



บทความออนไลน์




นิตยสาร ‘ตาย’ สื่อออนไลน์ ‘เกิด’

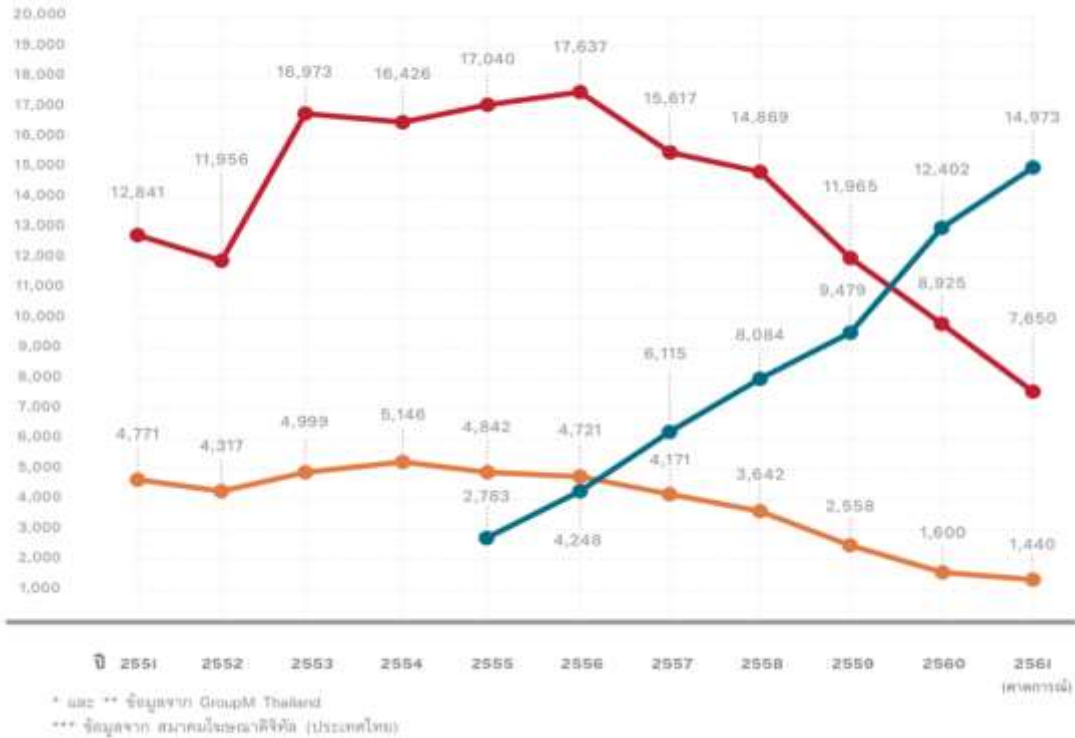
ย้อนกลับไปสิบปีที่แล้วแทบไม่มีใครรู้จักสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือไอแพด แต่ทุกวันนี้อุปกรณ์อัจฉริยะ (smart device) เหล่านี้มีการใช้งานอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยมีปัจจัยสนับสนุนคือเครือข่าย 3G และ 4G ที่เปิดให้บริการเต็มรูปแบบนับตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ประกอบกับอุปกรณ์มีราคาถูกลงจนทำให้คนส่วนใหญ่สามารถหาซื้อได้ ปัจจุบัน (2561) มีผู้ใช้งานอุปกรณ์อัจฉริยะทุกประเภทประมาณ 46 ล้านคน [1] ในจำนวนนี้เกือบร้อยละ 90 มีโทรศัพท์มือถือใช้งาน โดยตั้งแต่ปี 2555 ถึง 2560 สัดส่วนผู้ใช้สมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นถึง 9 เท่า [2] ทำให้โทรศัพท์มือถือประมาณร้อยละ 70 ของผู้ใช้เป็นโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน

เมื่อผู้คนสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ง่ายทุกที่ทุกเวลา และสามารถค้นหาข่าวสารความรู้ที่ต้องการได้ด้วยตนเองผ่านเครื่องมือสืบค้น (search engine) หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ และโซเชียลมีเดีย อีกทั้งการบริโภคข่าวสารออนไลน์ยังรวดเร็วและตรงตามความสนใจมากกว่า จึงแทบไม่มีความจำเป็นต้องรออ่านหนังสือพิมพ์ตอนเช้าหรือคอยติดตามอ่านนิตยสารที่ออกเป็นรายปักษ์หรือรายเดือนดังเช่นในอดีต

พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารเปลี่ยนแปลงไปแทบจะสิ้นเชิงเช่นนี้เอง ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาของหนังสือพิมพ์และนิตยสารลดลงราวร้อยละ 40 สวนทางกับการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่เม็ดเงินโฆษณาพุ่งสูงขึ้นกว่า 5 เท่าตัว ประกอบกับต้นทุนหลักคือค่ากระดาษที่เพิ่มขึ้นทุกปี สื่อนิตยสารและหนังสือพิมพ์จึงตกอยู่ในภาวะยากลำบากและต่างก็ต้องปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด เช่น การปรับลดพนักงาน การลดจำนวนหน้าหนังสือ การออก free-copy การหันไปผลิตเนื้อหาออนไลน์ แต่สุดท้ายแล้วก็ยังมีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ทั้งเก่าและใหม่หลายสิบหัวที่ต้องยุติการตีพิมพ์ไปอย่างถาวร






เม็ดเงินโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อดิจิทัล
 หน่วย : ล้านบาท

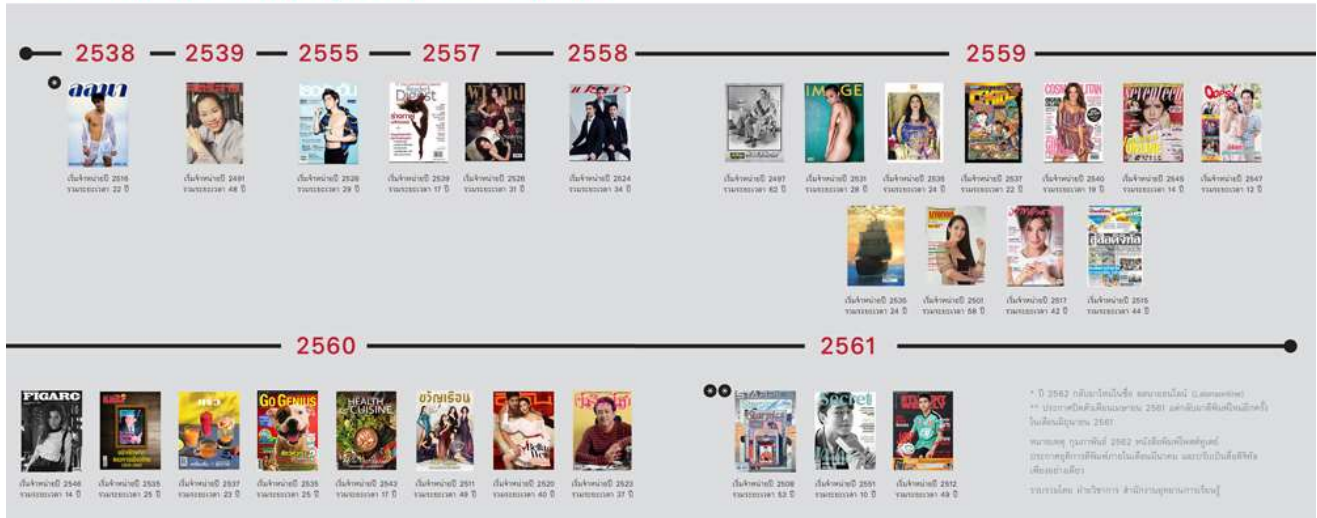


2559-2560 สีนามิถลมนิตยสาร

อันที่จริง การเกิดและดับของนิตยสารนั้นเป็นปรากฏการณ์ปกติ นิตยสารเก่าแก่ชื่อดังอย่างเช่น ลลนา และสตรีสาร ก็ยุติบทบาทไปตั้งแต่ปี 2538 และ 2539 ตามลำดับ แต่สถานการณ์ขาลงของวงการนิตยสารเริ่มปรากฏเคำกลางให้เห็นจากการอำลาแผงหนังสือของนิตยสารสรรสาระ ผู้หญิง และเปรี้ยว ในปี 2557 และ 2558 จนกระทั่งปี 2559 ต่อเนื่องถึงปี 2560 อาจเรียกได้ว่าเป็นปีแห่งสินามิของนิตยสารไทย เมื่อสิ่งพิมพ์เบอร์ใหญ่ที่ยืนหยัดมายาวนานต่างทยอยล้มหายตายจาก นิตยสารชื่อดังที่อยู่คู่บรรณพิภพไทยมายาวนานต้องปิดตัวไปไม่น้อยกว่า 15 ฉบับ ไม่ว่าจะเป็นสกุลไทย พลอยแกมเพชร อิมเมจ บางกอกรายสัปดาห์ ภาพยนตร์บันเทิง หนังสือพิมพ์บ้านเมือง เนชั่นสุดสัปดาห์ ครีว ขวัญเรือน คู่สร้างคู่สม



นิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่ยุติการพิมพ์และจำหน่าย



สื่อออนไลน์เกิดใหม่

ในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล นิตยสารพิมพ์และนิตยสารพยายามปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ด้วยการดัดแปลงเนื้อหาให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ฐากร บุนปาน กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของวงการนิตยสารพิมพ์ว่า “เมื่อตอนที่ตลาดนิตยสารพิมพ์รุ่งเรืองถึงขีดสุดมีคนซื้อ 2.2 ล้านฉบับ ทุกวันนี้ขายได้ต่ำกว่า 2 ล้านฉบับ แต่จริงๆ แล้วผู้บริโภคข่าวไม่ได้น้อยลง เพียงแต่เปลี่ยนที่อ่านเท่านั้น มีผู้อ่านข่าวทางเว็บไซต์วันละหลายล้านคน และมีจำนวนผู้กดไลค์เฟซบุ๊กเพิ่มขึ้นทุกสัปดาห์ นอกจากนี้สถิติยอดวิวเฟซบุ๊กไลฟ์ที่เพิ่มขึ้นทำให้รู้ว่าสังคมไทยเป็นสังคมมุขปาฐะ ชอบพูด ชอบคุย ชอบให้มีคนสรุปให้ฟังก่อนอ่านเอง” [3]

นอกจากสื่อเก่าที่ผันมาทำสื่อดิจิทัลแล้ว ยังมีเว็บไซต์ข่าวสารเกิดขึ้นใหม่มากมายจนกลายเป็นปรากฏการณ์ เช่น The Standard, The MATTER, The Momentum, 101.world, waymagazine, The Cloud สื่อออนไลน์ใหม่ๆ เหล่านี้มีเนื้อหาและลีลาการนำเสนอข่าวที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าสื่อใหม่ๆ จะมีสัดส่วนผู้อ่านน้อยกว่าสำนักข่าวกระแสหลัก แต่ก็มีแนวโน้มที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว จนอาจกล่าวได้ว่าทั้งสื่อเก่าที่ผันมาทำสื่อดิจิทัลและสื่อที่เกิดขึ้นใหม่มีช่องทางเลือกในการอัพเดทข่าวสารอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นรูปแบบหลักในการบริโภคข่าวสารของคนในยุคปัจจุบันไปเสียแล้ว

ชัยพร ไตรวัฒน์ศิริวัฒน์ ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ข่าวสารสำหรับผู้ชาย UNLOCKMEN วิเคราะห์ว่า ในยุคแรกๆ สื่อออนไลน์เปรียบเป็น ‘น่านน้ำสีคราม’ (Blue Ocean) ที่มีผู้เล่นรายใหญ่น้อยมาก ความแย่งงานของเม็ดเงินโฆษณา


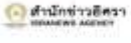













ที่เข้ามาทางสื่อออนไลน์ดึงดูดให้เกิดผู้พัฒนาเนื้อหาหน้าใหม่ๆ จนกลายเป็น ‘น่านน้ำสีแดง’ (Red Ocean) ที่มีการแข่งขันสูง

“ปัจจุบันสื่อออนไลน์มากขึ้น บางคนเข้ามาทำตรงนี้ เพราะมองว่าง่าย เร็ว ถูก แค่มือถือหนึ่งเครื่องก็สามารถเป็น Publisher หรือ Blogger ได้ แต่ถ้าคิดจะจริงจัง และเพื่อให้ดำรงอยู่ได้ในยุคที่มีสื่อออนไลน์มากมาย ต้องมีกระบวนการคิด กระบวนการทำงาน ทั้งกองบรรณาธิการ และทีมโปรดักชั่น ไม่ต่างกับการทำนิตยสาร คุณภาพเล่มหนึ่ง” [4]



เว็บไซต์ข่าวสารออนไลน์เกิดใหม่ในรอบ 10 ปี

ชื่อ	ปีที่เริ่ม	ผู้ก่อตั้ง และ/หรือบรรณาธิการ	แนวเนื้อหา
	2554	สถณี ขาววานันท์กุล บุญสถา กุสุวรรณ	สำนักข่าวสืบสวนสอบสวน เน้นประเด็น ตรวจสอบความโปร่งใสภาครัฐและภาคเอกชน และการพัฒนาที่ยั่งยืน
	2554	ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์	นำเสนอข่าวสารในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ข่าวเพื่อชุมชน ข่าวนโยบายสาธารณะ และ ข่าวสืบสวน
	2556	ชัยพร ไครวัฒน์ศิริวัฒน์	เว็บไซต์ข่าวสารสำหรับผู้ชาย ที่สนับสนุน การปลดล็อกศักยภาพของตัวเองด้วยมุมมอง ที่กว้างขึ้น
	2558	อธิคม คุณาวุฒิ	แหล่งขุมขุมคอลัมน์นิสต์คุณภาพสูง นำเสนอ ข่าวสารความเคลื่อนไหวทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ศิลปะและ ไลฟ์สไตล์
	2559	ทีปกร วุฒิพิทยามงคล (ต้นปี 2562 ลาออกไปทำงานที่สิงคโปร์ ปัจจุบัน พงศ์พิพัฒน์ บัญชานนท์ เป็น บรรณาธิการ)	เว็บไซต์ข่าวสารความเป็นไปของโลกที่พยายาม นำเสนอแง่มุมแบบใหม่และอธิบายความ สัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
	2559	วงศ์ทรง ชัยณรงค์สิงห์ นิติพัฒน์ สุขสวอ ภาสกร ประมูลวงศ์ (วงศ์ทรงและนิติพัฒน์ลาออกเมื่อปี 2560 ส่วนภาสกรหันเหไปทำงาน ภาพยนตร์มาก่อนหน้านี้แล้วระยะหนึ่ง)	พื้นที่รวมคอนเทนต์ว่าด้วยความสร้างสรรค์ และพลังของคนรุ่นใหม่ เป็นการพัฒนาเนื้อหา จากนิตยสารกระดาษที่ได้รับความนิยมสูงสู่ แพลตฟอร์มดิจิทัล
	2559	นครินทร์ วนกิจไพบูลย์ (ลาออกพร้อมทีมงานรุ่นก่อตั้ง หลังจาก เปิดตัวได้เพียง 6 เดือน ปัจจุบัน อพินธ์ ชัยยังพัฒนา เป็นบรรณาธิการ บริหาร)	The Momentum อยู่ภายใต้ต้นฉบับ เดย์ โฟแอนด์ เป็นสำนักข่าวว่าด้วยสังคมเมืองและโลกข่าว ธุรกิจสร้างสรรค์ข่าวไลฟ์สไตล์ ที่นำเสนอ เนื้อหาให้มีเสน่ห์ ทั้งรูปแบบบทความวิดีโอ อินโฟกราฟิก และวิทยุออนไลน์ เมื่อมีการ เปลี่ยนทีมบรรณาธิการ ได้ปรับแนวทางจาก สำนักข่าวออนไลน์เป็นสื่อออนไลน์ ไม่เน้น แข่งขันเรื่องความเร็วของข่าว แต่ให้ความสำคัญกับ งานเขียนเชิงสื่อบุคคลที่หลากหลายเรื่องราวทั้งหนัก และเบาที่มีความเป็นไลฟ์สไตล์มากขึ้น
	2559	ไม่เปิดเผยชื่อบรรณาธิการ	เกิดจากการรวมตัวของทีมนักข่าวอาชญากรรม ที่มีประสบการณ์กว่า 20 ปี เน้นการทำข่าว เผยแพร่ ดีแต่ความจริง และยืนข้างความ เป็นธรรม โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางหลักใน การสื่อสารกับผู้อ่าน
	2560	ณัฐกร เวียงอินทร์	พื้นที่สำหรับผู้ชาย นำเสนอมุมมองความคิด ชีวิตการทำงาน และไลฟ์สไตล์สำหรับผู้ชาย ในยุคดิจิทัล
	2560	ปกป้อง จันวิทย์	เว็บไซต์ที่พยายามสื่อสารความรู้ในเชิงวิชาการ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้คนในสังคม วงกว้างเข้าใจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ อย่างมีคุณค่า
	2560	ทรงกลด บางมีชัย	ชุมชนนักเล่าเรื่องที่สนุกและมีเสน่ห์ ว่าด้วย เรื่องชุมชน วัฒนธรรมสร้างสรรค์ และชีวิต ที่ดีกว่า
	2560	วงศ์ทรง ชัยณรงค์สิงห์	สำนักข่าวที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารในแนวทาง สร้างสรรค์ เพื่อให้ความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และแรงบันดาลใจแก่ผู้คน เพื่อสร้างความ เปลี่ยนแปลงเชิงบวกแก่สังคม
	2561	นันทพร ศานติเกษม หรือ 'ปิยะพร ศักดิ์เกษม' ปวีณภัทร ศาสติบุต หรือ 'กึ่งนิตร' น.พ. พงศกร จินดาวัฒน์ หรือ 'พงศกร' ธรรวรัตน์ จันทรวรินทร์ สุธวัฒน์ จันทรวรินทร์ ประพัฒน์ สุกญา วไลตา กิจปวีชา วรัญญา อินทรกำแหง	นิตยสารแนวหน้าออนไลน์ดิจิทัล เกิดจาก การรวมตัวกันของนักเขียนนวนิยายชื่อดังที่เคย ฝากผลงานไว้ในโลกนิตยสารกระดาษ



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

[1] ข้อมูลจาก “We Are Social” ดิจิทัลเอเจนซี และ “Hootsuite”

[2] ผลสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

[3] https://www.matichon.co.th/economy/news_272310

[4] <https://www.marketingoops.com/media-ads/unlockmen/>

ที่มา <https://www.tkpark.or.th/>

