้าพรรคไปลงพื้นที่ด้วยตัวเองบ่อยครั้ง และมีการดำเนิน กิจกรรมทางการเมืองในภาคได้อย่างต่อเนื่อง หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ที่มุ่ง นำเสนอข้อมูลของผู้สมัครและนโยบายของพรรค เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน โดยไม่ สนับสนุนฝ่ายใด จึงต้องนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบและปริมาณในลักษณะนี้ และ ในกรณีที่หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคอนาคตใหม่ และเพื่อไทยน้อยมาก เป็นเพราะพรรคเพื่อไทยไม่ส่ง ผู้สมัครในจังหวัดสงขลาเลย ส่วนพรรคอนาคตใหม่ส่งผู้สมัครน้อย และไม่มีความ โดดเด่น หัวหน้าพรรคลงพื้นที่ในจังหวัดสงขลาน้อยมาก ส่วนเลขาธิการพรรคไม่เคย ลงพื้นที่เลย ทำให้ไม่มีเหตุการณ์ที่จะนำเสนอเป็นข่าวได้ ทั้งนี้จากการประเมิน คนในพื้นที่ ทำให้หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ต้องมองข้ามพรรคเพื่อไทย รวมถึง พรรคเครือข่ายทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีนับทั้งหมด เพราะถ้านำเสนอ จะไม่มีคนอ่าน ไม่มีคนซื้อ ส่งผลต่อยอดจำหน่าย ต่อให้ประเด็นน่าสนใจมาก แต่ก็ไม่ควรนำขึ้นหน้าหนึ่ง ไม่ควรเป็นข่าว 1 หรือ 2 เป็นได้แค่ข่าวรองเท่านั้น ต่างกับพรรคประชาธิปัตย์ที่มีฐานเสียงที่แข็งแกร่ง หรือพรรคภูมิใจไทยที่มีคนใน พื้นที่ชื่นชอบและมักจะมียกย่องเชียร์มาซื้อหนังสือพิมพ์ไปแจกอยู่เสมอ นักการเมือง จากพรรคการเมืองใหม่ๆ ก็มักซื้อไปแจกเพื่อเป็นการเปิดตัวอีกทางหนึ่ง

6. จุดยืนต่อพรรคการเมือง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลา มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ ในจุดยืนต่างๆ 10 อันดับแรก ได้แก่ (1) พรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก คิดเป็นร้อยละ 32.22 (2) พรรคการเมืองอื่นๆ ในจุดยืนบวก คิดเป็นร้อยละ 16.87 (3) พรรคภูมิใจไทยในจุดยืนบวก คิดเป็นร้อยละ 9.89 (4) พรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ คิดเป็นร้อยละ 8.52 (5) พรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ คิดเป็นร้อยละ 7.34 (6) พรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนบวก คิดเป็นร้อยละ 6.44 (7) พรรคพลังประชารัฐในจุดยืนบวก คิดเป็นร้อยละ 6.35 (8) พรรคอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก คิดเป็นร้อยละ 6.04 (9) พรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.34 และ (10) พรรคการเมืองอื่นๆ ในจุดยืนกลาง คิดเป็นร้อยละ 1.01

เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อฉบับพบว่า หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ใช้พื้นที่จำนวนมาก (ร้อยละ 82.14) ในการนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก โดยนำเสนอพรรคต่างๆ ในจำนวนน้อยมาก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้พื้นที่จำนวนมากนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยและอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก (ร้อยละ 33.51 และร้อยละ 10.59) และพรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ (ร้อยละ 29.61) โดยพาดพิงในปริมาณเล็กน้อยต่อพรรคภูมิใจไทย ประชาธิปัตย์ และพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวกและกลาง ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเกี่ยวกับพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก (ร้อยละ 31.88) ตามด้วยพรรคภูมิใจไทย และพลังประชารัฐในจุดยืนบวก (ร้อยละ 20.11 และร้อยละ 9.47) และพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ (ร้อยละ 16.90) โดยพาดพิงพรรคเพื่อไทยและพรรคอนาคตใหม่น้อยมาก

ภูวสิทธิ์ สุขใส บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) อธิบายว่า เนื่องจากหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* เน้นนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัคร ส.ส. เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน ชาวส่วนใหญ่จึงเป็นการแนะนำตัวผู้สมัครและแสดงนโยบายของพรรคการเมืองต่างๆ เนื้อหาส่วนใหญ่จึงมีจุดยืนบวก และพรรคใหม่ๆ ผู้สมัครหน้าใหม่ก็แทบไม่มีมุมลบ เพราะยังไม่มีความขัดแย้งใดๆ ส่วนจุดยืนลบที่มีมากในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคประชาธิปัตย์นั้น เป็นเพราะพรรคประชาธิปัตย์มีความขัดแย้งภายในมาอย่างยาวนานและต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของพรรคดูแย่ลง

7. **รูปแบบการนำเสนอ และจุดยืน** ในรูปแบบข่าวพบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้รูปแบบข่าวในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคการเมืองต่างๆ กระจายไปยังทุกพรรค (ค่อนข้างทางจุดยืนบวกและกลาง) ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* ใช้รูปแบบข่าวในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคอื่นๆ พรรคภูมิใจไทย ประชาธิปัตย์ และพลังประชารัฐ (ค่อนข้างทางจุดยืนบวกและลบ) โดยไม่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยและอนาคตใหม่เลย ส่วนหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ใช้รูปแบบข่าวในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยเพียงพรรคเดียวในจุดยืนบวกเท่านั้น

ในรูปแบบบทความพบว่า หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ใช้รูปแบบบทความเป็นจำนวนมากในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคพลังประชาชนในจุดยืนลบ และพรรคเพื่อไทยและอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก ขณะที่หนังสือพิมพ์ แมงมุม ใช้รูปแบบบทความนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทย ตามด้วยพรรคอนาคตใหม่ และพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก ส่วนหนังสือพิมพ์ ภาคใต้โพสต์ ใช้รูปแบบบทความนำเสนอกระจายไปยังทุกพรรค ยกเว้นพรรคภูมิใจไทย

ในรูปแบบภาพพบว่า หนังสือพิมพ์ แมงมุม ใช้รูปแบบภาพเป็นจำนวนมากในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก ขณะที่หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ใช้รูปแบบภาพนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทย ตามด้วยพรรคต่างๆ ในจุดยืนบวก ส่วนหนังสือพิมพ์ ภาคใต้โพสต์ ใช้รูปแบบภาพนำเสนอกระจายไปยังทุกพรรค ยกเว้นพรรคเพื่อไทย

วิรัชฐา ภัคดี (สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562) ผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ ให้สัมภาษณ์ในประเด็นนี้ว่า ชาวในหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ จะถูกนำเสนออย่างเป็นกลางอยู่แล้ว ส่วนในเรื่องจุดยืนลบนั้นก็มีทั้งเป็นความเห็นของคอลัมนิสต์ภายนอก ที่ทางหนังสือพิมพ์จะไม่เข้าไปควบคุม หรือหากเป็นส่วนหนึ่งของบรรณาธิการนั้น ก็ยืนยันว่าเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง ไม่มีการเอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง ส่วนจุดยืนบวกของพรรคเพื่อไทยในการนำเสนอภาพนั้น เพราะทางพรรคส่งภาพมาให้หนังสือพิมพ์เป็นจำนวนมาก

บัณฑิต ภัคดีวงศ์ (สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2562) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ แมงมุม อธิบายว่า ที่มีภาพเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมาก เพราะว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ของพรรคส่งมาให้ที่หนังสือพิมพ์ แมงมุม แต่ทางกองบรรณาธิการก็เปิดกว้างกับพรรคการเมืองอื่นตลอด แต่คาดว่านักการเมืองพรรคอื่นอาจจะไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง และสงขลา” สามารถอภิปรายผลตามประเด็นต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. นโยบายของหนังสือพิมพ์

การศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* (จังหวัดสงขลา) มีสัดส่วนพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. เทียบกับเนื้อหาอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.47 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* (จังหวัดลำปาง) คิดเป็นร้อยละ 5.31 และหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* (จังหวัดลำปาง) คิดเป็นร้อยละ 3.21 นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีสัดส่วนพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในหน้า 1 เทียบกับหน้าอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.05 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* คิดเป็นร้อยละ 26.84 และหนังสือพิมพ์ *แมงมูม* คิดเป็นร้อยละ 7.00 ทั้งนี้ปริมาณการนำเสนอ และหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สมัคร ส.ส. เป็นผลมาจากนโยบายของหนังสือพิมพ์นั่นเอง กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* เป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นชนชั้นผู้นาระดับชุมชน ภูมิภาค ไปจนถึงระดับประเทศ และชนชั้นกลาง มีนโยบายในการนำเสนอข่าวสารการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา จึงให้ความสำคัญต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. อย่างมาก

ส่วนหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* เป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายเป็นชนชั้นกลาง มีนโยบายนำเสนอเนื้อหาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และอาชญากรรม รุจน์ โกลบุตร (2554) พบว่า นโยบายอันแน่วแน่ และแนวทางการทำงานของหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ตั้งแต่แรกเริ่ม ที่ไม่เน้นข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว ไม่ได้ทำให้ *ลานนาโพสต์* มีโอกาสทางธุรกิจน้อยกว่าชื่อบ้างอื่นๆ ในทางตรงกันข้าม การกำหนดนโยบายดังกล่าว ทำให้ *ลานนาโพสต์* มีตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ชื่อบ้างอื่นๆ ในลำปาง มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนที่เป็นชนชั้นกลาง ทำให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ยังสนใจที่จะซื้อพื้นที่โฆษณากับหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์*

สำหรับหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* เป็นหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ เน้นนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบภาพมากกว่าข่าวและบทความ เพราะกลุ่มเป้าหมายเป็นหนังสือพิมพ์สำหรับประชาชนทั่วไป และเน้นข่าวเรื่องอาชญากรรม เป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ ทำให้หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ในสัดส่วนน้อยกว่าสื่อฉบับอื่นๆ

2. การกระจายของแหล่งข่าวและเนื้อหา

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับ มีระดับการกระจายตัวของแหล่งข่าว และเนื้อหาที่แตกต่างกัน โดยหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* และ *แมงมุม* นิยมใช้แหล่งข่าวที่เป็นกองบรรณาธิการ (ร้อยละ 84.76 และร้อยละ 98.48 ตามลำดับ) ในการนำเสนอเนื้อหาผ่านสายตาหรือมุมมองของผู้สื่อข่าว หรือกองบรรณาธิการเป็นหลัก โดยไม่อ้างอิงแหล่งข่าว ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพสต์* มีการกระจายตัวของแหล่งข่าวมากกว่า โดยมีแหล่งข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ครบทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ พรรคการเมือง นักวิชาการ ประชาชน กองบรรณาธิการ และอื่นๆ ทั้งนี้การที่มีการอ้างอิงแหล่งข่าว และมีการกระจายความหลากหลายของแหล่งข่าว มีผลทำให้เนื้อหามีความน่าเชื่อถือ สร้างมุมมองที่หลากหลาย รอบด้าน และเกิดประโยชน์ต่อประชาชนผู้รับสาร พนม วรรณศิริ (2544) เสนอว่า แหล่งข่าวมีบทบาทช่วยให้ข่าวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับข่าว ทำให้ข่าวมีชีวิตชีวา ช่วยให้เนื้อหาเบาะแสของข่าวนำไปต่อยอดได้ และช่วยเผยแพร่ทัศนคติและมุมมองที่น่าสนใจของแหล่งข่าวให้ผู้อ่านได้ทราบด้วย ยิ่งเป็นแหล่งข่าวที่ยินดีเปิดเผยชื่อ นามสกุลและข้อมูลส่วนตัวจะช่วยเสริมให้ข่าวน่าเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น รัตนวดี นาควานิช (2558) เสนอว่าการรายงานข่าวจำเป็นต้องมีแหล่งข่าวอ้างอิง เพราะผู้สื่อข่าวไม่ได้พบเห็นเหตุการณ์ต่างๆ ทุกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง จึงจำเป็นต้องหาข้อมูลจากแหล่งข่าวต่างๆ และอ้างอิงแหล่งข่าวซึ่งเป็นผู้พบเห็นหรือเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่างๆ รวมทั้งผู้สื่อข่าวต้องการมุมมองที่หลากหลายจากแหล่งข่าวหลายๆ มุมมอง เพื่อให้ข่าวถูกต้องเที่ยงธรรม และมีความน่าเชื่อถือ การรายงานข่าวโดยระบุให้ผู้รับสารทราบว่า ข้อมูลมาจากที่ใด ใครเป็นคนให้ข้อมูล หรือเป็นความคิดเห็นของใครนั้น

จะทำให้มีการตรวจสอบ (cross-checking) ข้อเท็จและข้อจริงกันเองจากแหล่งข่าวหลายๆ แหล่ง จนเกิดความรอบด้านและทำให้ความจริงปรากฏในภายหลัง

สำหรับการกระจายตัวของเนื้อหาที่พาดพิงพรรคการเมืองต่างๆ ในช่วงเลือกตั้งนั้น แม้สื่อสถาบันจะถูกคาดหวังให้นำเสนอเนื้อหาของพรรคการเมืองต่างๆ ด้วยความเป็นธรรม แต่ในความเป็นจริงกลับพบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางและสงขลานั้นนำเสนอเนื้อหาของพรรคต่างๆ ในสัดส่วนที่ไม่เท่าเทียมกัน กล่าวคือ มีพื้นที่ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.98 ตามด้วยพรรคการเมืองอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 18.29 พรรคประชาธิปัตย์ คิดเป็นร้อยละ 16.13 พรรคพลังประชารัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.68 พรรคภูมิใจไทย คิดเป็นร้อยละ 10.16 และพรรคอนาคตใหม่ คิดเป็นร้อยละ 6.76 หากพิจารณาเฉพาะพรรคใหญ่ๆ ได้แก่ พรรคเพื่อไทย พรรคประชาธิปัตย์ และพรรคพลังประชารัฐ จะได้เนื้อที่การนำเสนอไปมากถึงร้อยละ 64.79

หากพิจารณาในรายชื่อนับจะพบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* มีการกระจายพื้นที่ในการนำเสนอพรรคการเมืองต่างๆ ได้ดีที่สุดในลำดับที่สาม กล่าวคือมีการพาดพิงพรรคต่างๆ อย่างกว้างขวาง ในปริมาณที่ไม่ต่างกันมากนัก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *แมงมุม* และ *ภาคใต้โฟกัส* มีการพาดพิงพรรคการเมืองที่ค่อนข้างกระจุกตัว กล่าวคือหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* มุ่งนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยสูงมาก (ร้อยละ 83.34) ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอพรรคเพื่อไทยเพียงร้อยละ 0.41 เท่านั้น

ในการนำเสนอเนื้อหาในภาคส่วนต่างๆ ในสัดส่วนที่ไม่เสมอกันนั้น สุภาศิริมานนท์ (2536) กล่าวว่า ความไม่เป็นฝักเป็นฝ่าย และการปราศจากข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือทางความสนใจเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแนวทางปฏิบัติเพื่อบรรลุ “ความจริงที่แท้จริง” ซึ่งจะทำให้ข่าวหรือเนื้อหาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ตอบจุดประสงค์ของหน้าที่ของสื่ออย่างสมบูรณ์ ขณะที่ กฤษณ์ทองเลิศ (2540) เสนอว่า การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับนักการเมือง ควรจะอยู่ภายใต้ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ หรือผู้ที่ให้การสนับสนุนเป็นพิเศษ แต่บางครั้ง นักการเมืองก็ใช้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารทางการ

เมือง หรือสร้างภาพลักษณ์สำหรับตน ส่วน ภัทมัย อินทจักร (2563) เสนอว่า ความไม่ลำเอียง (impartiality) ประกอบด้วยการนำเสนอด้วยทัศนคติที่เป็นกลาง (neutral presentation/neutral attitude) โดยผ่านส่วนผสมของความสมดุล (balance) ซึ่งหมายถึงความเท่าเทียมกันทั้งด้านเวลาหรือพื้นที่ หรือการเน้นย้ำ ในระหว่างความคิดเห็นของทั้งสองฝ่ายที่ขัดแย้งกัน

3. จุดยืนของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ชื่อฉบับล้วนมีจุดยืนต่อพรรคการเมืองที่แตกต่างกัน โดยหนังสือพิมพ์ *แมงมุม* ใช้พื้นที่จำนวนมากในการนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทยในจุดยืนบวก โดยนำเสนอพรรคต่างๆ ในจำนวนน้อยมาก ขณะที่หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* ใช้พื้นที่จำนวนมากนำเสนอเกี่ยวกับพรรคเพื่อไทย และอนาคตใหม่ในจุดยืนบวก และพรรคพลังประชารัฐในจุดยืนลบ โดยพาดพิงในปริมาณเล็กน้อยต่อพรรคภูมิใจไทย ประชาธิปัตย์ และพรรคอื่นๆ ในจุดยืนบวก และกลาง ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพกัส* นำเสนอเกี่ยวกับพรรคอื่นๆ พรรคภูมิใจไทย และพลังประชารัฐในจุดยืนบวก และพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ โดยพาดพิงพรรคเพื่อไทยและพรรคอนาคตใหม่น้อยมาก

ในการที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีจุดยืนและมุมมองต่อพรรคการเมืองที่ต่างกันในนี้ ณัฐ ฉนามหัทธนา (2550) เสนอว่า นอกจากการรายงานเหตุการณ์แล้ว หนังสือพิมพ์ยังสะท้อนมุมมองที่มีต่อนักการเมือง การนำเสนอภาพดังกล่าว สะท้อนความคิดและมุมมองของสื่อที่มีต่อข่าวหรือบุคคลนั้นๆ ไปยังผู้อ่าน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อมุมมองและความคิดความเชื่อของประชาชนผู้รับสาร และส่งผลต่อความคิดเห็น และทัศนคติเกี่ยวกับการเมืองของประชาชนได้

4. ความกระตือรือร้นของผู้รับสาร

การศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์* และ *แมงมุม* ค่อนข้างให้พื้นที่ในจุดยืนบวกกับพรรคเพื่อไทย และให้พื้นที่ในทางลบกับพรรคพลังประชารัฐ แต่เมื่อพิจารณาจากผลการเลือกตั้งของทั้ง 4 เขต ในจังหวัดลำปาง พบว่า แม้ว่าผู้ชนะในทั้ง 4 เขต จะเป็นสมาชิกของพรรคเพื่อไทย แต่พรรคที่ได้อันดับ 2 และ 3 ก็ไม่ได้มีคะแนนที่ห่าง เช่น เขต 1 พรรคเพื่อไทย ได้ 36,573 คะแนน อันดับ

ที่ 2 พรรคอนาคตใหม่ ได้ 34,205 คะแนน และอันดับที่ 3 พรรคพลังประชารัฐ ได้ 32,402 คะแนน (<https://election.pptvhd36.com/region/1/40>) แสดงให้เห็นว่า พรรคพลังประชารัฐที่ถูกนำเสนอในจุดยืนลบส่วนเสียเป็นส่วนมากในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปางนั้น ก็ยังคงชนะใจประชาชนชาวลำปางบางส่วนได้อยู่

ส่วนหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โฟกัส* นำเสนอเกี่ยวกับพรรคอื่นๆ พรรคภูมิใจไทย และพลังประชารัฐในจุดยืนบวก และพรรคประชาธิปัตย์ในจุดยืนลบ โดยพาดพิงพรรคเพื่อไทยและพรรคอนาคตใหม่น้อยมากนั้น เมื่อพิจารณาผลการเลือกตั้งที่จังหวัดสงขลา ทั้ง 8 เขต พบว่า พรรคพลังประชารัฐชนะ 4 เขต ได้แก่ เขต 1, 2, 3 และ 4 พรรคประชาธิปัตย์ชนะ 3 เขต ได้แก่ เขต 5, 6 และ 8 และพรรคภูมิใจไทยชนะ 1 เขต คือเขต 7 (<https://election.pptvhd36.com/region/4/70>)

ในประเด็นนี้ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) เสนอว่า ผู้รับสารสามารถมีฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทเชิงรุก (active) คือ ใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อที่เลือกสรรมาแล้ว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ไม่ใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงใจจากผู้ส่งสาร

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องนี้ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรเพิ่มสัดส่วนของแหล่งข่าวต่างๆ ให้มีความสมดุลกันมากขึ้น เพื่อให้เนื้อหาข่าวหลากหลาย พร้อมทั้งมีแหล่งที่มาที่อ้างอิงได้ และลดจำนวนแหล่งข่าวของกองบรรณาธิการลง เพื่อช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของเนื้อหาให้มากขึ้น
2. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรนำเสนอเนื้อหาของทุกพรรคการเมืองให้มีปริมาณใกล้เคียงกัน เพื่อความเป็นธรรม และประชาชนจะได้รับรู้ข้อมูลอย่างรอบด้าน
3. ประชาชนควรเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเลือกตั้งและผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข่าวสารที่รอบด้านเพียงพอต่อ

การตัดสินใจที่แม่นยำ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนแต่ละแห่งมักจะนำเสนอเนื้อหาจากมุมมองและจุดยืนของตัวเอง ซึ่งจะทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน

4. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งถัดไปคือ การศึกษาประชาชนในฐานะผู้รับสารว่า มีปฏิกิริยาต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในการเลือกตั้งทั่วไปอย่างไร

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ ทองเลิศ (2540), *สื่อมวลชนการเมืองและวัฒนธรรมมองคร่อมแห่งสายสัมพันธ์ของวิถีชีวิต*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.
- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2552), *งานวิจัยสถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย*, ม.ป.ท..
- ทิตติยา เป็เลียนเฉย (2553), "หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับการกำหนดวาระข่าวสารด้านสิทธิพลเมือง", *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*, 6(1).
- ณัฐ ฉมามัทธนา (2550), *ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการทำข่าวและนำเสนอข่าวการเมืองในมุมมองของนักหนังสือพิมพ์*, สารนิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต สาขาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนากร เจริญธัญกุล (2549), "การสร้างตราสินค้าทางการเมือง (Political Branding)", *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 2(1).
- บรรยงศ์ สุวรรณผ่อง และคณะ (2552), *งานวิจัยสถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย*, รายงานการวิจัยสภาหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- พนม วรณศิริ (2544), *การสื่อข่าวและการเขียนข่าว*, กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- พิศิษฐ์ ขวาลาววัช และคณะ (2539), *การรายงานข่าวชั้นสูง*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- รัตนวดี นาควาณิช (2558), "การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว: จุดเริ่มต้นของคุณภาพข่าว", *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 35(1).
- รุจน์ โกมลบุตร (2552), *สถานการณ์ในทางวิชาชีพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง*, รายงานการวิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____ (2554), *การบริหารหนังสือพิมพ์ "ลานนาโพสต์": ข้อเสนอต่อการปฏิรูปหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น*, รายงานการวิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุจน์ โกมลบุตร และคณะ (2562), "การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นลำปาง", *วารสารศาสตร์*, 12(1).

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ (2555), *แนวคิดและหลักวารสารศาสตร์*, ปทุมธานี: ศูนย์สนับสนุนและพัฒนาการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยรังสิต.

สุภา ศิริมานนท์ (2536), *นักหนังสือพิมพ์*, กรุงเทพฯ: ที.พี.พรินท์ จำกัด.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533), *การสื่อสารกับสังคม*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสถียร เขยประทับ (2540), *การสื่อสารกับการเมืองเน้นสังคมประชาธิปไตย*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สื่อออนไลน์

กว่าจะมาถึงวันนี้: เรียงลำดับเหตุการณ์ของการเลื่อนเลือกตั้ง 57-62 (2562) (ออนไลน์), สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562 จาก <https://prachatai.com/journal/2019/03/81662>

ภัทธย์ อินทจักร (2563), “สื่อมวลชนบนถนนประชาธิปไตยใหม่: เป็นกลาง ชี้นำ เลือกข้าง?”, สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2563 จาก <https://www.isranews.org/thaireform-data-strategy/14056-2010-05-13-07-58-50.html>

ลำปาง-รายงานผลการเลือกตั้ง 62: PPTVHD36 (2562), สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562 จาก <https://election.pptvhd36.com/region/1/40>

เลือกตั้ง 62: 81 พรรคการเมืองในสนามเลือกตั้ง เกินครึ่งเป็นพรรคตั้งใหม่ (2562), สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562 จาก <https://ilaw.or.th/node/5181>

สงขลา-รายงานผลการเลือกตั้ง 62: PPTVHD36 (2562), สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562 จาก <https://election.pptvhd36.com/region/4/70>

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (2559), *ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์*, สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562 จาก <http://www.presscouncil.or.th>

สัมภาษณ์

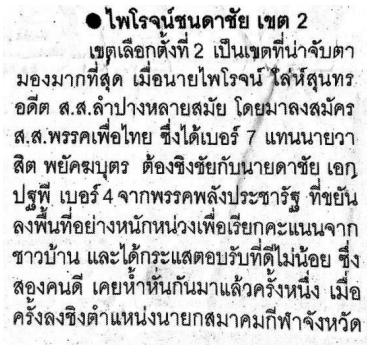
บัณฑิต ภักดีวงศ์, บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ *แมงมุม*, สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2562.

ภูวสิทธิ์ สุขใส, บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ *ภาคใต้โพกัส*, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562.

วริษฐา ภักดี, ผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์*, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2562.

ภาคผนวก

ตัวอย่างที่ 1 การนำเสนอข่าวจากแหล่งข่าวกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์



กองบรรณาธิการ รายงานข่าวว่าเขตเลือกตั้งที่ 2 น่าสนใจ เพราะตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยและพรรคพลังประชารัฐเคยชิงตำแหน่งนายกสมาคมกีฬาจังหวัดลำปางมาก่อน (ลานนาโพสต์, 8-14 กุมภาพันธ์ 2562: 2)

ตัวอย่างที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ส.ส. ของพรรคอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์ ภาคใต้โฟกัส



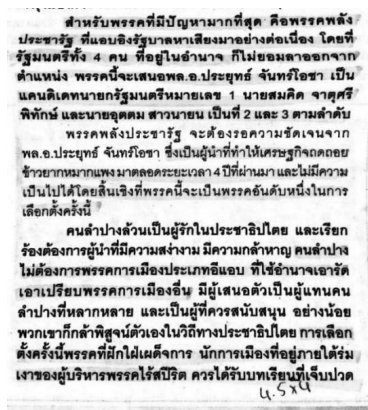
ข้อมูลผู้สมัครและนโยบายของพรรคการเมืองอื่นๆ 11 พรรค (ภาคใต้โฟกัส, 25-31 มีนาคม 2562: 14)

ตัวอย่างที่ 3 ชาวที่มีจุดยืนบวกต่อผู้สมัคร ส.ส. พรรคภูมิใจไทยของหนังสือพิมพ์ ภาคใต้โพสต์



ผู้สมัคร ส.ส. เขต 4 พรรคภูมิใจไทย ดีใจกระแสเปลี่ยนคนชอบมากขึ้น
แสดงนโยบายพรรค (ภาคใต้โฟกัส, 4-10 มีนาคม 2562: 24)

ตัวอย่างที่ 4 การนำเสนอบทความในจุดยืนลบต่อพรรคพลังประชารัฐ
ของหนังสือพิมพ์ *ลานนาโพสต์*



บทบรรณาธิการเสียดสีพรรคพลังประชารัฐว่า ที่ผ่านมาบริหารประเทศ
อย่างไม่มีประสิทธิภาพ และไม่มีทางที่จะเป็นอันดับหนึ่งในการเลือกตั้ง (ลานนา
โพสต์, 1-7 กุมภาพันธ์ 2562: 3)

ตัวอย่างที่ 5 การนำเสนอรูปแบบภาพในจุดยืนบวกต่อพรรคเพื่อไทย
ของหนังสือพิมพ์ แมงมุม



จะนอกเขตหรือในเขตก็ไม่เคยลืมกัน...อดีตเจ้าหน้าที่ ระดับสูง กฟผ.แม่เมาะ เข้าสวมกอด
ไพโรจน์ โชฬีสุนทร ที่รู้จักกันมานานหลังทราบว่าได้พวนกลับลงสนามการเมืองอีกครั้งในนามพรรคเพื่อไทย
เขต 2 ยืนยันว่าจะอีกเขตแต่ก็ตั้งใจเชียร์เกินร้อย ขณะไปร่วมงานวันรัฐพิธีครบรอบวันก่อตั้งโรงไฟฟ้าแม่เมาะ
ครบ ๖๖ ปี

คำบรรยายภาพในหนังสือพิมพ์ แมงมุม ระบุว่า ประชาชนสนใจเชียร์
เกินร้อยให้แก่ผู้สมัคร ส.ส. พรรคเพื่อไทย ซึ่งเป็นนักการเมืองมาอย่างยาวนาน
ของจังหวัดลำปาง (แมงมุม, 15-21 กุมภาพันธ์ 2562: 14)