

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในหัวข้อบทบาทของโฮมเพจ "Intercastr.loxinfo" ในฐานะช่องทางใหม่ของการสื่อสารมวลชนได้ผล และทำการนำเสนอผลการวิจัย โดยจะแยกนำเสนอเป็น 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1 ด้านผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP)** เป็นการนำเสนอผลการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แหล่งข้อมูลหลัก (Key Informants) จาก 1 เจ้าของสื่อ ผลการศึกษาข้อมูลทางเอกสาร และผลการศึกษาโฮมเพจฯ

**ส่วนที่ 2 ด้านผู้ผลิตเนื้อหา** เป็นการนำเสนอผลการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แหล่งข้อมูลหลัก (Key Informants) จาก 7 สถาบันผู้ผลิตเนื้อหา ผลการศึกษาข้อมูลทางเอกสาร และผลการศึกษาโฮมเพจฯ

**ส่วนที่ 3 บทบาทและแนวโน้มของโฮมเพจฯ** ในด้านเทคโนโลยี เนื้อหา นโยบาย ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

**กลุ่มศึกษา แหล่งข้อมูลหลัก (Key Informants)** จาก 1 เจ้าของสื่อ และ 7 บริษัทผู้ผลิตเนื้อหาและผลการศึกษาข้อมูลทางเอกสาร และผลการศึกษาโฮมเพจฯ

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| 1. บริษัท อะเมซิง-กรุ๊ป จำกัด              | 2 ท่าน คือ                      |
| 1.1. วิโรจน์ เหล่ารุ่งเรืองชัย             | ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์กราฟฟิก |
| 2.2. กุชชัย อัครฐานาชีวะ                   | ผู้จัดการฝ่ายการตลาด            |
| 2. บริษัท เอ โทมัส มีเดีย จำกัด            | 2 ท่าน คือ                      |
| 2.1. สมโรจน์ วสุวงศ์โสธร                   | ผู้อำนวยการฝ่ายการผลิตรายการ    |
| 2.2. อภิสิตะ ปุณณะนินิ                     | รองผู้จัดการแผนกวิจัยและพัฒนา   |
| 3. บริษัท แอล เวฟ จำกัด                    | 2 ท่าน คือ                      |
| 3.1. สุพัตตรา วุฒิประเสริฐกุล              | นักการตลาด                      |
| 3.2. วรัดดา นลืออาภรณ์                     | กรรมการผู้จัดการ                |
| 4. บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) | 2 ท่าน คือ                      |
| 4.1. อรพรรณ ชโนวิทย์                       | ผู้จัดการฝ่ายสารสนเทศ           |

- |   |                            |
|---|----------------------------|
| 4.2. ขจรเกียรติ ธรรมบุตร                      | ผู้จัดการฝ่ายคอมพิวเตอร์   |
| 5. บริษัท ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชั่น เซอวิส จำกัด | 2 ท่าน คือ                 |
| 5.1. ภฤศดา โกมุบุตร                           | ผู้ควบคุมระบบ              |
| 5.2. นนทวัน สินธวานนท์                        | ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด |
| 6. บริษัท เจ เอส แอล จำกัด                    | 2 ท่าน คือ                 |
| 6.1. โสภณ งามอุดม                             | ผู้จัดการฝ่ายมัลติมีเดีย   |
| 6.2. ชัยวัฒน์ เหล่ากิตติโชติ                  | โปรแกรมเมอร์               |
| 7. บริษัท สยามอินโฟเทคนเมนต์ จำกัด            | 2 ท่าน คือ                 |
| 7.1. พัชรพรรณ อภิวัฒน์โนกุล                   | นักวิเคราะห์ระบบสารสนเทศ   |
| 7.2. อติศร ปาจริยางกูร                        | ผู้จัดการฝ่ายสารสนเทศ      |
| 8. บริษัท สยามเทเลชั่น จำกัด                  | 2 ท่าน คือ                 |
| 8.1. ปราชญ์ ไชยคำ                             | หัวหน้ากองบรรณาธิการข่าว   |
| 8.2. ไพศาล เล็กกำแหง                          | ฝ่ายข่าวต่างประเทศ         |

**ส่วนที่ 1. ด้านผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการศึกษาเอกสารสำคัญต่างๆ**

1.1. บริษัท ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชั่น เซอวิส จำกัด (Loxley Information Service Co., Ltd.) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2539 ("ล็อกซ์อินโฟฯ" คือชื่อเรียกของบุคลากรในบริษัทฯ และบุคคลภายนอกที่ใช้บริการของบริษัทฯ) วัตถุประสงค์ของการก่อตั้ง เพื่อให้การเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นไปโดยง่าย การดูแลลูกค้าที่ดีและใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการดำเนินกิจการ การให้ทางออกแบบครบครันทุกขั้นตอน พัฒนาการและเพิ่มคุณค่าของบริการ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค มองหากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับความก้าวหน้าจากบริษัทและ ธุรกิจอื่นที่พอที่จะร่วมธุรกิจกันกับเราได้เพื่อความสำเร็จของบริษัทฯ

ทางบริษัท ล็อกซเล่ย์ อินโฟเมชั่น เซอร์วิส จำกัด (ล็อกซอินโฟฯ) ได้สังเกตเห็นถึงความต้องการของคนไทยในต่างประเทศในการติดตามข้อมูลข่าวสารจากประเทศไทยได้ทันต่อเหตุการณ์ ทางบริษัทฯ จึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มีคุณภาพจากประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตไปยังคนไทยและผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก โดยได้มีการเริ่มจัดทำกรนำเสนอรายการโทรทัศน์และวิทยุผ่านทางอินเทอร์เน็ต ภายใต้ชื่อโครงการว่า "Loxinfo Intericast"

ในโครงการมีวิธีการนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใน 2 รูปแบบ คือ แบบ Real-time ซึ่งคนไทยในต่างประเทศ จะสามารถรับชม หรือรับฟังรายการได้ในเวลาเดียวกันกับการออกอากาศในประเทศไทย

แบบ เรียกดูตามต้องการ (On-Demand) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลข่าวสารไว้เป็น Archive ผู้ชมสามารถเข้าเข้าไปดูในเวลาใดก็ได้ตามต้องการโดยไม่ต้องดาวน์โหลดไฟล์ (File Download) ทั้งหมดก่อนแต่สามารถดูได้ทันทีเหมือนการ ดูโทรทัศน์ หรือฟังวิทยุ และ ข้อมูลเป็นได้ทั้งภาพและเสียง

โครงการ "Loxinfo Intericast" ได้รับความร่วมมือจากหลายบริษัทที่เป็นผู้ผลิตรายการชั้นนำของประเทศไทยโดยรวมผู้นำทางด้านข่าว รายการเพลงวิทยุ และรายการบันเทิงทางโทรทัศน์มาเข้าร่วมโครงการนี้ อันได้แก่ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท เอ โทมัส มีเดีย จำกัด (บริษัทในเครือแกรมมี เอนเตอร์เทนเมนท์) บริษัท เจ เอส แอล จำกัด บริษัท สยามเทเลชั่น จำกัด (บริษัทในเครือสยามกีฬา) บริษัท แอลเวฟ จำกัด (บริษัทในเครือล็อกซเล่ย์) บริษัท อะเมซิง กรุ๊ป จำกัด (ผู้ผลิตรายการ แมกกาซีนหลังเลนส์) และบริษัท สยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด (ITV ทิวส์รี่) (สัมภาษณ์ ภาฤศดา โกมุทบุตร, 2541)

ตารางอธิบายถึงโครงสร้างของหน่วยงานที่ดูแลในเรื่องของโครงการ "Loxinfo Intericast" อันแบ่งออกเป็น 3 แผนก คือ

1. Operation
2. Software
3. Marketing + R&D

Operation	Software	Marketing + B&D
Encode Analog เป็น Digital	Web	Planning
Update web	Database Collection	Feasibility
Contact Content Provider	Graphics	Advertisement
		Streaming Service

ตารางที่ 1 โครงสร้างของแผนกในองค์กร Loxinfor ที่มีหน้าที่อันเกี่ยวข้องกับ intercast

1. Operation มีหน้าที่ในการดูแลเนื้อหา (Content) ทั้งรายการทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ แต่เนื่องจากในทางเทคนิคแล้ว รายการทางวิทยุกระจายเสียงไม่มีความจำเป็นต้องมีบุคลากรในการดูแลเนื้อหาจากสื่อดั้งเดิมสู่โฮมเพจ แต่เนื้อหาจากรายการที่เป็นเนื้อหาของวิทยุโทรทัศน์นั้นมีการแปลงสัญญาณจากระบบ Analog มาเป็น Digital นอกจากนั้นยังมีหน้าที่ในการ up-date ข้อมูลที่เป็นอักษร (Text-Based) สำหรับผู้ที่เข้ามาอ่านเนื้อหาเกี่ยวกับรายการ เป็นต้น หน้าที่สุดท้ายก็จะเป็นหน้าที่ในการประสานงาน ติดต่อกับองค์กรผู้ผลิตเนื้อหา ในกรณีของรายการทางวิทยุโทรทัศน์ ในการรับข้อมูลที่เป็นเทปวิดีโอ

2. Software แผนกนี้มีหน้าที่ในการจัดทำภาพ Graphics ที่อยู่ในโฮมเพจ การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บริการ (User) และหน้าที่ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการจัดทำหน้าโฮมเพจให้เด่นและทันสมัย เนื่องจากการเปลี่ยนภาพกราฟฟิกเป็นการสร้างความน่าสนใจ อีกทั้งยังไม่น่าเบื่ออีกด้วย

3. Marketing + R&D มีหน้าที่หลักในการจัดสรรกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกันกับการประชาสัมพันธ์โฮมเพจ แม้แต่การจัดทำโฆษณาทางนิตยสาร และสื่อที่เกี่ยวข้องอื่นๆ แผนกการตลาดดูแลในเรื่องของงบการเงิน (Financial Feasibility) ส่วนแผนกวิจัยและพัฒนา ทำหน้าที่ในการดูแลระบบ Streaming ให้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

โฮมเพจ [www.intercast.loxinfo.co.th](http://www.intercast.loxinfo.co.th) นั้นเป็นโครงการที่ทาง ISP ได้ริเริ่มขึ้นเพื่อเป็นการทดลองแนวคิดที่จะนำเอาเนื้อหาสารสนเทศ ให้อยู่ภายในโฮมเพจ URL Address เดียวกัน คล้ายๆกับการมีสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ซึ่งมีบริษัทผลิตรายการ สารคดี ป้อนเพื่อทำการออกอากาศ เป็นหน้ารวมรายการที่สามารถนำผู้ใช้สารเข้าสู่โฮมเพจที่มีเนื้อหาที่หลากหลาย ทางบริษัท ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชัน เซอวิส จำกัด (Loxley Information Service Co.,Ltd.) ได้นิยามโฮมเพจนี้ไว้ว่า "การทดลองเพื่อศึกษาถึงช่องทางใหม่ในการสื่อสารในอนาคต" (สัมภาษณ์ ฤฤศดา โกมุทบุตร, 2541)

จากข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงสำรวจเบื้องต้น (Exploratory Research) ผู้วิจัยขอแสดงความความคิดเห็นดังนี้ "แนวโน้มก็คือ โทรทัศน์อาจจะมีการเปิดรับที่มีผู้ชมน้อยลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม ส่งผลให้การเผยแพร่รายการผ่านทางอินเทอร์เน็ตน่าที่จะได้ผลมากกว่า ณ ขณะนี้ได้ผ่านช่วงที่เรียกว่าการทดลองมาแล้วและขณะนี้ทางผู้ผลิตรายการ และ ISP เริ่มที่จะทำให้เป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น"

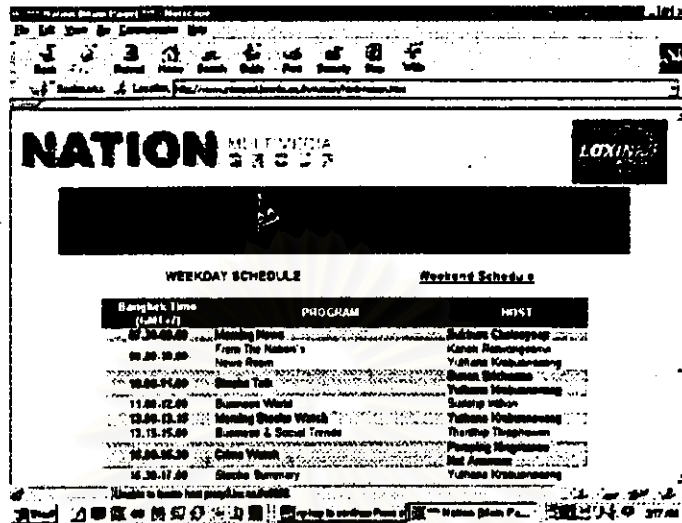
โฮมเพจ [www.intercast.loxinfo.co.th](http://www.intercast.loxinfo.co.th) มีฐานะเป็นกระบอกเสียงให้แก่ผู้ผลิตรายการ ทางผู้ผลิตรายการไม่เพียงแต่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มประชากรในต่างประเทศเท่านั้น ผู้ผลิตรายการยังสามารถรู้ได้อย่างชัดเจนว่ารายการที่ผลิต ได้รับความนิยมมาก หรือน้อยเพียงใดโดยไม่ต้องเสียเงินมากมายในการที่จะทำการสำรวจ (Survey) เพราะอินเทอร์เน็ตมีการเก็บรวบรวมปริมาณการเข้าเยี่ยมชม (visitor count) ซึ่งสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ไม่อาจที่จะทำได้ ด้วยคุณประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตดังกล่าวมา ทำให้บริษัทเอกชนอย่าง บริษัท ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชัน เซอวิส จำกัด ให้ความสำคัญต่อผลพวงและข้อผูกพันที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

**ผลการวิเคราะห์** การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แหล่งข้อมูลหลัก (Key Informants) จาก 7 สถาบันผู้ผลิตเนื้อหา และผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางเอกสาร และผลการศึกษาโฮมเพจ

## ส่วนที่ 2 ด้านผู้ผลิตเนื้อหา

2.1. บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ก่อตั้ง 2514 เริ่มต้นจากการเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษชื่อว่า "เดอะเนชั่น" จากนั้นก็ได้ออกหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทยชื่อว่า

"กรุงเทพธุรกิจ" นอกจากนั้นยังมีรายการที่ผลิตเพื่อออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ (IBC, ITV) วิทยุกระจายเสียงก็เป็นอีกสายงานหนึ่งที่ เนชั่นฯ กำลังหาโอกาสที่จะขยาย Air Time



The screenshot shows the Nation Multimedia website with a 'WEEKDAY SCHEDULE' table. The table lists programs and their hosts for various time slots.

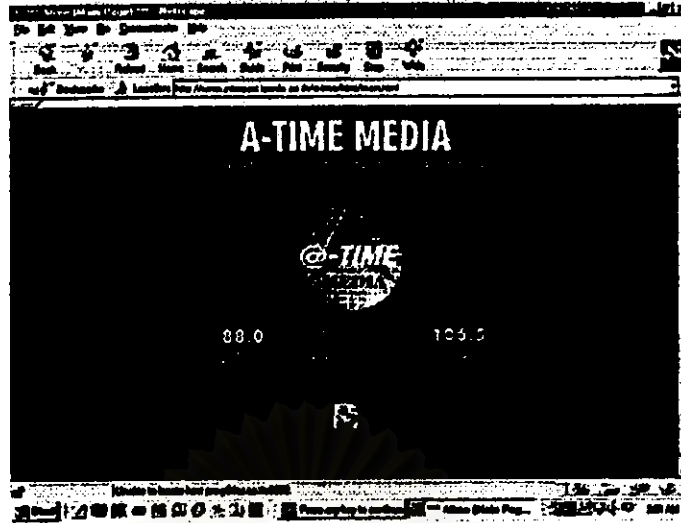
Broadcast Time (GMT+7)	PROGRAM	HOST
07.30-08.00	Morning News	Sittichai Chaisriyong
08.30-09.00	From The Nation's News Room	Karin Khamkongke
09.00-09.30	Smile Talk	Yuliana Khamkongke
11.00-12.00	Business World	Supatthakorn Sathaporn
12.00-12.30	Morning Studio Watch	Yuliana Khamkongke
12.30-12.59	Business & Social Trends	Therapong Thaprasom
16.00-16.30	Cinema Watch	Pongpichai Khamkongke
16.30-17.00	Market Summary	Yuliana Khamkongke

ภาพที่ 2 แสดงหน้าโฮมเพจของ เนชั่น Radio Network

จากภาพโฮมเพจของ "เนชั่น" (ภาพแสดงที่ 4) หน้าโฮมเพจประกอบไปด้วยตารางเวลาที่รายการแต่ละรายการจะทำการกระจายเสียงออกอากาศ ชื่อรายการ ชื่อผู้ดำเนินรายการ และที่สำคัญคือสามารถเลือกที่จะรับฟังรายการที่กำลังกระจายเสียงออกอากาศอยู่ ณ ขณะนั้น เมื่อเลือกอุปเสออกอากาศที่หมุนอยู่ในแถบต่างๆ ที่เขียนว่า "LIVE" ก็จะได้ฟังรายการวิทยุซึ่ง สามารถเข้าไปฟังรายการขณะที่กระทำการออกอากาศได้ทั่วโลก เป็นรายการประเภทข่าว

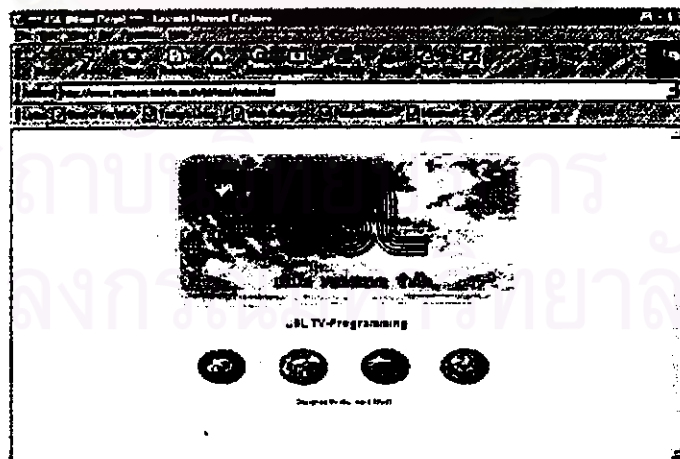
2.2. บริษัท เอ โทมส์ มีเดีย จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2532 เป็นบริษัทในเครือของบริษัท แกรมมี เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) มีรายการวิทยุเป็นของตัวเอง ตามคลื่นวิทยุดังนี้  
 FM 88.0 Radio No Problem ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2535  
 FM 91.5 Hot Vote ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2534  
 FM 93.5 Radio Vote Satellite ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2535  
 FM 106.5 Green Wave ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2541  
 (Green Wave ย้ายมาจากคลื่น FM 104.5 MHz ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2534)





ภาพที่ 3 แสดงโฮมเพจของ เอ ไทม์ มีเดีย

2.3. บริษัท เจ เอส แอล จำกัด ก่อตั้งใน พ.ศ. 2532 เริ่มต้นจากการผลิตรายการเพื่อป้อนให้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ ปัจจุบันเป็นเจ้าของเวลา และขายโฆษณาในรายการที่ออกอากาศ เมื่อเลือก 'JSL' ก็จะได้ดูรายการที่ผู้ชมพลาดโอกาสที่จะรับชมในวันและเวลาที่ทางสถานีทำการแพร่ภาพ แต่จะไม่มีทุกรายการ จะมีแต่เฉพาะรายการที่ได้รับการคัดเลือก โดยกำหนดไว้ว่าจะต้องเป็นรายการที่มียอดผู้รับชมสูงสุด (Rating) รายการศูนย์เจ็ดโซว, จันทรกระจับปี่ และ เจาะใจ จะเป็นการเรียก รายการกลับมาดูใหม่ในกรณีพลาดชมการออกอากาศ โดยทาง JSL จะทำการ update ข้อมูลทุกๆเดือน การนำเสนอเทปบันทึกภาพรายการด้วยวิธีการจัดเก็บเป็นแฟ้มวิดีโอ (Video File Archive) ซึ่งรายการจะเปรียบเสมือนได้ดูรายการอยู่ทางเครื่องรับโทรทัศน์ ทั้งภาพและเสียง



ภาพที่ 4 แสดงโฮมเพจของ "เจ เอส แอล"

2.4. บริษัท สยามเทเลซิน จำกัด ก่อตั้งใน พ.ศ. 2516



ภาพที่ 5 แสดงโฮมเพจของ "สายนกกีฬา"

(เป็นบริษัท ในเครือของบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่รายงานทางด้านการกีฬาโดยเฉพาะ) ปัจจุบันได้มีนิตยสาร รายการทางวิทยุกระจายเสียง รายการทางโทรทัศน์ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกันกับการกีฬา

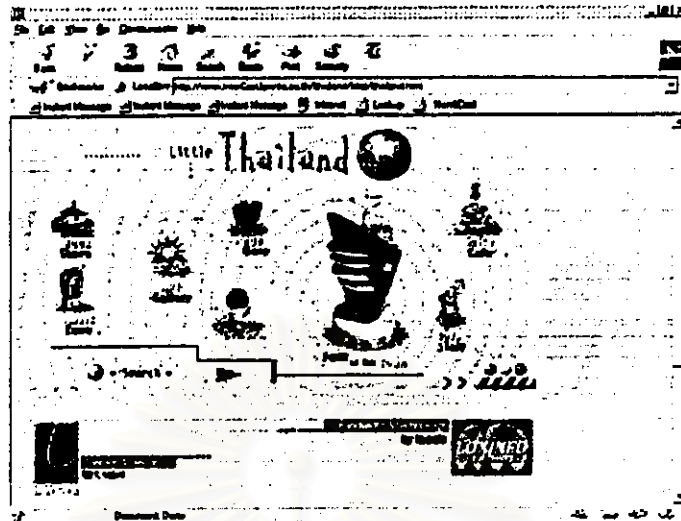
เลือก 'Sport Radio' เป็นรายการประเภท News & Talk ในแวดวงความเคลื่อนไหวของโลกกีฬาทั้งในและต่างประเทศซึ่งเป็นรายการทางวิทยุกระจายเสียงคลื่นความถี่ 99.0 FM ซึ่งผู้ฟังจะสามารถฟังรายการสดได้ทั่วโลกผ่านทางอินเทอร์เน็ต รายการนี้มี 24 ชม.

2.5. บริษัท แอลเวฟ จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2539 เริ่มต้นจากการจัดทำรายการทางวิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง ต่อมาได้เริ่มหันมาให้ความสนใจในการออกแบบ CD-ROM และ Web Site มากกว่างานผลิตรายการเพื่อออกอากาศทางสื่อดั้งเดิม ภายในหน้า "Little Thailand" มีการนำเอาประเทศไทยและสิ่งต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจของประเทศไทยเข้ามานำเสนอในหน้านี้ (จากภาพประกอบที่ 8) ซึ่ง แบ่งออกเป็นรายการย่อยอีก 8 รายการด้วยกัน ประกอบด้วย (จากซ้าย)

1. Book Store
2. Music Store
3. Art Gallery
4. Mega Wave
5. Dr.. Dr..
6. Talk of the Town
7. Spice Cafe



## 8. Toys &amp; Tales

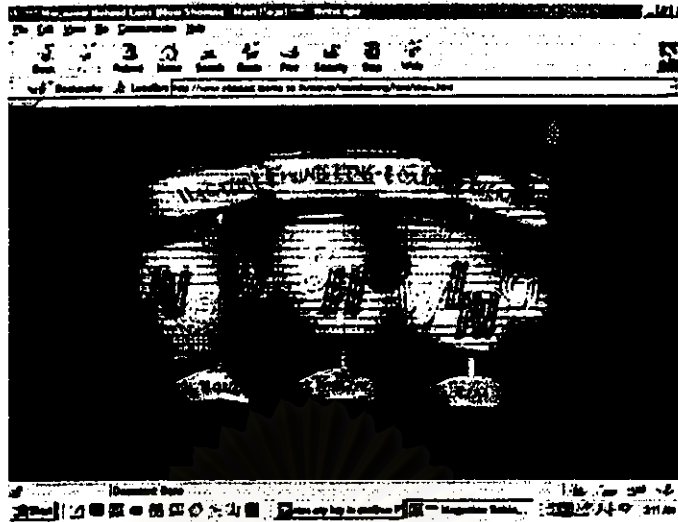


ภาพที่ 6 แสดงโฮมเพจ Little Thailand ของบริษัท แอลเวฟ จำกัด

เลือก 'Little Thailand' (L Wave) เป็น production house ซึ่งทางบริษัท แอลเวฟ จำกัด มีการจัดทำรายการเพื่อออกอากาศ/เผยแพร่โดยผ่านโฮมเพจ เนื้อหาของรายการจะเป็นบทสัมภาษณ์คนเด่นดังในวงการบันเทิง มีผู้ดำเนินรายการพูดคุยกับดารานางแบบ และ นักร้อง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปทุกๆ 2-3 สัปดาห์ครั้ง ซึ่งผู้ฟังก็สามารถรับฟังรายการสดขณะที่ออกอากาศเฉพาะทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น นับเป็นบริษัทเดียวที่ริเริ่มในการทำรายการโดยเฉพาะให้กับอินเทอร์เน็ต

2.6. บริษัท อะเมซิ่ง กรุ๊ป จำกัด ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2537 เริ่มต้นด้วยการจัดทำรายการทางโทรทัศน์ ท.ท.บ.5 รายการแมกกาซีนหลังเลนส์ แต่ต่อมาได้ย้ายรายการไปอยู่สถานีวิทยุโทรทัศน์ ITV

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 7 แสดงไฮมเพจของรายการ แม็กกาซีนหลังเลนส์

รายการแม็กกาซีนหลังเลนส์นั้นรวบรวมเอาสาระความบันเทิงจากโลกมายาทั้งจอเงินและจอแก้ว ทั้งในโลกภาพยนตร์ และโลกของเพลงสากล รวมไปถึงข่าวที่เกี่ยวข้องกับดาราระดับโลก เช่น ตอนนี้อดาราคนไหนกำลังนอนกับใคร หรือ ตอนนี้อดาราสาวคนไหนกำลังจะมีลูก เป็นต้น

2.7. บริษัท สยามอินโฟเทคนเมนต์ จำกัด (ITV) ก่อตั้ง 1 กรกฎาคม 2539 เป็นทีวีเสริสถานีแรกของประเทศไทย



ภาพที่ 8 แสดงไฮมเพจไอทีวี ของบริษัท สยามอินโฟเทคนเมนต์ จำกัด

เลือก 'ITV' จะเป็นรายการสารคดีที่ผู้ชมอาจพลาดชมอันได้แก่ รายการถอดรหัส ฟังความรอบข้าง สูดยอดเอเชีย กฤษณะชวนชม และสิ่งที่เหลือเชื่อ

## สถานะภาพในการใช้สื่อของผู้ผลิตเนื้อหา

การนำอินเทอร์เน็ตมาเพื่อนำเสนอสารสนเทศของผู้ผลิตรายการทางวิทยุกระจายเสียงมีความแตกต่างกัน มีทั้งการส่ง FTP (File Transfer Protocol) ไปทาง Server ซึ่งทาง Server จะทำการ Broadcast เนื้อหาที่ชนะออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง โดยอาศัยซอฟต์แวร์ที่เรียกว่า Real-time Audio แปลงสัญญาณวิทยุเป็นสัญญาณ Digital ซึ่งจะออกรายการทั้งเนื้อหาสาระ รวมถึงโฆษณา ข่าว ที่ทำการส่งเสียงที่ออกอากาศในขณะนั้น และการใช้ File Archive ซึ่งทำการจัดเก็บรายการ บีบอัดสัญญาณ แล้วทำการเก็บไว้ใน Host Computer ผู้ที่ต้องการรับชมหรือฟังรายการสามารถเรียกหา โดยการกำหนดวัน และเวลาที่ต้นผลาดการชมหรือฟังออกมาได้ทันที



ภาพที่ 9 แสดงซอฟต์แวร์ Real Player

Real Player เป็นซอฟต์แวร์ที่มีอยู่บนอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว และไม่ต้องเสียเงินในการ Install โปรแกรมนี้มีเอาไว้เพื่อเล่นภาพ และเสียง หรือ เล่นเฉพาะเสียง

## สถานะภาพของโฮมเพจ

ภายในโฮมเพจจะมี logo ของแต่ละองค์กรให้เลือก และเมื่อทำการเลือกก็จะเข้าไปใน แต่ละองค์กร ข้อมูลก็จะแตกต่างกันออกไป หากจะเปรียบเทียบแล้วหน้าเปิดโฮมเพจนี้จะคล้าย กับหน้าสารบัญ (Directory)



ภาพที่ 10 แสดงโฮมเพจ intercast.Loxinfo.co.th ของบริษัท ดิจิตอลเอ็ม อินโฟเมชั่น เซอร์วิส จำกัด

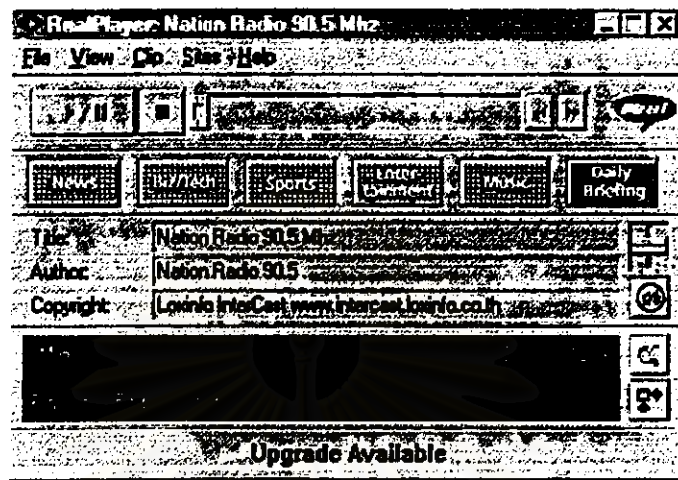
(ภาพประกอบที่ 11) เมื่อเลือก logo 'Nation Radio Network' ก็จะได้ฟังรายการวิทยุซึ่ง สามารถเข้าไปฟังรายการขณะที่กระทำการออกอากาศได้ทั่วโลก เป็นรายการประเภทข่าว

WEEKDAY SCHEDULE		Weekend Schedule
Broadcast Time (GMT+7)	PROGRAM	HOST
07.00-08.00	Morning News	Prasit Jiraprasit
08.00-09.00	From The Nation's Heart Road	Kanit Katsongkol
09.00-10.00	News View	Yuthasa K. Khomwang
10.00-11.00	Business World	Prasit Jiraprasit
11.00-12.00	Business World	Prasit Jiraprasit
12.00-13.00	Business & Social Trends	Prasit Jiraprasit
13.00-14.00	Business & Social Trends	Prasit Jiraprasit
14.00-15.00	News Summary	Yuthasa Khomwang

ภาพที่ 11 แสดงหน้าของคลื่น 90.5 MHz Nation Radio Network

บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นกลุ่มที่จัดอยู่ในชั้นแนวหน้าของบรรดาสื่อ เนื่อง จากเนชั่นนั้นเป็นเจ้าของสื่อแทบทุกประเภท

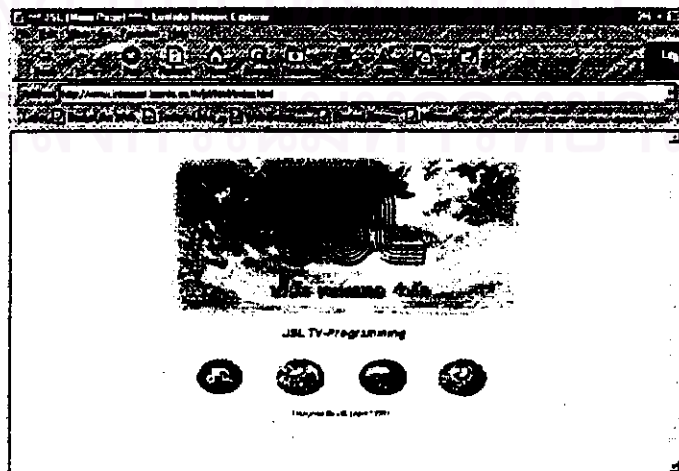
ในหน้าของ Nation Radio Network เราสามารถดูรายชื่อรายการที่จะออกอากาศ และสามารถที่จะรับฟังการถ่ายทอดเสียงจากสถานีวิทยุได้ในทันที โดยการเลือกกดที่เสาอากาศ (ในภาพประกอบที่ 11) ตรงแถบสีดำที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษว่า "Live"



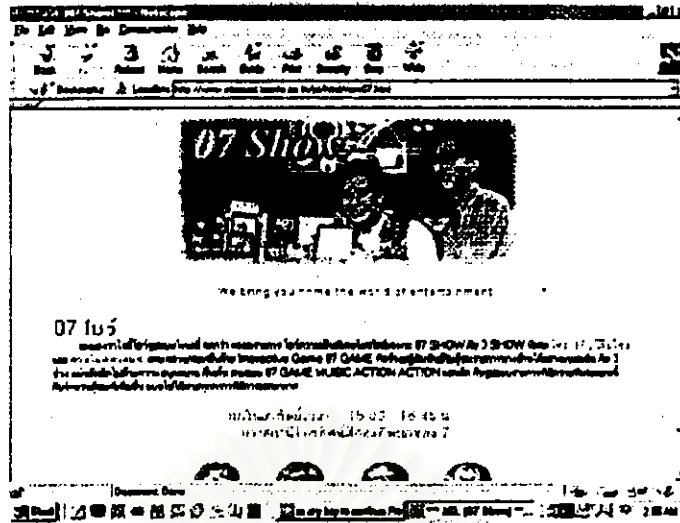
ภาพที่ 12 แสดงการรับฟังการกระจายเสียงของ FM 90.5 MHz

เมื่อเลือกกดเสาอากาศในหน้าของเนชั่นแล้ว ก็จะปรากฏกล่อง Real Audio Player ขึ้นมาบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ชื่อว่า " Real Player: Nation Radio 90.5 MHz" และก็จะค่อยๆ มีเสียงขึ้นมา (ภาพที่ 12)

เลือก 'JSL' ก็จะได้ดูรายการที่ผู้ชมพลาดโอกาสที่จะรับชมในวันและเวลาที่ทางสถานีทำการแพร่ภาพ แต่จะไม่มีทุกรายการ แต่เฉพาะรายการที่ได้รับการคัดเลือก โดยกำหนดไว้ว่าจะต้องเป็นรายการที่มียอดผู้รับชมสูงที่สุด (Rating) โดยมีรายการศูนย์เจ็ดโชว์, จันทร์กระพริบ และ เจาะใจ JSL จะทำการ update ข้อมูลทุกๆเดือน การนำเสนอเทปบันทึกภาพรายการด้วยวิธีการจัดเก็บเป็นแฟ้มวิดีโอ (Archive) ซึ่งภาพจะเป็นเหมือนดูรายการอยู่ทั้งภาพและเสียง Multi Media



ภาพที่ 13 แสดงหน้าของ JSL เมื่อเลือก Logo JSL จากโฆษณา



ภาพที่ 14 แสดงหน้าของรายการศูนย์เจ็ดโชว์เมื่อเลือก Logo 07 โชว์ จากโฮมเพจ

(ภาพที่ 14) ในกรณีที่เลือก Logo "07 โชว์" หน้าจอจะปรากฏรูปของรายการศูนย์เจ็ดโชว์ รายการศูนย์เจ็ดโชว์มีออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลาบ่ายโมง เป็นรายการกึ่งเกมส์โชว์กึ่งวาไรตี้ หากมีความประสงค์ที่จะชมรายการก็จะต้องเลือกลูกศรเพื่อไปกดเลือกที่รูปของพิธีกรทั้งสอง



ภาพที่ 15 แสดงหน้าเพิ่มรายการ (File Archive) ของศูนย์เจ็ดโชว์

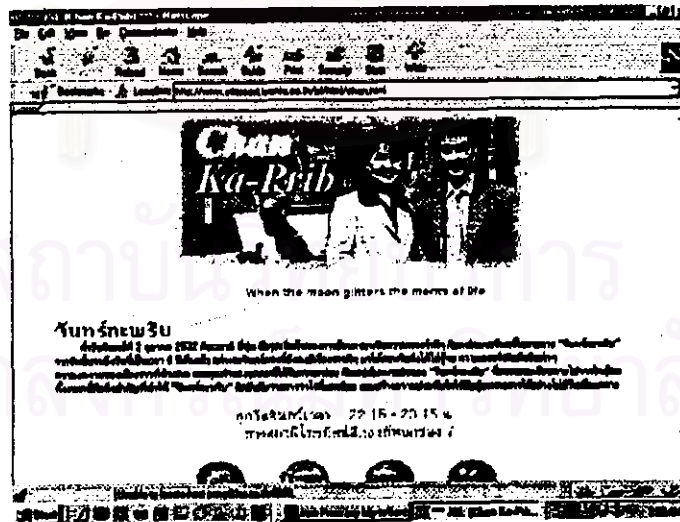
เมื่อกดเลือกในรูปของพิธีกรทั้งสองท่านแล้วก็จะเปิดเข้าสู่หน้าของเพิ่มรายการที่จัดเก็บเป็น File Archive (ภาพที่ 15) เมื่อต้องการชมรายการใดก็ให้เลือกลูกศรไปที่นั้นแล้วทำการกดเลือก





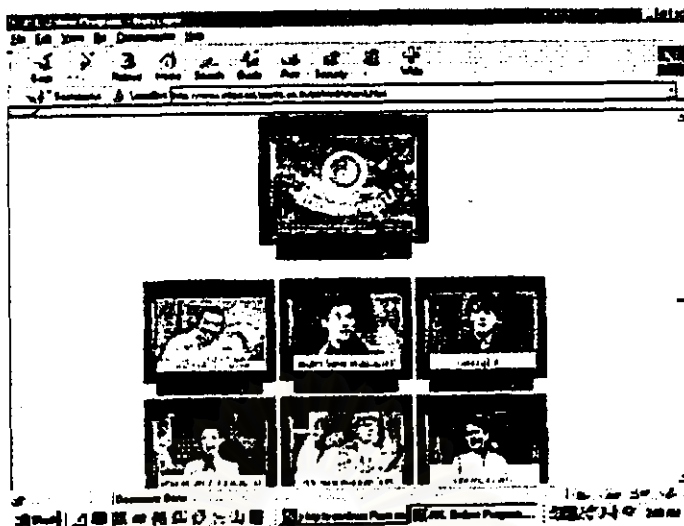
ภาพที่ 16 Real Video Player รายการตอนที่ 56 เมื่อกดเลือกรายการที่ต้องการแล้ว

เมื่อเลือกรายการที่ต้องการจากหน้า "เพิ่มรายการ File Archive" (ภาพที่ 15) ก็จะมี Real Video Player ปรากฏขึ้นพร้อมระบุรายละเอียดของรายการโดยชัดเจน และมีชื่อกล่องหน้าต่าง (Window) ว่า "Real Player: 07 Show ตอน 56" (ดูภาพประกอบที่ 16)



ภาพที่ 17 แสดงหน้าของรายการจันทร์กระพริบ

เมื่อเลือก Logo "รายการจันทร์กระพริบ" รายการก็ปรากฏขึ้น (ภาพที่ 17) รายการจันทร์กระพริบออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.00 น. เป็นรายการประเภท Talk Show หากต้องการที่จะรับชมรายการเลื่อนลูกศรไปที่รูปของ พิธีกรสองท่าน



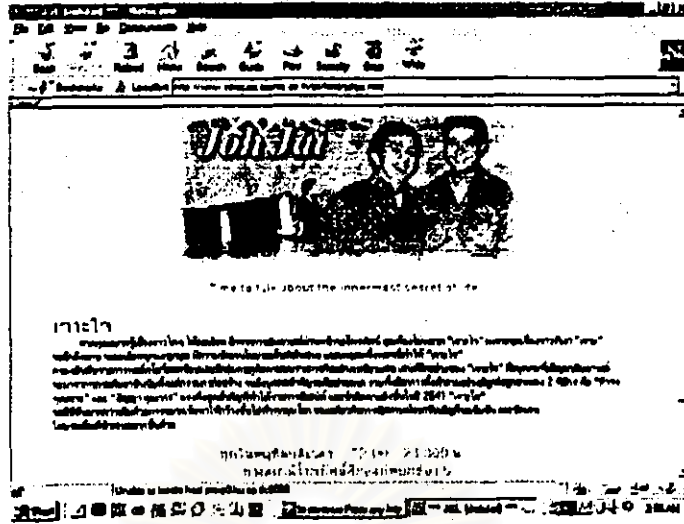
ภาพที่ 18 แสดงหน้าทีมชาวกาญจันทรกระพริบ (File Archive) ของจันทรกระพริบ

เมื่อกดเลือกในช่องรูปของพิธีกรทั้งสองท่านแล้วก็จะเปิดเข้าสู่หน้าของแฟ้มรายการที่จัดเก็บเป็น File Archive (ภาพที่ 18) เมื่อต้องการชมรายการใดก็ให้เลื่อนลูกศรไปที่นั้นแล้วทำการกดเลือก



ภาพที่ 19 แสดงหน้าของแฟ้มชาวกาญจันทรกระพริบ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

เมื่อเลือกรายการที่ต้องการจากหน้า "แฟ้มรายการ File Archive" (ภาพที่ 18) ก็จะมี Real Video Player ปรากฏขึ้นพร้อมบรรยายละเอียดของรายการโดยชัดเจน และมีชื่อกล่องหน้าต่าง (Window) ว่า "Real Player: Chankaprib Wanma" (ดูภาพประกอบที่ 19)



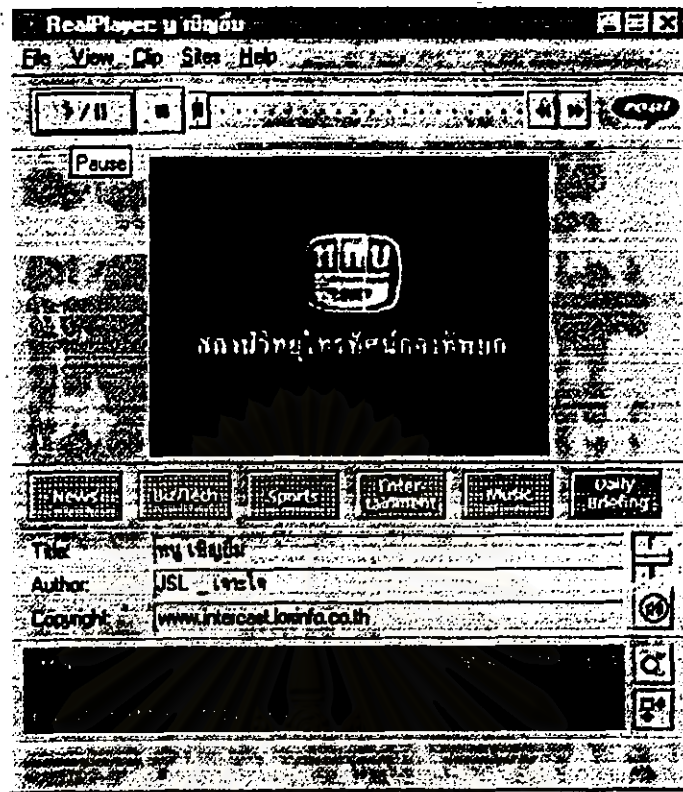
ภาพที่ 20 แสดงหน้าของรายการเจาะใจ

(ภาพที่ 20) ในกรณีที่เลือก Logo “เจาะใจ” หน้าจอจะปรากฏรูปของรายการเจาะใจ รายการเจาะใจเป็นรายการทอล์คโชว์ หากมีความประสงค์ที่จะชมรายการก็จะต้องเลื่อนลูกศรเพื่อไปกดเลือกที่รูปของพิธีกรทั้งสอง



ภาพที่ 21 แสดงหน้าของแฟ้มรายการของเจาะใจ Archive

เมื่อกดเลือกในช่องรูปของพิธีกรทั้งสองท่านแล้วก็จะเปิดเข้าสู่หน้าของแฟ้มรายการที่จัดเก็บเป็น File Archive (ภาพที่ 21) เมื่อต้องการชมรายการใดก็ให้เลื่อนลูกศรไปที่นั้นแล้วทำการกดเลือก



ภาพที่ 22 แสดงหน้าจอแฟ้มรายการเจาะใจที่เก็บเป็น Archive และ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

เมื่อเลือกรายการที่ต้องการจากหน้า "แฟ้มรายการ File Archive" (ภาพที่ 21) ก็จะมี Real Video Player ปรากฏขึ้นพร้อมรายละเอียดของรายการโดยชัดเจน และมีชื่อกล่องหน้าต่าง (Window) ว่า "Real Player: หนู เขียวขี้ม" (ดูภาพประกอบที่ 22)

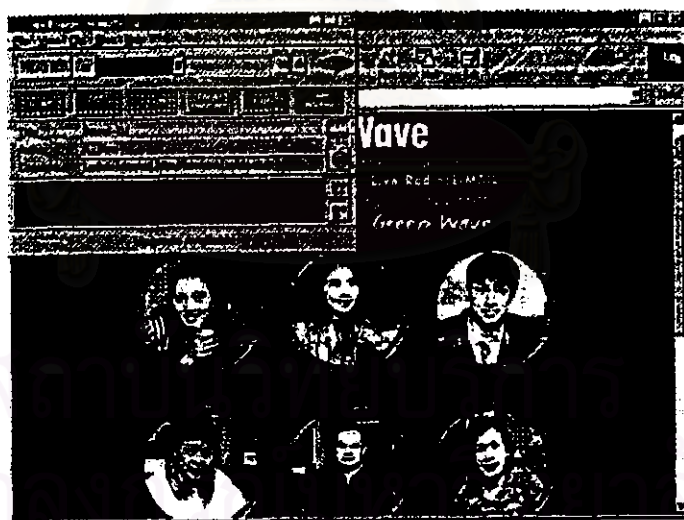
เลือก Logo "A Time Media" ก็จะมีคลื่นวิทยุต่างๆซึ่งเป็นบริษัทจัดทำรายการในคลื่นวิทยุ มาให้เลือก อันได้แก่ 106.5 MHz Green Wave, 93.5 MHz Radio Vote Satellite, 88.0 MHz Radio No Problem และ 91.5 MHz Hot Wave ช่างนักจัดรายการ (DJ) ฝากคำถาม เล่นเกม ขอเพลง หรือมีส่วนร่วมในการดำเนินรายการต่างๆ และยังสามารถรับฟังได้ทั่วโลกอีกด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 23 แสดงหน้าของคลื่น 106.5 MHz Green Wave

จากหน้าโฮมเพจ ( [intercast.loxinfo.co.th](http://intercast.loxinfo.co.th) ) เมื่อเลือก Logo เอไอเอ็มดีเอ ก็เข้าสู่หน้าของ เอไอเอ็ม ( ภาพที่ 3 ) และจากหน้านั้นเมื่อเราเลือก Logo "Green Wave" หน้าจอก็จะปรากฏหน้าของคลื่นวิทยุ FM 106.5 MHz ( ภาพที่ 23 ) ในหน้านี้จะมี DJ หลายคนที่ทำหน้าที่ในแต่ละช่วง DJ เมื่อเราต้องการรับฟังเสียงของผู้จัดรายการคนโปรดของเรา เราก็เพียงเลือกกดที่ชื่อหรือหน้าของบุคคลนั้นๆ



ภาพที่ 24 แสดงการรับฟังการกระจายเสียงและ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

เมื่อเลือกกดบุคคลที่พอใจแล้วก็จะมี Real Audio Player ปรากฏขึ้นที่หน้าจอ โดยมีเสียงพูดเชื้อเชิญในเชิงประชาสัมพันธ์สั้นๆ จากนั้น ก็จะเข้าสู่การออกอากาศปรกติของทางสถานี เป็นการรับฟังแบบออกอากาศสด (Live Broadcasting)





ภาพที่ 25 แสดงหน้าของคลื่น 93.5 MHz Radio Vote Satellite

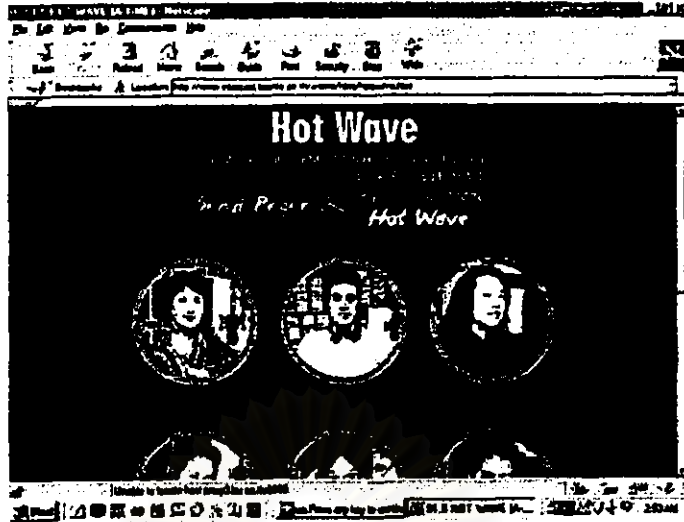
จากหน้า เอ โทม์ มีเดีย (ภาพที่ 3) เมื่อเราเลือก Logo "Radio Vote Sattellite" หน้าจอก็จะปรากฏหน้าของคลื่นวิทยุ FM 93.5 MHz (ภาพที่ 25) ในหน้านี้จะมีผู้จัดรายการเพลง (DJ) หลายคนที่ทำหน้าที่ในแต่ละช่วง DJ เมื่อเราต้องการรับฟังเสียงของผู้จัดรายการคนโปรดของเรา เราก็เพียงเลือกกดที่ชื่อหรือหน้าของบุคคลนั้นๆ



ภาพที่ 26 แสดงการรับฟังการกระจายเสียงและ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

เมื่อเลือกกดบุคคลที่พอใจแล้วก็จะมี Real Audio Player ปรากฏขึ้นที่หน้าจอ โดยมีเสียงพูดเชื้อเชิญในเชิงประชาสัมพันธ์สั้นๆ จากนั้น ก็จะเข้าสู่การออกอากาศปรกติของทางสถานี เป็นการรับฟังแบบออกอากาศสด (Live Broadcasting)





ภาพที่ 27 แสดงหน้าของคลื่น 91.5 MHz Hot Wave

จากหน้า เอ โทม์ มีเดีย (ภาพที่ 3) เมื่อเราเลือก Logo "Hot Wave" หน้าจอก็จะปรากฏหน้าของคลื่นวิทยุ FM 91.5 MHz (ภาพที่ 27) ในหน้านี้จะมีผู้จัดรายการเพลง (DJ) หลายคนที่ทำหน้าที่ในแต่ละช่วง DJ เมื่อเราต้องการรับฟังเสียงของผู้จัดรายการคนโปรดของเรา เราก็เพียงเลือกกดที่ชื่อหรือหน้าของบุคคลนั้นๆ



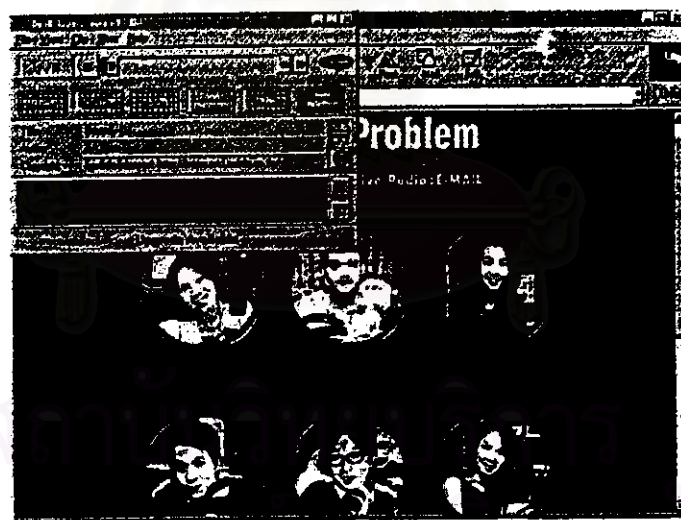
ภาพที่ 28 แสดงการรับฟังการกระจายเสียงและ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

เมื่อเลือกกดบุคคลที่พอใจแล้วก็จะมี Real Audio Player ปรากฏขึ้นที่หน้าจอ โดยมีเสียงพูดเชื้อเชิญในเชิงประชาสัมพันธ์สั้นๆ จากนั้น ก็จะเข้าสู่การออกอากาศปรกติของทางสถานี เป็นการรับฟังแบบออกอากาศสด (Live Broadcasting)



ภาพที่ 29 แสดงหน้าของคลื่น 88.0 MHz Radio No Problem

จากหน้า เอ โทมี่ มีเดีย (ภาพที่ 3) เมื่อเราเลือก Logo "Radio No Problem" หน้าจอก็จะปรากฏหน้าของคลื่นวิทยุ FM 88.0 MHz (ภาพที่ 29) ในหน้านี้จะมีผู้จัดรายการเพลง (DJ) หลายคนที่ทำหน้าที่ในแต่ละช่วง DJ เมื่อเราต้องการรับฟังเสียงของผู้จัดรายการคนโปรดของเรา เราก็เพียงเลือกกดที่ชื่อหรือหน้าของบุคคลนั้นๆ

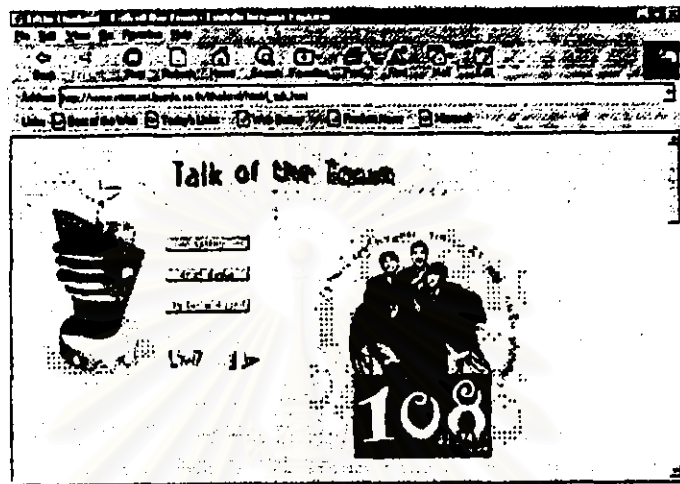


ภาพที่ 30 แสดงการรับฟังการกระจายเสียงและ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

เมื่อเลือกกดบุคคลที่พอใจแล้วก็จะมี Real Audio Player ปรากฏขึ้นที่หน้าจอ โดยมีเสียงพูดเชื้อเชิญในเชิงประชาสัมพันธ์สั้นๆ จากนั้น ก็จะเข้าสู่การออกอากาศปกติของทางสถานี เป็นการรับฟังแบบออกอากาศสด (Live Broadcasting) (ดูภาพที่ 30)

เลือก 'Little Thailand' (L Wave) เป็น production house ซึ่งทางบริษัท แอล เวฟ จำกัด มีการจัดทำรายการเพื่อออกอากาศ/เผยแพร่โดยผ่านโฮมเพจ เนื้อหาของรายการจะเป็น

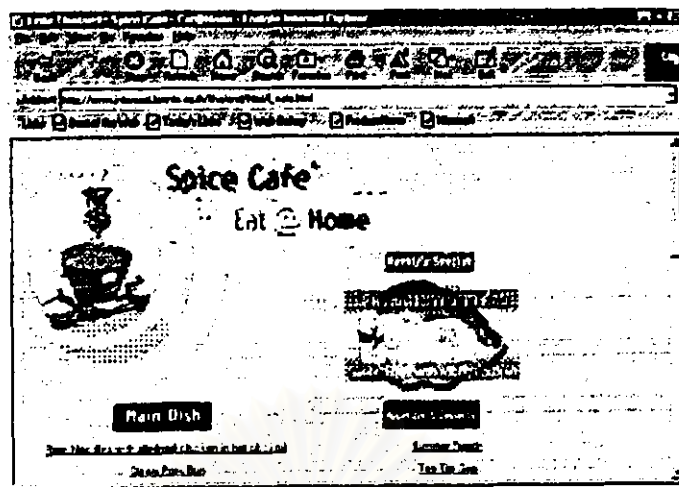
บทสัมภาษณ์คนเด่นดังในวงการบันเทิง มีผู้ดำเนินรายการพูดคุยกับดารา นางแบบ และ นักร้อง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปทุกๆ 2-3 สัปดาห์ครั้ง ซึ่งผู้ฟังก็สามารถรับฟังรายการสดขณะที่ออกอากาศเฉพาะทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น นับเป็นบริษัทเดียวที่ริเริ่มในการทำรายการโดยเฉพาะให้กับอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 31 แสดงหน้าจอของ Talk of the Town

รายการ Talk of the Town (ภาพที่ 31) เป็นรายการที่มีเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต การรับจะเป็นการรับฟังแต่เสียง (Audio Only) ลักษณะรายการ "ยังไม่ชัดเจน บางวันเราก็อ่านหนังสือพิมพ์ ที่คิดว่ามีข่าวที่ค่อนข้างน่าสนใจ และในต่างประเทศก็คงอยากรู้ ให้ฟัง แล้วเราก็นั่งวิเคราะห์ข่าวและกระแสวิพากษ์วิจารณ์ประเด็น ค่อนข้างจะ Free Style" (สัมภาษณ์ สุพิศรา, 2541)

ในบางโอกาสก็จะมีการเชิญนักร้อง นักแสดงที่มีความยินดีที่จะพูดออกอากาศ และทำการบันทึกเสียงไปด้วย เพื่ออัดบีบสัญญาณเสียงเข้าแฟ้มรายการ (File Archive) สำหรับผู้รับฟังรายการที่พลาดการออกอากาศ ซึ่งเวลาในต่างประเทศกับเวลาในประเทศไทยมีความแตกต่างกันมาก การเข้าชม Archive ก็คือการเลื่อนลูกศรไปที่รูปของแขกกับเชิญ แล้วก็กดเลือกรายการหรือรูปของแขกกับเชิญ



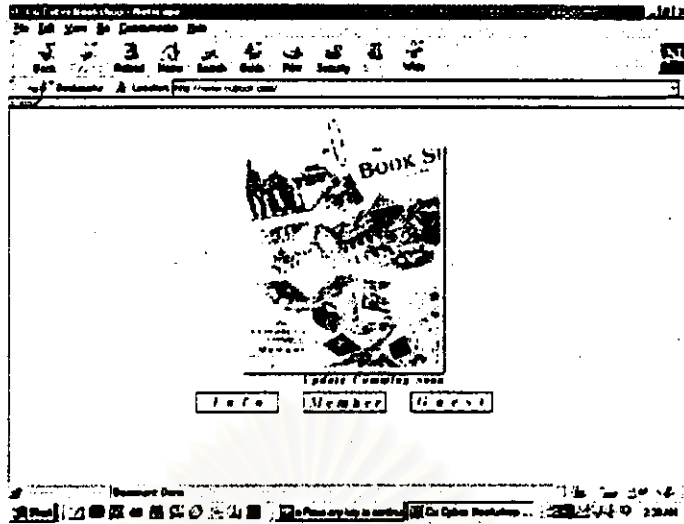
ภาพที่ 32 แสดงหน้าของ Spice Cafe

หน้าของรายการ Spice Cafe (ภาพประกอบที่ 32) เป็นรายการเกี่ยวกับการปรุงอาหารเพื่อคนไทยในต่างประเทศ ในรายการนี้ จะเป็นรายการที่สอนการทำอาหารโดยการฟังเฉพาะเสียง แต่จะมีการขึ้นสูตรอาหารให้ วิธีการเข้าสู่นำนี้คือการกดเลือกที่ Logo ของ "Spice Cafe" บนหน้าจอของ Little Thailand (ภาพที่ 6)



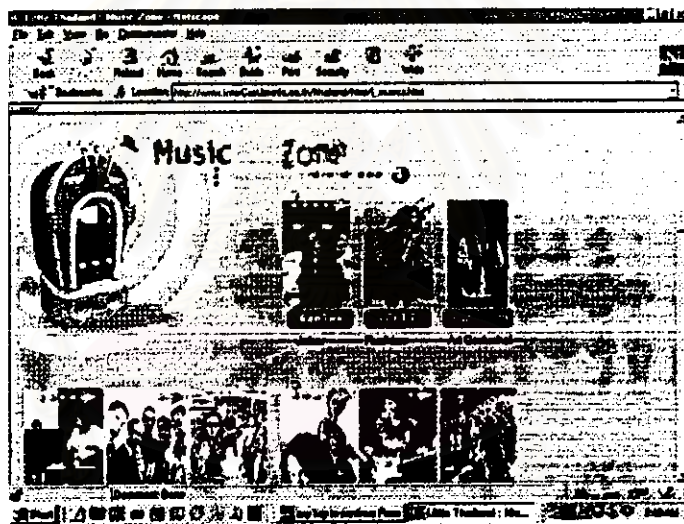
ภาพที่ 33 แสดงหน้า Spice Cafe เมื่อเลือก ไข่หวานมะพร้าวอ่อน

(ภาพที่ 33) เมื่อกดเลือกที่ภาพของรายการอาหารที่จะสอนทำ (ในกรณีนี้คือ ไข่หวานมะพร้าวอ่อน) จะปรากฏ Counter Clock และ เสียงออกมา ซึ่งเป็นภาพบรรยายสาธิตกรรมวิธีในการทำอาหาร



ภาพที่ 34 แสดงหน้าของ CU Book Store

(ภาพที่ 34) แสดงหน้าของ Book Store ซึ่งเป็นศูนย์รวมหนังสือซึ่งเชื่อมโยงกันกับศูนย์หนังสือจุฬาฯ



ภาพที่ 35 แสดงหน้าของ Music Zone

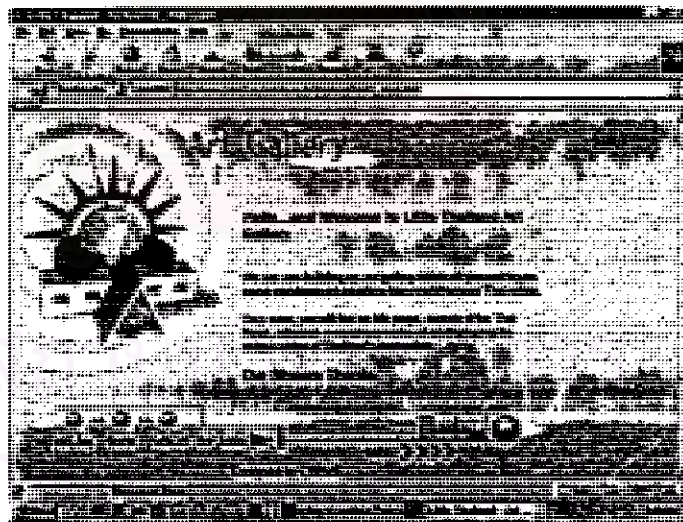
(ภาพที่ 35) จากภาพ หน้า Music Zone เป็นหน้าที่เกี่ยวกับเพลง ดนตรี และศิลปิน ของไทย และยังมี Music Video ให้รับชมอีกด้วย และเมื่อมีความต้องการที่จะรับชม Music Video ก็จะมีรูปภาพของศิลปินและชื่อเพลงไว้ให้เลือกเพื่อรับฟัง และเมื่อเลือกในเพลงที่ต้องการได้แล้ว ก็ให้เลือกกดในรูปที่ต้องการ





ภาพที่ 36 แสดงหน้าของแฟ้มรายการ Music Zone

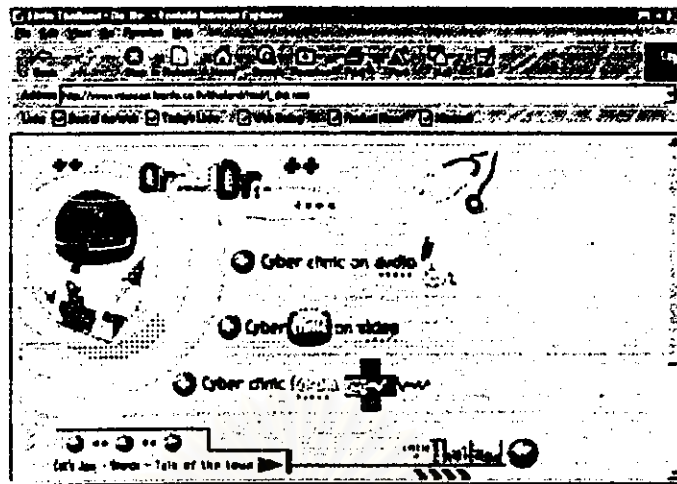
เมื่อเลือกเพลงที่ต้องการได้แล้ว ก็จะมี Real Player: Music Zone ปรากฏขึ้นบนจอ ในจอภาพจะมีรายการที่ต้องการอยู่



ภาพที่ 37 แสดงหน้าของ Art Gallery

หน้า Art Gallery เป็นหน้าที่ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของชาวไทย โดนภายในจะมี รูป วัตถุ และจิตรกรรมไทย แต่ก็ไม่มากนัก (ขณะนี้ยังไม่เปิด กำลังอยู่ในระหว่างการ Up-date)

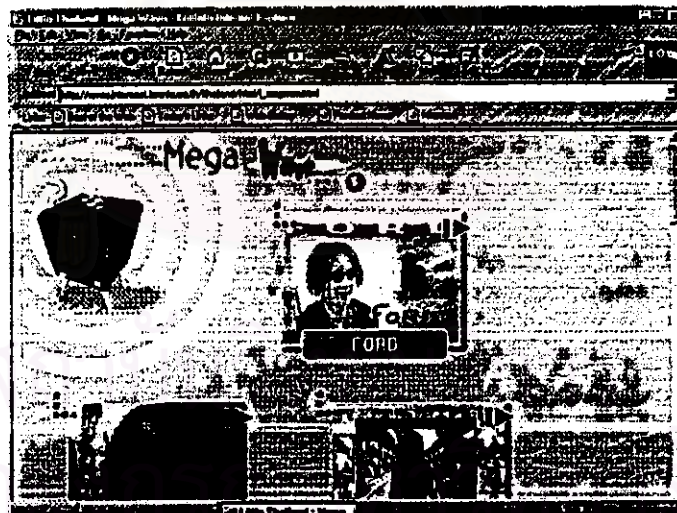




ภาพที่ 38 แสดงหน้าของ Dr.. Dr..

รายการ Dr.. Dr.. เป็นรายการที่จัดเป็นรายการรับปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์ และมีนายแพทย์ที่เชี่ยวชาญในการแพทย์มาเป็นผู้บรรยาย (ภาพที่ 38)

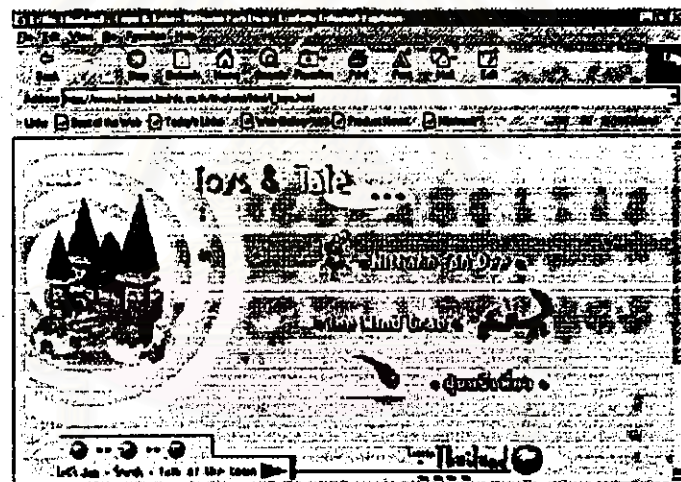
รายการ Mega Wave เป็นรายการเพลง มีมิวสิกวิดีโอเป็นแฟ้มรายการมากมาย (ภาพที่ 39) เมื่อเข้าหน้านี้ สามารถเลือกที่จะดูมิวสิกวิดีโอที่ต้องการ โดยการเลือกรูปของศิลปินที่ต้องการ จากนั้นก็กดเลือก



ภาพที่ 39 แสดงหน้าของ Mega Wave



ภาพที่ 40 แสดงหน้าจอของแฟ้มรายการที่เก็บเป็น Archive และ Real Player ขณะปฏิบัติงาน

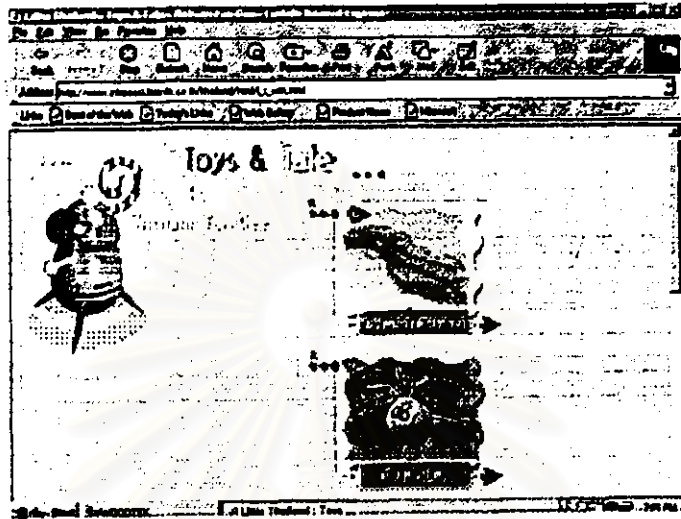


ภาพที่ 41 แสดงหน้าจอของ Toys & Tale

(ภาพแสดงที่ 40) จากภาพ Real Video Player ของรายการ Mega Wave จากการเลือกกลุ่มศิลปินที่ต้องการที่จะรับชม

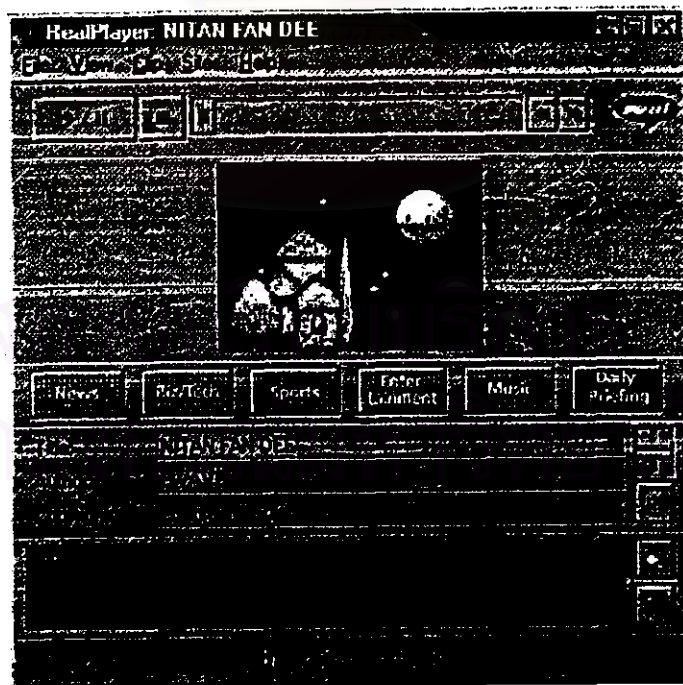
(ภาพที่ 41) แสดงหน้าจอของ Toys & Tales เป็นอีกหนึ่งรายการของ Little Thailand (แอลเวฟ), เมื่อกดเลือกที่ logo Toys & Tales ที่หน้า Little Thailand เนื้อหาของรายการจะเป็นการเล่านิทานให้กับเด็ก กรรมวิธีในการนำเสนอคือแฟ้มรายการมีทั้งภาพและเสียง (ดูภาพประกอบที่ 42)

"เราคาดว่าในต่างประเทศจะมีกลุ่มที่เล่นอินเทอร์เน็ตที่อายุน้อยกว่าประเทศไทยมาก เนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษาของเขาจะสูง เด็กๆจะมีโอกาสที่จะได้เรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตได้เร็วกว่าที่ประเทศไทยมาก" (สัมภาษณ์ วรรตดา นลืออักษรณ์, 2541)

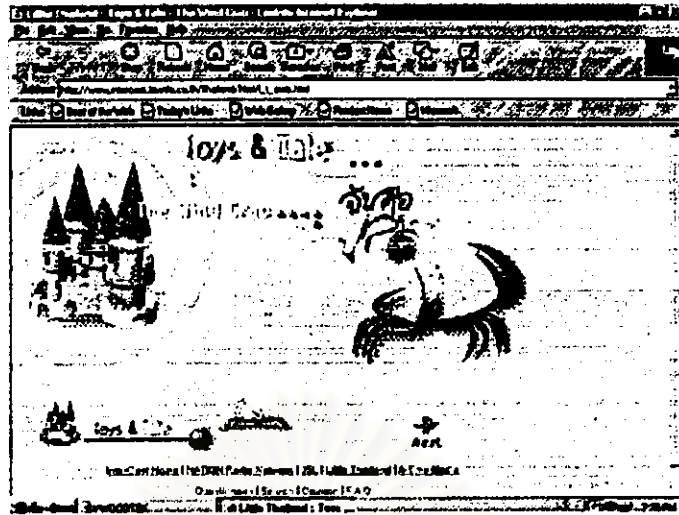


ภาพที่ 42 แสดงหน้าของรายการนิทานผีนิดี

ภายในรายการ Toys & Tales มีรายการย่อยให้เลือก คือ รายการนิทานผีนิดี อันคือปุลม และ ผูนหนีเที่ยว (ภาพที่ 42 43 และ 44)



ภาพที่ 43 แสดงหน้าของแฟ้มรายการที่เก็บเป็น Archive



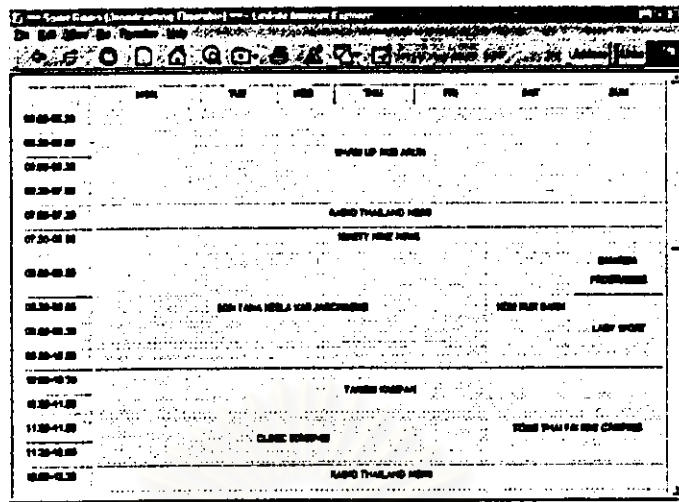
ภาพที่ 44 แสดงหน้าของรายการนิทานเรื่อง จันคือปลูม

รายการนิทานจันคือปลูม (ภาพที่ 44) เป็น Real Video Audio รายการเล่านิทานสำหรับเด็ก สามารถเข้าไปในหน้านี้ได้ด้วยการเลือกกด Logo รูปปูที่หน้า Toys & Tales (ภาพที่ 41) เมื่อกดเลือกที่รูปภาพแล้ว Real Video Audio จะปรากฏขึ้น (ภาพที่ 43) เหมือนกันกับหน้าที่แล้วมา เพียงแต่เนื้อหาที่จะเปลี่ยนไป

เลือก 'Siam Telescene' เป็นรายการประเภท News & Talk ในแวดวงความเคลื่อนไหวของโลกกีฬาทั้งในและต่างประเทศซึ่งเป็นรายการทางวิทยุกระจายเสียงคลื่นความถี่ 99.0 FM ซึ่งผู้ฟังจะสามารถฟังรายการสดได้ทั่วโลกผ่านทางอินเทอร์เน็ต



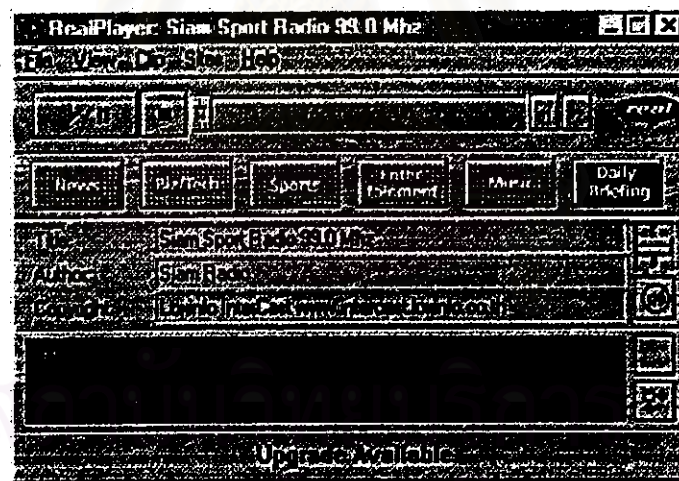
ภาพที่ 45 แสดงหน้าของรายการ Sport Radio



ภาพที่ 46 แสดงหน้าตาทางกีฬารองคลื่น 99.0 MHz Sport Radio

(ภาพที่ 45) รายการสยามกีฬา (Sport Radio) ออกอากาศทาง FM 99.0 MHz. เมื่อเลือก Logo จากหน้าโฮมเพจ ก็จะปรากฏหน้าสยามกีฬาขึ้น

(ภาพที่ 46) เมื่อเลือกตารางการออกอากาศจากหน้าสยามกีฬา (ภาพที่ 45) ก็จะมีตารางปรากฏขึ้น มีรายการต่างๆ ระบุอย่างชัดเจนว่าในช่วงใดมีรายการใด กีฬาประเภทใดถ่ายทอดตอนไหน



ภาพที่ 47 แสดงการรับฟังการกระจายเสียงของ FM 99.0 MHz ด้วย Real Audio Player

(ภาพที่ 47) การรับฟังรายการสามารถเลือกเข้ามาสู่หน้านี้ได้โดยการเลือกกดที่รูปในหน้ารายการสยามกีฬา หรือทางด้านซ้ายของภาพที่ระบุว่า "Live Broadcast 24 Hrs."

(ภาพที่ 8) เลือก 'ITV' จะเป็นรายการสารคดีที่ผู้ชมอาจพลาดชมอันได้แก่ รายการถอดรหัส ฟังความรอบข้าง สุดยอดเอเชีย กฤษณะชนนธม และเรื่องจริงที่เหลือเชื่อ ทุกรายการมีกรรม



วิธีในการนำเสนอแบบเดียวกัน เพียงแต่ Address ของ Archive นั้นต่างกันซึ่งก็จะทำให้เนื้อหา เวลาเลือกออกมานั้นต่างกันอีกด้วย (ดูภาพประกอบที่ 54)



ภาพที่ 48 แสดงหน้ารองรายการถอดรหัส



ภาพที่ 49 แสดงหน้าเต็มรายการถอดรหัส

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาพที่ 50 แสดงภาพรายการเรื่องจริงที่เหลือเชื่อ



ภาพที่ 51 แสดงแฟ้มรายการที่มีอยู่ใน Archive

(ภาพที่ 51) แสดงแฟ้มรายการที่มีอยู่ภายใน Archive ของรายการ เรื่องจริงที่เหลือเชื่อ มีรายการถูกเก็บเป็นตอน ทุกๆตอนจะมีระบุชื่อตอน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกหารายการที่ต้องการ จากนั้นเมื่อพบรายการที่ต้องการรับชมแล้วก็ให้เลื่อนลูกศรไปที่รูปนั้นๆ และทำการกดเลือก เมื่อกดเลือก ก็จะปรากฏ Real Video Player ขึ้นพร้อมกับรายการที่ได้ทำการเลือกเอาไว้แล้ว (ดูภาพที่ 54)



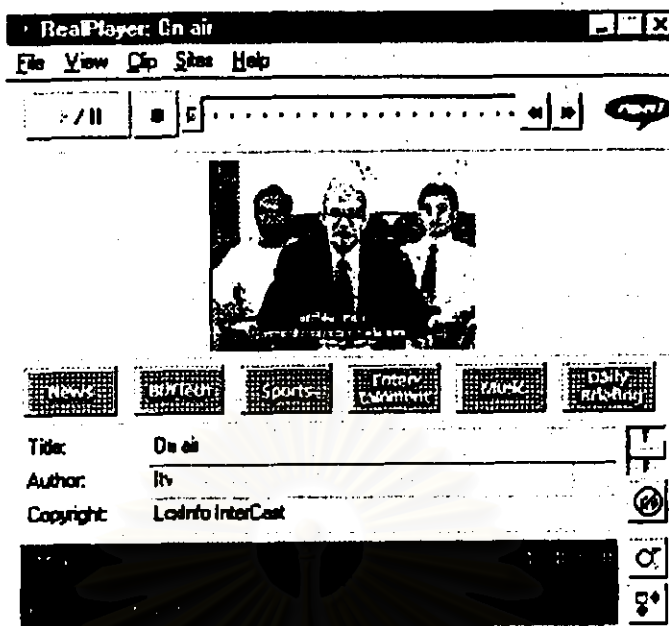
ภาพที่ 52 แสดงหน้ารายการห้องความรอบข้าง



ภาพที่ 53 แสดงหน้ารายการกฤษณะวงษ์

(ภาพที่ 52 และ 53) รายการของ ไอทีที มีทั้งสิ้น 5 รายการด้วยกันทั้ง 5 รายการประกอบไปด้วย

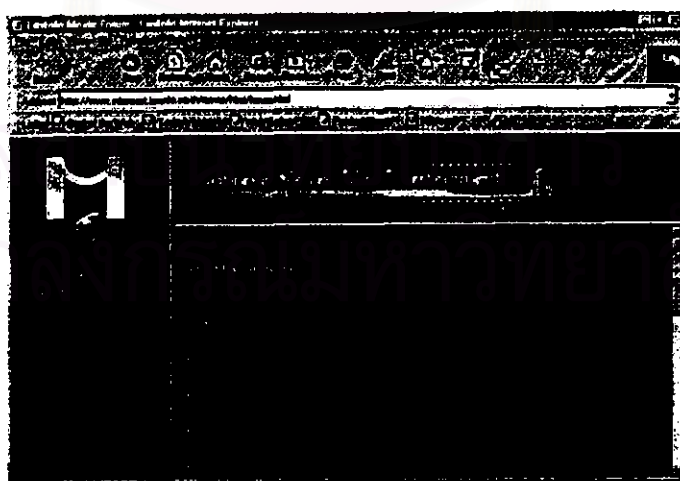
1. หน้าเปิดรายการ
2. หน้าเพิ่มรายการ
3. หน้า Real Player ซึ่งใช้ในการเล่นรายการเหล่านั้น



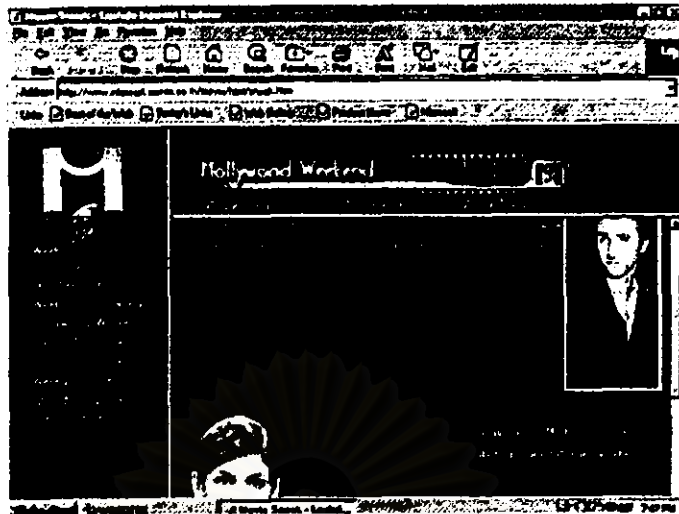
ภาพที่ 54 แสดงหน้า Real Video player ของรายการทั้งความชัดสูง โดยนายสุทธิชัย หยุ่น

เลือก 'Behind the Lens' เคยเป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ทุกวันศุกร์ เวลา 23.00 น. แต่ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงและได้ทำการย้ายเวลาออกอากาศทาง ITV ทิวทัศน์ ซึ่งรายการมีความยาว 45 นาที ผู้ที่พลาดชมก็สามารถที่จะเลือกชมรายการที่พลาดไป ซึ่งเป็นรายการแม็กกาซีนหลังเลนส์ ผ่านไฮมเพจฯ

(ภาพที่ 55) หน้า Johnnie Walker Film Entertainment เป็นหน้ารายการที่บอกถึงหนังดังประจำเดือน ซึ่งมีการ update ทุกเดือน



ภาพที่ 55 แสดงหน้าแม็กกาซีนหลังเลนส์ Johnnie Walker film Entertainment



ภาพที่ 56 แสดง หน้าเม็กกาซีนหลังเลนส์ Hollywood Weekend

(ภาพที่ 56) หน้ารายการที่เป็นรายการเพิ่มเติมภายในเม็กกาซีนหลังเลนส์ Hollywood Weekend มีลักษณะคล้ายๆ กับหน้าข่าว ซึ่งจะเป็นการรายงานข่าวในแวดวงของดารานักแสดงในฮอลลีวูด  
สรุปประเด็นเนื้อหาผู้ผลิต

วัตถุประสงค์ของการเข้าโฮมเพจ ของผู้ผลิตเนื้อหาคือ เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักศึกษาในต่างประเทศ กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศที่เป็นคนไทยให้สามารถมีความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของประเทศเป็นการขยายฐานผู้รับชมหรือรับฟัง

"มีผู้รับฟังรายการทางโฮมเพจจำนวนหนึ่งที่แนะนำรายการให้มีการสัมภาษณ์และตอบคำถามของเขาโดยการอ่านจาก E-mail ซึ่งเรากำลังศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการทำเช่นนั้นอยู่ ความคิดในลักษณะแบบเดียวกันนี้ก็จะเป็นการ Phone-in เข้ามาเพื่อถามคำถามของผู้ฟังที่บ้านเวลาที่เรานำดารานักแสดงมาในรายการ" (สัมภาษณ์ สมโรจน์ วสุพงศ์โสธร, 2541)

"Real time เหมาะกับวิทยุกระจายเสียงมากกว่า เหตุผลหนึ่งอาจจะมาจากว่า เราเห็นอยู่ว่ามันสามารถที่จะทำได้ แต่โทรทัศน์ เรายังไม่เห็น อย่างรายการที่เราผลิตอยู่ทุกวันนี้ เราจะผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมแก่โทรทัศน์มากที่สุด สิ่งที่เราทำได้ เช่นการ Phone-in หรือการขึ้น Key Line ที่หน้าจอเพื่อให้คนดูรู้สึกสนุกกับรายการ แต่เราไม่ได้นำเขาข้อจำกัดที่ว่า Intercast ก็จะทำให้เขาไปออกอากาศเหมือนกัน" (สัมภาษณ์ อติศร ปาจริยางกูร, 2541)

"เรามีรายการทั้งทางโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต แต่เราจะต่างจากผู้ผลิตเนื้อหารายอื่นๆ ตรงที่ว่าเรามีรายการเฉพาะกิจเพื่อสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ เราคิดว่ามันยากที่จะนำเอาเนื้อหาที่

ผลิตขึ้นเพื่อสื่อประเภทหนึ่ง จากนั้นก็นำเอาเนื้อหาเดียวกันนั้นนำเอาไปออกอากาศทางสื่ออีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีธรรมชาติที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง แต่หากว่าเรามีการเตรียมการ หมายความว่าเรารู้แน่ว่ารายการนี้จะต้องนำเอาไปออกอากาศในสื่อประเภทใดบ้าง เราอาจจะสามารถสรรสร้างเนื้อหาที่เป็นรูปแบบที่เหมาะสมแก่การดัดแปลงออกอากาศในสื่อแต่ละชนิดได้” (สัมภาษณ์ วรรตดา หลีอาภรณ์, 2541)

“เนื้อหาของรายการขึ้นอยู่กับขั้นตอนในการผลิต เราเขียนบทรายการเพื่อธรรมชาติของสื่อที่รายการนั้นๆจะใช้ในการออกอากาศ การออกแบบรายการไม่ใช่เรื่องง่าย เราผลิตรายการโดยอาศัยสื่อหลักของรายการ ในส่วนของโครงการ Intercastฯ นั้นเราเห็นว่าทาง ล็อกซอินโฟฯ ติดต่อแจ้งความจำนงที่จะเผยแพร่สาระของรายการโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเราก็เห็นด้วยว่าดี เพียงแต่ว่าเราแทบที่จะไม่มีส่วนร่วมในการนำเสนออย่างอื่นใดนอกจากการอัดเทปรายการให้แก่เจ้าหน้าที่ของล็อกซอินโฟฯขั้นตอนต่อไปเป็นอย่างไรมันคงจะต้องไปถามเขาอีกที” (สัมภาษณ์ ชัยวัฒน์ เหล่ากิตติโชติ, 2541)

### ส่วนที่ 3 บทบาทและแนวโน้ม

1. เทคโนโลยี
2. เนื้อหา
3. นโยบายและแนวโน้ม
4. บทบาท
5. อุปสรรค ปัญหา และคำแนะนำจากผู้ให้

#### 1. เทคโนโลยี

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อมวลชนที่มีส่วนร่วมในโครงการยังขาดความรู้ และข่าวคราวของความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี อีกทั้งยังไม่เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ด้วยตนเองโดยแท้จริง เป็นเพียงการนำเอาเนื้อหาที่องค์กรทำแล้วนำมาให้แก่ Server ให้การนำเสนอสารสนเทศทั้งในงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่มีเทคโนโลยีมาประยุกต์ในงานสารสนเทศ โดยผ่านโฮมเพจ ซึ่งในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ส่วนใหญ่ จะเป็นการนำเอาแนวคิดจากต่างประเทศเข้ามาประยุกต์ใช้โดยคำแนะนำจากผู้ให้บริการ Server ขาดการศึกษาและพัฒนาใน



การสร้างสรรคแนวคิดใหม่ๆในการนำเสนอสารสนเทศ เป็นเพราะว่าผู้นำเอาโฮมเพจมาใช้นั้นมี  
ได้มีความรู้และติดตามในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโดยแท้จริง

ตารางที่ 2 แสดงเทคโนโลยี ด้าน Hardware ที่ ISP มีใช้ในการดำเนินกิจการผู้ให้บริการ  
อินเทอร์เน็ต กระบวนการในการนำเนื้อหาจากผู้ผลิตเนื้อหา ขึ้นนำเสนอบนโฮมเพจ ตัวผู้ให้บริการ  
(ลือขอินโฟฯ) จำเป็นที่จะต้องอาศัยอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูง (สูงกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วๆ  
ไป) การนำเอาเนื้อหาที่เป็นระบบดั้งเดิม เช่น วิดีโอ ซึ่งเป็นระบบ Analog โดยมีขั้นตอนดังนี้ (ดูตา  
รางที่ 2)

Video Encoder เป็นแผนกที่กระทำการแปลงเนื้อหาของรายการวิทยุโทรทัศน์ (JSL, ITV,  
แมกกาซีนหลังเลนส์) ซึ่งผู้ผลิตเนื้อหาจะนำส่งมาที่ บริษัทฯ (ลือขอินโฟฯ) เป็นวิดีโอเทป โดยการ  
ใช้โปรแกรมอัดบีบสัญญาณ เครื่องคอมพิวเตอร์ มี Dual Pentium II 266 ซึ่งเป็นเครื่อง  
คอมพิวเตอร์ที่มีความเร็วและความทรงจำสูง จะสามารถให้ภาพที่เร็วและคมชัด ในการแปลง  
สัญญาณ Analog ให้เป็น Digital

การ Streaming เป็นการนำเสนอสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสาร ด้วยแนวคิดใหม่ จากในสมัย  
ก่อนที่เวลาที่เราต้องการจะดูภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง เราจะต้อง Download ภาพยนตร์เรื่องนั้นลงใน  
คอมพิวเตอร์ของเราเสียก่อน แต่ในปัจจุบัน การใช้ Streaming หมายความว่าเราสามารถรับ  
ข้อมูลได้เป็นก้อนๆ หรือส่วนๆ ในการ Streaming นี้ ISP ต้องใช้เครื่องที่ให้บริการ (Server) ที่มี  
ความจุของความทรงจำถึง 6 GB (6,000 MB มากกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ธรรมดาถึง 6 เท่า)

Video Encoder	Streaming Server
Dual Pentium II 266 RAM 64 MB OS : NT	Hard disk 6 GB Pentium Pro 200 RAM 64 MB OS : UNIX
Radio Encoder	Web Server
6 x 486 - 66DX RAM 12 MB OS : UNIX	Pentium Pro 200 Hard disk 4 GB RAM 128 MB OS : NT

ตารางที่ 2 เทคโนโลยีในด้านอุปกรณ์ในการเป็น ISP

การออกอากาศรายการวิทยุกระจายเสียงนั้นมีความแตกต่างกันเนื่องจากเป็นรายการสด ดังนั้น ISP จึงต้องทำการรับรายการที่กำลังออกอากาศอยู่ด้วยเสารับวิทยุที่ตั้งอยู่ที่ตึก ล็อกซ์เลย์ (คลองเตย) แล้วนำเอาเนื้อหาเข้าไปในเครื่องแปลงสัญญาณ และส่งไปทางสายโทรศัพท์สู่อินเตอร์เน็ต

สำหรับตัวเครื่องที่ให้บริการเครือข่ายนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องมีความทรงจำที่สูงมากนัก แต่จะต้องมีความเร็วสูงในกรณีที่มีผู้ log-in มากๆ Web Server จึงเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีความเร็วสูงถึง 128 MB (เครื่อง PC ปกติมีความเร็วตั้งแต่ 12 MB - 64 MB)

### เทคโนโลยีด้านเสียง

ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยช่องทางการสื่อสารปกตินั้น เทคโนโลยีทางด้านเสียงจะถูกจำกัดอยู่ในเฉพาะในสื่อวิทยุ หรือโทรทัศน์ แต่สำหรับการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตนั้น สื่อทุกประเภทสามารถที่จะใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของเสียงที่ตนต้องการ (เช่น A Time Media) สื่อวิทยุใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีด้านเสียงได้มากที่สุด คือใช้ในการทำหน้าที่เพื่อการนำเสนอเนื้อหาโดยตรง เช่นรายการเพลง รายการข่าว เป็นต้น

การนำเสนอข้อมูลเสียงนั้น มีลักษณะของการออกอากาศแบบสด และการบันทึกเสียงเอาไว้ ผู้ใช้งานสามารถเรียกขึ้นมาใช้จากคอมพิวเตอร์ (Real Audio File) ซึ่งในการอ่านข้อมูลเหล่านี้ จำต้องมีโปรแกรมที่เหมาะสม ทางผู้ให้บริการจะมีการแนะนำเวลาผู้ใช้เรียกใช้ File นั้นๆว่าสมควรที่จะ download โปรแกรมใด

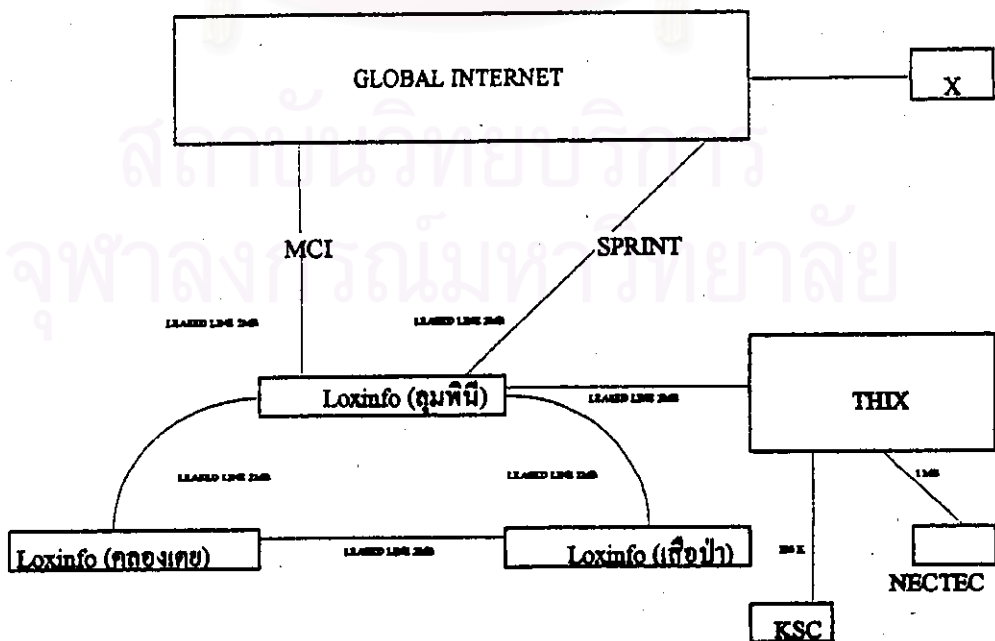
### เทคโนโลยีด้าน Video

จากการศึกษาโหมเพจพบว่าสื่อมวลชนใช้เทคโนโลยีวิดีโอมากที่สุด คือ สื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์เช่น JSL รายการเจาะใจ หรือ ITV รายการสารคดีสุดขั้วเอเชีย เป็นต้น เทคโนโลยีของซอฟต์แวร์ Real - Video เล่นภาพยนตร์ที่ถูกจัดเก็บเป็น Archive ต่างจากการเก็บภาพยนตร์ในสมัยที่อินเทอร์เน็ตเริ่มนำเอาภาพยนตร์มาออกฉาย เพื่อเป็นการโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่าง "การ Archive ภาพยนตร์ อาศัยการ Streaming เป็นตัวส่งข้อมูล สามารถรับได้ที่ละเล็กละน้อยๆ เช่นว่า นาย ก. กำลังชมหนังเรื่อง X อยู่ในขณะที่นาย ข. เข้ามาเปิดหนังเรื่อง X เหมือนกัน สองคนนี้จะได้ดูกันคนละตอน มันเป็น on-demand แต่ไม่ใช่ Pay-Per-View อย่าง UTV" (สัมภาษณ์ ภฤศดา โกมุทบุตร, 2541)

เทคโนโลยีสารสนเทศยุคโลก

ในประเทศไทย การที่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจะกระทำการได้นั้นจะต้องได้รับการยอมรับ และสนับสนุนจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ซึ่งเป็นผู้ให้สัมปทานช่องทางการสื่อสาร เพื่อธุรกิจการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น ISP ใดๆก็ตาม จะต้องเข้าสู่ กสท. (THIX) จึงจะสามารถส่งข้อมูลไปสู่ระบบเครือข่ายได้ (ดูภาพประกอบ)

เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2540 นายศรีสุข จันทรางศุ ประธานกรรมการ การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) แถลงว่า ที่ประชุมมีมติให้ กสท. ปรับปรุงอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ต โดยยกเลิกอัตราค่าบริการขั้นต่ำ เพื่อให้บริษัทร่วมทุนให้บริการอินเทอร์เน็ตกับ กสท. โดยปัจจุบันมี 16 ราย มีความคล่องตัวในการปรับลดค่าบริการลง เพื่อส่งเสริมการขายให้เต็มที่ (กรุงเทพธุรกิจ, 11 กันยายน 2540) แม้แต่การคำนวณราคาในการให้บริการก็ต้องได้รับความเห็นชอบจาก กสท. ซึ่งจุดนี้อาจจะเป็นอีกจุดหนึ่งซึ่งทำให้ ISP ไม่สามารถที่จะทำอะไรได้เต็มที่เท่าที่ควร รวมไปถึง การเช่าสาย (Leased Line) นอกจากนั้นความต้อยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศยุคของโลก ของประเทศไทย เป็นตัวถ่วงความสามารถที่จะก้าวไปสู่ระดับสากลของการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยเป็นอย่างมาก "เราผลิตรายการทางวิทยุกระจายเสียง ส่งทางคลื่นวิทยุ มันฟังดีมาก แต่ไม่ได้ว่าว่าโฮมเพจไม่ดีนะ เพียงแต่ว่า ผู้รับในที่ไกลๆอาจจะรับได้ไม่ชัดเจนเท่ากับผู้รับที่ฟังอยู่ในประเทศ เพราะระบบพื้นฐานเราต่างกันมาก" (สัมภาษณ์ อภิสิตะ ปุณณะ นิธิ, 2541)



ภาพที่ 57 แสดงถึงแสดงความสัมพันธ์ และภาพเชื่อมต่อกันระหว่าง ISP ในประเทศไทยกับระบบอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศ

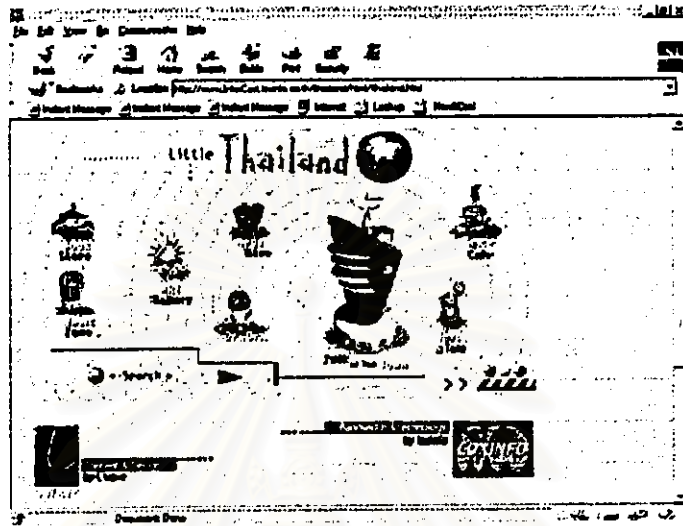
จากภาพประกอบ จะเห็นว่าในแต่ละผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) การเชื่อมต่อจะเกิดขึ้นจากสิ่งที่เรียกว่า leased line ซึ่งแปลว่า สายเช่า "ลือกรอินโฟฯ เช่าสายอยู่ประมาณ 8 ล้านบาท เป็นค่าใช้จ่ายที่จะต้องเกิดขึ้นไม่ว่าจะใช้ประโยชน์จากมันหรือไม่ ก็ตาม ทางบริษัทจึงลงมติว่า น่าจะหาอะไรที่พอที่จะเป็นรายได้เข้ามาเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ ลดต้นทุนลง ซึ่งในตอนนี้องค์กรบริษัทถือว่ามันก็เป็นการเริ่มต้นในการลงทุน แต่ content provider ก็ไม่ได้เสียอะไร เรายังเสียอีกที่รับภาระเต็มๆ" (สัมภาษณ์ ภฤศดา โกมุบุตร, 2541) เป็นสายโทรศัพท์ธรรมดา ยังไม่ใช่ Fiber Optics ซึ่งก็ทำให้การสื่อสารระหว่างประเทศเป็นไปได้ อินเทอร์เน็ต address ส่วนมากจะมีฐานอยู่ที่สหรัฐอเมริกา เพราะฉะนั้น เวลาที่เราติดต่อเข้าระบบเครือข่ายโดยมากเราก็จะเข้าสู่ระบบที่เรียกว่า Global Internet ซึ่งจะเป็นที่อยู่ใน USA เกือบ 80% ระบบสาธารณูปโภคจึงเป็นสิ่งที่จะทำให้อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นไปได้ หากแต่คำว่า Globalization นั้นก็ไม่จริงเสมอไป เพราะหากไม่มีพื้นฐานของระบบสาธารณูปโภค อย่างสายโทรศัพท์แล้ว ก็จะไม่มีโอกาสที่จะใช้ระบบอินเทอร์เน็ตได้ เว้นแต่ว่าจะมีระบบโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมแบบไร้สาย

## 2. เนื้อหา

เนื้อหาของรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านทางโฮมเพจ ไม่มีอะไรต่างจากการออกอากาศทางคลื่นวิทยุกระจายเสียง สิ่งที่เป็นความแตกต่างก็คือช่องทางที่ผู้รับได้รับฟังรายการโดยอาศัยซีเอฟอาร์ (Real Audio) โดยฟังผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ แนวโน้มของเนื้อหารายการ ขึ้นอยู่กับรายได้ที่จะเกิดขึ้นกับความคุ้มค่าในการลงทุน เช่นว่าลงทุนไปกับการสร้างระบบบริหารงานที่ต้องอาศัยเครื่องมือ และบุคลากร แต่กว่าจะถึงจุดคุ้มทุนที่ยังไม่สามารถคาดคะเนได้ ในการลงทุนที่ยังไม่มีรายได้ ทุกสถาบันสื่อยังไม่มีความมั่นใจ แต่หากว่ามีรายได้ที่ดี แนวโน้มที่องค์กรผู้ผลิตจะลงทุนเพื่อการสร้างหน่วยงานที่ผลิตเนื้อหาโดยเฉพาะขึ้นก็มีมากขึ้น

มีบริษัทที่ทำการผลิตเนื้อหาขึ้นโดยเฉพาะเพื่ออินเทอร์เน็ต คือบริษัท แอลเวฟ จำกัด "อย่างที่แอลเวฟฯจัดทำอยู่ทุกวันนี้จะเห็นว่าเป็นการสร้างเนื้อหาใหม่ให้กับสื่อใหม่ ซึ่งเราคิดว่ามีบทบาทใหม่ในการนำเสนอข้อมูล เพราะความสามารถของมันเพิ่มขึ้นจากเดิมอีกเป็นเท่าตัว จะเห็นได้ว่ามันสามารถที่จะเสริมสื่อวิทยุได้ในแง่ของ เนื้อที่ครอบคลุมคือทั่วโลก และสื่อโทรทัศน์ในทำนองเดียวกัน ที่มากกว่านั้นก็คือความสามารถในการบันทึกเป็น Archive ที่ผู้รับจะสามารถเรียกชมได้หากพลาดโอกาสชมในเวลาออกอากาศปกติ" (สัมภาษณ์ สุพิศรา วุฒิประเสริฐกุล, 2541) ในกรณีของ บริษัทแอล เวฟ จำกัด จะมีข้อแตกต่าง เนื่องมาจากเป็นบริษัทลูกของ บริษัท

สื่อขลุ่ย จำกัถ (มหาชน) จึงมีโอกาสมากกว่า production house อื่นๆที่มีขนาดเล็กแต่ต้องการที่จะสรรรค์สร้างผลงานผ่านอินเทอร์เน็ต และโดยพื้นฐานของบริษัทฯแล้ว ก็เป็นองค์กรที่ทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มาโดยตลอด (CD-ROM design และ Web site design)



ภาพที่ 58 แสดง โฮมเพจรายการ Talk of the Town

เนื้อหาที่เป็นรายการทางวิทยุโทรทัศน์ มีความแตกต่างจากเนื้อหาที่ทำการส่งผ่านทางโฮมเพจ เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของอัตราค่าโฆษณา ซึ่งเนื้อหาที่ได้รับการถ่ายทำจะมาในลักษณะของเนื้อหารายการสั้นๆ โดยไม่มีการตัดเข้าโฆษณา ไม่มีช่วงการติดต่อ (Post-Production) กรรมวิธีในด้านเทคนิคก็มีความแตกต่างจากสื่อวิทยุเนื่องจากแนวคิดของ Server ที่ต้องการให้ผู้ชมสามารถเรียกรายการที่ผลัดชมไปแล้ว สามารถเรียกรายการที่ผลัดชมกลับมาดูได้ใหม่ (กลับมาเป็นรายการๆไป โดยการ Archive รายการ) ให้เป็นจุดเด่นของ intercastฯ แต่โฮมเพจ ไม่เพียงแต่สามารถที่จะนำเอารายการที่เคยออกอากาศไปแล้วมาออกเท่านั้น แต่ยังสามารถที่จะออกอากาศแบบสด (Live Broadcast) ได้ เพียงแต่ว่าปัจจัยทางการเงิน ในเรื่องของรายได้ที่จะเกิดขึ้นจากสื่อและการนำเสนอในรูปแบบใหม่นี้จะมีผลอย่างไร (revenue) สิ่งที่เป็นรายได้นั้นเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตเนื้อหา ยังไม่ได้มีการแบ่งแยก และตกลงกับลูกค้าที่แน่นอน และลูกค้าที่มีอยู่ก็มีความรู้ในการนำเสนอเนื้อหาผ่านทางอินเทอร์เน็ตอย่างไม่มากพอที่จะตัดสินใจได้



บริษัท ผู้ผลิตเนื้อหา	ปีที่ก่อตั้ง	วันที่เข้าโครงการ Loxinfo intercast
Nation Multi Media	2514	25 มิถุนายน 2540
JSL	2532	25 มิถุนายน 2540
L Wave	2539	25 มิถุนายน 2540
A Time	2532	25 มิถุนายน 2540
Siam Sports	2516	1 กันยายน 2540
Amazing Group	2537	1 กันยายน 2540
ITV	2539	1 ตุลาคม 2540

ตารางที่ 3 การนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ของแต่ละสถาบัน

ตารางแสดงระยะเวลา และความแตกต่างของระยะที่เข้ามาเริ่มใช้บริการของโฮมเพจของแต่ละสถาบันผู้ผลิตเนื้อหา การศึกษาทำให้เราทราบว่านโยบายของแต่ละองค์กรนั้นมีความแตกต่างกัน ในบางองค์กรสื่อมวลชนนั้นมีทัศนคติต่อโฮมเพจต่างกันไป และการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการที่ทาง ISP มีบริการอยู่ก็เป็นไปตามความถนัดของแต่ละองค์กร ซึ่งในแต่ละองค์กรก็จะมีปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้ จะเห็นได้ว่าโฮมเพจที่คล้ายคลึงกัน โดยสรุปได้คร่าวๆ ดังนี้

1. ปัจจัยในเรื่องของรายได้ revenue นั้นมาเป็นประเด็นที่บุคคลในระดับผู้จัดการและผู้บริหารยึดเอาเป็นตัวที่จะกำหนดการเปลี่ยนแปลงของโฮมเพจ
2. เนื้อหาและการเปลี่ยนแปลงจะเกิดจากการพิจารณาของปัจจัยรายได้เป็นหลัก และเทคโนโลยีเป็นรอง

ในครั้งเริ่มโครงการนั้นมีบริษัทที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหา (Content Provider) อยู่ด้วยกันทั้งหมด 4 องค์กรด้วยกัน (แนวโน้มในอนาคตอาจจะมีบริษัทผู้ผลิตเนื้อหาเพิ่มขึ้นอีก) แต่เนื่องมาจากว่าอีก 3 องค์กรที่เข้ามาร่วมโครงการในภายหลังนั้นมีเหตุผลมาจาก การถูกชักชวน และได้เล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ที่โฮมเพจพึงจะมี โดยมากจะเป็นเหตุผลที่คล้ายคลึงกัน อาทิ "ทางบริษัทฯ ได้มองเห็นถึงการใช้ประโยชน์ในโฮมเพจ เป็นเครื่องมือที่จะเพิ่มคนดู ให้โอกาสคนดูในการรับชมรายการของเรา โฮมเพจไม่เพียงแต่สามารถที่จะไปได้ทั่วโลกเท่านั้น การที่เราสามารถเรียกดูข้อมูลที่เป็น Archive ได้นั้นเรียกได้ว่าเป็นจุดเด่นที่สุดของโฮมเพจ" (สัมภาษณ์ วิโรจน์ เหล่าเรืองชัย, 2541) เป็นเหตุผลที่มีผลกระทบโดยตรงจากเทคโนโลยีของสื่อ ฉะนั้นแนวโน้มของโฮมเพจก็น่าที่จะดีขึ้นไปตามกาลเวลาวงกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

การเจริญเติบโตของโฮสต์ (Host) ซึ่งก็เป็นผู้ให้สารสนเทศในรูปแบบที่ต่างกันไปในกรณีของบริษัทห้างร้านก็มีวัตถุประสงค์ในการเป็นผู้นำเสนอสารสนเทศในแง่ของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผู้ที่เป็นสถาบันของรัฐบาลก็อาจจะเป็นการนำเสนอสารสนเทศในแง่ของการพัฒนา เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ (การปกครอง กฎหมาย) ปริมาณของโฮสต์ที่แน่นอน สูงขึ้นตามลำดับการพัฒนาการของทั้งผู้ใช้ (User) และผู้ส่ง (Sender) ก็เห็นจะเป็นตัวเลขที่มีแต่จะสูงขึ้น ในปี ค.ศ. 1983 มี โฮสต์ อยู่เกือบ 1.7 ล้านราย ในปี ค.ศ.1996 มีปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนล้านราย จากในปี ค.ศ. 1993 ซึ่งมีเพียง 0.4 ล้านราย (คาดการณ์ว่าจะมีมากกว่าหนึ่งร้อยล้านราย ในปี ค.ศ. 2001) (ที่มา [www.mit.edu](http://www.mit.edu) Matthew Gray of MIT USA) แนวโน้มของสื่ออินเทอร์เน็ตในลักษณะอย่างโหมเพียงจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นหากแต่การใช้งานอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหากผลตอบแทนทางเศรษฐกิจนั้นคุ้มค่าพอกับการลงทุน ซึ่งก็คงจะไม่แปลกเลยที่เราจะสมมุติว่าร้อยละสิบของจำนวนนั้นจะเป็นสื่อมวลชน หรืออาจจะมากกว่านั้น ไม่ว่าจะไรก็ตามที่จะเพิ่มขึ้น แต่สิ่งที่เพิ่มขึ้นตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือ โดเมน (Domain) โดเมนเป็นสิ่งที่เอาไว้ใช้เรียกชื่อของ โฮสต์ด้วยภาษาที่มนุษย์เข้าใจ (เช่น [www.mailcity.com](http://www.mailcity.com) หรือ [www.intercast@loxinfo.co.th](mailto:www.intercast@loxinfo.co.th)) ซึ่งจริงๆในการสื่อสารของเครื่องคอมพิวเตอร์นั้น IP Address ของ [www.mailcity.com](http://www.mailcity.com) อาจจะเป็น ตัวเลขสี่หลักซึ่งในแต่ละหลักจะอยู่ระหว่าง 0 - 255 เช่น 121.136.085.200 อย่างไรก็ตาม ภาษาตัวเลขในลักษณะนั้นจะเกิดการสับสน เราจึงใช้ โดเมนเป็นสื่อระหว่างมนุษย์สู่คอมพิวเตอร์เพื่อสื่อสารกับ Name Server (สื่อทงอินโฟ)

### 3. นโยบายและแนวโน้ม

นโยบายที่องค์กรผู้ผลิตเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของการขยายฐานผู้รับสารเพื่อและเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในต่างประเทศ แนวทางในการบริหารนั้นเนื่องจากการลงทุนที่สูงหากที่จะเริ่มเองจึงมีแนวโน้มว่า intercast ยังคงเป็นสถานที่ที่กลุ่มผู้ผลิตยังคงร่วมมืออยู่ ตราบเท่าที่ Server จะไม่คิดค่าบริการ แต่หากเริ่มมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นเมื่อใด ก็คงจะต้องเริ่มพิจารณาถึงส่วนได้ส่วนเสียของโครงการเสียก่อน โดยเขาแนวโน้มความเป็นไปได้ของการขยายโฆษณามาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ในการบริหาร เนื่องจากในขณะนี้ ทาง Server ยังคงจัดการทุกอย่าง ในการทำงานบริษัทผู้ผลิตสารไม่ได้ต้องเพิ่มแผนก ที่เป็นรายจ่ายประจำ (Fixed Cost) ขึ้นมารองรับ intercast เลยเพียงแต่เจียดคนงานซักคนในเวลาว่างช่วยจัดการส่งเทป หรือ FTP File ไปให้ทาง Server ซึ่งในขั้นตอนการทำงานตรงนี้ใช้เวลาเพียงไม่กี่ชั่วโมงของในแต่ละวัน และหากมีความคล่องตัวขึ้นก็อาจจะเป็นไปได้ว่าเราจะสามารถร่นระยะเวลาให้มันสั้นขึ้นไปอีก

(บวกกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย) แต่เทคโนโลยีก็มีบทบาทมากต่อความเป็นสื่อชนิดใหม่ เนื่องจากผู้ผลิตเนื้อหายังคงมีความไม่มั่นใจที่จะลงทุน ในสิ่งที่องค์กรของตนเองยังไม่มีความถนัดเท่าที่ควร และมีส่วนเป็นอย่างมากในการนำเสนอเนื้อหาหรือการคิดสร้างสรรค์รายการใหม่ๆที่จะนำเอามาใช้กับอินเทอร์เน็ต (intercast) “อะไรๆหลายๆอย่างอาจจะยังคงไม่ลงตัวนักเนื่องมาจากว่าเรายังไม่มีรายได้ที่แน่นอนจากสื่ออินเทอร์เน็ตเราจึงยังไม่ได้วางอนาคตที่แน่นอนเอาไว้กับมัน” (สัมภาษณ์ วรรตดา หลีอาภรณ์, 2541)

โดเมน (Domains) เกิดขึ้นไม่แตกต่างจากการเป็น โฮสต์ หากแต่ โดเมน จะรู้จักกันเป็น International ว่ามันบ่งบอกว่าอักษรเหล่านี้หมายถึงอะไร ยกตัวอย่างเช่น “ www.mit.edu ” หมายถึงสถาบันการศึกษา “ www.moc.or ” หมายถึงสถาบันภาครัฐฯ ฯลฯ จะเห็นได้ว่าการเจริญเติบโตนั้นไม่เพียงแต่จะเพื่อธุรกิจไม่ อุตสาหกรรม การศึกษา รัฐบาล การพัฒนาประเทศต่างให้ความสนใจที่จะใช้ระบบเครือข่ายเพื่อการในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป

“การลงทุนของบริษัทขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อันที่จริงเราเองก็สนใจที่จะมีสื่อที่เป็น Globalization เช่น โฮมเพจ เราเองก็เคยได้ทดลองทำดูแล้วแต่เราไม่มีความพร้อมทางด้านบุคลากร และอุปกรณ์ โครงการก็เลยต้องล้มเลิกไป กลับมาที่ว่าการลงทุน สมมุติว่าเราลงทุนที่จะสร้างแผนกเพื่อดูแลทุกขั้นตอนการผลิต มันคงจะมีราคาสูงมาก แต่หากว่าเราอยู่กับ ล็อกอินโฟเซาก็มีคนดูแลทุกขั้นตอนให้กับเรา แต่สมมุติว่าเขาจะเริ่มเก็บค่าใช้จ่าย ดิฉันคิดว่าทางผู้ใหญ่คงจะไม่เอาด้วย” (สัมภาษณ์ อรวรรณ ชโนวิทย์, 2541)

“เรามีแผนการที่จะสร้างเนื้อหาเพิ่มเติมสู่เนื้อหาทางวิทยุโทรทัศน์ คล้ายๆว่าเป็นการสัมภาษณ์เฉพาะสื่อ (Exclusive Interview) คือผมคาดว่าจะเป็นการจัดทำรายการเสริมขึ้นจากรายการที่มีอยู่แล้วทางทีวี แล้วเราก็บวกเอาบทสัมภาษณ์ที่จะดูได้ทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น” (สัมภาษณ์ วิโรจน์ เหล่าเรืองชัย, 2541)

#### 4. บทบาท

Intercastr มีบทบาทเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้รับสาร ทั้งในและนอกประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในต่างแดน มีผู้เข้าเยี่ยมชมมากถึง 500,000 ราย (การเข้าชมหนึ่งครั้งต่อวัน นับเท่ากับหนึ่งราย) หลังการเปิดตัวได้เพียง 6 เดือน (บริษัท ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชั่น เรอวิส จำกัด, 2541) ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะเข้ามาเพื่อชมรายการ และฟังรายการวิทยุมากที่สุด “เราคิดว่าโฮมเพจมีบทบาทที่เป็นสื่อเสริมสมรรถภาพของสื่อดั้งเดิมแน่นอนว่าธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต

สามารถที่จะขยายขอบข่ายการกระจายข่าวสารได้ไกลกว่าที่ผ่านมา โดยเฉพาะ เท่าที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าผู้รับจะเป็นผู้รับที่อยู่ในต่างประเทศซึ่งเมื่อมีรายการของคนไทยเขาก็จะรู้สึกพอใจและเปิดรับ" (สัมภาษณ์ วรรตดา หลีอาภรณ์, 2541)

.. บทบาทที่เปลี่ยนไปของสื่อมวลชนในปัจจุบัน ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับสื่อดั้งเดิม (การนำเอาอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร) แม้แต่ในวงการผู้ผลิตเนื้อหาของประเทศไทยก็ยังหันมาให้ความสนใจที่จะเปลี่ยนจากการนำเสนอ information ในสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างเช่น หน้าโฮมเพจ Little Thailand ที่มีรายการ Talk of the Town ดูรูปภาพ รายการนี้เป็นรายการประเภท Talk Show ซึ่งเนื้อหาของรายการจะเป็นการพูดคุยกับผู้ฟัง ซึ่งเนื้อหาของรายการจะถูกถ่ายทอดสด และอัดเก็บเป็นแฟ้ม (File Archive) เพื่อเรียกกลับมาฟังได้ตามแต่ที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปต้องการ

ผลโดยตรงจากบทบาทของโฮมเพจจะเป็นในแง่ของ Space & Time หรือระยะเวลา ทาง กับ ระยะเวลา ตัวแปรทั้งสองนี้เป็นทั้งจุดผลักดันการพัฒนาและ จุดขายของโฮมเพจ เทคโนโลยีมีส่วนที่ทำให้การใช้โฮมเพจประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง Real Player ซึ่งถือเป็นซอฟต์แวร์พื้นฐานเช่นเดียวกับ Operating System อย่าง Office Windows เป็นเหตุให้โฮมเพจประสบความสำเร็จมาก มากกว่า thaicast เนื่องจากทาง thaicast ได้มีสัญญาผูกมัดกับบริษัทไมโครซอฟต์ (Microsoft) ว่าจะใช้ซอฟต์แวร์ของทั้งหมด ซึ่งรวมไปถึงการนำเสนอสารสนเทศ นั่นก็หมายความว่า ไม่เพียงแต่ผู้ที่จะเข้าเยี่ยมชม thaicast จะต้องมีซอฟต์แวร์ที่เป็นยี่ห้อของไมโครซอฟต์ เท่านั้นแม้แต่ Browser ก็ยังต้องเป็นของ ไมโครซอฟต์ อีกด้วย ซึ่งข้อแตกต่างของเทคโนโลยีนี้เป็นบทบาทที่ถูกตัวแปรของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวพันด้วย ในขณะที่ โฮมเพจเป็นระบบอิสระ ไม่ว่าจะใช้โปรแกรมอะไร ซอฟต์แวร์ประเภทไหนผู้รับก็สามารถที่จะเข้าเยี่ยมชมโฮมเพจได้ในทันที

"เราได้รับข้อมูลจากผู้ฟังในต่างประเทศโดยผ่าน E-mail นื่องๆที่ฟังอยู่ในต่างประเทศมักจะส่งคำถาม มาที่ FM 88.0 MHz แล้วเราก็มักจะตอบออกหน้าไมค์ ระยะเวลาๆก็จะมีคำถามน้อยมากที่ส่งมาทาง E-mail แต่ช่วงหลังๆ ผมคิดว่าพอนื่องๆที่รับฟังเขารู้ว่าเราตอบคำถามของเขาเขาก็ตามๆกันนะเป็น Fashion แบบว่ามันเท่หัด แต่เราก็คิดว่าเป็นผลดี อย่างน้อยเราก็ได้รู้ว่ามีคนที่เขาอยู่ต่างประเทศที่ได้รับฟังรายการ แล้วก็มี Feedback กลับมา ทีมงานก็ปลื้มมากเลย" (สัมภาษณ์ อภิลิทะ ปุณณะนิธิ, 2541)

“โฮมเพจมีประโยชน์มาก หลังจากที่เรทำงานที่เกี่ยวกับ CD-ROM และ Graphics มา นาน เราก็ได้รับแรงผลักดันจากผู้ใหญ่ในบริษัท ลีอกซเลย์ จำกัด (มหาชน) ให้ทดลองทำรายการ โดยผ่านโฮมเพจ ทีมงานรู้สึกสนุกกับการจัดรายการที่ไม่มีแรงกดดัน เพราะว่าเราไม่มี Sponsor ที่จะต้องกังวล เราจึงสามารถทำอะไรก็ได้ ตามแต่ต้องการ ในส่วนของผู้ที่เขารับฟังรายการของ เราก็คิดว่า คงจะพอใจกับการจัดรายการแบบของเรา ซึ่งก็คงแก่เหงามากกว่านะ บางครั้งการอยู่ ต่างประเทศแล้วได้ยินเสียงคนไทยมันก็ทำให้เรานายเหงา Feel at Home ขึ้น” (สัมภาษณ์ สุพัตรา ฤทธิประเสริฐกุล, 2541)

“ผู้ผลิตเนื้อหาทุกบริษัทต่างก็ผลิตเนื้อหาเพื่อคนไทยอยู่แล้ว หากว่าเนื้อหาตรงนี้สามารถข้าม น้ำข้าวทะเลไปสู่คนไทยที่อยู่ไกลเป็นร้อย เป็นพันกิโลเมตรได้แล้วนั้น ก็หมายความว่าเราสามารถ ที่จะแบ่งปันความรู้สึกทางใจให้แก่พวกเขาที่อาจจะอยู่เหงาๆ ว่างๆ ในต่างประเทศ และในบางครั้ง ข้อมูลข่าวสารที่ออกมาจากเนื้อหาก็คือสิ่งที่น่ารู้และมีประโยชน์ อย่างรายการ Spice Cafe ไร มี รายการทำอาหารด้วยซึ่งไม่ได้จำกัดให้แต่คนไทย ชาวต่างชาติก็สามารถทดลองทำได้ เป็นการ เผยแพร่วัฒนธรรมของเราไปสู่ต่างประเทศไปในตัว” (สัมภาษณ์ นนทวัน สิ้นธวานนท์, 2541)

## 5. อุปสรรค ปัญหา และคำแนะนำจากผู้ใช้

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการนำเสนอสารสนเทศของผู้ผลิตเนื้อหานั้นมาจาก ความรู้ความเข้าใจ ในอินเทอร์เน็ตที่น้อย และการพึ่งพา ISP มากจนเกินไป ปัญหาอื่นๆ ไม่ค่อยจะมี นอกจากผู้รับที่ บอกว่าเกิดการกระตุกเป็นครั้งคราวของภาพและเสียง

ผู้เข้าใช้บริการรายการที่เป็นเนื้อหาสาระจากวิทยุโทรทัศน์โดยผ่านโฮมเพจ มีความเห็น เกี่ยวกับรายการเป็นส่วนใหญ่ เช่นการเล่นเกมส์ หรือการให้มีการจัดรายการเพิ่ม สัมภาษณ์ดาราทู ที่ชื่นชอบ แต่ในแง่ของกรรมวิธีที่น่าเสนอจะมี comment เพียงว่าอยากจะมีส่วนร่วมอย่างกับผู้รับ รายการตามปกติเช่นในการ Phone-in ของรายการวิทยุอาจจะเป็นไปได้สำหรับรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นการจัดเก็บแบบ Archive การเข้าร่วมรายการแบบสดๆ ยังไม่สามารถที่จะเป็นไปได้ “เทคโนโลยีนั้นเชื่อให้เราทำรายการแบบ Interactive ผ่าน intercast ได้แต่ Cost ของการจัดทำในแต่ละครั้งนั้นสูงมาก เนื่องจากอัตราค่าโทรศัพท์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตอนนีรัฐบาลมีโครงการที่จะคิดอัตราค่าบริการแบบใช้มากจ่ายมากเหมือนเมืองนอก ยิ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงของ intercast หลากๆ อย่างยังไม่แน่นอน” (สัมภาษณ์ วิโรจน์ เหล่ารุ่งเรืองชัย, 2541)



ผลการตอบรับจากผู้ชมและผู้ฟังมีจำนวนมาก ซึ่งทางองค์กรผู้ผลิตเนื้อหาต่างมีความพึงพอใจมากกับระดับของจำนวนของผู้คนที่ให้ความสนใจแก่ intercast “เราไม่ได้คาดหวังมากขนาดนี้ ตอนแรกๆเราเพียงคิดว่าอยากที่จะลองทำอะไรใหม่ๆ และก็คิดว่าคนที่มาดูเราคงจะน้อย แต่ตัวเลขตอนนี้ชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มของอินเทอร์เน็ตนั้นดีกว่าที่เราคาดการณ์เอาไว้มากเลยทีเดียว เรามีผู้เข้าเยี่ยมชมโฮมเพจมากถึง 500 คนโดยเฉลี่ยต่อวัน แล้วโดยมากจะเข้ามาเป็นระยะเวลาสั้นๆ เพราะฉะนั้นเราก็พอจะทราบได้แน่ๆว่าพวกเขาเข้ามาเพื่อติดตามรายการ และเนื้อหาของเราแน่นอน ซึ่งพวกเราก็รู้สึกตื่นเต้นมาก” (สัมภาษณ์ สุพัทธา วุฒิประเสริฐกุล , 2541)

“การรับและส่งรายการผ่านโฮมเพจ ซึ่งเปรียบเสมือนกับโตเร็กซ์สำหรับสื่อประเภทนี้ จะยังคงพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากธุรกิจสื่อสารยังคงเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูงมาก บริษัทฯเองซึ่งเป็นบริษัทลูกของกลุ่มบริษัท ล็อกซเลย์ จำกัด มหาชน นั้นเชื่อมั่นว่าธุรกิจประเภทนี้น่าลงทุนที่สุด และเราก็คงจะไม่ใช้บริษัทเดียวที่คิดเช่นนั้น อาจจะเป็นอีกหลายบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่มากมาย” (สัมภาษณ์ ภฤศดา โกมุทบุตร, 2541)

“แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะเป็นการส่งเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงไปได้ทั่วโลก แบบ real-time ก็ตาม แต่การกระจายเสียงในลักษณะนั้นจะได้เพียงผู้รับรายการที่เขาไม่มีทางเลือก คืออยู่ในต่างประเทศ ในขณะที่ผู้รับรายการในประเทศไทยสามารถรับรายการของ A-Time ได้เกือบ 100% ทั่วประเทศ ผู้รับคงจะเลือกที่จะรับฟังรายการของเราผ่านทางวิทยุกระจายเสียงมากกว่า แต่ในอนาคตหากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกให้คุณภาพของเสียงดีขึ้น อย่างเช่น ส่งรายการเป็นระบบเสียง Digital ก็ไม่แน่ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตก็อาจจะเป็นสื่อชนิดใหม่ได้อย่างเต็มตัว” (สัมภาษณ์ สมโรจน์ วสุพงศ์โสธร, 2541)

“สื่ออินเทอร์เน็ต น่าจะเป็นสื่อที่เข้ามาเสริมสื่อแบบเดิมมากกว่า หากจะถามว่าเป็นสื่อทดแทนก็คงจะยังไม่ได้ เพราะมีข้อด้อยของตัวเองอยู่ อย่างเช่นขนาดของจอภาพที่เล็กมาก ระบบเสียงก็เป็น Mono อีกทั้งผู้รับเองในประเทศไทยก็ไม่ได้มี Internet Access กันมากนักที่จะเรียกได้ว่าเป็น Mass Communication ได้ หากจะใช้คำว่า ให้ผู้รับเลือก ก็คงพอทำเนา แต่จะให้แทนนั้นคิดว่าคงยังอีกหลายปี แม้แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วก็ยังใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเสริมสื่อเก่าอยู่เลย อินเทอร์เน็ตมันก็มีทั้งดีทั้งไม่ดีนั่นแหละ” (สัมภาษณ์ อรรณน ชโนวิทย์, 2541)

“ธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของอินเทอร์เน็ตนั้นทางบริษัทฯ ได้เล็งเห็น และตั้งใจว่าจะเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ ล็อกซอินโฟ อินเทอร์เน็ตฯ นั่นก็คือธุรกิจการขายพื้นที่

ในการโฆษณา ในขณะนี้เราก็เริ่มมีผู้ที่ให้ความสนใจกับการประชาสัมพันธ์ โสมเพจของผู้พอสมควร ถ้าระยะหลังๆนี้เข้าไปเยี่ยมโสมเพจจะพบว่าโฆษณายาลินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ยี่ห้อหนึ่ง แต่ในแง่ของรายการที่ทาง Content Provider จัดส่งให้แก่เรานั้นจะเห็นว่ายังตัดโฆษณาออกไป (รายการที่เป็นเนื้อหาจากวิทยุโทรทัศน์) แต่ก็ได้มีการปรึกษากันถึงทางออกในการจัดการ ซึ่งคาดว่าสิ้นปี หรืออาจจะกลางปีนี้จะมียุโรปเปลี่ยนแปลงไปบ้าง" (สัมภาษณ์ นนทวัน สินธวานนท์, 2541)

### การวิเคราะห์ภาพรวมของผลการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้โสมเพจยังไม่สามารถที่จะก้าวไปในหนทางที่แน่นอนนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบโดยตรงของเทคโนโลยี กับพื้นฐานความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้กับโสมเพจประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ (1) เทคโนโลยีอุปกรณ์ (Hardware), (2) เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ (Software) และ (3) เทคโนโลยีสาธารณูปโภค (Infrastructure)

นอกจากเทคนิคการนำเสนอแล้ว เหล่าผู้ผลิตเนื้อหาจะต้องพัฒนาทักษะในการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี โดยผ่านโสมเพจ แต่ในปัจจุบันเนื้อหาที่ได้รับการออกอากาศ และจัดเก็บเป็นแฟ้ม (Archive) นั้นยังคงเป็นเนื้อหาที่ดั้งเดิม ไม่มีอะไรที่แตกต่างไปจากการออกอากาศด้วยสื่อดั้งเดิมมากนัก ผู้วิจัยเห็นว่า ความที่เทคโนโลยีด้านอุปกรณ์มีราคาสูง และบุคลากรที่จะเข้ามามีส่วนในการนำเสนอเนื้อหานั้นหายาก และบุคลากรที่มีอยู่ภายในองค์กรผู้ผลิตเนื้อหา ก็มีความชำนาญเฉพาะกับการทำงานกับสื่อเก่าและเนื้อหาเก่าๆ ซึ่งการที่บริษัทจะทำการลงทุนกับการสร้างเนื้อหา เพื่อสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะนั้น จำจะต้องใช้เงินทุนสูงพอสมควร อีกสิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดจากการศึกษาก็คือ ISP (Loxinfo) ได้มีแนวทางที่จะสร้างรายได้ให้เกิดขึ้น โดยอาศัยการพัฒนาเนื้อหา และการสร้างความพิเศษให้แก่ตัวสื่อ การพัฒนาเนื้อหาถือเป็นการนำเอารายการที่เป็นที่นิยมอยู่แล้วนำมา Add Value ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ (Real Player, File Archive) เพื่อทดแทนและทันต่อสถานะภาพของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารยุคปัจจุบัน ในส่วนของการสร้างความพิเศษให้แก่ตัวสื่อ นั้น บริษัท ล็อกซอินโฟได้มีการมอบหมายให้บริษัทในเครือ/บริษัทลูกเป็นผู้ออกแบบและทดลองรูปแบบรายการที่จะเผยแพร่เฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งก็หมายความว่าหากรายการประสบความสำเร็จ กล่าวคือมีกลุ่มผู้ฟังที่แน่นอนและต่อเนื่อง ทางบริษัท ล็อกซอินโฟก็สามารถนำเอาตัวเลขของจำนวนผู้ฟังมาเพื่อเป็นการอ้างอิง ในการขายเนื้อที่โฆษณาหรืออื่นใดที่จะสามารถนำมาซึ่งรายได้ให้แก่โสมเพจ เป็นต้น

สำหรับตัวผู้ใช้อินเทอร์เน็ต/ Internet User ที่ใช้บริการของโฮมเพจนั้นพอที่จะวิเคราะห์ ออก โดยผู้วิจัยขอตั้งข้อสันนิษฐานดังนี้

1. Nostalgic ผู้ใช้โฮมเพจส่วนหนึ่งจะมีอาการคิดถึงบ้าน และการที่โฮมเพจให้ความ ใกล้เคียงเสมือนอยู่ใกล้บ้านให้แก่ผู้รับสารสนเทศได้นั้น ถือเป็นผลพวงจาก

คุณภาพเสียง ผู้ใช้จะรู้สึกไม่ค่อยแตกต่างจากการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงมากนัก เนื่องจากการได้รับฟังรายการที่ให้ความรู้สึกเสมือนว่านั่งอยู่ที่บ้านนั้นก่อให้เกิดความรู้สึกร่วม แม้ว่าจะมีปัญหาทางการ Delay อยู่บ้างก็ตาม

คุณภาพของภาพ การได้รับสารสนเทศโดยเฉพาะเป็นภาพนั้นไม่เพียงแต่เป็นการสร้าง ความรู้สึกถึง แต่ยังสามารถสร้างการรับรู้ถึงข่าวสารที่เกิดขึ้นในประเทศไทย สามารถนำเอาข่าว สารเหล่านี้มาเป็นประเด็นในการสนทนาในกลุ่มคนไทยที่อยู่ในต่างประเทศร่วมกัน ผู้รับยังรู้สึก เหมือนไม่ตกข่าวอีกด้วย

ระบบสายโทรศัพท์ของไทยในปัจจุบัน มีอิทธิพลต่อบทบาทแนวโน้มของโฮมเพจ อัน เนื่องมาจากว่าการที่ระบบการส่งสัญญาณภาพของอินเทอร์เน็ตเป็นการส่งผ่านบนพื้นฐานของ สายโทรศัพท์ ไม่ว่าจะเป็นสายโทรศัพท์แบบดั้งเดิม หรือจะเป็นสายโทรศัพท์แบบมัลติมีเดีย ที่ เรียกกันว่า ไฟเบอร์ออปติก (Fiber Optic) ความคมชัด ความเร็วของภาพในการเคลื่อนไหว (Moving Visual) มีผลกระทบจากสายโทรศัพท์ที่มีพื้นฐานที่ต่างกัน ในกรณีของโฮมเพจนั้น ผู้รับ ที่อยู่ห่างไกลออกไปในต่างประเทศจะประสบกับประสพการณ์ที่เกิดภาพกระตุก หรือภาพแตก ขาดเป็นบล็อกจุด เหตุที่เป็นเช่นนี้นั้นก็เนื่องมาจากประสิทธิภาพของสายที่มีศักยภาพที่ต่ำกว่าคือ ประเทศไทยการรับโทรศัพท์ยังเป็นการพึ่งกระแสไฟฟ้าอ่อนๆที่ส่งผ่านสายไฟฟ้าที่เป็นลวด ในขณะที่ในต่างประเทศจะเปลี่ยนเป็นไฟเบอร์ออปติก เพราะฉะนั้นการรับย่อมมีความลำบากเพราะ ไฟเบอร์ออปติกนั้นกระทำด้วยการส่งแสงไฟ ที่สร้างขึ้นด้วยกระแสไฟฟ้าแต่ส่งออกมาเป็นลำแสง ซึ่งจะมีความเร็วสูงและไม่มีการสูญเสียพลังงานสูญหาย (Energy Lost) ในกรณีวิธีการส่ง อีกทั้งยังจะทำให้ ความเร็วของการฉายภาพมีความสมจริง คือคล้ายคลึงกันกับจอโทรทัศน์มากขึ้น

กลุ่มผู้รับจะเป็นกลุ่มผู้อาศัยอยู่ในต่างประเทศ โดยมากจะเป็นนักศึกษา เนื่องมาจากนัก ศึกษานั้นมี Account อินเทอร์เน็ต กันแทบทุกมหาวิทยาลัย อีกทั้งระดับการเรียนการสอนของคน ในต่างประเทศนั้นมีหลักสูตรในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์มาตั้งแต่ชั้นประถมศึกษา และไม่จำกัด

ว่าจะเป็นโรงเรียนของภาครัฐบาลหรือภาคเอกชนก็ตามแต่ นอกจากนี้นักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยของต่างประเทศ (เท่าที่ผู้วิจัยได้สัมผัสมา) จะทำการส่งรายงานกันโดยการใช้ e-mail ซึ่งทางด้านการเข้าถึง (Internet Access) นั้น คิดว่ามีมากกว่าในเมืองไทยเป็น 10 เท่า แต่ผลจากการสัมภาษณ์นั้นพอที่จะสรุปได้ว่า รายการที่เผยแพร่ทางโฮมเพจนั้น ประเภทของรายการที่ได้รับความนิยมมากก็จะเป็นรายการวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะของบริษัท เอ โทมัส มีเดีย (ทุกคลื่น) รองลงมาก็จะเป็นรายการทางวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งก็ไม่ได้มีทุกรายการที่คนในต่างประเทศให้ความสนใจ แต่รายการของ เจ เอส แอล ได้รับความนิยมจากผู้รับในต่างประเทศสูงที่สุด น่าจะเป็นประเภทของรายการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นนักศึกษาในต่างประเทศ โดยเฉพาะที่เป็นเด็กวัยรุ่น ทั้งในวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ จะเห็นได้ว่ารายการประเภทที่ให้ความบันเทิงมากที่สุด จะเป็นรายการที่ได้รับการเข้าชม และติดตามมากที่สุด

รายการประเภทวิทยุกระจายเสียง ได้เปรียบเทียบที่ว่าในต่างประเทศนั้นไม่มีทางเลือกอื่นที่จะเข้ามาทดแทนรูปแบบการนำเสนอ ที่มีเนื้อหาสาระของรายการไทยได้ ซึ่ง หากจะกล่าวก็คือ ไม่ใช่จะพูดว่าในต่างประเทศนั้นไม่มีวิทยุกระจายเสียง เพียงแต่ว่าเนื้อหานั้นเป็นเนื้อหา Local พื้นที่เมือง ต่างจากการได้รับฟังรายการจากประเทศไทยได้ยินเสียงคนไทยไม่ว่าจะเป็นผู้จัดรายการ ผู้ Phone-in\* ก็ตาม ในส่วนของรายการที่เป็นเนื้อหาของรายการทางวิทยุโทรทัศน์นั้น ข้อได้เปรียบของโฮมเพจก็คือการเก็บข้อมูลเป็นแฟ้ม ซึ่งผู้รับสามารถเรียกกลับมาดูใหม่เมื่อพลาดชมรายการนั้นๆ จากการศึกษาพบว่า รายการวิทยุโทรทัศน์จะได้รับความสนใจจากผู้ดูทั้งในและต่างประเทศ แต่ในเหตุผลที่ต่างกัน ผู้รับในต่างประเทศจะไม่มีทางเลือกในการรับสารสนเทศ (ยกเว้นในกรณีของวิดีโออัด ซึ่งปล่อยเช่าอยู่ในสังคมต่างประเทศ เช่นในประเทศอังกฤษ และสหรัฐอเมริกา) แต่กับในประเทศซึ่งโฮมเพจมีหน้าที่เสริมในการให้ผู้รับกลับมาดูเนื้อหาที่แต่ละปัจเจกได้ผลขาดชมไปแล้ว นั่นคือผลที่ได้จากธรรมชาติของอินเทอร์เน็ต

การจัดส่งภาพที่เป็นภาพเคลื่อนไหวในปัจจุบันมีขอบเขตความสามารถของเทคโนโลยี นั่นก็คือการนำเสนอนั้นภาพจะมีขนาดเล็กมาก ไม่ได้ใหญ่เท่ากับหน้าจอคอมพิวเตอร์ทั่วไป หากโฮมเพจจะต้องการที่จะเพิ่มศักยภาพผู้วิจัยมีความเห็นว่า เทคโนโลยีทางการนำเสนอที่จะพัฒนาไปให้มากกว่านี้ เช่นการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้นและมีการเคลื่อนไหวที่ตัดเทียบกับจอวิทยุโทรทัศน์ การที่จะขยายหน้าจอให้ใหญ่ขึ้นในปัจจุบันนั้นสามารถทำได้ หากแต่การเคลื่อนไหว (Movement) ของภาพอาจจะลดน้อยลง ซึ่งก็เป็นผลพวงที่เกิดขึ้นมาจากระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานนั่นเอง

ในกรณีของ บริษัท แอลเวฟฯ นั้นได้กระทำในสิ่งที่ทางบริษัทฯ ได้นิยามว่าเป็น Community Service นั้นมีความแตกต่างในเนื้อหาและการนำเสนอโดยสิ้นเชิง ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ แอลเวฟฯ มีความแตกต่างจากบริษัทผู้ผลิตเนื้อหาอื่นๆ นั้นมี 2 ประการ ประการที่หนึ่ง คือ เนื่องจาก บริษัท แอลเวฟฯ จำกัด นั้นเป็นบริษัทที่ถูกเปิดขึ้นมาเพื่อรองรับงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ บริษัท ล็อกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) ได้ลงทุนไป นั่นก็คือ การสื่อสารแบบอินเทอร์เน็ต โดยจัดตั้งเป็นบริษัท ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชั่น เซอวิซ จำกัด เป็นบริษัท ที่เข้าไปรับการสัมปทานจาก กสท. อีกทอดหนึ่ง ขอบข่ายงานของ แอลเวฟฯ นั้นก็จะเป็นงานประเภทที่เกี่ยวข้องกันกับการออกแบบภาพกราฟฟิก (Graphics) เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ธุรกิจที่เขามารับบริการกับ ล็อกซ์เลย์ อินโฟเมชั่น เซอวิซ จำกัด แอลเวฟฯ จึงเปรียบได้ดังบริษัทลูก ซึ่งการที่ธุรกิจจะกำเนิดขึ้นได้จากการทำงานของโฮมเพจนั้น ทางเจ้าของสื่อควรที่จะต้องมีสิ่งที่เป็นรูปแบบเฉพาะของสื่อ เป็นเนื้อหาที่ไม่สามารถที่จะรับได้จากที่อื่นใดได้นอกจากผ่านสื่อของตน จากจุดนั้นเองธุรกิจโฮมเพจจึงจะเป็นธุรกิจที่จะเริ่มมีรายได้จากการขายโฆษณา เพราะว่าหากผู้ที่เป็นเจ้าของสื่อหันไปเก็บเงินที่คิดว่าจะเป็นรายได้ให้แก่ ISP แนวโน้มที่ผู้ผลิตเนื้อหาจะยอมที่จะจ่ายเงินออกมานั้นมีน้อยมาก

ในปัจจุบันมี ISP ที่นำเสนอสารสนเทศประเภทเนื้อหาหลากหลายอยู่ในประเทศไทยนอกเหนือจาก intercast แล้วก็ยังมี thaicast ซึ่งเป็น ISP ที่มีเทคโนโลยีที่ต่ำกว่ามาก และสายเช่า (Leased Line) ก็มีความจุเพียง 256K (256,000 byte) ในขณะที่ บริษัท แปซิฟิก คอโปเรชั่น จำกัด ที่ได้เคยทดลองนำเสนอข่าวผ่านทางอินเทอร์เน็ต แต่เนื่องจากการขาดประสิทธิภาพในการจัดการทำให้การ update เนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอ นั้นออกมาได้ไม่ดีเท่าที่ควร (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ภาศดา โกมุทบุตร) ส่วน บริษัท ล็อกซ์อินโฟฯ เป็นผู้ให้บริการทางด้านการนำเสนอเนื้อหาผ่านทางโฮมเพจที่กระทำการส่งเนื้อหาที่เป็นรูปแบบของการสื่อสารมวลชนโดยแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านข่าวสาร ความบันเทิง ทั้งในรูปแบบของเนื้อหาที่เป็นรายการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ “ผมยังมีความสนใจที่จะนำเสนอเนื้อหาที่เป็นรูปแบบของการศึกษา แต่ว่าเนื้อหาในรูปแบบนั้นอาจจะไม่เหมาะกับ intercast เนื่องจากแนวความคิดพื้นฐานของโฮมเพจนั้น เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่กระทำการออกอากาศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชื่อโครงการ Loxinfo Intercast คำว่า Cast ที่มาจาก Broadcast” (สัมภาษณ์ ภาศดา โกมุทบุตร, 2541)

โฮมเพจมีบทบาทเป็นไดเรกทอรี เมื่อใส่ URL Address “www.intercast.loxinfo.co.th” Browser (ไม่ว่าจะใช้ Browser ประเภท Netscape หรือ Explorer หรืออื่นๆก็ตาม) ก็จะนำผู้ใช้



บริการเข้ามาในโฮมเพจซึ่งมี Content Provider อยู่ทั้งสิ้น 7 สถาบัน แสดงเป็นรูปเครื่องหมายที่เป็นสัญลักษณ์ (Logo) ของแต่ละบริษัท แต่ทำไมทุกบริษัทที่ใช้ logo ที่เป็นของบริษัท บางบริษัทก็ใช้ชื่อเฉพาะมาเป็นสัญลักษณ์ โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้ (ดูตารางที่ 4)

บริษัท	Nation Multimedia Group Public Company Limited
ประเภทรายการ	รายการข่าว
สัญลักษณ์	Nation Multimedia Group
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	วิทยุกระจายเสียง
บริษัท	Siam Sport Company Limited
ประเภทรายการ	รายการกีฬา
สัญลักษณ์	Siam Sport Radio
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	วิทยุกระจายเสียง
บริษัท	A-Time Media Company Limited
ประเภทรายการ	รายการเพลง
สัญลักษณ์	A-Time Media
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	วิทยุกระจายเสียง
บริษัท	L Wave Company Limited
ประเภทรายการ	รายการบันเทิง
สัญลักษณ์	Little Thailand
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	อินเทอร์เน็ต
บริษัท	Amazing Group Company Limited
ประเภทรายการ	รายการเกี่ยวกับภาพยนตร์และต่างประเทศ
สัญลักษณ์	Magazine Behind Lens
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	วิทยุโทรทัศน์
บริษัท	Siam infotainment Company Limited
ประเภทรายการ	รายการสารคดีในสวน
สัญลักษณ์	ITV
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	วิทยุโทรทัศน์
บริษัท	JSL Company Limited
ประเภทรายการ	รายการบันเทิง talk show
สัญลักษณ์	JSL
นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ	วิทยุโทรทัศน์

ตาราง 4 แสดงความแตกต่างของการใช้สัญลักษณ์กับชื่อองค์กร

ข้อแตกต่างของเนื้อหาที่มาจากสองแหล่งสื่อ นั้น ยังได้ครอบคลุมไปถึงลักษณะในการนำเสนอที่มีเทคนิคที่แตกต่างกัน รายการประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้นไม่ได้ทำการออกอากาศสดอย่างรายการทางวิทยุกระจายเสียง ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เหตุที่เป็นเช่นนี้นั้นสืบเนื่องมาจากกาที่ ISP และผู้ผลิตเนื้อหานั้นต่างก็ยังไม่มีความสามารถที่จะนำเสนอเนื้อหาได้ดีเทียบเท่ากับการออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ คุณภาพของภาพและเสียงยังไม่สามารถที่จะเรียกได้ว่า สามารถแทนที่สื่อดั้งเดิมได้แล้ว และสาเหตุอีกประการหนึ่งก็คือ สำหรับผู้รับรายการในต่างประเทศซึ่งเป็นกลุ่ม

เป้าหมายหลักนั้นการที่จะมานั่งชมรายการที่ออกอากาศสดนั้นไม่ใช่เรื่องที่จะสามารถทำได้ง่าย ๆ เนื่องจากช่วงเวลาที่ทำกรออกอากาศมีความแตกต่างกันทั่วโลก และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ยังเห็นว่าการ Archive ข้อมูลยังเป็นสิ่งที่น่าสนใจกว่าการนำเสนอรายการแบบสด (Live Broadcast) เนื่องจากผู้รับสามารถเรียกข้อมูลมาดูได้ตามต้องการ ไม่ว่าจะอยากดูตอนใดของรายการที่ตนต้องการก็ตาม

ระหว่างการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ประเภทของรายการนั้นมีส่วนในการนำเสนอรายการ ในกรณีของรายการที่ทำกรออกอากาศทางโฮมเพจ ที่เป็นการบันทึกแบบ Archive นั้นจะเห็นว่าเป็นรายการที่ไม่จำเป็นที่จะต้องมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ หรือติดตาม ซึ่งสื่อโฮมเพจ (ตามความเห็นของผู้วิจัย โดยอาศัยข้อมูลทางด้านเทคนิคเป็นตัวประกอบความคิด) มีความเหมาะสมกับการนำเสนอสารสนเทศที่มีลักษณะของความต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์ ที่ผู้รับสามารถรับประโยชน์ (benefit) จากการเก็บข้อมูลเป็นแฟ้มภาพแฟ้มเสียงได้ แต่ปรากฏว่าบนโฮมเพจมีเพียงรายการที่จบเป็นตอน ขาดความต่อเนื่อง (Continuity) ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจาก การขาดแคลนบุคลากรขององค์กรผู้ผลิตเนื้อหาเองที่ขาดแผนที่จะมารองรับการ update ข้อมูลโดยเฉพาะละครซึ่งจำเป็นที่จะต้องทำบ่อย เพราะหากขาดความต่อเนื่องและ update ผู้ใช้โฮมเพจอาจจะเบื่อและไม่กลับมาอีกเลย ซึ่ง thaicast ก็ประสบปัญหาเดียวกัน นั่นคือ ข้อมูลที่อยู่บนโฮมเพจ thaicast ขาดการ update ผู้ใช้บริการจึงพบแต่สารสนเทศที่เป็นข้อมูลเดิม

การนำเสนอสารสนเทศต่างๆบนโฮมเพจ

รายการของแต่ละองค์กรผู้ผลิตนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องของประเภทเนื้อหา และกรรมวิธีการนำเสนอ แยกออกเป็น ประเภทดังนี้

## 1. รายการประเภทวิทยุกระจายเสียง

- 1.1. รายการเพลง เพื่อความบันเทิง
- 1.2. รายการข่าว เพื่อรับทราบสถานการณ์
- 1.3. รายการข่าวกีฬา เพื่อความบันเทิง และรับทราบสถานการณ์

## 2. รายการประเภทวิทยุโทรทัศน์

- 2.1. รายการเกมส์โชว์ เพื่อความบันเทิง
- 2.2. รายการทอล์คโชว์ เพื่อความบันเทิง
- 2.3. รายการสารคดี เพื่อความบันเทิง และความรู้

## 2.4. รายการเฉพาะประเภท เพื่อความบันเทิง และรับทราบสถานะการณ์

### 3. รายการประเภทอินเทอร์เน็ต

จากประเภทของรายการที่มีอยู่บนโฮมเพจ คือ 7 บริษัทผู้ผลิตเนื้อหา แบ่งรูปแบบรายการออกได้ดังนี้

วิทยุกระจายเสียง		วิทยุโทรทัศน์		อินเทอร์เน็ต	
บริษัทฯ	ประเภทรายการ	บริษัทฯ	ประเภทรายการ	บริษัทฯ	ประเภทรายการ
เนชั่นฯ	ข่าว	ไอทีวีฯ	สารคดี	แอล เวฟฯ	เพลง
เอ โทมัส	เพลง	แมกกาซีนฯ	เฉพาะประเภท		
สยามกีฬาฯ	กีฬา	เจ เอส แอล	เกมส์&ทอล์คโชว์		

ตาราง 5 แสดงประเภทของรายการ และสื่อที่ต่างกัน

รายการทางอินเทอร์เน็ตอย่าง รายการ Talk of the Town นั้นเป็นรายการที่ยังไม่มี Format หรือมีแต่เป็น Format ที่แตกต่างจากสื่อชนิดอื่นๆ การนำเสนอของ แอลเวฟ นั้นเป็นการรวมเอาความเป็นไทยเท่าที่จะมีได้ "เรารวบรวมเอาสังคมไทยขนาดย่อมย้อมันไว้ในอินเทอร์เน็ต คล้ายๆกับต่างประเทศที่มี China Town แต่คนไทยคงจะพอที่จะเป็น Thai Town อย่างของคนจีนเขา แต่เราทำได้ ทำในอินเทอร์เน็ต" (สัมภาษณ์ วรริดา หลีอาภรณ์, 2541)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย