

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาถึงการกำหนดนโยบายขององค์กร และลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย สามารถแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ตอนด้วยกันคือ

ตอนที่ 1 การกำหนดนโยบายขององค์กร และการวางแผนดำเนินงานการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 2 ลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 3 การสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ รวมทั้งแนวโน้มการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของบุคคลที่มีความรู้ และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 1 การกำหนดนโยบายขององค์กร และการวางแผนดำเนินงานการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

ผลการวิจัยตอนนี้เป็นการศึกษาถึงการกำหนดนโยบายขององค์กร และการวางแผนดำเนินงานการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย โดยวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย จำนวน 11 คน สำหรับรายละเอียดที่ได้จากการศึกษาสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

ส่วนที่ 2 ลักษณะการจัดองค์กร และการจัดการทรัพยากรบุคคลที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

ส่วนที่ 3 แนวความคิดต่อการพัฒนาธุรกิจและทิศทางการดำเนินงานการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนแต่ละองค์กร

## ส่วนที่ 1 การกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

### ตารางที่ 2 แสดงการกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

องค์กรสื่อมวลชน	การกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
1.เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป	1.เป็นการเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ในเครื่องเนชั่นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปทั่วโลก 2.เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรายงานข่าวของกองบรรณาธิการ เช่น การติดต่อกับสื่อมวลชนในต่างประเทศ เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติม 3.เพื่อผลทางด้านการตลาดในอนาคต เช่น การขายพื้นที่โฆษณา
2.หนังสือพิมพ์ Bangkok Post	1.เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการรายงานข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อกลุ่มคนไทยในต่างประเทศ และคนทั่วไปที่สนใจข่าวของประเทศไทย รวมทั้งการเผยแพร่ความเป็น Bangkok Post ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 2.มีแนวทางที่จะทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตต่อไปในอนาคต
3.หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ	1.เป็นช่องทางเสริมสื่อหลักเพื่อการให้บริการสาธารณะ โดยมีเป้าหมายคือคนไทยในต่างประเทศ 2.พยายามให้ไทยรัฐฉบับอินเทอร์เน็ตเป็น โครงการที่เลี้ยงตัวเองได้ โดยการหาโฆษณา 3.ช่วยการทำงานขององค์กร เช่น การสืบค้นข้อมูล การส่งข่าวและภาพข่าวจากต่างประเทศ
4.หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์	1.เป็นส่วนเสริมสำหรับสื่อหลัก เพื่อเป็นช่องทางรองรับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่เกิดขึ้นเช่น ผู้ที่นั่งทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน และคนไทยในต่างประเทศ 2.เป็นการเริ่มต้นเรียนรู้และพัฒนาไปพร้อมกับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ที่เกิดขึ้น
5.หนังสือพิมพ์ ฐานเศรษฐกิจ	1.เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร 2.เพื่อจัดทำฐานข้อมูลของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ โดยมีข้อมูลย้อนหลังทุกฉบับ 1 ปี 3.เพื่อผลทางด้านการตลาด โดยเป็นส่วนหนึ่งของ package การโฆษณา
6.สถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3	1.เป็นส่วนเสริมการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และรายการต่างๆที่ออกอากาศของช่อง 3 2.จัดทำพื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อพัฒนาเป็นสื่อโฆษณายุคใหม่ 3.เป็นสื่อแบบตอบโต้ (Interactive) ระหว่างช่อง 3 กับผู้ชมที่บ้าน 4.เป็นสื่อสำหรับคนไทยในต่างประเทศ
7.สถานีวิทยุโทรทัศน์ กงททบ.ช่อง 5	1.พยายามให้เป็นสื่อหลักอีกช่องทางหนึ่ง ในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลและรายการของช่อง 5 ไปทั่วโลก 2.มีหน่วยงานด้านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ เพื่อผลิตข่าวและข้อมูลของตัวเอง รวมทั้งการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เช่นการหาโฆษณา และการขายสินค้า 3.เพิ่มบทบาทด้านสังคม เช่น ช่วยเหลือผู้ส่งออกชาวไทยในการประชาสัมพันธ์สินค้า และการตลาดในต่างประเทศผ่าน WEB Site ของททบ.5
8.สถานีวิทยุโทรทัศน์ กงททบ.ช่อง 7	เป็นช่องทางเสริมให้กับสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่รายการและกิจกรรมของทางสถานี โดยถือว่าเป็นส่วนที่คืนกำไรให้กับประชาชน มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่ทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์และกลุ่มคนไทยที่อยู่ในต่างประเทศ

องค์กรสื่อมวลชน	การกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
9. องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	1. ให้บริการสาธารณะด้านข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไป 2. เป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ติดตาม ค้นคว้าและพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่ให้กับหน่วยราชการอื่นๆ 3. เป็นช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า ทั้งการขายข่าวและข้อมูล รวมทั้งการรับรู้ข่าวสารและความคิดเห็นกลับเข้ามาจากผู้ใช้บริการ
10. กรมประชาสัมพันธ์	1. เป็นช่องทางหลักอีกช่องทางหนึ่งในการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารทั่วไปแก่ผู้รับทั้งในประเทศและทั่วโลก 2. ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย และวัฒนธรรมไทยให้กับคนต่างประเทศ
11. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี	1. เป็นการเสริมภาพลักษณ์ของสถานี 2. เป็นช่องทางเสริมให้กับโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสารและรายการที่ออกอากาศ เพราะสามารถเก็บเป็นฐานข้อมูลและกลับไปดูย้อนหลังได้ รวมทั้งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถานี 3. เป็นช่องทางรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้ชม และเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชน (poll)
12. บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ	1. เป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการอีกช่องทางหนึ่ง 2. ทำธุรกิจให้บริการระบบสืบค้นฐานข้อมูลย้อนหลัง เช่น ข้อมูลสถาบันการเงิน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

จากการศึกษาการกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย พบว่าในปัจจุบันองค์กรสื่อมวลชนไทยได้ให้ความสำคัญ และใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลมากขึ้น ไม่ได้มีจุดประสงค์เพียงเพื่อการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านความทันสมัยหรือความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีเช่นที่ผ่านมา เนื่องจากเล็งเห็นว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ

ดังเช่นที่ คุณอรุวรรณ ชโนวิทย์ Internet Project Manager ของเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ให้สัมภาษณ์ว่า “นโยบายการทำอินเทอร์เน็ตของเดอะเนชั่นเริ่มจากเห็นว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้น นโยบายของรัฐบาลก็พยายามขยายกิจการของอินเทอร์เน็ตไปสู่เชิงพาณิชย์มากขึ้น รวมทั้งเดอะเนชั่นเห็นแนวโน้มเทคโนโลยีนี้จากหนังสือพิมพ์ต่างประเทศในส่วนที่ผู้บริหาร ไปเจอมา หรือในส่วนที่ได้สัมผัสเพราะเรามีหุ้นส่วนที่เป็นหนังสือพิมพ์ต่างประเทศที่ทำด้านนี้อยู่แล้ว ทำให้มองว่าอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้น”

แต่อย่างไรก็ตาม การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยในขณะนี้ ถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการเรียนรู้เทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ ในลักษณะของการเตรียมก้าวขา

ไว้ก่อนเพื่อจะวิ่งตามเทคโนโลยีได้ทัน กล่าวคือเป็นการศึกษาไปพร้อมๆ กับกระแสการพัฒนาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งคุณชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กล่าวว่า “สำหรับสื่อมวลชนต่อไปก็ต้องเกาะไปกับกระแสอินเทอร์เน็ตด้วย ไม่งั้นตกขบวน เพราะเราต้องติดตามผู้อ่านของเราไปทุกหนทุกแห่ง เค้าไปอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์เราก็ต้องตามไปเจอที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ ทุกสื่อจะต้องปรับตัว”

ดังนั้นการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ขณะนี้ จึงยังมีฐานะเป็นช่องทางเสริมของสื่อหลักแต่ละองค์กร โดยจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีอยู่แล้วในสื่อหลักมาเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่ง รวมทั้งใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมของสื่อหลักและประชาสัมพันธ์องค์กร เช่น ผังรายการและรายละเอียดของรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์หรือวิทยุ การเสนอข่าวสารข้อมูลและกิจกรรมขององค์กร

แต่มีองค์กรสื่อมวลชนบางแห่ง ที่มีนโยบายจะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลควบคู่ไปกับสื่อหลักที่มีอยู่แล้ว และมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ เพื่อจัดหาข่าวสารข้อมูลรวมทั้งจัดการด้านธุรกิจสำหรับอินเทอร์เน็ต เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และกรมประชาสัมพันธ์

พ.อ.ชายศักดิ์ โสมกุล หัวหน้าศูนย์อินเทอร์เน็ตสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กล่าวถึงนโยบายการทำอินเทอร์เน็ตว่า “เริ่มแรกคิดว่าเป็นสื่อที่เสริมโดยเอาพื้นฐานมาจากโทรทัศน์ แต่เมื่อทำได้ซักระยะหนึ่งการตอบรับของผู้ชมค่อนข้างสูง ดังนั้นเห็นว่าถ้าเอาสื่อของช่อง 5 มานำเสนออย่างเดียวก็น่าไม่ถูกต้อง เพราะคนที่มาเยี่ยม WEB Site ก็ย่อมอยากเห็นอะไรที่เกิดประโยชน์และมีความหลากหลาย ดังนั้นเราจึงพยายามให้อินเทอร์เน็ตเป็น Medium หลักอีกอันหนึ่ง ประกอบกับการมองว่าในอนาคตอินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่ง ที่จะเป็นคู่แข่งของทีวีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ เพราะอินเทอร์เน็ตมีจุดดีเหนือสื่อประเภทอื่นคือ สามารถนำเสนอข้อมูลได้มากไม่จำกัดจำนวน สามารถเก็บข้อมูลไว้ดูได้นาน และสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลายรูปแบบในรูปของมัลติมีเดีย ซึ่งสื่ออื่นทำไม่ได้ รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสื่ออื่นๆ”



ภาพที่ 3 แสดง Homepage ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

นอกจากนี้ยังพบว่า สื่อมวลชนไทยมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติการสื่อสารทุกขั้วสัมพันธ์ (Interactive) ของอินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารตอบกลับ (Feedback) แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อติชมกลับมายังสื่อมวลชนได้ในทันที หรือใช้ประโยชน์ในการทำวิจัยสำรวจความคิดเห็น (Poll) ของประชาชนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเทคโนโลยี Interactive ของอินเทอร์เน็ตยัง ทำให้องค์กรสื่อมวลชนสามารถทราบจำนวนผู้ที่เข้ามาอ่านข่าวหรือสืบค้นข้อมูล ตลอดจนทราบข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการได้ในระดับหนึ่งด้วย

จากการศึกษาพบว่า องค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่จะเน้นเป้าหมายกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไปที่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ซึ่งสื่อหลักเดิมไม่สามารถจะรองรับการให้บริการได้ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศโดยเฉพาะคนไทยในต่างประเทศ ผู้ที่ด้อยงานหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ รวมทั้งผู้บริโภคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ เช่น นักเรียน นักศึกษา

นอกจากองค์กรสื่อมวลชนไทยจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มโอกาสเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลแล้ว สื่อมวลชนไทยยังใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรด้วย ได้แก่ การสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร เช่น การติดต่อกับสื่อมวลชนในต่างประเทศ หรือการให้นักข่าวส่งข่าวและภาพข่าวจากต่างประเทศมาทางอินเทอร์เน็ต

คุณอรวรรณ ชโนวิทย์ กล่าวว่า “ประเด็นหลักหนึ่งในการทำอินเทอร์เน็ตของเคอะเนชั่นคือ เพื่อประโยชน์และประสิทธิภาพของกองบรรณาธิการในการรายงานข่าวได้รวดเร็ว เพราะปัจจุบันข้อมูลข่าวสารไม่ได้มีเพียงเฉพาะที่เกิดขึ้นในประเทศเท่านั้น แต่เป็นข้อมูลข่าวสารที่ต้องติดต่อกันทั่วโลก ดังนั้นเคอะเนชั่นจึงมีการติดต่อสื่อสารกับหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศ ในลักษณะที่เราซื้อข่าวบางอย่างเช่นของ USA.TODAY แทนที่เราจะรอแฟกซ์หรือรอหนังสือพิมพ์เป็น Hard Copy เราก็สามารถ Download ข่าวมาจาก WEB Site ของเค้ามาได้เลย กับอีกส่วนหนึ่งที่เรามีนักข่าวอยู่ต่างประเทศ เค้าก็จะส่งข่าวผ่าน E-mail เข้ามา ซึ่งจะง่าย รวดเร็ว และประหยัด”

สำหรับการทำธุรกิจหรือการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ตนั้น สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความมุ่งหวังว่าจะสามารถสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาเป็นหลัก หรือนำไปเป็นส่วนหนึ่งของ package การโฆษณาควบคู่กับสื่อหลัก แต่มีสื่อมวลชนบางแห่งที่คาดหวังการสร้างรายได้จากรับสมัครสมาชิกและการขายฐานข้อมูลที่รวบรวมไว้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ และบริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ แต่อย่างไรก็ตามการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยในขณะนี้ ยังไม่มีความชัดเจนว่าจะประสบความสำเร็จในการสร้างกำไรมากนัก เนื่องจากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตยังอยู่ในระยะของการเริ่มต้น และประเทศไทยยังประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่ถดถอย

ในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ เช่น ททบ.5 อสมท.และกรมประชาสัมพันธ์ จะไม่มุ่งเน้นสร้างกำไรจากการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต แต่มีนโยบายที่จะให้บริการแก่สังคมเป็นหลัก เช่น การให้บริการข่าวแก่สาธารณะ การเป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ติดตาม คั่นคว้าและพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ให้กับหน่วยงานราชการอื่นๆ รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยไปสู่ต่างประเทศ

คุณชิตณรงค์ คุณะกฤดาธิการ ผู้อำนวยการสำนักข่าวไทย ให้สัมภาษณ์ว่า “นโยบายการทำอินเทอร์เน็ตของ อ.ส.ม.ท. จะเป็นการให้บริการข่าวสารณะ ข่าวที่คุณควรรู้ เหตุการณ์ทั่วไป เป็นเรื่องที่ประชาชนควรรู้ได้บริการฟรี เพราะ อ.ส.ม.ท.เป็นองค์การสื่อสารมวลชนของรัฐบาล ส่วนที่

จะคิดเงินหรือเก็บค่าสมาชิก จะต้องเป็นส่วนที่เราได้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น เช่น เอมารุ่งแต่ง เอมารัจฉอนดับ เอมาริชเรียงให้สะดวกต่อการใช้งาน นอกจากนี้ อ.ส.ม.ท.ยังมีหน้าที่ตามกฎหมายจัดตั้งในการพัฒนากิจการสื่อสารมวลชนให้ทันสมัย ก้าวหน้า และมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นทิศทางของอ.ส.ม.ท.ต้องทำหน้าที่ติดตามค้นคว้าและพัฒนาเรื่องอินเทอร์เน็ต แล้วเผยแพร่แนวความคิดให้เป็นตัวอย่างให้กับหน่วยงานอื่น”



ภาพที่ 4 แสดง Homepage ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

ส่วนที่2 ลักษณะการจัดองค์กรและการจัดการทรัพยากรบุคคลที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

2.1 การจัดองค์กรในส่วนที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่3 แสดงการจัดองค์กรในส่วนที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

องค์กรสื่อมวลชน	การจัดองค์กรในส่วนที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
1.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป	ถือว่าเป็นงานที่เพิ่มขึ้นของแผนกคอมพิวเตอร์ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลระบบ มีกองบรรณาธิการช่วยดูแลเรื่องข่าว โดยจะตั้งคนขึ้นมาประสานกับทีมงานอินเทอร์เน็ตเพื่อคัดเลือกข่าวและกำหนดทิศทางของข่าว ส่วนด้านธุรกิจจะมีการประสานงานกับฝ่ายการตลาด
2.หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์	มีแผนก Electronic Publishing เป็นผู้รับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ทั้งในส่วนของการพัฒนา การออกแบบ การนำข้อมูลเข้าสู่อินเทอร์เน็ต และการตลาด โดยมีพนักงานในแผนกทั้งหมด 5 คน
3.หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	ใช้ทีมงานของศูนย์ข้อมูลไทยรัฐเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาเองทั้งหมด รวมทั้งการคัดเลือกและการสรุปข่าวเพื่อนำขึ้นอินเทอร์เน็ต
4.หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	อยู่ในความรับผิดชอบของศูนย์ข่าวเดลินิวส์ออนไลน์ ซึ่งจะทำหน้าที่ศึกษาพัฒนา รวมทั้งการคัดเลือกข่าวและข้อมูลขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตทั้งหมด นอกจากนี้ศูนย์ข่าวเดลินิวส์ออนไลน์ยังมีหน้าที่ทำข่าววิทยุและทำข่าวไอเทจเจอร์ด้วย
5.หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	ฝ่ายคอมพิวเตอร์จะเป็นผู้ดูแลเรื่องการทำระบบอินเทอร์เน็ตทั้งหมด โดยจะทำหน้าที่นำเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ทั้งหมดเข้าสู่อินเทอร์เน็ตเพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูล และมีพนักงานประมาณ10คน
6.สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	ขึ้นอยู่กับฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยมีพนักงานแผนกอินเทอร์เน็ตจำนวน 4 คนทำหน้าที่นำข้อมูลเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ยกเว้นเรื่องข่าวที่ฝ่ายข่าวของทางสถานีจะเป็นผู้ปรับแก้ข่าวเองและมีบริษัทสามารถไซเบอร์เน็ตเป็นผู้ออกแบบ WEB Page ให้
7.สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	มีการจัดตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตขึ้นมา โดยมีพนักงานทั้งหมดประมาณ 19 คน เป็นหน่วยงานใหม่ของช่อง5ที่รับผิดชอบการพัฒนาเทคโนโลยี การคัดเลือกจัดสรรข่าวสารข้อมูลและการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ สำหรับข่าวจะใช้ข่าวที่ออกอากาศทางสถานีมานำเข้าสู่อินเทอร์เน็ต สำหรับข้อมูลอื่น ๆ นั้นส่วนหนึ่งจะนำมาจากรายการของทางสถานี และทางศูนย์อินเทอร์เน็ตจะจัดสรรข้อมูลเพื่อนำเสนอเพิ่มเติมอีกส่วนหนึ่ง
8.สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	มีบุคลากรที่รับผิดชอบการนำข้อมูลเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ซึ่งจะทำหน้าที่พิมพ์script ข่าวที่ออกอากาศทางสถานีเข้าสู่อินเทอร์เน็ต รวมทั้งคอยปรับแก้ข้อมูลรายการต่างๆของทางสถานี และมีบริษัท Asia Web ช่วยในการจัดทำและออกแบบ WEB Page



องค์กรสื่อมวลชน	การจัดองค์กรในส่วนที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
9. องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักข่าวไทย ซึ่งจะมีทีมงานที่ดูแลเรื่องการจัดทำอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในทีมงานเป็นส่วนใหญ่ไปอย่างชัดเจน เช่น แผนกออกแบบ WEB Page แผนกเขียนข้อมูล และทีมที่ดูแลเรื่องข่าว ส่วนการคัดเลือกข่าวจะใช้ข่าวที่เตรียมไว้สำหรับการรายงานข่าวทางวิทยุ
10. กรมประชาสัมพันธ์	อยู่ในความดูแลของศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมข่าวและข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์มาเรียบเรียงเพื่อนำเข้าสู่อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีการนำเสนอข้อมูลอื่นๆ ด้วย แต่จะเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของหน่วยงานราชการ และการเผยแพร่ข้อมูลของประเทศไทยเป็นหลัก
11. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี	ยังไม่มีฝ่ายที่ทำหน้าที่ด้านอินเทอร์เน็ตโดยสมบูรณ์ ถือว่าเป็นงานเสริมของฝ่ายสารสนเทศ ซึ่งปกติจะทำหน้าที่ดูแลการเขียนโปรแกรม และดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ให้สถานีทั้งหมด โดยฝ่ายสารสนเทศจะทำหน้าที่ Update รายการ สำหรับข่าวและบทความจะเป็นหน้าที่ของศูนย์ข้อมูล ซึ่งจะทำหน้าที่เรียบเรียงจากภาษาโทรทัศน์ให้เป็นภาษาเขียน
12. บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ (MIS)	MIS จะทำหน้าที่ดูแลเรื่องอินเทอร์เน็ตของเครื่องผู้จัดการทั้งหมด โดยจะทำหน้าที่นำข่าว บทความ หรือข้อมูลที่ทางกองบรรณาธิการของหนังสือในเครื่องผู้จัดการคัดเลือกไว้แล้วนำเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ MIS เป็นหน่วยงานซึ่งทำหน้าที่จัดเก็บฐานข้อมูลของเครื่องผู้จัดการทั้งหมด แล้วนำฐานข้อมูลที่จัดเก็บไว้มาทำธุรกิจต่อ

จากการศึกษาการจัดองค์กรของสื่อมวลชนไทยที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตพบว่า การจัดองค์กรส่วนใหญ่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างสมบูรณ์แบบโดยเฉพาะ แต่จะให้เป็นความรับผิดชอบหรือเป็นงานที่เพิ่มขึ้นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำอินเทอร์เน็ต เช่น ฝ่ายคอมพิวเตอร์ หรือศูนย์ข้อมูล หรือในบางองค์กรอาจจะมีการตั้งเจ้าหน้าที่ขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ แต่จะทำหน้าที่เพียงนำข้อมูลที่จัดทำไว้สำหรับการเผยแพร่ทางสื่อหลักเข้าสู่อินเทอร์เน็ตเท่านั้น

เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรสื่อมวลชนไทย ยังไม่มีการจัดหน่วยงานรับผิดชอบการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างสมบูรณ์แบบคือ จะต้องใช้เม็ดเงินลงทุนจำนวนค่อนข้างสูง ในขณะที่ยังไม่มีผลตอบแทนทางธุรกิจหรือการสร้างรายได้กลับคืนมา เช่น ในกรณีของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งคุณปริษา เล่ห์บ้านเกาะให้สัมภาษณ์ว่า “จริงๆ แล้วไอเดียเริ่มแรกคิดว่าควรจะเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ตั้งขึ้นมาดูแลทั้งรูปแบบและเนื้อหาของอินเทอร์เน็ตเอง แต่มองว่าเป็นอุดมคติสำหรับสภาพเศรษฐกิจตอนนี้ เพราะอินเทอร์เน็ตยังไม่มีรายรับเนื่องจาก Home Page ของสถานีข่าวจะไปทำเหมือนที่อื่นที่จะเก็บเงินเข้าชมคงไม่ได้ เพราะโทรทัศน์เราก็ฟรีตรงนี้จึงจำเป็นต้องฟรี เมื่อไม่มีรายได้การตั้งหน่วยขึ้นมาเองก็เป็นไปไม่ได้”

รวมทั้งในกรณีของเคลินิวส์ ซึ่งคุณวีรพันธ์ โคมินบุญ หัวหน้าข่าวเคลินิวส์ออนไลน์กล่าวว่า “วันนี้มันมีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายเรื่องการลงทุน เราซึ่งเป็นคนทำงานไม่กล้าเดินไปคุยกับผู้ใหญ่มากมายนัก เพราะการลงทุนด้านเทคโนโลยีต้องใช้เงินมากและมีความผันผวนเพราะมีของที่ทันสมัยมากขึ้นทุกวัน และช่วงที่ผ่านมาเริ่มมองเห็นภาพเศรษฐกิจแล้วว่าจะเกิดการชงกัน ดังนั้นการจะพูดเรื่องลงทุนกับผู้ใหญ่ก็ลำบาก เราเลยปรับทิศทางใหม่เริ่มต้นทำไปก่อน เป็นส่วนเสริมของหนังสือพิมพ์ เมื่อไม่ถือเป็นงานหลักก็ไม่ต้องคิดเรื่องหากำไร เพราะเป็นเรื่องของการพัฒนา”

ดังนั้นการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ จึงเป็นเพียงการดำเนินการภายในหน่วยงานที่ได้รับผิดชอบ โดยใช้บุคลากรเพียงไม่กี่คน เช่นที่คุณชวรงค์ ลิมป์ปัทมาบดี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยรัฐให้สัมภาษณ์ว่า “ตอนนี้เราพยายามทำอะไรที่เราคอนโทรลได้ อย่างการสรุปข่าวผมก็เป็นคนทำเองทั้งหมด แล้วจะมีเจ้าหน้าที่เอาขึ้น ที่ไม่ให้กองบ.ก.เป็นคนสรุปข่าวเพราะตรงนี้คือโปรเจกต์ที่เราคิดขึ้น คงไม่มีกอง บ.ก.มาเสียเวลาทำให้เรา”

แต่ก็มีองค์กรสื่อมวลชนบางแห่ง ที่มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อรองรับการจัดทำอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ โดยมีการจัดทำข่าวและข้อมูลสำหรับนำเสนอทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ไม่ได้มีเพียงการนำเนื้อหาจากสื่อหลักขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว รวมถึงรับผิดชอบการดำเนินธุรกิจจากการจัดทำอินเทอร์เน็ตด้วย เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการซึ่งปัจจุบันได้หยุดการให้บริการแล้ว องค์กรสื่อมวลชนที่เป็นหน่วยงานราชการทุกแห่ง ได้แก่ ททบ.5 อสมท. และกรมประชาสัมพันธ์

สำหรับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ มีการจัดตั้งแผนก Electronic Publishing ขึ้นมาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ มีพนักงานทั้งหมด 5 คน ซึ่งจะรับผิดชอบการดูแลเนื้อหา การพัฒนาและการออกแบบ WEB Page รวมทั้งการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เช่น การขายพื้นที่โฆษณา รวมทั้งการจัดทำเนื้อหาอื่นๆ เพื่อนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการใช้ข้อมูลในหนังสือพิมพ์ ตัวอย่างเช่น การทำ Mimi Site ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลในแง่มุมต่างๆ ของเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชน มานำเสนอเป็นหน้าโดยเฉพาะ เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งมีการตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ต ททบ.5 ขึ้นมาดูแลเรื่องอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่งพนักงานอย่างชัดเจน โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ทั้งหมด 19 คน มีการจัดทำเนื้อหาข้อมูลสำหรับเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะนอกเหนือ

จากการใช้ข้อมูลรายการปกติของทางของทางสถานี รวมทั้งมีการกำหนดแผนงานการทำงานธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างรายได้อย่างชัดเจน และมีแผนงานที่จะตั้งทีมข่าวสำหรับสูนอินเทอร์เน็ตในอนาคตด้วย

ด้านองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย(อสมท.) จะมีสำนักข่าวไทยเป็นผู้ดูแลการจัดทำอินเทอร์เน็ตทั้งหมด โดยจะมีการจัดแบ่งเจ้าหน้าที่เพื่อรับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนๆ ไปโดยเฉพาะ เช่น ผู้รับผิดชอบการออกแบบ Home Page ผู้รับผิดชอบการเขียนข้อมูล และผู้ที่ดูแลเรื่องข่าว โดยจะมีการ Update ข่าวตลอดเวลา แต่หากเป็นประเด็นข่าวเร่งด่วนจะมีการนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตทันที รวมทั้งมีการนำเสนอเนื้อหาออกเหนือไปจากข่าวและข้อมูลของสื่อในเครือ อสมท.

สำหรับกรมประชาสัมพันธ์นั้น มีนโยบายที่จะให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูล ดังนั้นจึงมีการจัดองค์กรสำหรับรับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ โดยอยู่ในความรับผิดชอบของศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมข่าวและข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์มาเรียบเรียงเพื่อนำเข้าสู่อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีการนำเสนอข้อมูลอื่นๆ ด้วย แต่จะเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของหน่วยงานราชการ และการเผยแพร่ข้อมูลของประเทศไทยต่อต่างประเทศเป็นหลัก

จากลักษณะส่วนใหญ่ของการจัดองค์กร ที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต สะท้อนให้เห็นถึงการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นช่องทางการนำเสนอข่าว และข้อมูลของสื่อมวลชนไทยว่ายังอยู่ในช่วงของการเริ่มต้น เป็นระยะที่สื่อมวลชนไทยทุกแห่งกำลังอยู่ในระหว่างศึกษาและเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับการพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพื่อไม่ให้ตกกระแสนของเทคโนโลยีและไม่เสียโอกาสในการทดลอง แต่ก็ยังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องของรูปแบบการนำเสนอ และการจัดการทางธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดรายได้

## 2.2 การจัดการทรัพยากรบุคคลในส่วนที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาเรื่องการจัดการทรัพยากรบุคคล ในส่วนที่รับผิดชอบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตปรากฏว่า องค์การสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่มองว่าบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานด้านอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นปัญหาสำหรับองค์กร เพราะสื่อมวลชนแต่ละแห่งสามารถพัฒนาบุคลากรขึ้นมาได้เอง โดยฝึกอบรมให้พนักงานเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับการทำงาน ซึ่งอาจจะเป็นปัญหบ้างในช่วงเริ่มต้น แต่เมื่อนานเข้าพนักงานก็จะมี การเรียนรู้และมีความชำนาญในงานที่ทำ

เช่นในกรณีของสำนักข่าวไทย ซึ่งคุณชิตณรงค์ คุณะกฤดาธิการให้สัมภาษณ์ว่า “เรื่องบุคลากรเคยเป็นปัญหา เพราะบุคลากรของเราเริ่มจากศูนย์ มีคนไม่เคยใช้โปรแกรม Windows มากกว่าครึ่ง แต่เราสามารถพัฒนาคนได้เร็วเพราะคอมพิวเตอร์ออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่ายอยู่แล้ว ถ้ารู้จักวิธีการพัฒนาเรื่องของบุคลากรก็ไม่ใช่ปัญหา สำหรับกรณีของอ.ส.ม.ท.จะใช้วิธีทำงานโดยแบ่งกันทำเป็นส่วนๆ ไป มุ่งเน้นไปตรงนั้น พนักงานก็จะสามารถเรียนรู้ได้เร็ว”

นอกจากนี้องค์กรสื่อมวลชนบางแห่ง มีการว่าจ้างให้บริษัทเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้านอินเทอร์เน็ต ช่วยดูแลการจัดทำอินเทอร์เน็ตให้ด้วย เช่น การออกแบบ WEB Page โดยไทยทีวีสีช่อง3 ใช้บริการของบริษัทสามารถไซเบอร์เน็ต และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง7 ใช้บริการของบริษัทเอเชียเว็บ ดังนั้นจึงไม่มีปัญหาในเรื่องของบุคลากรและด้านเทคนิค

แต่ในกรณีองค์กรสื่อมวลชนที่เป็นหน่วยงานของรัฐ เช่น ททบ.5 และกรมประชาสัมพันธ์ ให้ยอมรับว่า มีปัญหาเรื่องบุคลากรพอสมควร เนื่องจากมีการกำหนดเงินเดือนตามระบบราชการ ซึ่งมีอัตราต่ำกว่าของภาคเอกชน ดังนั้นจึงไม่สามารถจ้างบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านอินเทอร์เน็ตมาร่วมงานได้มากนัก โดยคุณชุตติ์ รองสวัสดิ์ กล่าวถึงปัญหาด้านบุคลากรของศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ว่า “เราเป็นหน่วยงานราชการ ดังนั้นจะหาคนที่มีความรู้มาทำเลยก็เป็นไปไม่ได้ เพราะคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน(กพ.) กำหนดคุณสมบัติคนที่ทำงานสารสนเทศว่า จะต้องเป็นนักวิชาการคอมพิวเตอร์ที่จบมาด้านนี้โดยตรง แน่แน่นอนว่าไม่มีใครอยากมารับราชการเพราะไปเอกชนได้เงินเดือนเยอะกว่า”

สำหรับการพัฒนาบุคลากรด้านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนส่วนใหญ่ จะใช้บุคลากรที่มีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว เช่น พนักงานฝ่ายคอมพิวเตอร์ มาเป็นผู้รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ต ซึ่งแม้จะไม่มีปัญหาด้านการเรียนรู้เทคนิค แต่อาจจะติดขัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาบ้าง เช่น การคัดเลือกข้อมูลที่จะนำมาเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม การปรับเปลี่ยนเนื้อหาของสื่อหลักให้สอดคล้องกับลักษณะของอินเทอร์เน็ต หรือการออกแบบพัฒนา WEB Page

พ.อ.ชายศักดิ์ โสมกุล กล่าวถึงปัญหาด้านบุคลากรของศูนย์อินเทอร์เน็ต ททบ.5ว่า “เรื่องบุคลากรมีปัญหาค่อนข้างมาก บุคลากรหลายๆ ที่ทำอยู่ขณะนี้จะใช้ทหารที่ค่อนข้างมีความรู้ด้านนี้มาดำเนินการ เพราะช่อง5 เป็นระบบคล้ายของราชการ โดยเฉพาะการจ่ายเงินเดือนมีค่าตอบแทนต่ำ ดังนั้นคนที่มีความรู้ด้านนี้มักจะไม่นำมาทำงานกับเรา เพราะไปที่อื่นจะได้ผลตอบแทนสูงกว่า เราจึงต้องฝึกคนของเราขึ้นมา แต่การฝึกบุคลากรด้านนี้ก็ไม่ง่ายนัก เพราะการทำอินเทอร์เน็ตมีส่วนที่

เกี่ยวข้องหลายอย่าง เช่นการออกแบบHome Pageจะต้องใช้ความรู้เรื่องเทคโนโลยีและต้องใช้ศิลปะในการสร้างสรรค์ด้วย ไม่ใช่ทำเป็นอย่างเดียวแล้วจะทำออกมาได้ดี”

ดังนั้นกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จึงได้เสนอแนะให้สถาบันอุดมศึกษา ที่มีการสอนด้านนิเทศศาสตร์ปรับปรุงหลักสูตรและการเรียนการสอนด้วย โดยเฉพาะความรู้เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ และความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อรูปแบบใหม่เช่นอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรด้านสื่อสารมวลชนให้มีความพร้อมก่อนที่จะเข้าไปทำงานในองค์กรสื่อมวลชน รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่า แนวโน้มของนักข่าวในอนาคตจะต้องมีลักษณะเป็น Multimedia Journalist คือจะต้องมีทักษะความรู้เรื่องเทคโนโลยีของอุปกรณ์การสื่อสารที่หลากหลายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรืออินเทอร์เน็ต เพราะความสามารถของคอมพิวเตอร์ระบบดิจิทัลในอนาคต จะทำให้ข้อมูล(Information)เพียงชิ้นเดียวสามารถนำมาปรับเปลี่ยนเพื่อนำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายได้ ดังนั้นต่อไปนักข่าวจะต้องศึกษาด้านคอมพิวเตอร์และเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีมากขึ้น เพราะเทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยหลักในการนำพาเรื่องราวสาระทั้งหลายไปสู่ผู้รับสาร

แต่อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติของนักข่าวในลักษณะ Multimedia Journalist ตามที่กล่าวมานั้น อาจจะยังไม่ใช่ว่าสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ในระยะอันใกล้นี้ เพราะขณะนี้การใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต ยังเป็นเหมือนกับจุดเริ่มต้นเท่านั้น ยังต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาอีกนานพอสมควร แม้แต่นักข่าวหรือผู้ที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชนปัจจุบันนี้ ก็ยังใช้ประโยชน์เทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ไม่เต็มประสิทธิภาพนัก เช่น ใช้คอมพิวเตอร์เป็นเพียงเครื่องมือ (Tool) อันหนึ่งเท่านั้น เช่น ใช้เป็นเพียงแค่เครื่องพิมพ์ดีด

สำหรับข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์ ต่อการปรับเปลี่ยนหลักสูตรการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ มีดังต่อไปนี้

“หลักสูตรการเรียนการสอน จะต้องปรับเพื่อฝึกให้นักศึกษาที่จบออกมาอยู่ในองค์กรจริงๆ แล้วสามารถทำงานได้เลย ไม่ใช่สอนตามทฤษฎีแต่เมื่อออกมาแล้วยังต้องให้ทางองค์กรสอนอีกที และจะต้องมีหลักสูตรเกี่ยวกับสารสนเทศที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ แทนที่จะสอนให้นักศึกษารู้วิธีการทำข่าวและการเขียนข่าวเพียงอย่างเดียว แล้วควรจะมีความรู้เรื่องเศรษฐศาสตร์และรัฐศาสตร์ด้วย” สัมภาษณ์, อรวรรณ ชโนวิทย์ Internet Project Manager เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

“คงต้องปรับเปลี่ยนการสอนตั้งแต่วิธีคิดเรื่องสื่อ เพราะอินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อที่ Interactive มากที่สุด คือผู้รับสามารถสื่อสารกับเจ้าของสื่อได้ทันที จากเดิมที่ผู้รับสารจะเป็นผู้รับอย่างเดียว โอกาส Feedback ก็มีแต่น้อยหรือเป็นไปได้ช้า รวมทั้งจะต้องเปลี่ยนวิธีคิดในลักษณะเฉพาะรูปแบบของสื่อ เพราะวิธีการสื่อสารอาจไม่เหมือนกัน อาจจะต้องมีวิชาเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต เช่นวิธีเขียนการข่าวบนอินเทอร์เน็ต เพราะจะเอาข้อมูลทั้งหมดใส่เข้าไปเหมือนการเขียนข่าวทุกวันนี้ก็คงไม่เหมาะ หรือการสอนวิธีการออกแบบหน้า Home Page” สัมภาษณ์, ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

“จะต้องมีการปรับเปลี่ยนหลักสูตร เนื่องจากขณะนี้ทุกสื่อกำลังจะรวมกันเพราะทุกอย่างกำลังจะกลายเป็นดิจิทัลทั้งหมด สิ่งที่จะต้องเรียนรู้เพิ่มเติมคือพฤติกรรมกรับสื่อของคน สังคมจะเปลี่ยนไปอย่างไรถ้ามีสื่อเยอะขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของผู้รับสารในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ดังนั้นคำถามและเรื่องราวที่จะนำเสนอในแต่ละสื่อก็ต้องปรับตัวเอง เช่น การทำรายการทีวีตอนเช้ากับรายการวิทยุขณะนี่เหมือนกัน เพราะคนไม่ได้คุณภาพแต่เปิดแซ่ไว้ฟังเสียงเท่านั้น เพราะฉะนั้นจะต้องเรียนรู้วิธีคิดต่อกับผู้รับสาร ต้องรู้จักพฤติกรรมของมวลชน และต้องรู้จักประยุกต์ รวมถึงจะต้องเพิ่มการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี เพราะเทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยหลักในการนำพาเรื่องราวและสาระทั้งหลายไปสู่ผู้รับ สื่อมวลชนในอนาคตจะต้องมีความรู้กว้างขวาง ต้องใช้เครื่องมือให้เป็น ต้องเข้าใจจิตจํากัดและประสิทธิภาพของสื่อจึงจะสื่อสารออกมาได้ดี คือต้องรู้จักสื่อและรู้จักสาร” สัมภาษณ์, ชิตณรงค์ คุณะกฤดาการ ผู้อำนวยการผู้อำนวยการสำนักข่าวไทย

“ต้องปรับเปลี่ยนหลักสูตรการเรียนสื่อสารมวลชนใหม่ เนื่องจากทฤษฎีสื่อสารมวลชนแบบเดิมได้เปลี่ยนไปแล้ว เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ทำให้เกิดลักษณะของ Interactive ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น ทำให้ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ นอกจากนี้เทคโนโลยีใหม่ทำให้ผู้รับสารมีความหลากหลายและมีความกว้างขวางมากขึ้นถึงในระดับโลก ดังนั้น Massage ที่ใส่เข้าไปจะต้องตอบสนองผู้รับสารที่กว้างขึ้น คนที่ทำตรงนี้ความคิดจะต้องกว้างขึ้น เพราะฉะนั้นแนวคิดของการสื่อสารมวลชนจึงถึงเวลาต้องปรับเปลี่ยน” สัมภาษณ์, ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์ ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

“ควรจะมีการปรับเปลี่ยนหลักสูตรด้านสื่อสารมวลชน แต่ไม่ควรเอาสื่อมาเป็นตัวตั้ง มีความคิดเห็นว่าจะไม่ควรเรียนแยกเป็นเฉพาะสื่อ เช่นเรียนหนังสือพิมพ์ เรียนโทรทัศน์ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต มองว่าสิ่งที่ควรเรียนคือมนุษย์ ทั้งคนรับและคนสื่อสาร ในแง่จิตวิญญาณของการสื่อสารไม่ต้องไปดูแยกความแตกต่างหรือความได้เปรียบของแต่ละสื่อ แต่จะต้องเข้าใจในลักษณะการสื่อสารเพื่อนำไปคิดว่าควรจะใช้สื่ออะไร ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและเกิดการประยุกต์ใช้ได้เอง ไม่

ใช้เกิดจากลักษณะเฉพาะของสื่อ ควรเป็นจะนักสื่อสารที่เข้าใจกระบวนการสื่อสารทั้งหมด”  
 สัมภาษณ์, ปรีชา เล่ห์บ้านเกาะ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

### ส่วนที่ 3 แนวความคิดต่อการพัฒนาธุรกิจและทิศทางگردำเนินงานการรายงานข่าวผ่าน อินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนแต่ละองค์กร

#### 1. Nation Multimedia Group

มีแผนงานในอนาคตที่จะให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักอีกช่องทางหนึ่ง เมื่อผู้ที่ต้องการข่าวสารข้อมูลเข้ามาที่WEB Siteของเดอะเนชั่นแล้ว จะสามารถได้ข่าวสารข้อมูลครบทุกอย่าง ทั้งข่าวภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หนังสือและนิตยสารในเครือเดอะเนชั่น ได้ฟังรายการวิทยุซึ่งขณะนี้มีรายการวิทยุ FM90.5MHz ที่ออกอากาศสดผ่านอินเทอร์เน็ต ได้ดูตัวอย่างรายการโทรทัศน์ของเดอะเนชั่น สำหรับแผนงานที่สำคัญคือ จะเน้นการปรับปรุงคุณภาพของเนื้อหาข้อมูลให้ดีขึ้น โดยพยายามเพิ่มเติมข้อมูลข่าวสาร และพยายามสอดแทรกเนื้อหาใหม่ๆให้กับผู้รับสาร เพื่อให้ผู้ชมรู้สึก ว่าWEB Siteของเดอะเนชั่นมีการเคลื่อนไหว ไม่ได้หยุดนิ่ง



ภาพที่ 5 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของ WEB Site เดอะเนชั่น ซึ่งนำเสนอเนื้อหาของทุกสื่อในเครือ

สำหรับการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ต ในขณะนี้มีการขายโฆษณาเป็นแบบ Multimedia Package โดยจะขายโฆษณานบนอินเทอร์เน็ตรวมกันไปกับโฆษณาในสื่ออื่นๆ เพราะเห็นว่าโอกาสที่อินเทอร์เน็ตจะสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงตัวเองในระยะนี้ยังเป็นไปไม่ได้ แต่ในอนาคตมีแผนงานที่จะทำเป็นเรื่องเฉพาะ(Special Report)ที่ผู้อ่านต้องการ โดยผู้อ่านจะต้องเสียค่าบริการหรือสมัครสมาชิก

## 2. หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ในขณะนี้ ยังเป็นช่องทางเสริมสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และเผยแพร่ความเป็นบางกอกโพสต์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่ในอนาคตมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นช่องทางหลักอีกช่องทางหนึ่งของการรายงานข่าว สำหรับลักษณะการรายงานข่าวบนอินเทอร์เน็ต จะนำเสนอเฉพาะข่าวของประเทศไทยเท่านั้น เพราะกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายคือคนในต่างประเทศ และคนทั่วไปที่สนใจข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย



ภาพที่ 6 แสดงหน้า Homepage ของบางกอกโพสต์

สำหรับแผนงานในอนาคต จะพยายามให้มีการรายงานข่าวในลักษณะ Breaking News คือเมื่อมีข่าวสำคัญเกิดขึ้นก็จะรายงานผ่านอินเทอร์เน็ตทันทีในรูปแบบของ Real Time แต่ในขณะนี้ยังคิดชัดเรื่องการขอลิขสิทธิ์การใช้ข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศ นอกจากนั้นจะมีการทำธุรกิจบน



อินเทอร์เน็ตอย่างจริงจังมากขึ้น โดยในขณะนี้เริ่มจะมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาเกิดขึ้นบ้างแล้ว และในอนาคตมีแผนงานที่จะทำ Supplement ฉบับอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ รวมทั้งการทำธุรกิจขายของผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของ Thai craft Mall นอกจากนี้จะมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงหน้าตาของ WEB Page ใหม่ โดยจะเน้นความสะอาด เรียบร้อยและให้ง่ายต่อการค้นหาเรียกดูข้อมูล ซึ่งมีแบบอย่างจาก WEB Site ของสื่อมวลชนในต่างประเทศเช่น CNN หรือหนังสือพิมพ์ Washington Post

### 3. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

การจัดทำการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในระยะต่อไป จะเน้นดำเนินการในลักษณะที่สามารถควบคุมได้ จะไม่ขยายการดำเนินงานที่ใหญ่โตมากนัก เพราะยังเป็นเพียงโครงการของศูนย์ข้อมูลเท่านั้น รวมทั้งยังมีปัญหาในเรื่องของภาวะเศรษฐกิจ แต่ขณะเดียวกันก็มีแนวคิดจะให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นโครงการที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และไม่ใช้งบประมาณเพิ่มเติมของบริษัท โดยจะมีการหาโฆษณาหรือสปอนเซอร์หลักประมาณ 3-4 ชิ้น เพื่อให้เพียงพอกับค่าเช่า Server และพอทำให้บุคลากรในศูนย์ข้อมูลมีรายได้เพิ่มเติมจากการทำงานหนักขึ้น ซึ่งประเมินว่าจะมีผู้สนใจพอสมควร และมีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานว่าทุก 10 โมงเช้าจะต้องมีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับอินเทอร์เน็ต Update ขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตทุกวันไม่เว้นวันหยุด สำหรับในอนาคตมีแผนงานที่จะเพิ่มการรายงานข่าวลักษณะ Breaking News คือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นก็จะรายงานสดทันทีในรูปแบบของ Real time โดยใช้ข่าวที่ทางกองบรรณาธิการส่งเข้ามา

### 4. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ ถือว่าเป็นเรื่องของการศึกษาและพัฒนา ทั้งในด้านเทคนิคและการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต โดยจะเป็นการเรียนรู้ควบคู่ไปกับการทดลองดำเนินการจริง ยังไม่ถือว่าเป็นงานหลักและยังไม่ได้คิดถึงเรื่องการหากำไร แต่เห็นว่าอินเทอร์เน็ตสามารถจะพัฒนาไปเป็นช่องทางหลักในการรายงานข่าวได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการตั้งเป้าหมายว่า จะให้มีการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในลักษณะ Real Time ด้วย เพราะเห็นว่าการรายงานข่าวในลักษณะ Real Time ไม่ใช่สิ่งที่ทำยากนัก แต่ปัญหาคือยังไม่มีบุคลากรเพียงพอที่จะดำเนินการได้ในขณะนี้



ภาพที่ 7 แสดง Homepage ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

## 5. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

การทำอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจจะเน้นการเป็นฐานข้อมูล ซึ่งแตกต่างจากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์รายวัน ที่จะเน้นการรายงานสถานการณ์ประจำวันหรือ Hotline News สำหรับฐานข้อมูลของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจในอินเทอร์เน็ตจะมีข้อมูลให้สืบค้นย้อนหลังได้ 6 เดือน โดยจะมีข่าวทุกข่าวเช่นเดียวกับที่ลงในหนังสือพิมพ์ ด้านบทความจะคัดเลือกเฉพาะบทความที่สำคัญเท่านั้น และสำหรับในอนาคตกำลังมองถึงการทำสมาชิกบนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้สมัครสมาชิกเข้ามาอ่านข่าวและใช้บริการสืบค้นข้อมูล



ภาพที่ 8 แสดง Homepage ของฐานเศรษฐกิจ

## 6. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

การจัดทำอินเทอร์เน็ตของไทยทีวีสีช่อง 3 จะเน้นรองรับกลุ่มผู้ชมในประเทศเป็นหลัก โดยจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนเสริมรายละเอียด และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมของสถานี เช่น ความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงรายการของทางสถานีในแต่ละเดือน หรือการประชาสัมพันธ์ละครใหม่ ซึ่งจุดเด่นในการทำอินเทอร์เน็ตของไทยทีวีสีช่อง 3 คือการเน้นให้รายละเอียดและข้อมูลของละครที่ออกอากาศทางสถานี โดยจะมีเรื่องย่อของละครแต่ละตอนประจำสัปดาห์ซึ่งจะมีการ Update ทุกสัปดาห์ รวมทั้งเพลงประกอบละคร และภาพดารานำแสดง

สำหรับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต จะมีการ Update ข่าวตามช่วงเวลาการนำเสนอข่าวของทางสถานี คือข่าวภาคเช้า ข่าวภาคเที่ยง และข่าวภาคเย็น และในอนาคตมีแผนงานที่จะนำเสนอข่าวทางอินเทอร์เน็ตเป็นภาษาอังกฤษอีกด้วย นอกจากนี้ในการจัดทำอินเทอร์เน็ตของไทยทีวีสีช่อง 3 มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนทางธุรกิจ โดยจะเป็นการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งประเมินว่าจะมีผู้สนใจอยู่พอสมควร



ภาพที่ 9 แสดง Homepage ของไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งจะเน้นนำเสนอรายละเอียดของละครเป็นหลัก

## 7. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ททบ.5) กำหนดนโยบายที่จะให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลเช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์ โดยในขณะนี้มีการนำสัญญาณโทรทัศน์และรายการวิทยุ FM 94.0 MHz ออกอากาศสดทางอินเทอร์เน็ต และมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงการจัดทำอินเทอร์เน็ตให้เข้าสู่มาตรฐานสากลเพื่อเผยแพร่ไปทั่วโลก มีความหลากหลายและมีความเคลื่อนไหวของข่าวสารข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนอกจากจะนำข่าวและรายการที่ออกอากาศ

ทางสถานีเข้าสู่อินเทอร์เน็ตแล้ว ศูนย์อินเทอร์เน็ตของททบ.5 ยังมีการจัดหาข่าวสารข้อมูลอื่นๆมา นำเสนอเพิ่มเติมด้วย ซึ่งจะเน้นเนื้อหาด้านบันเทิงเป็นหลัก และมีแผนงานที่จะดึงทีมข่าวของศูนย์อินเทอร์เน็ตขึ้นมาในอนาคต โดยระยะแรกจะเน้นการทำข่าวบันเทิงก่อน เช่น การสัมภาษณ์ดารานักร้อง

สำหรับด้านการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต จะมีการปรับระบบเพื่อให้ฝ่ายข่าวของทางสถานีเป็นผู้ Update ข่าวเข้าสู่อินเทอร์เน็ตได้เอง ภายหลังจากที่นำข่าวเสนอทางโทรทัศน์แล้ว เพื่อให้สามารถนำเสนอข่าวได้ตลอดเวลา จากในปัจจุบันที่มีการ Update ข่าววันละครั้งหลังข่าวภาคค่ำเท่านั้น และจะมีการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตโดยจัดทำเป็น VDO On Demand เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าไปเลือกดูข่าวช่วงเวลาใดก็ได้ในแต่ละวัน รวมทั้งจะมีการเพิ่มสรุปข่าวประจำสัปดาห์ไว้ด้วย

นอกจากนี้การทำอินเทอร์เน็ตของททบ.5 ยังกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนทางด้านธุรกิจ เพื่อจะสร้างรายได้กลับเข้ามาจากการขายพื้นที่โฆษณาด้วย เพราะมั่นใจว่าอินเทอร์เน็ตของททบ.5 ประสบความสำเร็จและมีจำนวนผู้เข้าชมมากพอที่จะกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อดำเนินการด้านการตลาดได้ เช่นเดียวกับในต่างประเทศที่การทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตกำลังขยายตัว รวมถึงจะมีการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย เช่นการขายแผ่น CD เพลง แต่ในระยะแรกอาจจะต้องใช้การส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ก่อน

รวมทั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตททบ.5 ยังมีแนวทางที่จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้บริการด้านสังคมด้วย เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูล หรือ WEB Site ของหน่วยงานราชการอื่นๆที่ฝากเข้ามา หรือช่วยเสริมบทบาทด้านการตลาดของผู้ผลิตสินค้าส่งออกในประเทศ ที่ยังขายตลาดไปต่างประเทศไม่ได้พอหรือยังไม่มีโอกาสประชาสัมพันธ์สินค้า ให้ประชาสัมพันธ์สินค้าผ่าน WEB Site ของททบ.5 โดยจะตั้งค่าใช้จ่ายในระดับที่ต่ำมาก

#### 8. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีแนวทางการจัดทำอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางเสริมของโทรทัศน์ ในการเผยแพร่ข่าวสารและรายละเอียดข้อมูลของรายการที่ออกอากาศทางสถานี รวมทั้งการเผยแพร่กิจกรรมพิเศษของทางสถานี เช่น การประกวดนางสาวไทย โดยทางสถานีไม่มีนโยบายที่จะสร้างรายได้จากการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากต้องการจะใช้เป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของทางสถานีเพียงอย่างเดียว และเป็นส่วนที่คืนกำไรให้กับประชาชน

สำหรับการทำอินเทอร์เน็ตของช่อง 7 จะมีทั้งการนำสัญญาณโทรทัศน์ออกอากาศสดผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกับที่แพร่ภาพตามปกติทางสถานี และส่วนที่นำเสนอเป็นข้อความ (Text) พร้อมรูปภาพประกอบ สำหรับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต จะนำบทอ่านข่าว (Script) ที่ใช้สำหรับอ่านออกอากาศทางโทรทัศน์มาพิมพ์ลงอินเทอร์เน็ต และจะมีการ Update ข่าวตามช่วงเวลาของการเสนอข่าวทางโทรทัศน์



ภาพที่ 10 แสดง Homepage ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

### 9. องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.)

การจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย(อสมท.) จะเน้นการทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะด้านข่าวสารแก่บุคคลทั่วไปในฐานะที่เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนของรัฐ รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่จะทำหน้าที่ริเริ่มพัฒนาเรื่องอินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่แนวความคิดและเทคโนโลยีให้กับหน่วยราชการอื่นๆ และในอนาคตมีแผนงานที่จะรับจ้างบริหาร WEB Site และบริหารข้อมูลในอินเทอร์เน็ตให้กับหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานราชการ นอกเหนือจากการทำหน้าที่ให้คำปรึกษา

นอกจากนี้จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการให้บริการกับลูกค้าที่ซื้อข่าวของสำนักข่าวไทย ซึ่งได้แก่หนังสือข่าวของสำนักข่าวไทย (News Bulletin) จากเดิมที่ใช้วิธีส่งเป็นแผ่นกระดาษ

แต่ขณะนี้ได้พัฒนามาใช้วิธีสร้างเป็นWEB Pageขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการต่อสายตรงเข้ามาเป็น Extranet เพื่อ Download ข้อมูลไปใช้ได้ทันที แต่ยังไม่ให้บริการเฉพาะกับสื่อมวลชนเท่านั้น รวมทั้งการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางในการรับรู้ข่าวสารกลับเข้ามา (Feedback) จากลูกค้าและผู้ใช้บริการทั่วไป

สำหรับส่วนที่กำลังอยู่ระหว่างการพัฒนา คือ การทำประมวลข่าว (New Summary) เพื่อนำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ต โดยสำนักข่าวไทยจะทำหน้าที่มองภาพรวม และทำการประมวลข่าวสาร ข้อมูลจากสื่อมวลชนหลายๆแหล่งมาสรุปเป็นเนื้อหาสั้นๆแล้วนำเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งเป็นบริการที่จะขายบนอินเทอร์เน็ตในราคาถูก เช่นอาจจะกำหนดค่าสมาชิกเดือนละ 700-800 บาท สำหรับองค์กรที่ค้ากำไร และลดราคาเหลือเพียงครึ่งเดียวสำหรับสถาบันการศึกษา

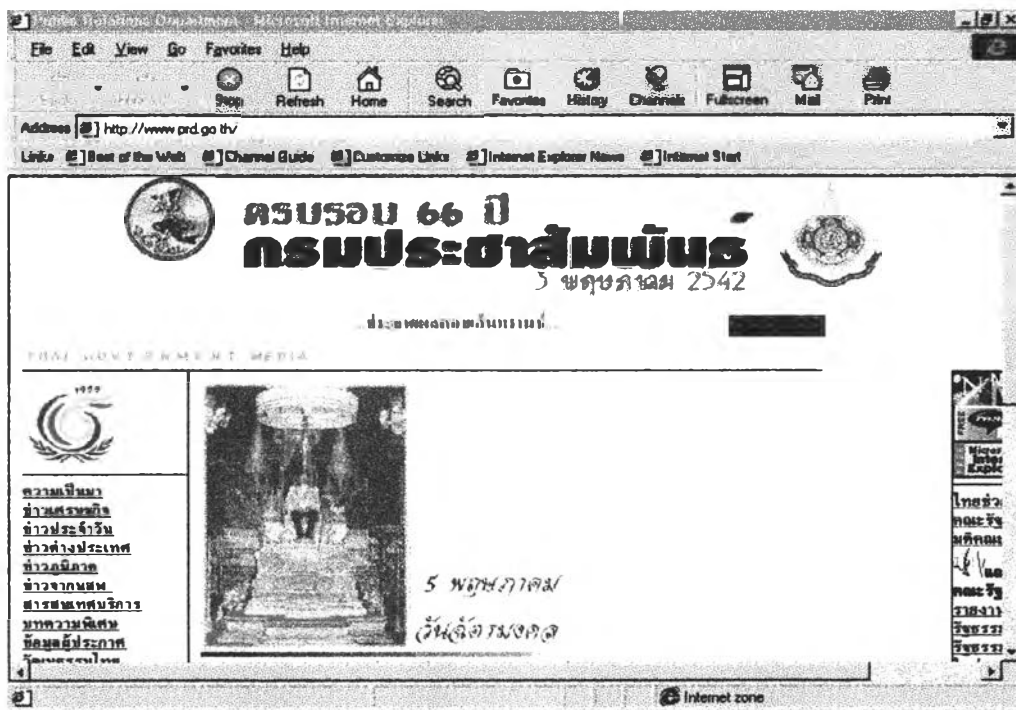
#### 10. กรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ได้กำหนดแนวทางที่จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักอีกช่องทางหนึ่งของงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ซึ่งนอกเหนือจากการเผยแพร่ข่าวสาร และข้อมูลโดยทั่วไปของกรมประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีการนำสัญญาณโทรทัศน์ช่อง11 และสัญญาณวิทยุกรมประชาสัมพันธ์มาออกอากาศทางอินเทอร์เน็ตด้วย แต่กรมประชาสัมพันธ์ไม่มีแนวทางการทำธุรกิจหรือการหารายได้จากอินเทอร์เน็ต トラบโคที่ยังเป็นหน่วยงานราชการ

นอกจากนี้ยังใช้อินเทอร์เน็ตทำงานด้านประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ทดแทนสำนักงานที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ประจำสถานทูต ซึ่งเดิมมีสำนักงานอยู่ 4 ประเทศ แต่ปัจจุบันมีนโยบายให้ปิดสำนักงานชั่วคราวเพราะปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ โดยจะทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และศิลปวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเทศไทยให้กับคนต่างประเทศ และใช้อินเทอร์เน็ตในการทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกในต่างประเทศ เช่นได้ตอบข้อมูลที่จะมีผลกระทบต่อประเทศไทย หรือเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลออกไปก่อนที่จะเกิดผลกระทบในทางลบต่อประเทศ

สำหรับแผนงานในอนาคต จะมีการเพิ่มเนื้อหาด้านบันเทิงเพิ่มมากขึ้นเช่น การทำนายโชคชะตา การเลือกฟังเพลง และจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสำรวจความคิดเห็น (Poll) ของประชาชนหรือประเมินผลในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งมีแผนงานที่จะวางระบบเครือข่ายจากสำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ และสถานีโทรทัศน์ช่อง11 ให้สามารถเชื่อมต่อกับศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ซึ่งรับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ต เพื่อให้แต่ละหน่วยงานสามารถนำข้อมูลขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตได้เอง

นอกจากนี้ในฐานะที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่จะต้องให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ดังนั้นในอนาคตจะเปิดให้ประชาชนทั่วไปสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ที่ หน่วยงานกรมประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ใช้บริการได้คนละ 30 นาที โดยขณะนี้ได้มีการขอยกหมายเลขโทรศัพท์ไว้แล้ว 30 หมายเลข และต่อไปจะขยายเครือข่ายการให้บริการไปยังต่างจังหวัดที่มีศูนย์ของกรมประชาสัมพันธ์ตั้งอยู่ด้วย ซึ่งจะทำให้คนในต่างจังหวัดสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ฟรีเช่นกัน

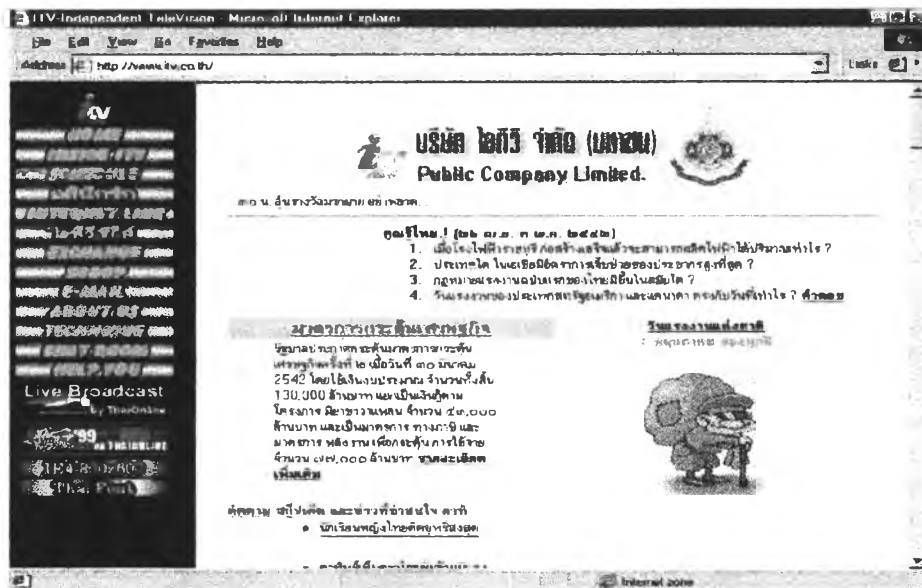


ภาพที่ 11 แสดง Homepage ของกรมประชาสัมพันธ์

## 11. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

แนวคิดในการทำอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี คือต้องการให้เป็นช่องทางกระจายข่าวสารเพื่อเสริมกับสื่อโทรทัศน์ เพราะจุดเด่นของอินเทอร์เน็ตอยู่ที่สามารถจะเก็บข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้เรียกกลับมาดูภายหลังได้ ในขณะที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่ดูได้ครั้งเดียวไม่สามารถย้อนกลับไปดูได้อีก แต่อย่างไรก็ตามนโยบายการทำอินเทอร์เน็ตของไอทีวีขณะนี้ ได้ชะลอลงจากที่ครั้งหนึ่งเคยได้รับความสำคัญ เนื่องจากผลกระทบของปัญหาทางเศรษฐกิจ การทำอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งที่จะต้องคัดออกไปก่อนเพราะได้กลายเป็นภาระไปแล้ว โดยเคยคิดถึงขั้นที่จะเลิกทำอินเทอร์เน็ตเพื่อจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่ได้ประเมินแล้วเห็นว่าจะมีผลเสียมากกว่าผลดีจึงยังไม่กล้าเลิก รวมทั้งขณะนี้ผ่านช่วงที่จะต้องลงทุนสูงไปแล้ว ดังนั้นการจัดทำอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน จึงเป็นการดำเนินการในลักษณะที่คงสภาพให้มืออยู่จากการที่มี WEB Site อยู่แล้ว

สำหรับแผนงานในอนาคตนั้น จะมีการนำสัญญาณโทรทัศน์มาออกอากาศสดผ่านทางอินเทอร์เน็ต และจะพยายามให้มีการ Update ข่าวอยู่ตลอดเวลา เพราะเห็นว่าการ Update เป็นหลักสำคัญของการทำอินเทอร์เน็ต แต่ในขณะนี้ยังไม่สามารถจะดำเนินการอย่างที่คิดไว้ได้ เนื่องจากไม่มีบุคลากรและงบประมาณที่จะมาดำเนินการ ได้อย่างเต็มที่



ภาพที่ 12 แสดง Homepage ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

### 12. บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ (Manager Information Services หรือ MIS)

บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการมีนโยบายที่จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการกระจายข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการไปทั่วโลก รวมถึงการจัดทำเป็นระบบฐานข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถสืบค้นข่าวย้อนหลังได้ และในอนาคตต้องการให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักอีกช่องทางหนึ่ง เพราะต้นทุนค่ากระดาษของหนังสือพิมพ์แพงขึ้นตลอดเวลา และต้นทุนการทำหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะแพงกว่าค่าหนังสือพิมพ์ ยังมีการขยายตลาดมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งขาดทุนมากเท่านั้น ในขณะที่การจัดทำอินเทอร์เน็ตจะมีต้นทุนที่ถูกกว่ามาก

แต่อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภคนั้น จะต้องทำให้นักหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตใช้ประโยชน์ได้มากกว่าหนังสือพิมพ์กระดาษ โดยจะต้องเพิ่มสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้บริโภค เช่น พัฒนาให้อินเทอร์เน็ตมีการสื่อสารในลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interactive) มากขึ้น แต่การพัฒนาของอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ไม่ได้เป็นไปอย่างที่คาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะการหารายได้ เช่นการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตก็ยังไม่เกิดขึ้นมากนัก เพราะเศรษฐกิจยังอยู่ในช่วงขาลง ดังนั้นจะต้องรอจังหวะที่ดีพร้อมเสียก่อน แล้วจึงจะจัดทำอินเทอร์เน็ตอย่างจริงจัง สำหรับการทำอินเทอร์เน็ตในขณะนี้เป็นการทำเพื่อรอการเจริญเติบโตของภาวะเศรษฐกิจและจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตให้มีเพิ่มมากขึ้น



## ผลการวิจัยตอนที่ 2 ลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

ในการศึกษาถึงลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย เป็นการศึกษาและวิเคราะห์จากเนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยประเภทต่างๆ ตามประชากรของการศึกษา ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2542 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2542 โดยจะแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของแต่ละองค์กร

ส่วนที่ 2 ลักษณะการสื่อสารทวิศัพน์ (Interactive) บนอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยผ่านอินเทอร์เน็ต

### ส่วนที่ 1 ลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของแต่ละองค์กร

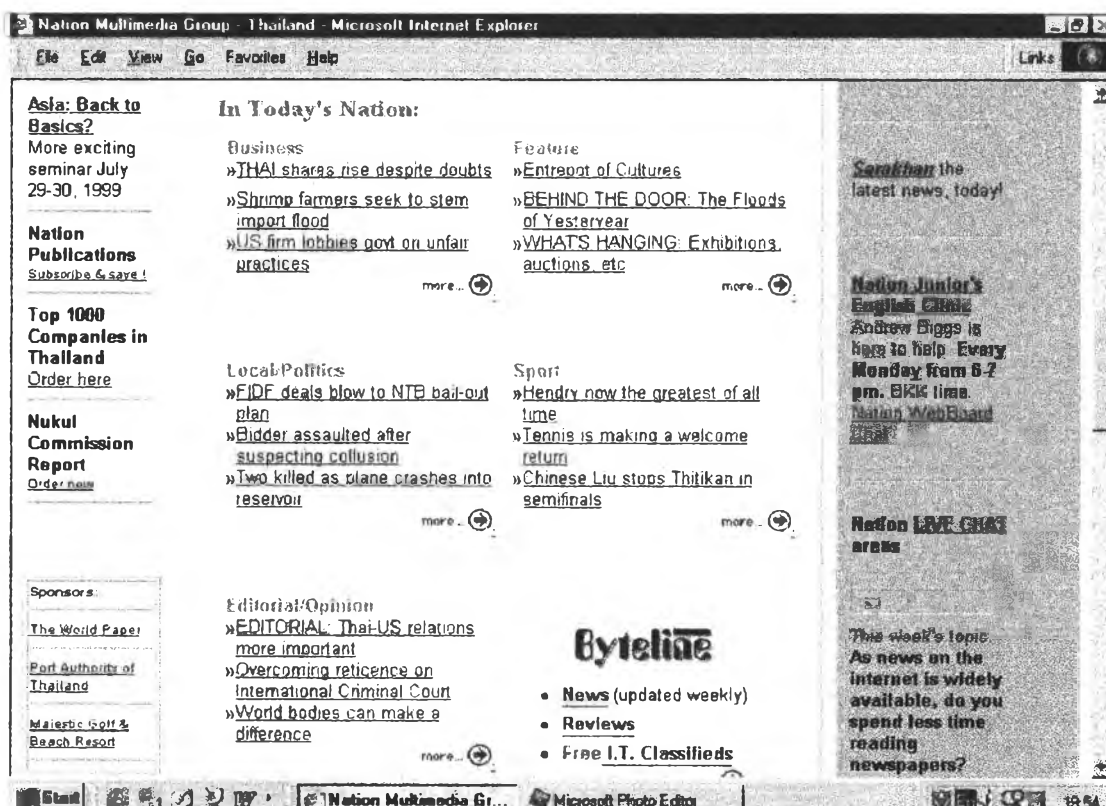
#### 1. เนชั่น ภัคติมิเดีย กรุ๊ป

WEB Site ของเดอะเนชั่นจะประกอบไปด้วยเนื้อหาข้อมูลจากทุกสื่อในเครือ ได้แก่ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ สถานีวิทยุFM90.5MHz นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ Weekend Magazine นิตยสารจุดประกายEnt และNation Classified แต่ไม่ได้นำเนื้อหาทั้งหมดของแต่ละสื่อขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต โดยจะคัดเลือกข่าวที่มีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่และเป็นข้อมูลที่น่าสนใจ การปรับเปลี่ยนข่าว (Update) จะดำเนินการหลังจากปิดต้นฉบับหนังสือพิมพ์แล้วประมาณหลังเที่ยงคืน ซึ่งจะมีการระบุวันที่และเวลาที่ปรับเปลี่ยนข่าวด้วย

การนำเสนอเนื้อหาจะเน้นข่าวและข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นและหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจเป็นหลัก โดยจะลงทุกข่าวและลงเต็มเนื้อหาเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ สำหรับรูปแบบการนำเสนอ จะเป็นหัวข้อข่าว (Headline) ของแต่ละข่าวให้เลือก เพื่อจะเข้าไปเรียกดูเนื้อหาของแต่ละข่าวที่ผู้อ่านสนใจอีกครั้ง โดยจะจัดแบ่งเนื้อหาตามประเภทของข่าวเช่นเดียวกับการแบ่งหน้านำเสนอในหนังสือพิมพ์ และมีภาพเด่นรูปเดียวกับหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น 1 ภาพ

สำหรับหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่นจะจัดแบ่งเนื้อหาเป็น 1.หน้าHeadline ซึ่งเป็นข่าวจากหน้า 2.หน้าข่าวLocal/Politics 3.หน้าEditorial/Opinion 4.หน้าข่าวBusiness 5.หน้าข่าวSport 6.หน้าFeature 7.หน้าFeature 8.หน้าข่าวByteline ซึ่งเป็น Mini Site ที่นำเสนอSection Byteline ประจำสัปดาห์จากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ซึ่งนอกจากจะนำเสนอข่าวและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ

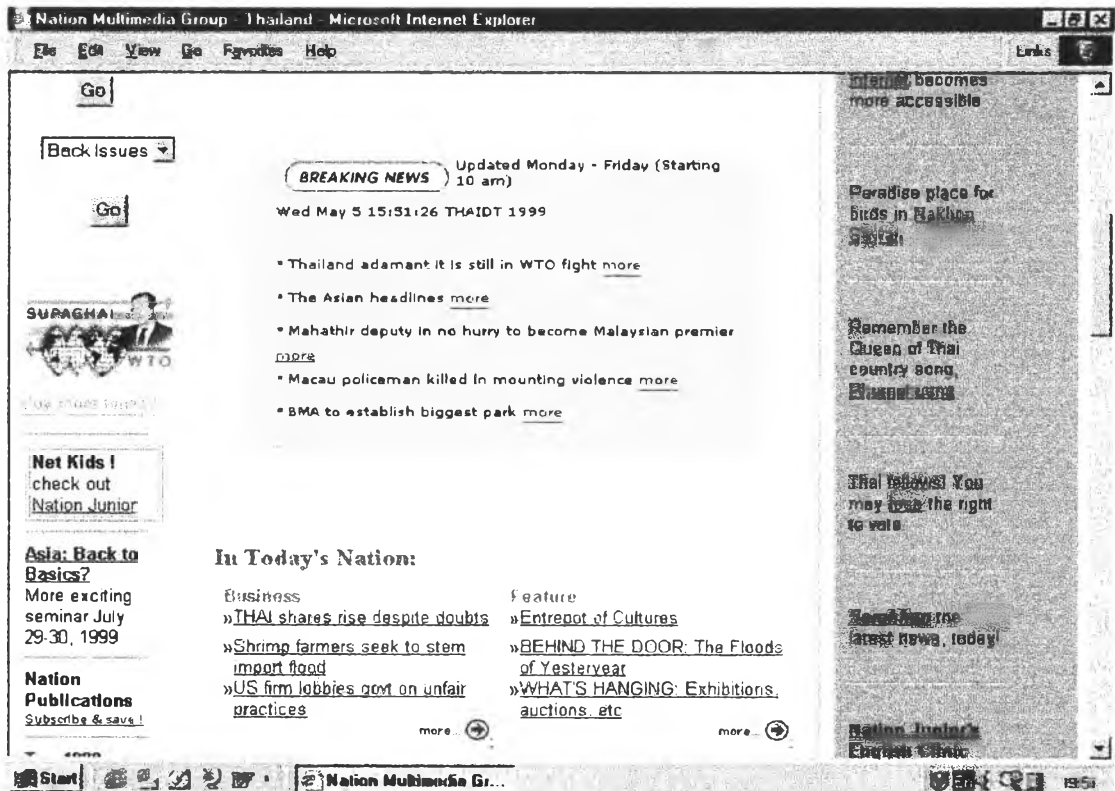
ประจำสัปดาห์จากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ซึ่งนอกจากจะนำเสนอข่าวและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีแล้ว ยังมีการนำเสนอข้อมูลอื่นๆนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ด้วย รวมทั้งมีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างจากหน้าอื่นๆในอินเทอร์เน็ตด้วย เช่นมีฐานข้อมูลให้สืบค้น(Search) มีSoftwareให้Downloadฟรี มีช่องทางให้ส่ง e-mail ถึงผู้จัดทำSection Byteline



ภาพที่ 13 ลักษณะการนำเสนอหัวข้อข่าวของหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น

ส่วนหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจจัดแบ่งเนื้อหาเป็น 1.หน้าข่าวในประเทศซึ่งเป็นข่าวจากหน้าหนึ่ง 2.หน้าข่าวการเมือง 3.หน้าข่าวธุรกิจการตลาด 4.หน้าข่าวเศรษฐกิจการเงิน 5.หน้าข่าวเทคโนโลยี 6.หน้าข่าวกีฬา 7.หน้าSectionจุดประกาย 8.หน้าSectionกรุงเทพไอที 9.หน้าSection ถนนนักลงทุน สำหรับบทความจะประกอบด้วยบทบรรณาธิการ คอลัมน์ก้าแฟคำ และคอลัมน์จับกระแส

นอกจากนี้ยังมีการรายงานข่าว Breaking News ซึ่งเป็นการรายงานข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะของ Real time คือจะรายงานทันทีที่เกิดเหตุการณ์ขึ้นและจะมีการ Update ตลอดเวลา โดยจะเริ่มตั้งแต่เวลา 10 โมงเช้า มีทั้งการรายงานข่าวในประเทศโดยใช้ข่าวของเดอะเนชั่น และสถานการณ์ในต่างประเทศที่น่าสนใจและมีผลกระทบกับเมืองไทย จากสำนักข่าว AFP ซึ่งมีสัญญาณแลกเปลี่ยนข่าวระหว่างกัน



ภาพที่ 14 ลักษณะการนำเสนอข่าว Breaking News ของเดอะเนชั่น

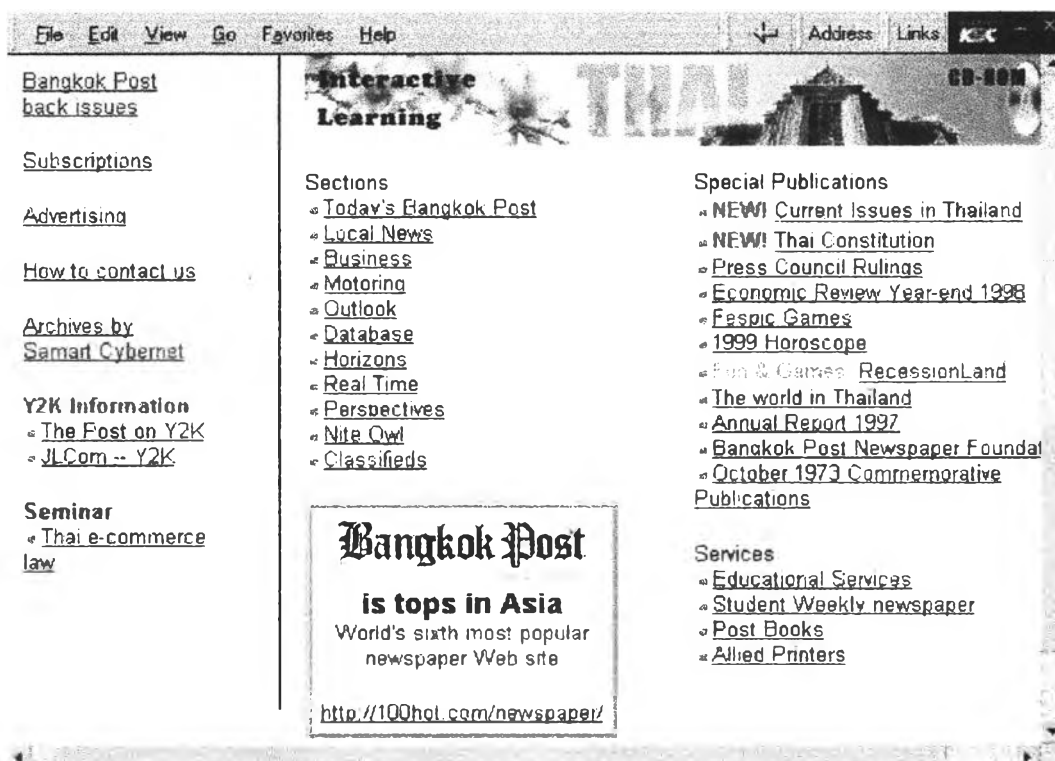
สำหรับวิทยุ FM90.5MHz จะเป็นการออกอากาศสดผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีการจัดเก็บและบันทึกรายการที่ออกอากาศไปแล้วในรูปสัญญาณดิจิทัลไว้ให้ผู้ใช้เรียกฟังได้ ส่วนนิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์จะนำขึ้นอินเทอร์เน็ตเฉพาะเรื่องจากหน้าปก และบทความเด่นๆเท่านั้น ด้าน Nation Classified เป็นการนำข้อมูลจาก Section Classified ขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต เพราะเป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจการขายโฆษณา โดยจะแบ่งประเภทการนำเสนอเช่นเดียวกับในหนังสือพิมพ์

นอกจากนี้ WEB Page ของเนชั่นยังประกอบด้วยฐานข้อมูลสำหรับให้ผู้ใช้สืบค้น (Search) ข้อมูลย้อนหลัง มีการเปิดหน้าเป็นเวทีให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็นในประเด็นซึ่งกำลังเป็นที่สนใจ ในส่วนของ Message Board การคุยสด (Chat) การสำรวจความคิดเห็น (Poll) มีบทความในลักษณะของรายงานพิเศษตามสถานการณ์ โดยรวบรวมจากข่าวและบทความของเดอะเนชั่น ตัวอย่างรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยเครือเนชั่น มี Net Kid ซึ่งเป็น Mini Site สำหรับเด็ก และมีการเชื่อมต่อกับ WEB Site ของธนาคารกสิกรไทยเพื่อรายงานอัตราแลกเปลี่ยน และ WEB Site ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อรายงานการซื้อขายหลักทรัพย์

นอกจากนี้คุณอรรณ ชโนวิทย์ ได้เสนอความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบและลักษณะการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตว่า จะต้องมีการเสนอข่าวที่รวดเร็วและมีกร Update ข่าวอยู่ตลอดเวลา เนื้อหาข่าวและข้อมูลจะต้องมีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งต้องสามารถเข้าถึงและเรียกดูข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการจัดวางรูปแบบหน้าจอการนำเสนอของเดอะเนชั่น จะไม่มีการกำหนดรูปแบบที่ตายตัว แต่จะมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา โดยพยายามมีการเปลี่ยนแปลงการจัดวางหน้าจอในการนำเสนอทุก 3-4 เดือน

## 2. หนังสือพิมพ์ Bangkok Post

หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ฉบับอินเทอร์เน็ตจะมีเฉพาะการรายงานข่าวในประเทศเท่านั้น ไม่มีข่าวต่างประเทศ เนื่องจากไม่มีลิขสิทธิ์ในการนำข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศมาเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งบางกอกโพสต์เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษที่รายงานข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย และกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ฉบับอินเทอร์เน็ตคือคนในต่างประเทศ และคนทั่วไปที่สนใจข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย นอกจากนี้ยังเห็นว่าข่าวต่างประเทศยังสามารถหาอ่านได้จาก WEB Site อื่นๆอยู่แล้ว



ภาพที่ 15 แสดงประเภทของข้อมูลที่นำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตใน WEB Site บางกอกโพสต์

สำหรับการคัดเลือกเนื้อหา จะนำเสนอทุกข่าวที่ดีที่สุดพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ และนำข้อมูลจากทุกส่วน (Section) มาขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตโดยจะคงเนื้อหาเดิมไม่มีการเรียบเรียงใหม่ การแบ่งลักษณะ

การนำเสนอ จะแบ่งเนื้อหาเช่นเดียวกับในหนังสือพิมพ์ โดยหน้า Today's Bangkok Post ซึ่งเป็น Front Page จะแบ่งเป็นหน้าNews หน้าBusiness และหน้าOutlook โดยจะนำเสนอหัวข้อข่าว หัวข้อข่าวย่อย วรรณคดี เพื่อให้เข้าไปเลือกอ่านเนื้อหาโดยละเอียดของแต่ละข่าวอีกครั้ง รวมทั้งมีภาพเด่นประจำฉบับกับภาพประกอบในบางข่าว มีการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวและข้อมูลทุกวันหลังจากจัดทำหนังสือพิมพ์เสร็จ และมีหนังสือพิมพ์ฉบับย้อนหลังให้สืบค้น(Archive)ได้ 1 เดือน

นอกจากนี้ จะมีการนำเสนอข้อมูลในหน้าบทบรรณาธิการ ซึ่งประกอบด้วยบทบรรณาธิการ บทความแสดงความคิดเห็น การ์ตูนการเมือง และการส่งE-mailถึงกองบรรณาธิการ สำหรับส่วนของ Classified จะแบ่งการนำเสนอเนื้อหาตามหัวข้อต่อไปนี้คือ Jobs Property Entertainment Education Travel และSale/Service รวมทั้งการรายงานอุทกภัย ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน และราคาทองคำประจำวัน โดยการเชื่อมต่อไปยัง WEB Site ที่ให้บริการข้อมูลดังกล่าว และจากการสำรวจพบว่าหัวข้อที่มีผู้เข้ามาอ่านมากที่สุด ได้แก่ บทบรรณาธิการ Classified และคอลัมน์ท่องเที่ยว

สำหรับ Section ที่นำเสนอเป็นรายสัปดาห์จะมีการนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีฉบับย้อนหลังให้สืบค้นในแต่ละ Section ด้วย ได้แก่ Section Database ซึ่งนำเสนอเรื่องของเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ Section Horizons ซึ่งนำเสนอเรื่องการท่องเที่ยว Section Motoring ซึ่งนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับรถ Section Nite Owl ซึ่งนำเสนอเรื่องสถานบันเทิง และสถานที่ท่องเที่ยวชมราตรี Section Real Time ซึ่งนำเสนอเรื่องปกิณกะ เหตุการณ์น่าสนใจและความรู้รอบตัว Section Perspective ซึ่งนำเสนอเกี่ยวกับสารคดี ธรรมชาติ ศิลปะและวัฒนธรรม และหนังสือพิมพ์ Student Weekly

นอกจากนี้แผนก Electronic Publishing ยังมีการนำเสนอข้อมูลอื่นๆเพิ่มเติมนอกเหนือจากเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ด้วย ในหัวข้อ Special Publications ได้แก่ Current Issue in Thailand ซึ่งเป็นรายงานหรือรวบรวมบทความเกี่ยวกับเรื่องที่ได้รับคามสนใจในขณะนั้น เช่นกรณีวัดพระธรรมกาย การดำเนินคดีนาซูลุริค วูฟกิง และปัญหาภัยแล้ง การทำ Mimi Site เกี่ยวกับเอเชียนเกมส์ และเฟสปิกเกมส์ ซึ่งจะเป็นภาพโดยรวมของเอเชียนเกมส์ทั้งหมด เช่น ตารางการแข่งขัน รายงานผลการแข่งขัน บทความที่เกี่ยวกับเอเชียนเกมส์ การสรุปภาพรวมเศรษฐกิจประจำปี1998 ในหัวข้อ Review Yearend 1998 การพยากรณ์โชคชะดาในปี1999 รายชื่อบริษัทต่างประเทศที่มาลงทุนในประเทศไทย และหัวข้อ Art & Crafts Mall ซึ่งเป็นหน้าที่ทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตสำหรับสินค้าที่เป็นงานฝีมือและศิลปะไทย

รวมทั้งจะมีส่วนที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทบางกอกโพสต์ในด้านต่างๆ เช่น หนังสือรายงานฐานะประจำปี (Annual Report) มุลนิธิหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ การสมัครสมาชิกหนังสือพิมพ์ รายละเอียดการลงโฆษณา แนะนำหนังสือในเครือบางกอกโพสต์ แนะนำโรงพิมพ์ Allied ซึ่งเป็นโรงพิมพ์ของบางกอกโพสต์ รายละเอียดการขาย CD-ROM ฝึกเรียนภาษาไทย ช่องทางส่ง E-mail แสดงความคิดเห็นหรือติดต่อกับบางกอกโพสต์ การสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ โดยจะมีการชิงโชคสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามด้วย และการสืบค้นหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ฉบับย้อนหลังโดยเชื่อมต่อไปยัง Server ของบริษัทสามารดไซเบอร์เน็ต ซึ่งสามารถสืบค้นฉบับย้อนหลังได้ถึงปี 1996 รวมทั้งการสร้างช่องทางเชื่อมต่อไปยัง WEB Site ขององค์กรสาธารณะ เช่น พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ

คุณ Deborah L. Leenutaphong ได้แสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบที่เหมาะสมของการจัดทำอินเทอร์เน็ตว่า WEB Page ที่ดีควรสะอาด เรียบร้อย ง่ายต่อการค้นหา และง่ายต่อการดู สำหรับตัวอย่างที่ดี เช่น WEB Site ของ CNN และ WEB Site ของ Washington Post

### 3. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จะนำเสนอโดยใช้วิธีการสรุปย่อ (Edit) เนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์มาจัดทำเป็นฉบับอินเทอร์เน็ต แต่จะไม่มีมีการปรับเปลี่ยนหัวข้อข่าว (Headline) เพื่อเป็นการรักษาลักษณะเดิมๆของข่าวไว้ และมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา (Update) บนอินเทอร์เน็ตประมาณ 10 โมงเช้าของทุกวัน โดยรูปแบบการนำเสนอจะมีเฉพาะหัวข้อข่าวและเนื้อข่าวโดยสรุปเท่านั้น ข่าวหน้าหนึ่งจะมีครบทุกข่าวตามที่เสนอในหนังสือพิมพ์ พร้อมทั้งมีการคัดเลือกภาพเด่น 1 ภาพมานำเสนอ

ส่วนข่าวหน้าในจะจัดแบ่งการนำเสนอ ตามประเภทของข่าวที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ โดยจะคัดเลือกเฉพาะข่าวใหญ่ หรือข่าวที่เห็นว่ามีความน่าสนใจประมาณ 2-3 ข่าวในแต่ละหน้ามาเสนอผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วย ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวการศึกษา ข่าววิชาการ ข่าวเกษตร ข่าวสังคม-สตรี ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง รวมทั้งการชุมนุมลือการเมือง

สำหรับคอลัมน์ที่นำเสนอผ่านทางไทยรัฐฉบับอินเทอร์เน็ต จะนำเสนอเฉพาะคอลัมน์ต่างๆ และมีคนติดตามอ่านมากเท่านั้น ได้แก่ สกู๊ปข่าวหน้าหนึ่ง สำนักข่าวหัวเขียว เปิดฟ้าส่องโลก บทบรรณาธิการ มังกรห้าเล็บ หะหะพาที หมายเหตุประเทศไทย ถ้าได้กล้าเสีย เดลี่@WEB มุมข่าวราชการ คัทลียาจะจำ งานคือเงิน และสายตรงจากต่างแดน ส่วนนิยายในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจะมีการนำเสนอและเก็บบันทึกไว้ในอีก WEB Site หนึ่ง ไม่ได้นำมารวมไว้กับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ฉบับอินเทอร์เน็ต แต่มีการทำทางเชื่อมต่อ(Link)ระหว่างกัน รวมทั้งมีฐานข้อมูลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับอินเทอร์เน็ตให้สืบค้นย้อนหลัง(Archives)ได้ 1 เดือน นอกจากนี้จะมีส่วนที่นำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เช่นประวัติความเป็นมา มุขนิพนธ์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และช่องทางการติดต่อกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รวมทั้งการเชื่อมต่อไปยัง WEB Site ที่มีการรายงานอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาท และการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ในแต่ละวันด้วย



ภาพที่ 16 แสดงลักษณะการนำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับอินเทอร์เน็ต

คุณชวรงค์ ทิมปีปทมปาณี ได้ให้ข้อเสนอแนะในเรื่องรูปแบบและลักษณะการรายงานข่าว และข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตว่า จะต้องเน้นความสำคัญในเรื่องของการ Update ข้อมูล สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว เพราะหากมีการออกแบบ WEB Page ที่สวยงามแต่เต็มไปด้วยกราฟฟิกมากเกินไป ซึ่งจะทำให้การเรียกดูข้อมูลต้องใช้เวลาาน ผู้ใช้ก็อาจจะไม่เลือกเข้ามาชม

#### 4. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับอินเทอร์เน็ต จะนำข่าวหน้าหนึ่งจากหนังสือพิมพ์ขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตทั้งหมด ส่วนข่าวหน้าในจะคัดเลือกข่าวมาประมาณครึ่งหนึ่งของในแต่ละหน้า รวมทั้งคัดเลือกเฉพาะคอลัมน์ประจำหน้าที่มีผู้อ่านติดตามมากเท่านั้น เนื่องจากไม่ต้องการให้มีปริมาณข่าว

มากขึ้นไป เพราะเชื่อว่าผู้ที่อ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตคงจะไม่มีเวลาอ่านข่าวมากนัก มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล (Update) ประมาณ 10 โมงเช้าของแต่ละวัน และมีฐานข้อมูลให้กลับไปดูย้อนหลัง(Archives)ได้ 7 วัน รูปแบบการนำเสนอของเดลินิวส์ฉบับอินเทอร์เน็ตจะมีการใช้ภาพประกอบค่อนข้างมาก เช่น ภาพเด่นจากหน้าหนึ่ง ภาพสติ๊กเกอร์ข่าวหน้าหนึ่ง ภาพคาราจากหน้าบันเทิง และภาพกราฟิกที่ใช้เป็นหัวเรื่องและภาพประกอบ



ภาพที่ 17 แสดงการนำเสนอหัวข้อข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับอินเทอร์เน็ต

สำหรับการนำเสนอเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต จะลงเนื้อหาเต็มเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ และจัดแบ่งเนื้อหาตามประเภทของข่าวที่นำเสนอในแต่ละหน้าของหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็น 1.ข่าวหน้าหนึ่ง ซึ่งเป็นข่าวหน้าหนึ่งทั้งหมดพร้อมกับภาพเด่นประจำฉบับ 1 ภาพ รวมทั้งสติ๊กเกอร์ข่าวหน้าหนึ่ง 2.ข่าวการเมือง 3.ข่าวเศรษฐกิจและคอลัมน์ชีพจรหุ่น 4.ข่าวต่างประเทศ คอลัมน์ข่าวสั้นรอบโลก สักครอบโลก หมุนตามโลก ข่าวฮาศนเส 5.ข่าวกีฬาและคอลัมน์มุมที่ 5 6.ข่าวกรุงเทพมหานคร และคอลัมน์เดี่ยวซ่าซ่านตลอด 7.ข่าวสิ่งแวดล้อม คอลัมน์รักไทยรักถิ่นสิ่งแวดล้อม โลกหมุนไป ไปๆมาๆประสาชาวบ้าน สร้างฝันสามัญชน

8.ข่าวการศึกษา คอลัมน์ฟอโฟฟุคฟิด คอมพิวเตอร์ง่ายจัง 9.ข่าวสังคมและหน้าสตรี คอลัมน์สังคมวันนี้ ศรีสุล ซอกแซก เพชรดาแมว คนหน้า 4 ตามตะวัน มุมมองของวันนี้ 10.ข่าวบันเทิง คอลัมน์วงเวียนดารา TVวันนี้มีอะไร ปีกซ้ายบันเทิง เดลินิวส์สตาร์ เดลินิวส์ชวนชิม นอก



จากนี้ยังมีหน้าบริการซึ่งเป็นการรายงานผลสลากกินแบ่งรัฐบาล ผลสลากออมสิน อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท การเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ และราคาทองคำประจำวัน

นอกจากนี้ยังนำเสนอคอลัมน์หลักของหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นคอลัมน์ประจำที่มีผู้อ่านติดตามเป็นจำนวนมาก ได้แก่บทบรรณาธิการ ปลายนิ้วนายกำแหง วาไรดี เห็นอย่างไรก็พูดไปอย่างนั้น ไก่อ่อน ช่องทางทำกิน พูดจากภาษาคน ดวงวันนี้ เสพสมบัติมิมม สัจธรรมกับเพศศึกษา ดวงแสดมปีข้ามขอบฟ้า ที่น้ออเมริกา รวมทั้งมีส่วนที่นำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์เคลวินิวส์เอง เช่นประวัติความเป็นมา จดหมายถึงกองบรรณาธิการ อัตราค่าโฆษณา

คุณวีรพันธ์ โทมีย์บุญได้แสดงความคิดเห็นว่าการทำ WEB Site ข่าว สิ่งสำคัญที่สุดคือการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวให้มากที่สุดและเร็วที่สุด เพราะเป็นเรื่องสำคัญที่จะนำมาซึ่งอย่างอื่นเช่นจำนวนผู้ชมหรือการลงโฆษณา สำหรับเรื่องมัลติมีเดียไม่ได้เป็นสิ่งจำเป็นมากนักสำหรับ WEB Site ของข่าว เพราะความต้องการของผู้บริโภคข่าวคือต้องการข่าวที่กระชับและสั้น สามารถรู้ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ได้เร็วที่สุดแต่ใช้เวลาน้อยที่สุด ดังนั้นไม่จำเป็นต้องลงทุนด้านเทคนิคหรือมัลติมีเดียให้มากมาขเกินความจำเป็น ยกเว้นการทำ WEB Site บันเทิง (Entertainment)

## 5. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

รูปแบบของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจฉบับอินเทอร์เน็ท จะเป็นการนำข้อมูลจากหนังสือในเครือฐานเศรษฐกิจทุกฉบับ ซึ่งประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ นิตยสารฐานสัปดาห์ วิจารณ์ และนิตยสารบริการท่องเที่ยวสู่อินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เป็นไปตามนโยบายการทำอินเทอร์เน็ตที่ต้องการจัดทำเป็นฐานข้อมูลสำหรับการสืบค้นและการเป็นแหล่งอ้างอิง เพราะฐานเศรษฐกิจเป็นหนังสือพิมพ์ราย 3 วัน จึงไม่ได้เน้นการเป็น Hotline News อย่างเช่นอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์รายวัน โดยสามารถสืบค้นข้อมูลได้ทั้งจากการเรียกดูหนังสือฉบับย้อนหลัง (Archive) ได้ 1 ปี หรือการสืบค้นข้อมูลโดยใช้คำสืบค้น (Search) เพื่อค้นหาในแต่ละหัวข้อเรื่อง

การคัดเลือกข้อมูลเพื่อนำเข้าสู่สู่อินเทอร์เน็ตนั้น ในส่วนของข่าวจะนำลงทุกข่าวและลงเต็มเนื้อหาเช่นเดียวกับในหนังสือพิมพ์ แต่คอลัมน์และบทความจะคัดเลือกเฉพาะที่เด่นๆและสำคัญเท่านั้น และมีการนำภาพจากหนังสือพิมพ์มาประกอบข่าวและบทความบางชิ้นด้วย ส่วนโฆษณาจะนำลงเฉพาะที่มีการตกลงขายเป็นแพ็คเกจไว้คือตั้งแต่ขนาด 1/4หน้าขึ้นไป สำหรับหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจฉบับอินเทอร์ เน็ทจะจัดแบ่งรูปแบบการนำเสนอเช่นเดียวกับการแบ่งฉบับย่อย (Section) ในหนังสือพิมพ์ ซึ่งประกอบด้วยSection1:ฐานเศรษฐกิจ Section2:อาทิตย์วิเคราะห์ Section3:ตลาด1 Section4:ตลาด2

Section 1 ข่าวธุรกิจ - Microsoft Internet Explorer

Address http://www.thannews.th.com/than41/1379/section1.htm

SECTION 1 23 THAILAND'S LEADING BUSINESS NEWSPAPER

ฐานเศรษฐกิจ Section 1 ฉบับที่ ๑๖๕ ปีที่ ๑๙ วันที่ ๒-๕ พฤษภาคม ๒๕๔๖

**LAND FOR SALE**

- ▶ **จับตาทุนตะวันออก**
  - ▶ จับตาทุนตะวันออก ดึงดูดทุนใหม่ สืบเสาะเลี้ยง
  - ▶ สบุดโลโก้ เจ้าพ่อค้าสี่จังหวัดบ้านม่วงแดง
- ▶ **ทางรถไฟ**
  - ▶ ทางรถไฟ : ธาตุอันอุดมล้ำค่าดี
  - ▶ บทลงนามสัญญา อ่างน้ำชลประทานภาค
- ▶ **ที่ดิน**
  - ▶ ที่ดินเป็นประกันชีวิต : การแปลงอสังหาริมทรัพย์เป็นเงินสดจะดีแค่ไหนก่อนหมดลมหายใจ
  - ▶ ผู้ที่ประกอบอาชีพ : การประกันกับประเภทของให้ความคุ้มครองแต่ที่ทุกไฟในดวงตาพร้อมแล้ว
- ▶ **ที่ดิน**
  - ▶ ที่ดินความดี : ๑๓ มาตราการกอบกู้พื้นที่สาธารณะ
  - ▶ เนื้อที่ของที่ดิน ๑๓ มี ๑.๔ จากโฉนดที่ดินก่อนทนาย ๑๕๖๖
- ▶ **ที่ดิน**
  - ▶ รัฐบาลจะเอาโฉนดที่ดินมาคืน
  - ▶ ตลาดที่ดินจะกลับมาขายแรงดีเยี่ยม
- ▶ **ที่ดิน**
  - ▶ จุดประกายพลังงาน : วันนัก NPL เรือค้ายาว (ยังไม่ได้มีของรัฐบาล)
  - ▶ ปันปันปัน ๕ หมื่นคน คบเป็นโกลดในน้ำจืด
  - ▶ ส่วนของที่ดิน : โฉนดที่ดิน ๖ พันล้าน

### ภาพที่ 18 ลักษณะการนำเสนอข่าวและบทความของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

นิตยสารฐานสัปดาห์วิจารณ์ฉบับอินเทอร์เน็ต จะมีข้อความหรือชื่อคอลัมน์ให้ผู้ใช้เข้าไปเลือกอ่าน โดยจะเรียงไปตามลำดับเนื้อหาที่ลงพิมพ์ในนิตยสาร ซึ่งจะนำเสนอเนื้อหาเต็มเช่นเดียวกับฉบับที่ตีพิมพ์ ส่วนนิตยสารบริการทองซึ่งเป็นข่าวการประกาศรับสมัครงานและข่าวโฆษณาทั่วไป จะมีรูปแบบการนำเสนอเช่นเดียวกัน โดยมีหัวข้อข่าวและชื่อเรื่องหรือชื่อคอลัมน์ให้เข้าไปเลือกอ่าน นอกจากนี้มีการนำข้อมูลจากส่วนของ Classifies เข้าสู่อินเทอร์เน็ตด้วย โดยจะจัดแบ่งเนื้อหาตามรายชื่อของแต่ละบริษัท รวมทั้งมีส่วนที่นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฐานเศรษฐกิจ เช่น ข้อมูลของบริษัทฐานเศรษฐกิจและบริษัทในเครือ ช่องทางส่ง E-Mail ติดต่อกับกองบรรณาธิการ

### 6. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

การจัดทำอินเทอร์เน็ตของไทยทีวีสีช่อง 3 จะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และรายการที่ออกอากาศทางสถานีเป็นหลัก ดังนั้นประเภทรายการที่นำเสนอในอินเทอร์เน็ตจะครอบคลุมรายการต่างๆที่ออกอากาศทางสถานี ซึ่งประกอบด้วย ข่าว กีฬา ละคร บันเทิง วาไรตี้และทอล์คโชว์ ครอบครัวยุคใหม่และสารคดี ภาพยนตร์ และรวมทั้งข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสถานีและบริษัทบีบีซีเวิลด์

ในส่วนของการรายงานข่าวจะปรับเปลี่ยน (Update) ข่าววันละ 3 รอบคือ รอบเช้า รอบบ่าย และรอบเย็น โดยจะนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตพร้อมๆกับการออกอากาศทางโทรทัศน์ รูปแบบการนำเสนอจะมีหัวข้อข่าวและสรุปเนื้อหาข่าวสั้นๆเช่นเดียวกับบทข่าว (Script) ที่ใช้อ่านออกอากาศ การแบ่งหัวข้อข่าวจะแบ่งเป็นข่าวเด่นประจำวัน ข่าวราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม และข่าวกีฬา มีภาพประกอบเป็นภาพนิ่งซึ่งเป็นภาพเหตุการณ์หรือภาพบุคคลในบางข่าว รวมทั้งสามารถเรียกดูข่าวย้อนหลังได้ 1 เดือน นอกจากนี้มีรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าวหรือการวิเคราะห์ข่าว ได้แก่ รายการเมืองไทยวันนี้ รายงานพิเศษ รายงานสภาพอากาศ รายการเหตุบ้านการเมือง ซึ่งจะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของรายการเช่น รูปแบบรายการ หัวข้อรายการที่เด่นประจำสัปดาห์



ภาพที่ 19 ลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

สำหรับจุดเด่นในการทำอินเทอร์เน็ตของไทยทีวีสีช่อง3 คือการนำเสนอข้อมูลในเรื่องของละคร เพราะมีการปรับเปลี่ยนเรื่องย่อแต่ละตอนทุกสัปดาห์ นอกเหนือจากการเสนอรายละเอียดของละครทุกเรื่องที่ออกอากาศทางสถานี ซึ่งประกอบด้วยรายชื่อละคร เรื่องย่อโดยรวม คารานำแสดงและประวัติคารา เพลงประกอบละครและเนื้อเพลง รวมทั้งข้อมูลละครเรื่องใหม่ที่กำลังจะออกอากาศ การนำเสนอข่าวบันเทิงจากรายการสี่ต้นบันเทิง ดูหนังฟังเพลง และMouth on Line ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อข่าวประจำวัน และเนื้อหาข่าวโดยสรุป นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอข้อมูลด้าน

บันเทิงอื่นๆ นอกเหนือจากรายการของทางสถานีด้วยเช่น Food and Resturant สถานีที่ท่องเที่ยว การทำนาโยชชะตา

ส่วนรายการอื่นๆ ของทางสถานีจะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของแต่ละรายการในหัวข้อ นั้น เพื่อให้ผู้อ่านทราบก่อนดูโทรทัศน์ เช่นชื่อรายการ รูปแบบรายการ หัวข้อรายการหรือเรื่องเด่น ประจำสัปดาห์ นอกจากนี้ยังมีผังรายการในแต่ละวัน รายการพิเศษของช่อง3 เช่นการถ่ายทอดสด และรายการพิเศษวันหยุด หน้าเกมส์และแฟนคลับซึ่งเป็นการเล่นเกมส์และเป็นการสำรวจความคิดเห็นต่อรายการของทางสถานีอีกวิธีหนึ่ง หน้าสำหรับส่ง E-Mail ถึงคาราคนโปรด การเชื่อมต่อไปยัง WEB Site ที่เกี่ยวกับคารา มีช่องทางให้ผู้ชมติดต่อและส่ง E-Mail ทิชมและส่งข้อเสนอแนะต่อ รายการต่างๆของทางสถานี การถามตอบปัญหาด้านเทคนิคเครื่องรับโทรทัศน์และการรับชม รายการโทรทัศน์ในส่วนของ Technical Knowledge รวมทั้งส่วนที่นำเสนอประวัติและการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 บริษัทบีอีซีวีลด์ และบริษัทในเครือ

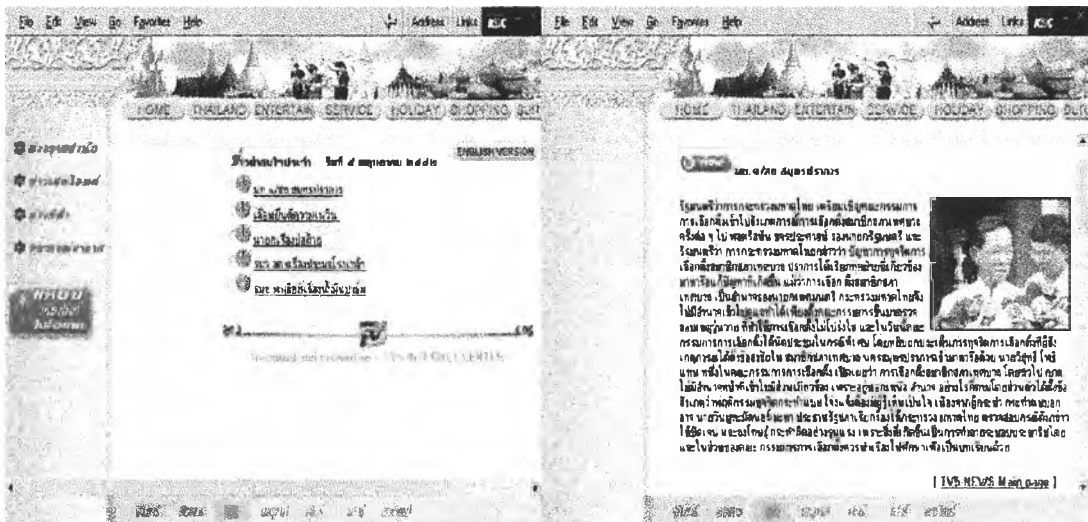
## 7. สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ททบ.5)

รูปแบบการนำเสนอข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตของ ททบ.5 จะมีอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน ส่วนแรกเป็นการนำเสนอสัญญาณโทรทัศน์ และสัญญาณวิทยุจากสถานีวิทยุ FM94.0MHz ออกอากาศ สดผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถรับชมรายการตามปกติของทางสถานีได้ พร้อมกับผู้ชมโทรทัศน์และผู้ฟังวิทยุ ส่วนที่สองเป็นการนำเสนอในรูปแบบของตัวหนังสือ(Text) หรือการบันทึกเสียงและภาพในรูปแบบสัญญาณดิจิทัล เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเรียกฟังหรือชม ภายหลังได้ สำหรับเนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจผ่านทางอินเทอร์เน็ต จะมีทั้งข้อมูลที่น่าสนใจจากการออก อากาศทางโทรทัศน์ เช่นข่าวและรายการต่างๆ รวมทั้งข้อมูลที่ศูนย์อินเทอร์เน็ต ททบ.5 เป็นผู้จัดหา และจัดทำขึ้นเองด้วย



ภาพที่ 20 แสดงการนำสัญญาณโทรทัศน์มาออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ต(WEB Casting)ของททบ.5

การนำเสนอข่าว จะนำข่าวที่ออกอากาศในช่วงภาคค่ำมานำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวหลังจากที่ข่าวออกอากาศทางโทรทัศน์แล้ว โดยจะแบ่งประเภทของข่าว เป็นข่าวน่าสนใจประจำวัน ข่าวราชสำนัก ข่าวเฮลไลน์ ข่าวกีฬา และข่าวพยากรณ์อากาศ สำหรับรูปแบบการนำเสนอจะเป็นหัวข้อข่าวและเนื้อหาข่าวโดยสรุป ในลักษณะเดียวกับบทอ่านข่าว (Script) ทางโทรทัศน์ มีภาพนิ่งประกอบในบางข่าว สำหรับข่าวราชสำนักและข่าวน่าสนใจประจำวันจะนำเสนอในรูปแบบของ VDO on Demand ด้วย เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกชมได้ตามต้องการ รวมทั้งจะมีการแปลข่าวที่นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษด้วย และสามารถจะเรียกดูข่าวย้อนหลัง (Archives) ได้ 7 วัน



ภาพที่ 21 ลักษณะการนำเสนอหัวข้อข่าวและเนื้อหาข่าวทางอินเทอร์เน็ตของททบ.5

ในส่วนรายการอื่นๆ ของทางสถานี จะมีการนำเสนอผังรายการในแต่ละวัน เช่น ละครหลังข่าวภาคค่ำ ซึ่งจะให้ข้อมูลรายละเอียดของละครแต่ละเรื่อง เช่นรายชื่อละคร เรื่องย่อและ คารานำแสดง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลโครงการ TV.5 Global Network การนำเสนอข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทางสถานี เช่นคำกล่าวของผู้อำนวยการ ททบ.5 รายละเอียดบริษัทในเครือ ททบ.5 ข้อมูลของศูนย์อินเทอร์เน็ต ททบ.5 และช่องทางการส่ง E-Mail แสดงความคิดเห็นข้อติชมต่อรายการของทางสถานี และการจัดทำอินเทอร์เน็ต รวมทั้งติดต่อกับฝ่ายต่างๆของทางสถานี นอกจากนี้ยังมีช่องทางเชื่อมต่อไปยัง WEB Site พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ และสามารถเรียกฟังเพลงภูมิแผ่นดินนวมินทรมหาราช และเพลงประกอบละครเรื่องพ่อได้

สำหรับการนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติมจากรายการปกติของทางสถานี ซึ่งเป็นข้อมูลที่ศูนย์อินเทอร์เน็ต ททบ.5 เป็นผู้จัดทำขึ้น จะแบ่งเป็นหน้า Entrain Service Shopping Holiday และ Thailand สำหรับหน้า Entrain จะเป็นการนำเสนอรายการบันเทิง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลของเพลง ภาพยนตร์ หนังสือ ชุบจิบรรดา แฟชั่น สถานที่รับประทานอาหารและท่องเที่ยวยามราตรี เช่นรายชื่อ

ร้านอาหาร ผับ คาราโอเกะ ดิสโก้เธค ส่วนหน้า Service จะเป็นข่าวบริการต่างๆ กำหนดงาน เทศกาลต่างๆในประเทศไทย ตารางการแข่งขันกีฬา ทำนาขดวงชะตา และการประชาสัมพันธ์ WEB Site ให้หน่วยงานราชการต่างๆที่ฝากมา เช่น WEB Site ของกรมการกำลังสำรองทหารบก และวิธีผ่อนผันการเกณฑ์ทหาร

หน้า Shopping เป็นการจับตลาดของอินเทอร์เน็ตช่วยเหลือผู้ส่งออกชาวไทย ในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้าในต่างประเทศ เพื่อเสนอรายละเอียดคุณสมบัติต่างๆของสินค้า และราคาสินค้า โดยทางศูนย์อินเทอร์เน็ตจะคิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้วยราคาที่ถูกลงมาก หน้า Holiday เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อนในเมืองไทย โรงแรม สนามกอล์ฟ บริษัททัวร์ ส่วนหน้า Thailand เป็นข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านต่างๆ เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี นอกจากนี้รูปแบบหน้าตา WEB Page ของททบ.5เองก็พยายามจะเน้นความเป็นไทย และแสดงออกถึงเอกลักษณ์ไทยด้วย

สำหรับข้อเสนอแนะในการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนนั้น พ.อ.ชายศักดิ์ โสมกุล แสดงความคิดเห็นว่า WEB Site ที่จะได้รับความนิยมต้องมีความสมบูรณ์และความหลากหลายของข้อมูล นำเสนอข้อมูลซึ่งที่อื่นไม่มี สำหรับทางด้านข่าวจะต้องมีการ Update ข่าวและข้อมูล ตลอดเวลา

#### 8. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพช่อง 7

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตของช่อง 7 จะแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ 1.การนำสัญญาณโทรทัศน์ออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้สามารถชมรายการปกติของทางสถานีผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ในเวลาเดียวกับที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ แต่จะไม่มีเก็บข้อมูลรายการที่ออกอากาศไปแล้วไว้ในรูปแบบของ VDO File ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถเรียกกลับมาดูภายหลังได้ เพราะจะต้องใช้เนื้อที่ในการเก็บข้อมูลมาก 2.การนำเสนอในรูปแบบของข้อความ (Text) สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ต จะมีเฉพาะข้อมูลจากรายการที่ออกอากาศทางสถานีเท่านั้น เพราะนโยบายการจัดทำอินเทอร์เน็ตของช่อง 7 มีเป้าหมายที่จะให้เป็นช่องทางเสริมสำหรับโทรทัศน์ ส่วนการจัดแบ่งข้อมูลจะนำเสนอตามประเภทของรายการที่ออกอากาศ ได้แก่ ข่าว รายการกีฬา รายการเด็ก รายการบันเทิง รายการพระพุทธศาสนา และรายการพิเศษของทางสถานี

สำหรับข่าวที่นำเสนอทางอินเทอร์เน็ต จะเป็นเช่นเดียวกับบทอ่านข่าว (Script) ทางโทรทัศน์ คือจะมีหัวข้อข่าวและเนื้อข่าวเท่านั้น ซึ่งจะพิมพ์เข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง (Edit) ข้อความ มีการปรับเปลี่ยนข่าว (Update) ตามเวลาการเสนอข่าวทางโทรทัศน์ โดยจะ

นำข่าวเข้าสู่อินเทอร์เน็ตเกือบทุกข่าวแม้แต่ข่าวสั้นชั่วโมง รูปแบบการนำเสนอจะแบ่งเป็น ข่าวเด่นวันนี้ ซึ่งประกอบด้วย สรุปข่าวเมื่อวานนี้ ข่าวภายในประเทศ ข่าวกีฬาและข่าวต่างประเทศ รวมทั้งมีข่าวให้เรียกดูย้อนหลังได้ 1 ปี นอกจากนี้จะมีรายละเอียดของรายการเจาะข่าวเด็กในแต่ละตอน รายละเอียดของข่าวเกษตรกรรมและรายการที่เกี่ยวกับการเกษตรทั้งหมดของสถานี



ภาพที่ 22 ลักษณะการนำเสนอข่าวทางอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7

ส่วนหัวข้อรายการกีฬา รายการเด็กและรายการบันเทิง จะเป็นการประชาสัมพันธ์รายการที่ออกอากาศทางสถานีใน 1 เดือน โดยจะให้รายละเอียดข้อมูลรายการ และวันเวลาออกอากาศของแต่ละรายการ เช่นรายการบันเทิงจะประกอบด้วย การนำเสนอรายละเอียดของละครทุกเรื่องที่ออกอากาศ ได้แก่ เรื่องย่อ คารานำแสดง และภาพประกอบ สำหรับหัวข้อพระพุทธศาสนาจะเป็นพุทธศาสนสุภาษิตที่นำเสนอหลังข่าวในแต่ละวัน พร้อมกับคำแปลตลอดระยะเวลา 1 เดือน นอกจากนี้จะมีผังรายการในแต่ละวันของทางสถานี สำหรับหัวข้อรายการต่างๆ ของทางสถานีเหล่านี้จะมีการปรับเปลี่ยน (Update) ข้อมูลทุกหนึ่งเดือน

นอกจากนี้จะมีการนำเสนอรายการพิเศษของทางสถานี เช่น การประกวดนางสาวไทย โดยจัดทำเป็น Mini Site ที่นำเสนอเฉพาะเรื่อง ซึ่งจะมีข้อมูลทุกๆด้านเกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทย

เมื่อหมดช่วงของการประชาสัมพันธ์ก็จะปิด WEB Page นี้ไป รวมทั้งการเสนอข้อมูลเกี่ยวกับช่อง 7 เช่น ประวัติสถานี คณะผู้บริหาร อัตราค่าโฆษณาทางโทรทัศน์ และช่องทางส่ง E-Mail แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อรายการทางโทรทัศน์และการจัดทำอินเทอร์เน็ต สำหรับการทำอินเทอร์เน็ตของช่อง 7 จะไม่มีการหารายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายที่ต้องการให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเผยแพร่กิจกรรมและธุรกิจของสถานีโทรทัศน์เท่านั้น



ภาพที่ 23 แสดงการนำเสนอข้อมูลในหน้าบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7

คุณสรวิทย์ วิรุฒมวงศ์ ได้แสดงความคิดเห็นต่อรูปแบบการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนว่า หากไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูล (Update) อยู่ตลอดเวลา คุณค่าของอินเทอร์เน็ตก็จะน้อยลง ซึ่งการปรับเปลี่ยนข้อมูลนั้นไม่เฉพาะในเรื่องข่าวเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการปรับเปลี่ยนข้อมูลรายการต่างๆ และความเคลื่อนไหวของสถานีด้วย นอกจากนั้นจะต้องเข้าถึงข้อมูลและสามารถเรียกดูได้เร็ว โดยเฉพาะหน้าแรก (Home Page) ดังนั้น Home Page จะต้องออกแบบให้เหมาะสม ไม่เลอะเทอะ มากเกินไป ไม่ต้องสวยมากจนทำให้ผู้ใช้ต้องเสียเวลา Download ข้อมูลนาน

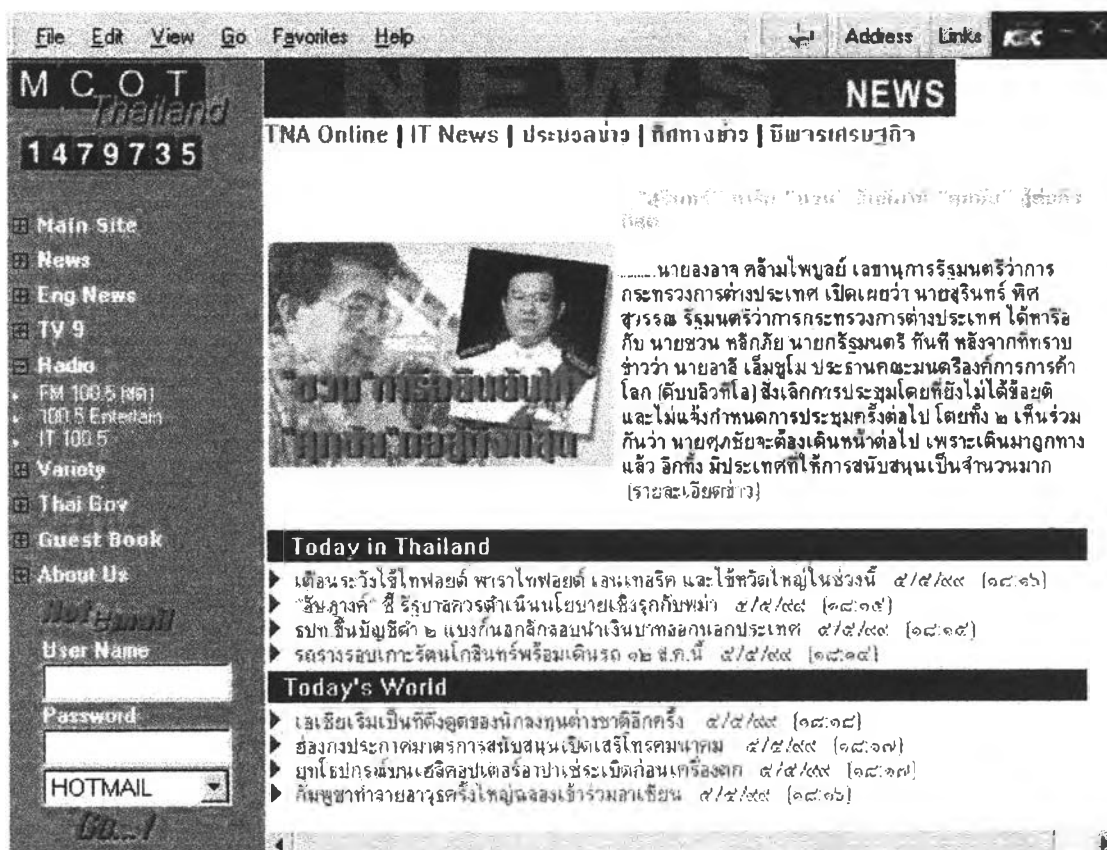
### 9. องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.)

การทำอินเทอร์เน็ตของอสมท. จะให้ความสำคัญกับการเสนอข่าวอย่างรวดเร็ว และการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวอยู่ตลอดเวลา โดยจะนำเสนอข้อมูลจากสื่อหลักในเครือ ซึ่งประกอบด้วย การถ่ายทอดสดรายการปกติของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีวิทยุ FM100.5MHz ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการรายงานข่าวจากสำนักข่าวไทย นอกจากนี้จะมีข้อมูลที่จัดทำโดยแผนกอิน



เทอร์เน็ตของสำนักข่าวไทยเอง และการสร้างช่องทางเชื่อมต่อ(Link)ไปยัง WEB Site ต่างๆเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะ WEB Site ของสื่อมวลชนและ WEB Site ด้านบันเทิง

สำหรับหน้าจอหลักในการเสนอข่าวคือ หน้าข่าวเด่นประจำวัน ซึ่งเป็นการเสนอความเคลื่อนไหวของข่าวในแต่ละวัน มีข่าวเด่นเป็นข่าวใหญ่ 1 ข่าว โดยจะมีหัวข้อข่าว(Headline)ขนาดใหญ่พร้อมภาพประกอบและเนื้อข่าวโดยสรุป ส่วนข่าวอื่นๆจะนำเสนอในหัวข้อ Today in Thailand และ Today's World โดยรูปแบบการนำเสนอจะเป็นหัวข้อข่าวแต่ละข่าว เพื่อให้เลือกเข้าไปอ่านเนื้อข่าวโดยละเอียดอีกครั้ง



ภาพที่ 24 การนำเสนอเนื้อหาจากหน้าข่าวหลักของ WEB Site อสมท.

นอกจากข่าวเด่นประจำวันแล้วในหน้าข่าวหลักยังประกอบด้วย 1.หน้า TNA Online ซึ่งเป็นการให้บริการกับลูกค้าที่เป็นสมาชิกของสำนักข่าวไทย 2.หน้า IT News เป็นข่าวและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งมีซอฟต์แวร์ให้ดาวน์โหลดฟรี 3.หน้าประมวลข่าว เป็นการกลั่นกรอง การวิเคราะห์สรุปข่าวและเหตุการณ์ที่น่าสนใจในสื่อต่างๆโดยทีมข่าวสำนักข่าวไทย ซึ่งจะมีการนำเสนอประมวลข่าวทุกเช้าแบ่งเป็นประมวลข่าวประจำวัน ประมวลข่าวเศรษฐกิจ และมีการนำเสนอในภาคภาษาอังกฤษด้วย

แต่ต้องสมัครสมาชิกก่อนจึงจะสามารถใช้บริการได้ 4.หน้าทิศทางข่าว เป็นการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวที่สำคัญภายในประเทศของวันที่ผ่านมา โดยจะเป็นสรุปเนื้อหาข่าวสั้นๆแต่ละข่าวเรียงต่อกัน 5.หน้าซีพีทรูเศรษฐกิจ จะมีลักษณะเดียวกับหน้าทิศทางข่าว แต่จะเน้นเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจ

นอกจากจะมีหน้าข่าวหลักที่เป็นภาษาไทยแล้ว WEB Site ของ อสมท.ยังมีการเสนอข่าวเป็นภาษาอังกฤษด้วยในหน้า English News โดยแบ่งการนำเสนอเป็น Today Headline, Today in Asian, Digest, Feature, Sport, TV, Radio และมีฐานข้อมูลให้เรียกดูย้อนหลัง (Archive) ได้ 7 วัน นอกจากนี้ยังมีช่องทางเชื่อมโยง (Link) ไปยัง WEB Site ของสื่อมวลชนในต่างประเทศด้วย

ในส่วน of สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 นอกจากการนำสัญญาณโทรทัศน์ถ่ายทอดสดผ่านอินเทอร์เน็ตแล้ว ยังมีการบันทึกข้อมูลของรายการที่ออกอากาศไปแล้วเป็นสัญญาณดิจิทัลในรูปแบบของ VDO File เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกชมรายการย้อนหลังได้ตามต้องการ สำหรับรายการที่มีการเก็บบันทึกไว้ได้แก่ ข่าวภาคค่ำซึ่งสามารถเรียกดูย้อนหลังได้หนึ่งอาทิตย์ รายการฟุตบอล ฟุตบอล ฟุตบอล รายการช่อง 9 การ์ตูน รายการภาษาไทยในจอ และรายการก้าววันใหม่ นอกจากนี้จะมีผังรายการของช่อง 9 ในแต่ละวัน และข้อมูลเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 9



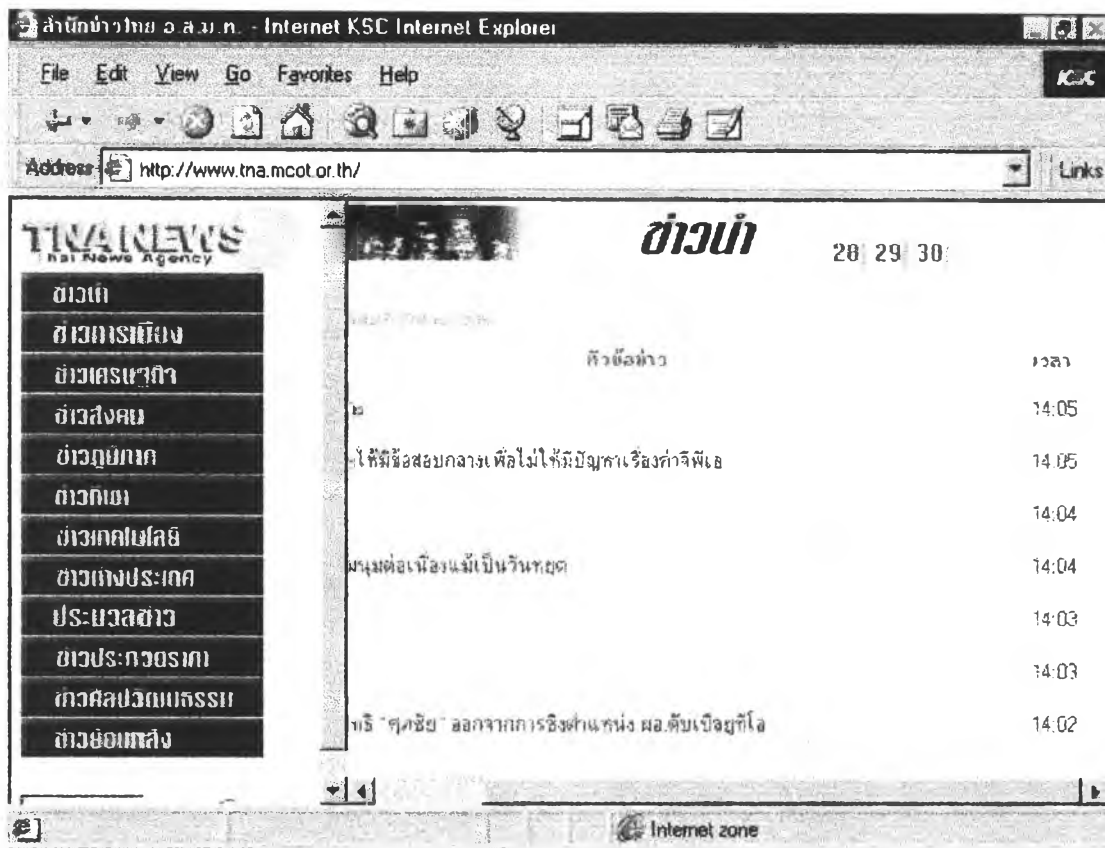
ภาพที่ 25 แสดงหน้าจอ WEB Casting ของ อสมท.

ส่วนข้อมูลจากสถานีวิทยุ FM100.5MHz จะเป็นการนำสัญญาณวิทยุออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต และมีการบันทึกข้อมูลให้เรียกฟังย้อนหลัง โดยแบ่งเป็นส่วนของ 100.5 Entertainment ซึ่งจะบันทึกข้อมูลในเรื่องของภาพยนตร์ เพลง วาไรตี้ และ Special Focusให้สามารถเรียกชมรายการย้อนหลังได้ 1 สัปดาห์ และส่วนของรายการ IT 100.5 ซึ่งจะเก็บบันทึกสรุปข่าวไอทีและบทความเด่นที่ออกอากาศย้อนหลังไว้ 1 เดือน รวมทั้งตารางเวลาการออกอากาศ



ภาพที่ 26 แสดงหน้าจอการนำสัญญาณวิทยุ FM 100.5 MHz ออกอากาศสดผ่านอินเทอร์เน็ต

สำหรับสำนักข่าวไทยจะเน้นการนำเสนอข่าว และความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ โดยจะปรับเปลี่ยนข่าว (Update) ตลอดทั้งวันและทุกวันไม่เว้นวันหยุด จะมีการระบุเวลา Update ของแต่ละข่าวเอาไว้ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสำคัญของเหตุการณ์และน้ำหนักของข่าว หากเป็นข่าวที่สำคัญจะมีการรายงานข่าวทันทีในลักษณะของ Real Time โดยจะมีทีมงานที่ทำอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ตัดสินใจ ถ้าข่าวปกติก็จะรายงานทางวิทยุก่อน เพราะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตจะใช้ข่าวที่ส่งเข้ามาสำหรับการรายงานข่าวทางวิทยุ สำหรับการนำเสนอจะแบ่งประเภทของข่าวเป็นข่าวนำ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ภูมิภาค กีฬา ไอที ศิลปวัฒนธรรม ต่างประเทศ ข่าวประกวดราคา และ รายงานพิเศษ โดยจะมีฐานข้อมูลให้เรียกดูข่าวย้อนหลังได้ 1 เดือน



ภาพที่ 27 แสดงการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวไทย ซึ่งจะมีการระบุนเวลา Update ข่าวไว้ด้วย

นอกจากข้อมูลของสื่อในเครือ อสมท.แล้ว WEB Siteของ อสมท.ยังนำเสนอข้อมูลทางด้านบันเทิงอื่นๆด้วยในหน้าของ Variety ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อภาพยนตร์ เพลง หนังสือ และนิทาน โดยจะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มานำเสนอทั้งในรูปแบบของข้อความและมัลติมีเดีย และยังมีกรเปิดหน้าเป็นเวทีให้ผู้ใช้ได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจจากสังคม ในลักษณะของกระทู้สดด้วย เช่นความคิดเห็นต่อกรณีที่ดิน กทม.กำหนดเขต Zoning ปลอดภัยขบวนถนน 3 สาย หรือเรื่องปาฏิหาริย์พระสุพรรณกัลยา นอกจากนี้ WEB Site ของ อสมท.ยังมีการรวบรวมรายชื่อWEB Siteที่น่าสนใจเข้าเป็นหมวดหมู่และสร้างเป็นช่องทางเชื่อมโยง (Link) ไปยัง WEB Site เหล่านั้น ได้แก่ Free E-Mail Pager สายการบิน ธนาคาร สถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ บริษัทISP โรงแรม และการพยากรณ์อากาศ

คุณชิตณรงค์ คุณะกฤดากร ได้เสนอความคิดเห็นว่า WEB Site ของสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวจะต้องมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลอยู่ตลอดเวลา มีความละเอียดและมีความหลากหลายของข้อมูล ไม่จำเป็นต้องมีลูกเล่นที่หวือหวามากนัก เช่น ภาพกราฟฟิกสวยๆ แต่จะต้องเน้นคุณค่าของเนื้อหาและความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลเป็นหลัก สำหรับรูปแบบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตควรจะมีการเสนอหัวข้อข่าวก่อน เพื่อให้ผู้อ่านได้เลือกข่าวที่สนใจ หลังจากนั้นจึงเข้าไป

เลือกอ่านเนื้อหาข่าวโดยละเอียดของแต่ละข่าว เพราะการอ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตผู้อ่านจะต้องใช้เวลาในการค้นหาข่าวที่ต้องการอยู่านพอสมควร

ส่วนเนื้อหาข่าวก็จะต้องสั้นและกระชับเพื่อไม่ให้เสียเวลา Download ข้อมูลนานมากนัก และควรจะมีฐานข้อมูลเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าไปดูข่าวหรือข้อมูลย้อนหลังได้ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านสามารถประมวลความรู้ได้สมบูรณ์มากขึ้น รวมทั้งจะต้องมีช่องทางให้ผู้อ่านติดต่อเข้ามาเพื่อข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นต่อข่าวได้ด้วย สำหรับรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตเชื่อว่าจะไม่มีการกำหนดรูปแบบที่แน่นอนตายตัวเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ แต่จะมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนออยู่ตลอดเวลา เพราะคอมพิวเตอร์เป็นสื่อที่ได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถใช้งานได้คล่องตัวมากที่สุด

#### 10. กรมประชาสัมพันธ์

การทำอินเทอร์เน็ตของกรมประชาสัมพันธ์ จะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งได้แก่ สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย FM92.5MHz และสถานีโทรทัศน์ช่อง11 มาขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตโดยมีศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์เป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินการ โดยจะเน้นการรายงานข่าวสารทั่วไป และประชาสัมพันธ์ข่าวจากหน่วยงานราชการต่างๆ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรสื่อมวลชน โดยมีการนำเสนอข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และมีการปรับเปลี่ยนข่าวและข้อมูลทั้งวัน แต่จะเริ่มปรับเปลี่ยนประมาณ 10 โมงเช้าของแต่ละวัน เนื่องจากเป็นการทำงานระบบราชการ จึงต้องรอเวลาทำงานและรอให้เจ้าหน้าที่มาพร้อมเสียก่อน นอกจากนี้ก็มีการนำเสนอข้อมูลทางด้านบันเทิงอื่นๆเพิ่มเติมด้วย ในมุมมองคดีมีเดีย เช่นเลือกรับฟังเพลงผ่านอินเทอร์เน็ต

สำหรับการรายงานข่าวจะแบ่งการนำเสนอตามประเภทของข่าว และในข่าวแต่ละประเภทก็จะแบ่งลักษณะการนำเสนอตามหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่นข่าวเศรษฐกิจจะแบ่งเป็นข่าวจากกระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบัน และหน่วยงานเอกชน หรือข่าวการเมืองจะแบ่งเป็นข่าวทำเนียบรัฐบาล และรัฐสภา โดยจะมีการบอกวันเวลาที่ปรับเปลี่ยนข่าว และมีฐานข้อมูลให้เรียกดูข่าวย้อนหลัง (Archive) ได้ 1 เดือน

การแบ่งประเภทของข่าวจะแบ่งเป็น 1.หน้าข่าวเศรษฐกิจ 2.หน้าข่าวประจำวันซึ่งประกอบด้วย ข่าวในราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวความมั่นคง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ข่าวกีฬา 3.หน้าข่าวภูมิภาค 4.หน้าข่าวจากหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นการสรุปข่าว บทความ

และบทบรรณาธิการที่น่าสนใจจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ 5.หน้าบริการสารสนเทศเป็นข่าวการรับสมัครงาน ข่าวประกวดราคา ข่าวบริการ อุตสาหกรรม และธุรกิจสารเช่นราคาทองคำ อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน 6.หน้าบทความพิเศษจะเป็นรายงานพิเศษที่จัดทำโดยสำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ เช่นวิเคราะห์ข่าวต่างประเทศ รวมถึงแถลงการณ์ของรัฐบาลเช่นนโยบายของรัฐบาล 7.หน้ารัฐบาล รายงานประชาชนซึ่งเป็นรายงานผลการประชุมคณะรัฐมนตรี

สำหรับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 มีการนำสัญญาณโทรทัศน์ออกอากาศสดผ่านทางอินเทอร์เน็ต และมีการบันทึกข้อมูลเก็บไว้ในรูปแบบของ VDO File เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกกลับมาดูภายหลังได้ โดยแบ่งการนำเสนอเป็นข่าวในราชสำนัก ข่าวในประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวจากรัฐสภา ข่าวและรายการกีฬา ข่าวและรายการการศึกษา Kid Club, Teen Club, Sigh-Seeing และข้อมูลเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 รวมถึงกำหนดการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศของทางสถานี



ภาพที่ 28 แสดง Homepage ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์

ส่วนสถานีวิทยุ FM92.5MHz นอกจากจะนำรายการปกติของทางสถานีออกอากาศสดผ่านทางอินเทอร์เน็ตแล้ว จะมีการบันทึกข่าวที่ออกอากาศไปแล้วเก็บไว้ในรูปแบบ Real Audio File

เพื่อให้ผู้ใช้เลือกฟังทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยจะแบ่งเป็นข่าวภาคเช้า ข่าวเที่ยงวัน ข่าวภาคค่ำ และรายงานพิเศษ นอกจากนี้จะมีการเชื่อมโยง (Link) ไปยัง WEB Site ของ Radio Thailand ซึ่งเป็น WEB Site ของสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยภาคภาษาอังกฤษ ซึ่งมีทั้งการออกอากาศสดทางอินเทอร์เน็ตและการบันทึกข้อมูลเก็บไว้ให้เรียกฟังเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 29 แสดง Homepage ของ Radio Thailand

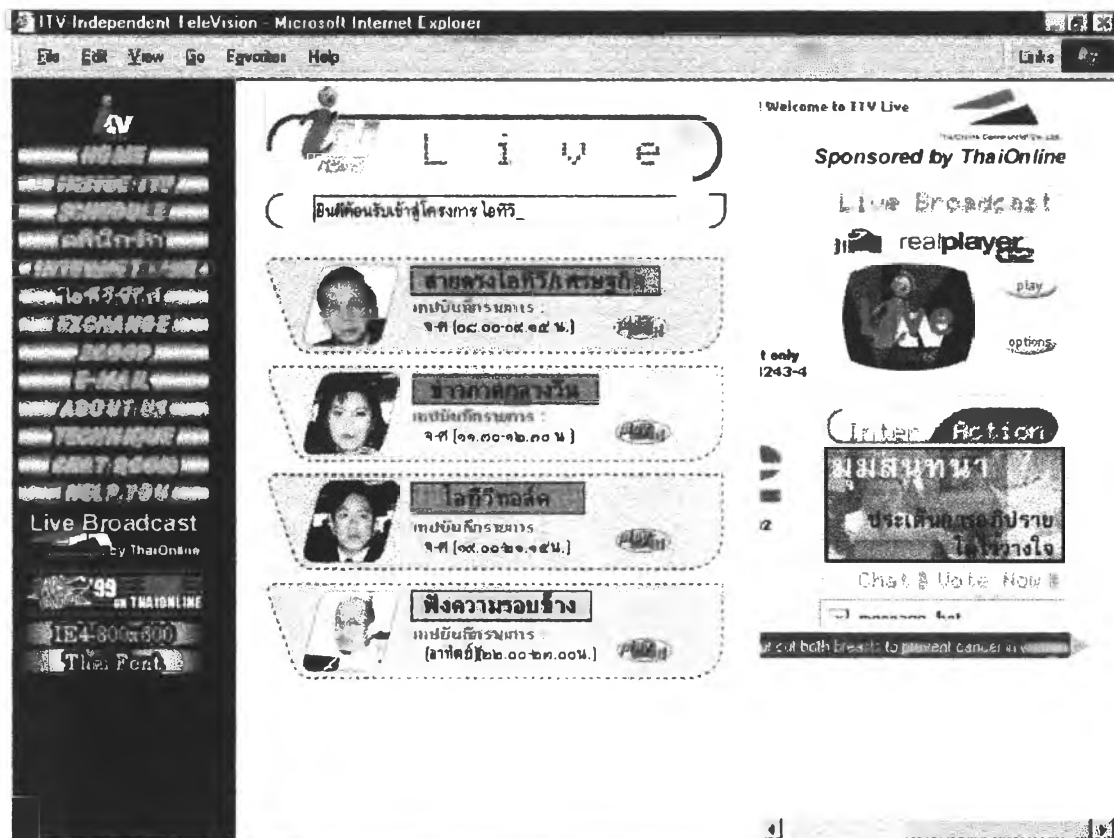
นอกจากนี้ WEB Site ของกรมประชาสัมพันธ์ยังเน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสื่อมวลชนด้วย ได้แก่ ประวัติการสื่อสารมวลชนในประเทศไทย กฎหมายและกฎระเบียบของสื่อมวลชน รายชื่อและสถานที่ติดต่อของสื่อมวลชนในประเทศไทย โดยแบ่งเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สำนักข่าวต่างประเทศที่มีสาขาในประเทศไทย บริษัทผลิตโฆษณา บริษัทให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) รวมทั้งมีการสร้างช่องทางเชื่อมต่อ (Link) ไปยัง WEB Site ของสื่อมวลชนต่างๆ

จุดมุ่งหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่งของของ WEB Site กรมประชาสัมพันธ์คือ การทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งข้อมูลทั่วไปของประเทศไทยผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งเป็นภาษาไทยและเป็นภาษาอังกฤษไปสู่ต่างประเทศ เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว 76 จังหวัด การสร้างช่องทางเชื่อมต่อ (Link) ไปยัง WEB Site Amazing Thailand พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ โครงการไทยช่วยไทย WEB Site ของนายกรัฐมนตรี

และสำนักนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ก็จะมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ เช่น ประวัติความเป็นมา โครงสร้างและความรับผิดชอบ เครือข่ายและสถานที่ติดต่อ รวมถึงการส่ง E-mail แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

### 11. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

การนำเสนอข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในปัจจุบัน จะเน้นการนำเสนอในรูปแบบของมัลติมีเดีย โดยการนำสัญญาณโทรทัศน์มาถ่ายทอดสดผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีบริษัท Thai Online เป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินการ และมีการเก็บบันทึกข้อมูลรายการที่ได้ ออกอากาศไปแล้วในรูปแบบของ VDO File เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกกลับมาดูภายหลังได้ สำหรับรายการที่มีการเก็บบันทึกไว้ได้แก่ รายการสายตรงไอทีวี สายตรงเศรษฐกิจ ข่าวภาคกลางวัน ไอทีวี ทอล์ก และฟังความรอบข้าง นอกจากนี้ยังมีรายการคลินิกรัก ซึ่งสามารถเรียกชมรายการย้อนหลัง คุยสด(Chat)ผ่านอินเทอร์เน็ตกับผู้ดำเนินรายการ ฝากคำถามผ่านอินเทอร์เน็ต และนำเสนอรายละเอียดของรายการแต่ละตอนที่ออกอากาศ รวมทั้งการรายงานการแข่งขันบาสเก็ตบอล NBA ในรูปแบบ Real VDO รวมถึงการสรุปคะแนนการแข่งขันและรายงานความเคลื่อนไหวของ NBA



ภาพที่ 30 แสดงการนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี



ส่วนการนำเสนอในรูปแบบของข้อความ(Text) จะเน้นประชาสัมพันธ์รายการที่จะออกอากาศเช่น ผังรายการในแต่ละวัน เรื่องย่อหรือใจความสำคัญของรายการเด่นๆ ในแต่ละสัปดาห์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์สถานีเช่น การรายงานข่าวความเคลื่อนไหวและกิจกรรมของไอทีวี ประวัติดั้งเดิมและข้อมูลของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อธิบายการใช้เสาโทรทัศน์ ชี้แจงปัญหาด้านเทคนิค และการส่งE-mailติดต่อกับทางสถานี

นอกจากนี้ยังมีการเสนอรายงานหรือบทวิเคราะห์เกี่ยวกับข่าวและประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชนด้วย เช่น ตำนานพระสุพรรณกัลยา สรุประเบิดที่เป็นข้อสงสัยกรณี วัดพระธรรมกาย รวมทั้งมีการใช้อินเทอร์เน็ตสำรวจหรือทำวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในหัวข้อไอทีวีโพล เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร้องทุกข์กับไอทีวีผ่านทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ก็มีการนำเสนอข้อมูลและบริการอื่นๆ โดยการสร้างช่องทางเชื่อมต่อ (Link) ไปยัง WEB Site ต่างๆที่น่าสนใจเช่น หัวข้อ Bingo Search ซึ่งเป็นบริการสืบค้นข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากฐานข้อมูลของกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ การนำเสนอข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนและความเคลื่อนไหวของตลาดหลักทรัพย์

อินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีขณะนี้ จะเน้นการเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสถานีและเป็นช่องทางเสริมในการกระจายข่าวสาร ดังนั้นข้อมูลที่น่าสนใจจะเป็นเนื้อหาที่โยงกับรายการโทรทัศน์เท่านั้น ยังไม่ได้เป็นสื่อใหม่ที่จะเผยแพร่ข้อมูลนอกเหนือจากรายการของทางสถานี เนื่องจากการทำอินเทอร์เน็ตของไอทีวีขณะนี้เป็นการคงสภาพให้มีอยู่จากการที่มี WEB Site อยู่แล้วเท่านั้น ไม่ได้ใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาลง ทำให้นโยบายด้านการทำอินเทอร์เน็ตต้องลดความสำคัญลง

คุณปริษา เก่งบ้านเกาะได้แสดงความคิดเห็นว่า WEB Site ของข่าวที่จะได้รับความสนใจนั้น สิ่งสำคัญอยู่ที่ข้อมูลและกระบวนการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว เพราะผู้ที่ต้องการรับข่าวสารคงไม่ต้องการ Download ข้อมูลที่ต้องเสียเวลานาน แต่ต้องการข่าวสารที่รวดเร็ว ดังนั้นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันต่อเหตุการณ์

## 12. บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ (Manager Information Service หรือ MIS)

ในปัจจุบัน WEB Site ของเครือข่ายผู้จัดการได้หยุดการให้บริการไปแล้ว แต่ในอดีตที่ผ่านมา MIS จะเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการเรื่องอินเทอร์เน็ตและจัดเก็บฐานข้อมูลทั้งหมดของเครือข่ายผู้จัดการ แล้วนำฐานข้อมูลที่จัดเก็บไว้มาทำธุรกิจต่อ สำหรับอินเทอร์เน็ตของเครือข่ายผู้จัดการจะแบ่งเป็น 2 WEB Site ได้แก่ <http://www.managemet.com> ซึ่งนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ จะเป็นฐานข้อมูลชุด

ใหญ่ทั้งหมดของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ไม่ได้มีเฉพาะเรื่องข่าวเพียงอย่างเดียว แต่มีการวิเคราะห์ข่าว และแปลข่าวเป็นภาษาอังกฤษ และมีการทำวิจัยตามความต้องการ (Research on Demand) โดยเน้นบริการนักลงทุนต่างประเทศที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย

ส่วนอีก WEB Site หนึ่งคือ <http://enterprise.co.th> ซึ่งจะให้บริการข่าวภาษาไทยจากสิ่งพิมพ์ในเครือผู้จัดการ สำหรับการนำเสนอเนื้อหาจะมีทั้งจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน รายสัปดาห์และรายเดือน โดยทางกองบรรณาธิการของหนังสือแต่ละฉบับจะเป็นผู้คัดเลือกข้อมูลส่งมาให้ MIS นำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันจะปรับเปลี่ยน(Update)ข่าวและข้อมูลเสร็จประมาณ 8 โมงเช้าของแต่ละวัน ส่วนหนังสือรายสัปดาห์และนิตยสารรายเดือนจะนำข้อมูลเข้าสู่อินเทอร์เน็ตหลังจากหนังสือออก 1 วัน สำหรับลักษณะการนำเสนอจะเหมือนกับเนื้อหาในหนังสือพิมพ์โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และมีให้บริการสืบค้นข้อมูล (Searching) ในส่วนของหนังสือพิมพ์รายวัน รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลและบริษัทที่สำคัญเก็บบันทึกไว้ให้สามารถสืบค้นได้ด้วย

#### วิเคราะห์ผลการศึกษาตอนที่ 1

จากการศึกษาลักษณะและรูปแบบข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยพบว่า ข่าวและข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะนำมาจากข้อมูลที่น่าสนใจในสื่อหลักโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา ยกเว้นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่มีการสรุปข่าวก่อนนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่อมวลชนส่วนใหญ่เห็นว่า ข่าวและข้อมูลที่น่าสนใจบนสื่อหลักได้ผ่านการเรียบเรียงมาอย่างดีและมีความสมบูรณ์แล้ว หากต้องมาสรุปหรือปรับเปลี่ยนเนื้อหาใหม่ จะทำให้เสียเวลาและต้องใช้บุคลากรเพิ่มขึ้น ในขณะที่หน่วยงานซึ่งรับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะมีปัญหาบุคลากรไม่เพียงพออยู่แล้ว

ในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนซึ่งมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ได้แก่ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย และกรมประชาสัมพันธ์ จะมีการนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่หลากหลาย เพิ่มเติม นอกเหนือไปจากข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสื่อหลัก โดยเป็นข้อมูลที่หน่วยงานซึ่งรับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ตเป็นผู้จัดหาหรือจัดทำขึ้นมาเอง

สำหรับลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ จะให้ความสำคัญกับข่าวเป็นหลัก โดยจะนำข่าวทั้งหมดขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต แต่ในบางองค์กรอาจจะมีการคัดเลือกข่าวหน้าในเพียงบาง

ข่าวที่สำคัญเท่านั้น เช่นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ส่วนคอลัมน์จะคัดเลือกเฉพาะคอลัมน์ที่มีผู้ติดตามอ่านมากเท่านั้น นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะมีฐานข้อมูลให้เรียกดูฉบับย้อนหลัง (Archive) ได้ และบางฉบับอาจเพิ่มบริการสืบค้นตามหัวเรื่องหรือคำสืบค้น (Search) ด้วย

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุ จะให้ความสำคัญกับการนำเสนอสัญญาณโทรทัศน์หรือวิทยุมาออกอากาศสดผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เพราะนโยบายของสถานีโทรทัศน์และวิทยุส่วนใหญ่ ต้องการจะให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเสริมในการแพร่กระจายข่าวสารสำหรับสื่อหลัก นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์และวิทยุจะทำหน้าที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดของรายการต่างๆที่จะออกอากาศทางสถานี รวมทั้งเก็บบันทึกบางรายการที่ออกอากาศไปแล้วไว้ในรูปของ VDO File และ Real Audio เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกกลับมาดูหรือมาฟังภายหลังได้ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สำคัญของอินเทอร์เน็ต

แต่อย่างไรก็ตาม สถานีโทรทัศน์และวิทยุได้ให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมากเช่นกัน โดยมีการนำเสนอข่าวในรูปแบบของข้อความ (Text) ด้วย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวอยู่ตลอดเวลาสอดคล้องกับเวลาการออกอากาศทางโทรทัศน์ ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ไอทีวีที่ไม่มีการรายงานข่าวในลักษณะของข้อความ นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุทุกแห่ง จะมีการเก็บบันทึกข่าวที่ได้ออกอากาศไปแล้วไว้ในรูปของ VDO File และ Real Audio เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกดูข่าวย้อนหลังได้

นอกจากนี้ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏเหมือนกัน บนอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนทุกแห่ง คือ การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์กรในด้านต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพเป็นมา ผู้บริหาร รายละเอียดขององค์กรและบริษัทในเครือ รวมทั้งช่องทางในการส่ง E-mail เพื่อติดต่อกับองค์กร

สำหรับรูปแบบการนำเสนอข่าวและข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต จะแตกต่างกับรูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏในสื่อหลัก โดยจะมีการจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่และเป็นลำดับชั้นของการเข้าถึงข้อมูล เพื่อให้เหมาะสมกับการนำเสนอผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ซึ่งมีพื้นที่จำกัด และเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาข้อมูลของผู้ใช้ แต่จะไม่มีมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอที่แน่นอนเป็นสากลเช่นเดียวกับหน้าหนังสือพิมพ์ จะมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนออยู่ตลอดเวลา โดยองค์กรสื่อมวลชนต่างๆ มักจะมีการปรับเปลี่ยนหน้าตาของWEB Pageอยู่เสมอ

ในส่วนของรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะนำเสนอเฉพาะหัวข้อข่าวในหน้าแรก เพื่อให้ผู้อ่านตัดสินใจเข้าไปเลือกอ่านเฉพาะเนื้อหาข่าวของหัวข้อข่าวที่สนใจอีกครั้งหนึ่ง แต่บางองค์กรอาจจะนำเสนอทั้งหัวข้อข่าวพร้อมกับบรรคณาในหน้าแรกด้วย การจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะใช้วิธีการเรียงลำดับตามความสำคัญ โดยจะนำข่าวที่มีความสำคัญหรือเด่นกว่าไว้ในอันดับแรก และต่อด้วยข่าวที่มีความสำคัญรองลงมา เนื่องจากหัวข้อข่าวทุกข่าวจะมีขนาดเท่ากัน แต่ถ้าเป็นองค์กรที่มีการปรับเปลี่ยนข่าว (Update) อยู่ตลอดเวลา จะเรียงลำดับตามเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนข่าว เพราะเป็นจุดเด่นที่แสดงให้เห็นว่า WEB Site นั้นมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา สำหรับการใส่ภาพประกอบข่าวบนอินเทอร์เน็ตจะไม่เน้นมากนัก ส่วนใหญ่จะนำเสนอภาพข่าวเด่นเป็นภาพใหญ่เพียงภาพเดียว และอาจจะมีภาพเล็กๆประกอบในบางข่าว

นอกจากนี้ผู้รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ต่างหวังจะให้ WEB Site ของตนมีการรายงานข่าวในลักษณะ Breaking News คือมีการรายงานข่าวด่วนทันทีที่มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในลักษณะของ Real Time เพราะยอมรับว่าการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวอยู่ตลอดเวลาและรวดเร็วเป็นหัวใจสำคัญของ WEB Site ด้านข่าว สำหรับ WEB Site ของสื่อมวลชนที่มีการรายงานข่าวในลักษณะ Breaking News อยู่บ้างคือเดอะเนชั่น แต่ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวต่างประเทศ หรือสำนักข่าวไทยที่พยายามจะนำข่าวขึ้นอินเทอร์เน็ตหลังจากออกอากาศทางวิทยุแล้ว รวมทั้งการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ที่พยายามจะปรับเปลี่ยนข่าวให้ทันเหตุการณ์ภายหลังจากข่าวออกอากาศทางโทรทัศน์แล้ว

รวมทั้งอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย ยังมีการนำเสนอข้อมูลโดยการสร้างช่องทางเชื่อมต่อ (Link) ไปยัง WEB Site อื่นๆด้วย ที่พบมากที่สุดคือ การเชื่อมต่อไปยัง WEB Site ที่ให้บริการข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการพยากรณ์อากาศ นอกจากนี้จะมีการเชื่อมต่อไปยัง WEB Site ขององค์กรสาธารณะต่างๆ เช่น WEB Site พระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ WEB Site Amazing Thailand ส่วนการเชื่อมต่อกับองค์กรสื่อมวลชนหรือบริษัทเอกชนอื่นๆ จะมีเฉพาะที่มาลงโฆษณาหรือมีสัญญาแลกเปลี่ยนระหว่างกันเท่านั้น ยกเว้น WEB Site องค์กรสื่อมวลชนของรัฐเช่น อสมท. และกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการด้านข่าวสารข้อมูลอยู่แล้ว จะมีการรวบรวมรายชื่อ WEB Site ของสื่อมวลชนหน่วยงานราชการและ WEB Site อื่นๆที่น่าสนใจไว้เป็นจำนวนมาก

สำหรับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อรูปแบบของ WEB Site นำเสนอข่าวที่เหมาะสม นั้น เห็นว่าควรจะค้นหาข้อมูลได้ง่ายและสะดวก มีหน้าตาที่สะอาด ไม่จำเป็นจะต้องมีลูกเล่นหรือภาพกราฟฟิกมากนัก แต่จะต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ไม่เสียเวลาในการเรียกดูข้อมูล

นานเกินไป ตัวอย่างที่ดีของ WEB Site เกี่ยวกับข่าวคือ CNN ซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอที่สะอาด เรียบง่าย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และมีการปรับเปลี่ยนข่าวอย่างรวดเร็ว เมื่อข่าวออก อากาศทางโทรทัศน์ก็จะนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตทันที แต่ทั้งนี้ CNN มีการจัดตั้งกองบรรณาธิการอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ คือ CNN Interactive ซึ่งมีพนักงานกว่า 200 คน และมีการพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไว้รองรับอยู่ตลอดเวลา

## ตอนที่ 2 ลักษณะการสื่อสารทวิศัพน์ (Interactive) บนอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตคือการสื่อสารในลักษณะทวิศัพน์ (Interactive) ซึ่งทำให้การติดต่อระหว่างองค์กรสื่อมวลชนและผู้รับสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็วชนิดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยสื่อมวลชนทุกแห่งได้นำคุณสมบัติดังกล่าวมาใช้ในการติดต่อกับผู้รับสาร ทั้งการรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ (Feedback) ในด้านต่างๆจากผู้รับสารผ่านทาง การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การคุยสด (chat) ผ่านอินเทอร์เน็ตที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบซึ่งกันและกันทันที และการทำวิจัยสำรวจความคิดเห็น (Poll) ของประชาชนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งการสำรวจจำนวนและลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาพบว่า การติดต่อกลับ (Feedback) ของผู้รับสาร ที่ส่งเข้ามาถึงหน่วยงานที่จัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชน โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำเสนอของตัวอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อเสนอแนะต่อการจัดหน้า WEB Page ข้อมูลที่ควรจะนำเสนอเพิ่มเติม การเข้ามาทักทาย แสดงความชื่นชมหรือขอบคุณที่ทำให้ทราบข่าวและความเคลื่อนไหวในเมืองไทย และการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องทางเทคนิคของอินเทอร์เน็ต หรือต่อว่าในกรณีที่เราเรียกเข้าข้อมูลได้ล่าช้าและยากลำบาก ในขณะที่ Feed back ซึ่งแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข่าว หรือเนื้อหาข้อมูลมีไม่มากนัก แตกต่างกับ Feedback ที่ผู้รับสารส่งกลับไปยังสื่อหลักโดยช่องทางปกติ ซึ่งจะเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข่าว หรือเนื้อหาข้อมูลที่น่าเสนอเป็นส่วนใหญ่

เหตุผลหนึ่งอาจจะเป็นเพราะองค์กรสื่อมวลชนไทยที่จัดทำอินเทอร์เน็ต ยังไม่มีการโต้ตอบกับผู้ส่งสารในลักษณะ Interactive อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณปริษา เกห์บ้านเกาะ ที่กล่าวถึงการสื่อสารแบบทวิศัพน์บนอินเทอร์เน็ตว่า “ถ้า WEB Site ไหนมีการโต้ตอบกับผู้รับสาร ยังเป็นการโต้ตอบสดคนก็จะชอบเข้าไปชม เพราะรู้สึกได้ว่า WEB Site นั้นมีชีวิต แต่ถ้าอะไรที่มันแห้ง ไม่มีอะไรเคลื่อนไหวมากมายก็จะไม่มี Feedback เช่นถ้าเรา Update ข่าวค่อนข้างเยอะ มี

ข่าวควน โดยเฉพาะช่วงที่มีการตอบคำถามเรื่องข่าว มีการโต้ตอบสวนกับผู้ใช้ก็จะมีคนเข้ามาเยอะ เหมือนกับเรามี Activity มีวิญญาณลงไปนั้น คือถ้าเรา Hot ไปคนอ่านก็จะ Hot มา มี Feedback ตอบโต้กันได้ แต่พอช่วงที่ผ่านมา WEB Site ของเรา Drop ลง ก็เหมือนกับมันนิ่ง ผู้อ่านก็นิ่งตามเค้า ก็ไม่เข้ามาดูมันก็ไม่มี Feedback อะไรมากมาย”

นอกจากนี้คุณชิตณรงค์ คุณะกฤดาธิการ ได้แสดงความคิดเห็นถึงเหตุผลที่ทำให้การสื่อสารลักษณะปฏิสัมพันธ์ในเรื่องข่าวบนอินเทอร์เน็ตมีไม่มากนักว่า “เหตุผลหนึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นซึ่งสนใจเรื่องของบันเทิงมากกว่า ในขณะที่ข่าวยังคงเป็นเรื่องที่ไม่ใกล้ตัวเท่าไรนัก สำหรับเรื่องข่าวถ้าวันไหนมีข่าวใหญ่ ก็จะมีคนเข้ามาดูเยอะเหมือนกัน”

ความสามารถที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการสื่อสารในลักษณะทศนิยมสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต คือทำให้องค์กรสื่อมวลชนสามารถทราบถึงจำนวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม WEB Site ในแต่ละช่วงเวลาได้ รวมถึงคุณลักษณะด้านประชากรของผู้ใช้บริการ เช่น อาชีพ สถานภาพการทำงาน ประเทศที่อยู่ ซึ่งจะเป็นโยบายต่อการนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับการหาโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต รวมถึงการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข้อมูลให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ใช้

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้อ่านที่เข้ามาเยี่ยมชม WEB Site ขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ คือประมาณ 70-85% ของผู้อ่านทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยในต่างประเทศ นอกจากนี้จะเป็นผู้ที่สนใจข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย เช่น นักธุรกิจต่างประเทศที่ทำธุรกิจติดต่อกับคนไทย หน่วยงานราชการในต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น สถิติผู้เยี่ยมชม WEB Site ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ปรากฏว่าเป็นผู้อาศัยอยู่ในต่างประเทศ 87.0% เช่น สหรัฐอเมริกา 59.3% ออสเตรเลีย 4.4% ญี่ปุ่น 3.0% อังกฤษ 2.7% เยอรมัน 2.5% แคนาดา 1.9% สิงคโปร์ 1.8% สำหรับที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยมีเพียง 13.0% (สำรวจเมื่อเดือนกรกฎาคม 2541)

สอดคล้องกับเป้าหมายในการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ ที่เน้นรองรับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่สื่อหลักเดิมไม่สามารถให้บริการได้ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ โดยเฉพาะคนไทยในต่างประเทศ สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการภายในประเทศได้แก่ ผู้ที่สนใจอินเทอร์เน็ตเช่น นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ต้องนั่งทำงานอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ แต่ก็มีองค์กรสื่อมวลชนบางแห่งที่กำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักเป็นคนภายในประเทศเช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 เนื่องจากกำหนดนโยบายที่จะให้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนเสริมการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์รายการทางโทรทัศน์สำหรับภายในประเทศ

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของบุคคลที่มีความรู้ และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาตอนที่ 3 เป็นการรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย และความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย จากผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider หรือ ISP) นักวิชาการ และผู้ที่อยู่ในวงการสื่อมวลชน

#### ผู้บริหารของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

สำหรับการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้บริหารของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการสัมภาษณ์ 1. ศ.ดร. ศรีศักดิ์ จามรมาน ประธานกลุ่มบริษัทเคเอสซี 2. คุณ วิวัฒน์วงศ์ วิจิตรวาทการ ประธานบริษัทล็อกเล็ช อินฟอร์เมชัน เซอร์วิส 3. คุณมรกต กุลธรรมโยธิน ผู้จัดการทั่วไปบริษัทอินเทอร์เน็ต ประเทศไทย

#### ความคิดเห็นต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่า ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังเป็นไปได้ช้าและอยู่ในแควงที่จำกัด เนื่องจากมีปัญหาหลายประการที่ทำให้จำนวนผู้ใช้ยังไม่มากนัก ปัญหาแรกคืออัตราค่าบริการในการใช้อินเทอร์เน็ตมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้เป็นการขีดวงของผู้ใช้ไปในตัว นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคเรื่องความรู้ความเข้าใจภาษาอังกฤษ เพราะการติดต่อสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ปัญหาต่อมาคือความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์และการเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซึ่งประเทศไทยยังมีการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ ในขณะที่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีโมเด็มสำหรับต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตก็ยังมีจำนวนน้อยลงไปอีก

นอกจากนี้ปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ซบถดถอย ได้ส่งผลต่อการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก เพราะทำให้ต้นทุนของ ISP สูงขึ้น ส่งผลให้การปรับปรุงการให้บริการชะงักไป ในขณะที่จำนวนผู้ใช้บริการก็ลดลง โดยมีลูกค้าขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงครึ่งหนึ่งของจำนวนที่ ISP แต่ละแห่งเคยคาดการณ์ไว้เท่านั้น แต่จำนวนผู้ใช้ได้ขยายตัวดีขึ้นในบางภาคธุรกิจ โดยเฉพาะที่ต้องติดต่อกับต่างประเทศ เช่น ธุรกิจการส่งออก รวมถึงหน่วยงานราชการและสถาบันการศึกษาที่เริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น เครือข่ายไทยสารที่มีการเชื่อมต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างจังหวัด รวม

ถึงการขยายการให้บริการอินเทอร์เน็ตไปยังโรงเรียนต่างๆผ่านโครงการเครือข่าย School NET สำหรับผู้ใช้บริการส่วนบุคคลขยายตัวมากในกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป รวมทั้งในกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา

สำหรับปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดให้น้ำหนักความสำคัญว่า จะช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้คือ นโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนด้านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ(ไอที) เพราะนโยบายของรัฐบาลในขณะนี้ยังไม่ได้สนับสนุนด้านไอทีอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของประเทศที่ยังมีข้อจำกัดอยู่ เช่น ข้อจำกัดของบริการโทรศัพท์และเครือข่ายโทรศัพท์ไม่เพียงพอ

นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในเรื่องการผูกขาดการให้สัมปทานบริการอินเทอร์เน็ต และบริการสื่อสารระหว่างประเทศของการสื่อสารแห่งประเทศไทย(กสท.) และการที่ กสท.เข้ามาถือหุ้นลมใน ISP บริษัทละ 32 % ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการให้บริการอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยมีราคาแพงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคนี้ ทำให้อัตราค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีราคาสูงตามไปด้วย

ถึงแม้ว่าอุปสรรคดังกล่าวจะได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นจากการเปิดเสรีโทรคมนาคมตามข้อตกลงกับ WTO ในปี ค.ศ.2006 ก็ตาม ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยต้องมีการแปรรูป กสท. รวมทั้งการแก้ไขแผนแม่บทโทรคมนาคมเพื่อรองรับกับการเปิดเสรี และการเข้ามาบรรษัทข้ามชาติ แต่การเปิดเสรีดังกล่าวยังต้องใช้เวลาอีกถึง 7 ปี เมื่อถึงเวลานั้นบริษัทในประเทศไทยก็ไม่สามารถจะพัฒนาให้แข่งขันกับบริษัทต่างชาติที่เข้ามาได้ ดังนั้น กสท.ควรจะเร่งรัดการเปิดเสรีสำหรับตลาดอินเทอร์เน็ตให้เร็วกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปี ค.ศ.2006

รวมทั้งรัฐบาลจะต้องส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างจริงจังมากขึ้น เช่น มีการลดราคาเช่าสายไปต่างประเทศให้กับ ISP เพราะผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าทาง ISP ไม่สามารถจะลดราคาค่าบริการลงได้มากกว่านี้อีกแล้ว เพราะราคาในปัจจุบันนี้ก็ยังมี ISP รายใดที่มีกำไร และเชื่อว่าในอนาคตคงจะมี ISP ที่ต้องปิดการให้บริการไปพอสมควร ดังนั้นหากจะให้มีการปรับลดราคาของรัฐบาลจะต้องเข้ามาช่วยเหลือ ISP ด้วย เช่น ในกรณีของประเทศมาเลเซียที่รัฐบาลเข้ามาควบคุมราคาคอนเทนต์เน็ต และช่วยเหลือผู้ให้บริการหากทำให้เกิดการขาดทุนขึ้น

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ รัฐบาลจะต้องส่งเสริมให้การทำธุรกิจหรือการค้าขายบนอินเทอร์เน็ต (Electronic Commerce) มีความแพร่หลายมากขึ้น เพราะถ้าหากประเทศไทยเริ่มต้นซ้าก็



จะถูกต่างประเทศยึดครองไปหมด เช่น บริษัทต่างๆ จะไปลงโฆษณากับ WEB Site ของต่างประเทศมากกว่า WEB Site ของคนไทย สำหรับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยขณะนี้เริ่มเกิดขึ้นแล้ว แต่ทุกคนอยู่ในขั้นของการศึกษา ยังไม่มีใครกล้าจะทำอย่างจริงจัง เพราะการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถสร้างรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเอง รวมถึงกติกาหรือกฎหมายที่ใช้บังคับในเรื่องดังกล่าวยังไม่มี เช่น กฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมบนคอมพิวเตอร์ และธนาคารไทยยังไม่ยอมรับการชำระเงินค่าสินค้าหรือค่าบริการด้วยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นในระหว่างนี้จึงเป็นช่วงของการพัฒนา และเป็นช่วงที่ต่างคนต่างหาแนวทางว่าจะเป็นอย่างไรต่อไป โดยทุกคนรู้ว่าการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะต้องเกิดขึ้น แต่ทำอย่างไรจึงจะไปถึงจุดที่ประสบความสำเร็จได้

ดังนั้นการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนี้ นับว่าเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการพัฒนา เพราะมีปัจจัยที่เข้ามามีอิทธิพลและกระทบหลายประการ เช่น เรื่องภาวะเศรษฐกิจ เรื่องของการลงทุน แต่ผู้ให้สัมภาษณ์เชื่อว่าการใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถขยายตัวได้ต่อไป โดยสังเกตได้จาก ISP แต่ละรายยังมีจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการใหม่เพิ่มขึ้นในแต่ละเดือน แต่การขยายตัวในขณะนี้จะมีลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป

ความคิดเห็นในเรื่องการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

ศ.ดร.ศรีศักดิ์ จามรมาน ประธานกลุ่มบริษัทเคเอสซี แสดงความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยว่า ในขณะนี้สื่อมวลชนแทบทุกแห่งได้ขึ้นไปอยู่บนอินเทอร์เน็ตแล้ว แต่เหตุผลที่อินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยยังไม่ขยายตัวมากนัก เป็นเพราะจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศยังมีไม่มากพอ และ 80% ของผู้ใช้ทั้งหมดเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา เพราะฉะนั้นจึงยังไม่มีตลาดผู้อ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตมากนัก แต่ต่อไปหากมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตก็จะขึ้นไปเองโดยอัตโนมัติ เช่นในสหรัฐปัจจุบันนี้มีคนดู CNN ผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าโทรทัศน์ รวมทั้งหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ก็ขึ้นไปอยู่บนอินเทอร์เน็ตทั้งหมดแล้ว

สำหรับการสร้างรายได้และการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยนั้น หากไม่มีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจเกิดขึ้นจะมีทางเป็นไปได้อย่างแน่นอน เช่น การทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนในต่างประเทศซึ่งมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาพอสมควร แต่สำหรับในประเทศไทยขณะนี้การหารายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตยังเป็นเรื่องที่ยากลำบากพอสมควร เพราะบริษัทต่างๆ ได้ปรับลดงบประมาณด้านการโฆษณาลง ดังนั้นการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอาจจะต้องรอ

ให้ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวเสียก่อน จึงจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากขึ้น รวมทั้งสินค้าที่เหมาะสมจะโฆษณาหรือขายบนอินเทอร์เน็ตมีไม่มากนัก เพราะจะต้องคัดเลือกสินค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการในขณะนี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา

ส่วนการสร้างรายได้ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การรับสมัครสมาชิกหรือการขายฐานข้อมูลก็มีความเป็นไปได้เช่นกัน แต่ทั้งนี้ต้องเป็นข้อมูลที่ดีและมีความพิเศษที่สามารถจะดึงดูดลูกค้าได้ ที่ผ่านมามีสื่อมวลชนไทยทดลองดำเนินการมาแล้วเช่น หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ และหนังสือพิมพ์วิญจักร แต่ไม่ประสบความสำเร็จเพราะไม่มีผู้ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย รวมทั้งข้อมูลที่มีความพิเศษและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคก็หาได้ยากสำหรับในประเทศไทย ดังนั้นการสร้างรายได้การขายพื้นที่โฆษณาจะมีโอกาสประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้มากกว่า

สำหรับแนวคิดที่จะมีการรวบรวมข้อมูลจากสื่อมวลชนและจากองค์กรต่างๆ เข้ามาไว้ที่เดียวกันเพื่อขายให้กับสมาชิกนั้น ที่ผ่านมามีคนคิดที่จะทำเพื่อขายให้กับคนไทยในสหรัฐเช่นกัน แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบดงจึงไม่มีผู้ลงทุน เพราะการดำเนินการในลักษณะดังกล่าวจะต้องลงทุนค่อนข้างสูงในการรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลเข้าสู่อินเทอร์เน็ต แล้วมีการจัดรูปแบบให้สะดวกต่อการใช้ และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นความคิดนี้จึงยังไม่เกิดขึ้น

ในปัจจุบันบริษัทเคเอสซีมีการเปิด WEB Site ชื่อไทยคาสต์ (<http://www.thaicast.ksc.net>) ซึ่งเป็น WEB Site ด้านบันเทิงที่ร่วมมือกับองค์กรสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อรวบรวมรายการของแต่ละแห่งมานำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งในรูปแบบการออกอากาศสดผ่านอินเทอร์เน็ต และการบันทึกข้อมูลไว้ในลักษณะมีดัดมีเดีย เพื่อให้เรียกชมได้ตามความต้องการ โดยในขณะนี้ยังเป็นการให้บริการสาธารณะ

สำหรับองค์กรสื่อมวลชนที่ร่วมมือกับบริษัทเคเอสซี ได้แก่ สถานีวิทยุกองทัพบกช่อง 7 องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุ FM97MHz Trinity Radio บริษัท BNT & Channel V ซึ่งเป็นเจ้าของรายการวิทยุ 94.5FM, 103.5FM และรายการ Channel V บริษัท RS Music บริษัท Bakery Music บริษัทเวิร์คพอยด์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ บริษัทกันตนา เอ็นเทอร์เทนเมนท์ บริษัท Columbia Picture บริษัท Tristar Picture บริษัท United International Picture และบริษัท United Artist Theaters

ความคิดเริ่มแรกนั้นคาดว่าจะมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาใน WEB Site นี้เป็นจำนวนมากพอสมควร โดยเฉพาะโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับคนไทยในต่างประเทศ แล้วจะมีการแบ่งรายได้

จากการโฆษณากับสื่อมวลชนที่เข้าร่วมกัน แต่เนื่องจากเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจขึ้น จึงทำให้ยังไม่มีผู้มาลงโฆษณามากนัก แม้ว่าจะมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่คาดว่าหากภาวะเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นจะทำให้มีบริษัทเข้ามาโฆษณาได้ตามที่คาดการณ์ไว้

คุณวิวัฒน์วงศ์ วิจิตรวาทการ ประธานบริษัทล็อกเล็ช อินฟอร์เมชันเซอร์วิส แสดงความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยว่า อินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ดีมากสำหรับสื่อมวลชน แต่การสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตคงจะไม่เกิดขึ้นทันที วิธีการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตสำหรับสื่อมวลชนที่สามารถจะทำได้ คือ การขายพื้นที่โฆษณา และการหาสมาชิกหรือการขายข้อมูล แต่เห็นว่าการหาสมาชิกและการขายข้อมูลจะมีโอกาสเป็นไปได้มากกว่า แต่ทั้งนี้จะต้องมีข้อมูลที่เป็นพิเศษจริงๆ จึงจะสามารถชักจูงให้คนเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกหรือซื้อข้อมูลได้

เนื่องจากการหาโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนี้ ยังเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เพราะยังไม่มีผู้ที่จะลงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอย่างจริงจัง เนื่องจากประเด็นแรกที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะลงโฆษณาต้องพิจารณาคือ มีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นมากเพียงใด ถ้าหาก WEB Site ใดมีผู้เข้ามาใช้บริการมากโอกาสที่จะหาโฆษณาก็มีมาก เพราะสามารถจะนำตัวเลขผู้เข้าชมไปอ้างอิงได้ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับผู้ที่จะมาลงโฆษณาว่ามองภาพในอนาคตอย่างไร จะมีการลงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไว้มาก่อน หรือจะรอให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นแล้วจึงค่อยเข้ามา รวมทั้งผู้ที่จะมาลงโฆษณาต้องพิจารณาค่า ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ตด้วย เพราะในขณะนี้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นคนในต่างประเทศ หรือนักเรียน นักศึกษา

สำหรับรูปแบบการรับสมัครสมาชิกบนอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชน จะเหมาะสำหรับคนที่หาหนังสือเป็นเล่มยาก เช่น ผู้ที่อยู่ในต่างประเทศ เพราะคนในประเทศมีความง่ายในการเดินไปซื้อหนังสืออยู่แล้ว แต่ทั้งนี้การทำอินเทอร์เน็ตไม่ควรจะมองเพียงตลาดในประเทศเท่านั้น จะต้องมองไปถึงระดับโลก เนื่องจากมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ทั่วโลกเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีคนไทยกระจายอยู่ทั่วโลก โดยเฉพาะทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งมีจำนวนพิมพ์ที่เป็นจุดคุ้มทุนในการจะทำให้ได้กำไรสูงสุด หากมีการพิมพ์เกินจำนวนนี้จะทำให้กำไรที่ได้รับลดลง เพราะต้นทุนการผลิตสิ่งพิมพ์แต่ละฉบับจะมีราคาแพงกว่าราคาจำหน่าย ดังนั้นสามารถจะนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาเสริมในการรับสมัครสมาชิกได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการขายเป็นเล่มเพียงอย่างเดียว

สำหรับรูปแบบการหาสมาชิกบนอินเทอร์เน็ตที่สามารถจะทำได้ เช่น อาจจะนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตส่วนหนึ่งให้เข้ามาดูได้ฟรี แต่หากต้องการรายละเอียดมากกว่านั้น ก็จะต้องสมัคร

เป็นสมาชิก หรือการขายฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ ข้อมูลรายบริษัท ก็น่าจะสามารถสร้างรายได้ ให้เกิดขึ้นได้เช่นกัน อีกตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจได้แก่ WEB Site ชื่อ <http://www.crayon.net> ซึ่งเปิดให้ผู้ใช้เข้าไปลงทะเบียนเพื่อสร้างหนังสือพิมพ์ของตัวเองขึ้นมาได้ โดยเลือกเนื้อหาข่าวแต่ละประเภทจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆที่ผู้จัดทำรวบรวมรายชื่อไว้ เพื่อนำมาสร้างเป็นหนังสือพิมพ์ส่วนตัวของผู้ใช้แต่ละคน และจะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามที่ผู้ใช้ได้เลือกไว้ในทุกเช้า แนวความคิดนี้เป็นตัวอย่างหนึ่งที่กำลังเกิดขึ้นในต่างประเทศ และเชื่อว่าแนวโน้มต่อไปน่าจะเป็นไปในลักษณะนี้ เพราะความแตกต่างของอินเทอร์เน็ตจากสื่ออื่นๆประการหนึ่งคือ สามารถให้บริการได้ตามความต้องการของผู้ใช้แต่ละคน และสิ่งที่สำคัญในทางธุรกิจคือ ต้องมีการเสนอความคิดที่แปลกใหม่ออกไป เพราะหากเป็นของที่มีอยู่แล้วหรือสามารถได้บริการฟรีจากที่อื่นก็คงไม่สามารถจะขายได้

สำหรับบริษัทสื่ออินโฟร์มีการเปิด WEB Site ชื่อ (<http://www.intercast.loxinfo.co.th>) ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากองค์กรสื่อมวลชนต่างๆ เข้ามาไว้ในที่เดียวกันเพื่อนำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งในรูปของการออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ต และการบันทึกข้อมูลไว้ในลักษณะมัลติมีเดีย เพื่อให้เรียกชมได้ตามความต้องการ โดยคาดไว้ว่าน่าจะเป็นช่องทางสำหรับการหาโฆษณาได้ แต่ถึงแม้ว่าจะมีผลตอบรับที่ดีและมีผู้เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่การขายพื้นที่โฆษณาก็ยังเป็นเรื่องค่อนข้างยาก

สำหรับ WEB Site อินเทอร์เน็ตศาสตร์เป็นการร่วมมือกันระหว่าง บริษัทสื่ออินโฟร์ซึ่งทำธุรกิจเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) กับองค์กรสื่อมวลชนต่างๆ ดังต่อไปนี้ สถาบันวิทยุในเครือบริษัท เอ ทีวี มีเดีย บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป สถานีโทรทัศน์ไอทีวี บริษัทเจเอสแอล บริษัทเบอเกอร์ มีวสิค รายการ Channel V รายการวิทยุของบริษัทสยามสปอร์ต และรายการแม่กกาจีนหลังเลนส์ โดยในตอนแรกคาดว่ากลุ่มผู้ใช้บริการจะเป็นคนต่างประเทศมากกว่า แต่ในขณะนี้มีคนในประเทศเข้ามาดูมากเช่นเดียวกัน สำหรับการขยายโครงการระยะต่อไปจะเพิ่มการเก็บข้อมูลไว้ให้ผู้ใช้เรียกดูย้อนหลังในลักษณะ On Demand มากขึ้น และจะพยายามให้เป็นช่องทางสำหรับการสร้างรายได้จากการโฆษณาต่อไป

สำหรับคุณมรกต กุลธรรมโยธิน ผู้จัดการทั่วไปบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย แสดงความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยว่า อินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นคู่แข่งกับสื่อหลักในปัจจุบัน แต่จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งมากกว่า เพราะการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนมีจุดเด่นที่สามารถสื่อสารได้ทั้งสองทางอย่างรวดเร็วคือเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่ง สามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ตลอดเวลาและรวดเร็ว รวมทั้งเผยแพร่ได้ในวงกว้างด้วยต้นทุนที่ต่ำ แต่การจะพัฒนาเป็น

ช่องทางหลักของสื่อมวลชนได้หรือไม่ นั่นขึ้นอยู่กับความแพร่หลายของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เพราะในขณะนี้ประเทศไทยยังมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในวงแคบ

ดังนั้นเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางเสริมสำหรับสื่อมวลชนต่อไป และเป็นสื่อที่น่าสนใจแต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก โดยในขณะนี้ยังเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์สำหรับการสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการตลาด ส่วนการสร้างรายได้หรือโอกาสประสบความสำเร็จทางธุรกิจจากอินเทอร์เน็ตยังต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่ง แต่ในขณะนี้สื่อมวลชนทุกแห่งเริ่มเห็นแนวโน้มและเริ่มทดลองการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตกันบ้างแล้ว เพียงแต่ต้องลองผิดลองถูกต่อไปอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากยังไม่มีใครบอกได้ว่าแนวทางใดจะเหมาะสมที่สุด

แต่อย่างไรก็ตามมีความคิดเห็นว่า การสร้างรายได้จากการหาโฆษณา จะง่ายกว่าการขายข้อมูลหรือการรับสมัครสมาชิก เพราะข้อมูลในประเทศไทยที่มีค่าและน่าสนใจมีอยู่ไม่มากนัก และธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตในช่วงแรกทุกอย่างเป็นของฟรี ดังนั้นผู้ใช้จะติดยากว่าเมื่อเข้ามาแล้วจะต้องได้ของฟรี แต่ในขณะนี้เริ่มสังเกตเห็นว่าบาง WEB Site ที่เคยให้ข้อมูลฟรีทั้งหมด เริ่มจะมีการขกข้อมูลไว้หากต้องการได้รายละเอียดมากขึ้นก็ต้องสมัครเป็นสมาชิก แสดงว่าเริ่มมีการทดลองแล้วว่าหากมีการเก็บค่าบริการจะได้ผลเป็นอย่างไร เพราะในที่สุดแล้วการทำอินเทอร์เน็ตจะต้องมีการหารายได้เพื่อเลี้ยงตัวเอง

สำหรับในต่างประเทศซึ่งประสบความสำเร็จกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นเพราะประชาชนมีการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก คอมพิวเตอร์สามารถแพร่กระจายได้จนถึงระดับครัวเรือน นอกจากนี้คนในต่างประเทศจะมีความคุ้นเคยกับบริการออนไลน์มาก่อนแล้ว เช่น บริการอเมริกันออนไลน์ หรือบริการโพตจี แต่อย่างไรก็ตามเห็นว่าที่ผ่านมามีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศก็ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก

นอกจากนี้คุณมรกตได้เสนอความคิดเห็นว่า ที่จริงแล้วภาพของอินเทอร์เน็ตไม่ได้สวยงามอย่างที่ทุกคนเข้าใจ และไม่ได้เป็นอนาคตที่งดงามเช่นการให้ภาพของสื่อมวลชนทั้งหมด เพราะอินเทอร์เน็ตยังมีปัญหาและอุปสรรคที่จะต้องเรียนรู้ และดำเนินการแก้ไขอีกเป็นจำนวนมาก รวมทั้งการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตอาจจะสร้างปัญหาใหม่ๆ ทางสังคมให้เกิดขึ้นได้

ดังนั้นโดยสรุปแล้วผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า การทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยจะมีการพัฒนาต่อไป แต่ยังเป็นในลักษณะที่ชลลอยู่ เพราะสื่อมวลชนทุกแห่งกำลังอยู่ระหว่างการศึกษาและรอให้มีตลาดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น แต่จะรอเพียงอย่างเดียวไม่ได้ต้องทดลองทำไปด้วย

เพราะไม่เช่นนั้นเมื่อถึงเวลาที่ตลาดเปิดขึ้นมาก็จะไม่สามารถพัฒนาได้ทัน ส่วนรูปแบบของสื่อมวลชนบนอินเทอร์เน็ตในระยะต่อไป เชื่อว่าจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปในลักษณะที่ใกล้เคียงกับ Real Time มากขึ้น คือเมื่อมีข่าวใหม่เกิดขึ้นจะต้องนำเข้าสู่อินเทอร์เน็ตทันที และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนข่าวมากขึ้นและบ่อยขึ้น ซึ่งแนวโน้มนี้ในต่างประเทศได้เกิดขึ้นแล้ว นอกจากนี้ผู้ที่เรียนด้านนิเทศศาสตร์ในระยะต่อไป จะต้องมีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยสถาบันการศึกษาจะต้องมีการเปิดหลักสูตรหรือวิชาใหม่เกี่ยวกับด้านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่

### นักวิชาการ

ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ นักวิจัยฝ่ายการวิจัยแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) แสดงความคิดเห็นว่า ปัญหาสำคัญที่สุดซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตคือ การผูกขาดของการสื่อสารแห่งประเทศไทย(กสท.) ดังนั้นเมื่อมีการผูกขาดก็จะทำให้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีราคาแพงและการบริการไม่ดี ส่งผลให้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขยายตัวช้ากว่าประเทศอื่นๆในอาเซียน เช่น สิงคโปร์และมาเลเซีย ทางแก้ปัญหาคือยกเลิกการผูกขาดของ กสท. และจะต้องเร่งแปรรูป กสท. ให้เร็วขึ้นกว่าการเปิดเสรีโทรคมนาคมตามพันธระกับ WTO ที่กำหนดไว้ในปี 2006 เพราะเป้าหมายดังกล่าวถือว่าช้ามาก ทำให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยไม่สามารถจะแข่งขันกับต่างประเทศได้ในอนาคต

ค่าบริการอินเทอร์เน็ตประเภทบุคคล (Dial Up) ในประเทศไทยมีราคาค่อนข้างใกล้เคียงกันประเทศเพื่อนบ้าน แต่ที่มีราคาแพงคือค่าบริการอินเทอร์เน็ตในส่วนค่าเช่าสาย (Leased Line) สำหรับองค์กร โดยราคาค่าเช่าของประเทศไทยแพงกว่าของเอเชียค่อนข้างมาก ซึ่งทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวเนื่องไปถึงเรื่องการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เพราะหากต้องการตั้ง WEB Site เพื่อขายของผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าต่างประเทศ ผลที่ตามมาคือในอนาคตผู้ขายของบนอินเทอร์เน็ตจะอยู่ที่สหรัฐ แต่คนซื้อจะอยู่ในประเทศไทย

นอกจากนี้ปัญหาการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยคือ กฎหมายที่รองรับยังไม่พร้อม และธนาคารไทยยังไม่รับรองการชำระเงินโดยบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต แต่ในขณะนี้มีความพยายามของหลายฝ่ายที่จะแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าวแล้ว แต่คุณสมเกียรติแสดงความคิดเห็นว่า ปัญหาที่ยากยิ่งกว่าคือการคิดสินค้าไทยเพื่อจะนำไปขายบนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากยังไม่รู้ว่ามีสินค้าอะไรบ้างจะขายได้บนอินเทอร์เน็ตและทำอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จ ที่ผ่านมามีทดลองแล้วปรากฏว่าสินค้าที่คิดว่าจะขายได้กลับไม่ประสบความสำเร็จเป็นส่วนใหญ่ สำหรับใน

กรณีของประเทศไทยจากการที่ยังไม่รู้ว่าจะสินค้าอะไรจะขายได้ และยังไม่มีโอกาสได้ทดลองเพราะ อินเทอร์เน็ตมีต้นทุนที่สูง ดังนั้นเมื่อการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นอย่างจริงจัง ประเทศไทยคง จะไม่ได้รับประโยชน์มากนัก นอกจากจะเป็นผู้ซื้อเพียงฝ่ายเดียว เพราะ ไม่มีสินค้าที่จะขาย

สำหรับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยนั้น ดร.สมเกียรติแสดงความ คิดเห็นว่าปัญหาใหญ่ที่สุดคือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นจากการรายงานข่าว ผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะถึงแม้ว่าจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การอ่านข่าวหรือการเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตจะเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ สำหรับอินเทอร์เน็ตของสื่อ มวลชนต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จและมีผู้เข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก มีเหตุผลสำคัญคือ ความมีชื่อเสียงของสื่อหลัก ซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก รวมทั้งในขณะนี้ยังเป็ นการให้บริการฟรีโดยไม่คิดค่าบริการเป็นส่วนใหญ่ เช่น WEB Site The Economist ซึ่งเปิดให้ผู้ที่ เป็นสมาชิกของนิตยสารอยู่แล้ว สามารถเข้าไปสืบค้นข้อมูลได้ฟรี เป็นการนำอินเทอร์เน็ตมาเป็น ส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหนังสือเท่านั้น

ดังนั้นเมื่อรูปแบบการสร้างรายได้จากการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนในต่างประเทศ ยัง ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก โดยผลประโยชน์ที่กลับมาเป็นรูปตัวเงินยังไม่ชัดเจน เชื่อว่ารูปแบบ การทำธุรกิจของสื่อมวลชนไทยก็ยังไม่มีความชัดเจนเช่นกัน เพราะการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อ มวลชนไทยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษารูปแบบมาจากต่างประเทศ ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาในการทดลอง ต่อไปอีกพอสมควร

ถึงแม้ว่าในอนาคตจะมีการเปิดรับข่าวสารและข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่เชื่อว่า อินเทอร์เน็ตจะไม่เข้ามาแทนที่งานทำให้สื่อมวลชนในปัจจุบันหายไป แต่อินเทอร์เน็ตอาจจะเข้ามา กินส่วนแบ่งของสื่อมวลชนดั้งเดิมมากขึ้น แต่ไม่ว่าอย่างไรก็จะต้องมีช่องว่างให้กับสื่อดั้งเดิมอยู่ เสมอ เพราะสื่อแต่ละชนิดจะมีลักษณะตลาดโดยเฉพาะของตัวเอง รวมทั้งคอมพิวเตอร์ยังไม่ สามารถตอบสนองต่อความต้องการเล็กๆน้อยๆของมนุษย์ได้ทั้งหมด เช่น คนชอบอ่านหนังสือ พิมพ์เพราะสามารถเปิดดูได้ทันทีในทุกสถานที่ และสามารถดูอย่างผ่านๆได้ แต่อย่างไรก็ตามมี ความเป็นไปได้เช่นกัน ที่เทคโนโลยีจะพัฒนาจนถึงขั้นที่อินเทอร์เน็ตมีลักษณะคล้ายกับโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มากขึ้น จนกระทั่งอาจจะหลอมรวมเข้าด้วยกัน แต่เมื่อถึงเวลานั้นคงไม่สามารถจะ แยกได้ว่าเครื่องมือชิ้นดังกล่าว คืออินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เช่นในทุกวันนี้

นอกจากนี้คุณสมเกียรติได้เสนอความคิดเห็นว่า อินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นการสร้างทางเลือก ใหม่ในเรื่องของการสื่อสาร ไม่ใช่ใช้ประโยชน์เพียงนำสื่อที่มีอยู่ขึ้นไปบนอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เช่น

การเปิดโอกาสเป็นช่องทางสื่อสารสาธารณะสำหรับเป็นปากเสียงให้กับคนกลุ่มน้อยในสังคม ที่ไม่มีโอกาสจะพูดหรือแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อหลักได้ ตัวอย่างเช่นกรณีความขัดแย้งระหว่างนายมหาเธร์ โมฮัมหมัด นายกรัฐมนตรีประเทศมาเลเซีย กับนายอันวาร์ อิบรอฮีม อดีตรองนายกรัฐมนตรี โดยกลุ่มผู้สนับสนุนนายอันวาร์ได้เปิด WEB Site ชื่อ <http://www.anwar.cib.net> เพื่อสนับสนุนนายอันวาร์ เพราะสื่อมวลชนในประเทศมาเลเซียตกอยู่ภายใต้ความควบคุมของรัฐบาลหรือในกรณีของประเทศไทยซึ่งสื่อมวลชนจะรวมศูนย์เฉพาะในกรุงเทพ อินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นปากเสียงให้กับคนในต่างจังหวัดได้ ซึ่งบทบาทของอินเทอร์เน็ตในลักษณะนี้ จะเป็นพลังทางการเมืองที่มีผลทำให้ประชาธิปไตยคุ้มครองคนกลุ่มเล็กๆ ในสังคมได้ด้วย

### ผู้ที่อยู่ในวงการสื่อมวลชน

คุณชลิต กิติญาณทรัพย์ รองกรรมการผู้จัดการและบรรณาธิการผู้พิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบการศึกษาการจัดทำอินเทอร์เน็ตของเครือมติชน กล่าวถึงเหตุผลที่มติชนยังไม่มีกรารายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนี้ว่า เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเริ่มจัดทำกรารายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยยังไม่ฟื้นตัวขึ้น ซึ่งในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้แต่ละองค์กรจำเป็นต้องประหยัดค่าใช้จ่ายให้ยู่รอด และจำเป็นต้องทุ่มเททรัพยากรทั้งหมดให้กับสื่อหลักที่มีอยู่ ไม่สามารถจะเสียเงินหรือลงทุนในสิ่งที่ยังไม่สร้างรายได้กลับคืนมา

นอกจากนี้มติชนได้ประมวลแล้วว่า การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ยังมีข้อจำกัดอยู่ และโอกาสประสบความสำเร็จทางการตลาดหรือผลตอบแทนในเชิงธุรกิจยังไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เพราะตลาดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเมืองไทยยังคับแคบอยู่ ไม่เหมือนกับในต่างประเทศที่อินเทอร์เน็ตสามารถเติบโตและขยายตัวได้ เนื่องจากมีการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก แต่หากภาวะเศรษฐกิจดีขึ้นก็อาจจะมีการทบทวนนโยบายใหม่

ดังนั้นหากที่มติชนจะเริ่มจัดทำกรารายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต จะต้องมีคำตอบที่ชัดเจนเสียก่อนว่าการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตจะประสบความสำเร็จได้เมื่อไหร่ เพราะสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในการจัดทำอินเทอร์เน็ต คือ ผลตอบแทนที่ได้รับจะคุ้มกับการลงทุนหรือไม่ จะได้อะไรกลับคืนมาจากการลงทุนนอกเหนือจากเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กร เพราะขณะนี้มติชนมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงพออยู่แล้ว นอกจากนี้จะต้องมั่นใจว่าการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต จะไม่เป็นสื่อที่มาแย่งตลาดของหนังสือพิมพ์ เพราะไม่เช่นนั้นก็เท่ากับเป็นการฆ่าตัวเอง ดังนั้นในขณะนี้จึงยอมให้ผู้อ่านมองว่ามติชนไม่ทันสมัยดีกว่า เพราะหากเปิด WEB Site ออกไปแล้วทำไม่ได้ไม่ดี ย่อมจะมีผลเสียมากกว่าผลดี



แต่อย่างไรก็ตามคุณชลิศยอมรับว่าในขณะที่ มติชนได้มีการศึกษาเรื่องการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่เช่นเดียวกัน โดยเป็นการศึกษาในลักษณะปฏิบัติจริงแต่ทำเป็นการภายในเท่านั้น เนื่องจากไม่ต้องการจะตกขบวนของการพัฒนา และเล็งเห็นว่าปัญหาหรือข้อจำกัดบางอย่างของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงได้ต่อไป ดังนั้นถ้าหากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตมีความเป็นไปได้สูงในเชิงธุรกิจ มติชนก็พร้อมจะดำเนินการได้เช่นเดียวกัน และเชื่อว่าจะไม่เสียเปรียบสื่อมวลชนรายอื่นๆที่ดำเนินการไปแล้ว เพราะได้มีการศึกษาอยู่ตลอดเวลา

สำหรับการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น คุณชลิศมองว่าโอกาสหาโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีความเป็นไปได้ในอนาคต เพราะตลาดการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตยังไม่เกิดขึ้นในขณะนี้ เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก และหากจะทำให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตประสบความสำเร็จและสามารถหาโฆษณาได้ จะต้องมองออกไปถึงตลาดต่างประเทศด้วย ไม่ใช่เพียงแคตลาดในประเทศไทยเท่านั้น เช่นสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ หรือแม้แต่นั่งสื่อพิมพ์บางกอกโพสต์ ซึ่งประสบความสำเร็จในการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ จึงมีโอกาสเผยแพร่และสามารถหาโฆษณาได้ทั่วโลก แต่มติชนเป็นสิ่งพิมพ์ภาษาไทย การจะเผยแพร่ข้อมูลออกไปยังต่างประเทศจำเป็นต้องมีการลงทุนแปลข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งจะทำให้มีต้นทุนการดำเนินงานสูงที่ขึ้นอีกมาก

นอกจากนี้คุณชลิศได้แสดงความคิดเห็นว่า ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสาธารณะ ซึ่งทุกคนมีสิทธิ์จะเข้าพื้นที่บนอินเทอร์เน็ตและสามารถจะเปิด WEB Site ของตัวเองได้ ดังนั้นจึงไม่มีเหตุผลที่ผู้ใช้บริการจะต้องมาเช่าพื้นที่ของสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนก็ไม่ได้เป็นเจ้าของอินเทอร์เน็ตแต่ต้องไปเช่าพื้นที่มาจากคนอื่นเช่นเดียวกัน แต่ในขณะที่ปัจจุบันนี้มติชนเป็นเจ้าของสื่อโดยตรงอยู่แล้วคือหนังสือพิมพ์มติชนโดยไม่ต้องไปเช่าจากคนอื่น

ตอนที่ 4 การสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ รวมทั้งแนวโน้มการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย

การรายงานผลการศึกษาในตอนต้นที่ 3 นี้จะแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีบทบาทและผลกระทบต่อความสำเร็จในการ

การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 2 การสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 แนวโน้มการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีบทบาทและผลกระทบต่อความสำเร็จในการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

การประสบความสำเร็จในการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย นอกจากจะขึ้นอยู่กับนโยบายและการดำเนินงานของแต่ละองค์กรแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมภายนอกอื่นๆที่เข้ามา มีบทบาทและผลกระทบด้วย โดยเฉพาะความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตภายในประเทศ และจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีบทบาทและผลกระทบต่อความสำเร็จในการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย ได้แก่

1. สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ
2. อัตราค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตและราคาคอมพิวเตอร์
3. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของประเทศและนโยบายของรัฐบาลในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. ลักษณะทางสังคมและพฤติกรรมของคนในสังคมเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต

#### 1. สภาพการณ์เศรษฐกิจ

การขยายตัวของใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอาจจะช้าลงในภาวะที่เศรษฐกิจถดถอย แต่เมื่อปัญหาเศรษฐกิจคลี่คลายเชื่อว่าจะสามารถกลับมาเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้ใช้ส่วนบุคคลอาจจะชะลอตัวลงระยะหนึ่ง เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะที่เข้าไปทดลอง หรือเข้าไปเล่นเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินจะน้อยลง แต่ในทางกลับกันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจจะขยายตัวมากขึ้น เพราะเริ่มเห็นแล้วว่าใช้อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้

โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องติดต่อสื่อสารกับต่างประเทศ เช่น ธุรกิจส่งออกที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ประชาสัมพันธ์สินค้าและขยายตลาดในต่างประเทศ

การชดลงของภาวะเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการรายงานข่าว และข้อมูล ผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยเช่นกัน แต่ผลกระทบไม่รุนแรงมากนัก เพราะสื่อมวลชนทุก แห่งยังมีการพัฒนาและศึกษาต่อไปเท่าที่ทรัพยากรมีอยู่ ทั้งนี้เป็นเพราะกระแสอินเทอร์เน็ตมีการ พัฒนาอยู่ตลอดเวลา และเป็นแนวโน้มที่ทุกคนสังเกตเห็นแล้วว่าจะต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในอนาคต ดังนั้นแม้จะประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ แต่สื่อมวลชนไทยเกือบทุกแห่งก็ยังมีการเรียนรู้ และพัฒนาเรื่องอินเทอร์เน็ตต่อไป เพียงแต่อาจจะชดลงไปบ้างหรือไม่สามารถทำได้เต็มที่อย่างที่ เคยคาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะแผนงานการสร้างรายได้หรือการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับผล กระทบมากที่สุด

แต่อย่างไรก็ตามมีสื่อมวลชนบางแห่ง เช่น สถานีโทรทัศน์ไอทีวีที่ยอมรับว่า ภาวะเศรษฐกิจ ที่ชดลงได้ส่งผลกระทบต่อการจัดทำอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก จนทำให้การพัฒนาและการ ดำเนินงานแทบจะหยุดนิ่งทีเดียว การจะกลับมาฟื้นฟูการรายงานข่าวอินเทอร์เน็ตให้เต็มที่และดีได้ เหมือนเช่นที่ผ่านมา จะต้องรอให้ปัจจัยทางด้านภาวะเศรษฐกิจกลับมาดีขึ้นเสียก่อน

## 2. อัตราค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตและราคาคอมพิวเตอร์

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่จะกำหนดความแพร่หลายและการใช้ประโยชน์จากอิน เทอร์เน็ตคือ อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนกล่าวว่าอัตราค่า บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีราคาแพงกว่าของประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ทั้งอัตราค่า บริการประเภทบุคคล (Individual User) ที่ใช้บริการเชื่อมต่อจากการหมุนโทรศัพท์ผ่านโมเด็ม (Dial Up) และอัตราค่าบริการประเภทองค์กร (Corporate User) ซึ่งส่วนใหญ่จะเชื่อมต่อโดยผ่าน สายเช่า (Leased Line)

โครงสร้างตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประกอบด้วย การสื่อสารแห่ง ประเทศไทย(กสท.) ซึ่งเป็นผู้ให้สัมปทานการให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศ และผูกขาดบริการ การสื่อสารระหว่างประเทศ โดยมีบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider หรือ ISP) เป็นผู้รับสัมปทานจาก กสท. ซึ่งในปัจจุบันมี ISP ที่ได้รับสัมปทานจาก กสท. 16 บริษัท แต่มี อยู่ 12 บริษัทที่เปิดให้บริการแล้ว

จากการวิจัยเรื่อง สภาพการแข่งขันและราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดย ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ ดร.เคื่อนเด่น นิคมบริรักษ์ ฝ่ายการวิจัยแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(TDRI) พบว่าลักษณะเฉพาะของตลาดการให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยคือ มีการผูกขาดในการให้บริการสื่อสารระหว่างประเทศโดย กสท. และมีการคิดค่าบริการในระดับที่สูงเกินระดับทั่วไป นอกจากนี้ กสท. ได้เข้าแทรกแซงตลาดโดยควบคุมราคา(Price Control)บริการอินเทอร์เน็ตด้วยการประกาศราคากลางของบริการประเภทบุคคล และบริการสาขาสำหรับองค์กร ซึ่งราคากลางดังกล่าวหมายถึงอัตราสูงสุดและอัตราต่ำสุด ที่อนุญาตให้ ISP สามารถจัดเก็บจากลูกค้าในการให้บริการแต่ละประเภท นอกจากนี้ กสท.ยังเข้าไปถือหุ้นลมใน ISP ทุกบริษัท ตามสัญญาที่ กสท.ทำกับบริษัทที่ต้องการให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่ง กสท.จะร่วมลงทุนโดยถือหุ้นในนามองค์กร 32% แต่ทาง ISP จะเป็นผู้ลงทุนแทน

ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดอัตราสูงสุดของ กสท. เป็นการกำหนดราคาที่สูงเกินไป มิได้เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคแต่อย่างใด แต่กลับเป็นการส่งเสริมให้มีการตั้งราคาในตลาด เพราะมีการกระจุกตัวของราคาในระดับที่ใกล้กับอัตราสูงสุด ซึ่งส่งผลให้อัตราค่าบริการสูงกว่าระดับราคาที่ควรจะเป็น ส่วนการกำหนดอัตราต่ำสุดนั้นเป็นอุปสรรคขัดขวางมิให้มีการแข่งขันในด้านราคาอย่างแท้จริง สำหรับการเข้าไปถือหุ้นลมใน ISP โดย กสท.ส่งผลให้อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยสูงขึ้นเช่นกัน เพราะจะทำให้ ISP ต้องตั้งราคาให้สูงกว่าที่ควรจะเป็น เพื่อที่จะได้ส่วนปันผลกำไรตามที่ตั้งใจไว้แต่แรก

อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาแพง นอกจากจะส่งผลกระทบต่อประชาชนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไป ทำให้ความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อองค์กรสื่อมวลชนด้วย โดยได้เกิดปรากฏการณ์ย้ายฐานในอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะพบว่า มีองค์กรสื่อมวลชนบางแห่ง เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และเครือเดอะเนชั่น ได้ย้ายโฮสต์ไปยังต่างประเทศ ด้วยเหตุผลทางด้านราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาถูกกว่า และสามารถเข้าถึง(Access)ได้เร็วขึ้น

ส่วนราคาคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในประเทศไทยถือว่าอยู่ในระดับที่มีราคาแพง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ของประชาชนทั่วไป แต่อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของการเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ในขณะนี้ ได้เพิ่มขึ้นมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกลุ่มคนระดับกลางขึ้นไป และขยายตัวมากในกลุ่มของนักเรียน นักศึกษา

### 3. ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของประเทศและนโยบายของรัฐบาลในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากความสำคัญของอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการศึกษา การวิจัยและพัฒนา การดำเนินธุรกิจในอนาคต และการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยทั่วไป ดังนั้นรัฐบาลไทยจะต้องกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการลงทุน และการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานในด้านโทรคมนาคมและสารสนเทศของประเทศเพิ่มขึ้น และจะต้องพัฒนาประชาชนให้รู้จักกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น โครงการ School NET ที่จะพัฒนานักเรียนและนักศึกษาให้รู้จักอินเทอร์เน็ต

รวมถึงการกำหนดนโยบายที่จะให้ความสำคัญกับเรื่องการสร้างฐานการพาณิชย์ทางเครือข่าย หรือการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต(Electronic Commerce) เนื่องจากการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังไม่ได้เริ่มต้นไปมากนัก และยังมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคอยู่ค่อนข้างมาก เช่น ระบบการชำระเงินยังไม่ชัดเจน เพราะกฎหมายการเงินการธนาคารของไทยไม่รับรองการชำระค่าสินค้า หรือบริการโดยการหักบัญชีบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต รวมถึงความรู้เรื่องการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ดังนั้นถ้าหากมีการประยุกต์และส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้เรื่องธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ก็มีโอกาที่จะทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยขยายตัวมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีการเสนอแนะว่ารัฐบาลจะต้องเร่งรัดการเปิดเสรีด้านโทรคมนาคม โดยเฉพาะการเปิดเสรีตลาดการสื่อสารระหว่างประเทศ หรืออย่างน้อยจะต้องเร่งรัดการเปิดเสรีสำหรับตลาดอินเทอร์เน็ต เพื่อจัดการผูกขาดโดย กสท.ให้เร็วกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในปี ค.ศ.2006 เนื่องจากเป้าหมายการเปิดเสรีดังกล่าวมีความล่าช้ากว่าเป้าหมายของประเทศเพื่อนบ้าน หากตลาดการสื่อสารโทรคมนาคมระหว่างประเทศของไทย ยังคงอยู่ในสภาพการผูกขาดต่อเนื่องไปจนถึงปี ค.ศ. 2006 ผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ตและตลาดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ซึ่งจะทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจอย่างแน่นอน

### 4. ลักษณะทางสังคมและพฤติกรรมของคนในสังคมเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต

ปัญหาประการแรกคือ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของคนไทยยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะผู้ใหญ่ที่มีอายุมากซึ่งเป็นผู้บริหาร และเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในองค์กร สำหรับปัญหานี้จะต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาทั้งความรู้ความเข้าใจ และวิสัยทัศน์ของคนในสังคม แต่อย่างไรก็ตามคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันก็ได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้

ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายที่สุดอยู่แล้ว รวมทั้งคนรุ่นใหม่เช่นเด็กและวัยรุ่นในปัจจุบันมีความรู้ความเข้าใจเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะกระแสของอินเทอร์เน็ตเป็นแรงจูงใจให้คนเดินเข้ามาหาคอมพิวเตอร์มากขึ้น ทำให้ความนิยมและจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามความแพร่หลายของการใช้คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับต่างประเทศที่ความแพร่หลายของคอมพิวเตอร์ได้เข้าไปถึงในระดับของครัวเรือนแล้ว ในขณะที่คนในสังคมชนบทของไทยยังไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับคอมพิวเตอร์มากนัก เพราะไม่มีความรู้ในเรื่องคอมพิวเตอร์ และคอมพิวเตอร์ยังมีราคาแพงสำหรับชาวบ้านทั่วไป

สำหรับปัญหาการเข้าถึงคอมพิวเตอร์ของคนในชนบท คุณชิตณรงค์ คุณะกฤดากร ได้เสนอแนวทางแก้ปัญหาว่า “อาจจะตั้งเป็นกองกลาง เช่นให้สภาตำบลเป็นคนจัดซื้อ เพราะตอนนี้มีการซื้อวิทยุตำบลหรือชุดบ่อน้ำก็หมดไปเป็นแสนๆ ซื้อคอมพิวเตอร์ 3-4 หมื่นไม่ได้หนักหนาสาหัสมะไร เหลือเฉพาะทำให้มันใช้งาน อย่าให้เค้าเห็นเป็นพระเจ้า ขึ้นอยู่กับจะให้ความรู้เขาออกไปยังไร เช่นอาจจะเอาไปตั้งไว้ในโรงเรียน ให้เด็กๆ ได้เรียนรู้ เพราะการใช้คอมพิวเตอร์เป็นกระแสโลกที่จะต้องเกิดขึ้น เป็นแนวโน้มที่ไม่สามารถจะต้านทานได้”

นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องทักษะด้านภาษาอังกฤษของคนไทย เพราะประชาชนส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องการติดต่อสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ในขณะที่ข่าวสารข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตจะนำเสนอด้วยภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ แต่ในขณะนี้ได้มี Web Site ที่มีเนื้อหาเป็นภาษาไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยลดปัญหาในจุดนี้ลงไปได้ และทำให้คนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของคนไทยในขณะนี้ ยังเป็นในลักษณะเพื่อความบันเทิงหรือเป็นของเล่นใหม่เป็นส่วนใหญ่ การอ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตอาจจะยังมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับการค้นหาข้อมูลในเรื่องของบันเทิงหรือเรื่องของการวิชาการ เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะคนไทยยังไม่มีความต้องการบริโภคข่าวตลอดเวลา รวมทั้งยังไม่คุ้นชินกับการอ่านข่าวผ่านคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะต้องผ่านหลายขั้นตอนเพื่อเข้าไปอ่านข่าวหรือเข้าไปหาข้อมูล ดังนั้นการอ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชนทั่วไปจะต้องใช้ระยะเวลาตั้งสมอีกพอสมควร

ส่วนที่2 การสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4 แสดงลักษณะการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

องค์กรสื่อมวลชน	การสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
1.เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป	1.การขายพื้นที่โฆษณา ในลักษณะ Multimedia Package ควบคู่กับสื่ออื่นๆในเครือ 2.มีแผนงานจะจัดทำเป็นเรื่องเฉพาะ (Special Report) ตามความต้องการของลูกค้า แล้วมีการเก็บค่าสมาชิกหรือค่าบริการ
2.หนังสือพิมพ์ Bangkok Post	1.การขายพื้นที่โฆษณาในหน้าต่างๆ โดยแบ่งเป็นรายเดือนและรายสัปดาห์ 2.การขายพื้นที่ในหน้า Art & Crafts Mall เพื่อขายสินค้าและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานฝีมือและศิลปะไทย ซึ่งเป็นการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต(E-commerce) 3.มีแผนงานที่จะทำสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ(Supplement)บนอินเทอร์เน็ต
3.หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	การขายพื้นที่โฆษณา แต่ยังไม่ได้นับการสร้างกำไร เพียงเพื่อให้ไทยรัฐฉบับอินเทอร์เน็ตเป็นโครงการที่เลี้ยงตัวเองได้ โดยไม่ต้องใช้งบประมาณเพิ่มเติมของบริษัท
4.หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	การขายพื้นที่โฆษณา แต่ยังไม่ได้อคิดถึงเรื่องหากำไร เพราะถือเป็นเรื่องของการพัฒนาและยังไม่ใช่ธุรกิจหลัก
5.หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ	1.การขายพื้นที่โฆษณา โดยเป็นส่วนหนึ่งของ package การ โฆษณาพร้อมกับสิ่งพิมพ์ในเครือ 2.ในอนาคตมีแผนงานที่จะรับสมัครสมาชิกบนอินเทอร์เน็ต สำหรับการสืบค้นฐานข้อมูล เพราะฐานเศรษฐกิจฉบับอินเทอร์เน็ตจะเน้นการเป็นDatabase มากกว่า Hotline news
6.สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	การขายพื้นที่โฆษณา โดยมีกำหนดวัตถุประสงค์ประสงค์จะสร้างรายได้จากการขายโฆษณาอย่างชัดเจน เพื่อให้อินเทอร์เน็ตสามารถเลี้ยงตัวเองได้
7.สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	1.การขายพื้นที่โฆษณา 2.การขายพื้นที่ในหน้า Shopping สำหรับผู้ส่งออก เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและการตลาดในต่างประเทศด้วยราคาไม่แพงนัก ซึ่งเป็นนโยบายช่วยเหลือผู้ส่งออกชาวไทย 3.ในอนาคตมีแผนงานที่จะขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ซีดีเพลง
8.สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	ไม่มีการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ต เพราะต้องการให้เป็นช่องทางเสริมกับสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่รายการและกิจกรรมของทางสถานี และถือว่าเป็นส่วนที่คืนกำไรให้กับประชาชน
9.องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	1.การทำประมวลข่าว(News Summary)โดยการสรุปข่าวจากสื่อต่างๆในแต่ละวัน แล้วนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต และเก็บค่าบริการในราคาถูกลง 2.ในอนาคตมีแผนงานที่จะรับจ้างบริหารข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตให้กับหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานราชการ  ไม่มีการขายพื้นที่โฆษณา เพราะWeb Siteของอสมท.จะเน้นให้บริการสาธารณะด้านข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไป และทำหน้าที่พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่ให้กับหน่วยราชการอื่นๆ ไม่ได้เน้นการสร้างกำไร

องค์กรสื่อมวลชน	การกำหนดนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
10.กรมประชาสัมพันธ์	ไม่มีนโยบายที่จะสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ต เพราะกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานราชการ ไม่มีหน้าที่หารายได้ การทำอินเทอร์เน็ตเป็นการให้บริการเพื่อสาธารณะ โดยเป็นช่องทางหลักอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์
11.สถานีโทรทัศน์ไอทีวี	มีแนวคิดที่จะสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา แต่ยังไม่ได้มีการเริ่มต้นอย่างเต็มตัว เพราะติดขัดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและบุคลากรที่จะมาทำด้านการตลาด เพราะประเมินว่ารายได้จากโฆษณาจะไม่คุ้มกับการลงทุน เนื่องจากโฆษณานบนอินเทอร์เน็ตยังมีราคาถูก
12.บริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ	ทำธุรกิจให้บริการระบบสืบค้น(Search)ฐานข้อมูลย้อนหลัง เช่นข้อมูลสถาบันการเงิน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และข่าวจากสื่อต่างๆ โดยมีการเก็บค่าสมาชิก

จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่มีสร้างรายได้จากการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตโดยการขายพื้นที่โฆษณาเป็นหลัก โดยจะเป็นในลักษณะ Banner AD และ Button AD ปรากฏในหน้าต่างๆ(Web Page)ของWeb Site ซึ่งแต่ละหน้าจะมีการกำหนดราคาพื้นที่โฆษณาที่แตกต่างกัน ตามลำดับความสำคัญและจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละหน้า และมีการกำหนดจำนวนโฆษณาที่จะปรากฏในแต่ละหน้าไม่ให้มากเกินไป สำหรับวิธีการขายพื้นที่โฆษณาจะมีทั้งการขายโฆษณานบนอินเทอร์เน็ตโดยตรง และการขายควบคู่ไปกับสื่ออื่นๆในเครือ(Package)

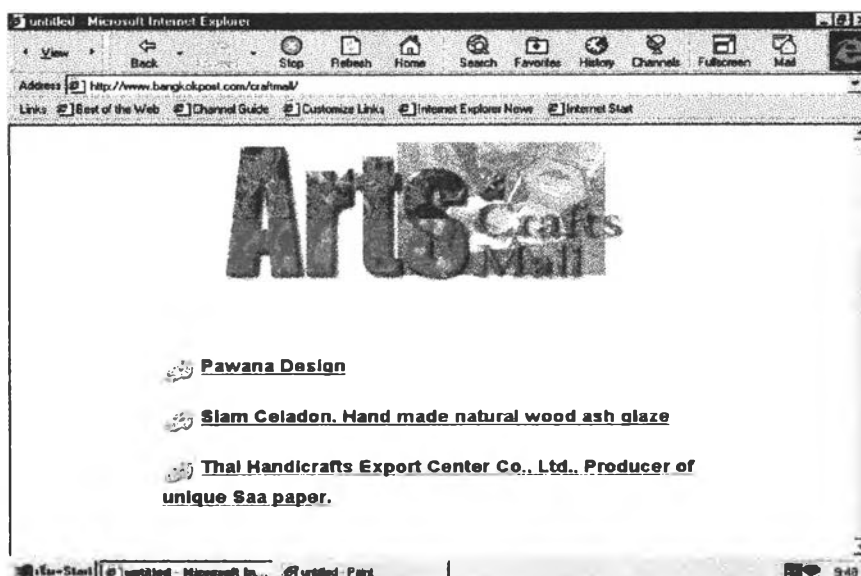


Banner AD. และ Button AD.

ภาพที่ 31 แสดง Banner AD. และ Button AD.



นอกจากนี้ยังมีการขายพื้นที่โฆษณาในลักษณะที่เป็นการเปิดหน้าขึ้นมา สำหรับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ เพื่อให้บริษัทที่สนใจซื้อพื้นที่สำหรับขายสินค้าหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและตัวบริษัท เช่น Web Site ของบางกอกโพสต์ที่มีหน้า Art & Crafts Mall ให้บริษัทที่ผลิตสินค้าซึ่งเป็นงานฝีมือและศิลปะไทยมาซื้อพื้นที่เพื่อทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต (E-commerce) และในอนาคตมีแผนงานที่จะทำสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) สำหรับบริษัทต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต แล้วเก็บเงินจากบริษัทหรือบุคคลที่มาลงแสดงความยินดี (Supplier) ให้กับบริษัทดังกล่าว หรือในกรณี Web Site ของททบ.5ที่มีการขายพื้นที่ในหน้า Shopping สำหรับให้ผู้ส่งออกประชาสัมพันธ์สินค้าและการตลาดในต่างประเทศด้วยราคาไม่แพงนัก ซึ่งเป็นนโยบายที่จะช่วยเหลือผู้ส่งออกชาวไทยในการขยายตลาดไปต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งในอนาคตมีแผนงานที่จะขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยตรง เช่น ซีดีเพลง



ภาพที่ 32 แสดงหน้า Art & Crafts Mall ของ WEB Site บางกอกโพสต์

ส่วนการสร้างรายได้ในรูปแบบของการเก็บค่าสมาชิก หรือการขายข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต นั้น ที่ผ่านมามีเพียง Web Site ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ที่ทำธุรกิจให้บริการระบบสืบค้น (search) ฐานข้อมูลย้อนหลัง เช่น ข้อมูลสถาบันการเงิน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และข่าวจากสื่อต่างๆ ที่มีการกั้นกรองและจัดเก็บไว้ โดยจะมีการเก็บค่าสมาชิกเดือนละ 1,000 บาท แต่ไม่ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ และในปัจจุบันนี้ Web Site ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการได้หยุดการให้บริการไปแล้ว นอกจากนี้ยังมี Web Site ของ อสมท.ที่มีแผนงานจะให้บริการในลักษณะการทำสรุปข่าว (News Summary) โดยจะสรุปข่าวจากสื่อต่างๆ ในแต่ละวัน มาเสนอต่อผู้อ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการทำให้ผู้อ่านได้มองเห็นภาพรวมของข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จะมีการเก็บ

ค่าบริการในราคาถูก หรือ Web Site ของเดอะเนชั่นซึ่งมีแผนในอนาคตที่จะจัดทำเป็นเรื่องเฉพาะ (Special Report) แล้วมีการเก็บค่าบริการหรือค่าสมาชิก

แต่อย่างไรก็ตามมี Web Site ของสื่อมวลชนบางแห่งที่ไม่มีการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เนื่องจากมีนโยบายที่จะให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเสริมกับสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่รายการ และกิจกรรมของทางสถานีเพียงอย่างเดียว ไม่ต้องการสร้างกำไรจากการดำเนินการครั้งนี้ และถือว่าเป็นส่วนที่คืนกำไรให้กับประชาชน โดยได้ประเมินแล้วว่าสามารถรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการทำอินเทอร์เน็ตได้ รวมทั้งกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งไม่มีนโยบายที่จะสร้างรายได้จากการทำอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นหน่วยงานราชการดังนั้นจึงไม่มีหน้าที่หารายได้ การทำอินเทอร์เน็ตเป็นการให้บริการเพื่อสาธารณะ โดยเป็นช่องทางหลักอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์

รวมถึง Web Site ของ อสมท. ที่ไม่มีการขายพื้นที่โฆษณา เพราะ อสมท. เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ด้านสื่อสารมวลชนของรัฐบาล ดังนั้น Web Site ของ อสมท. จะเน้นให้บริการสาธารณะด้านข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไป และทำหน้าที่พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่ให้กับหน่วยราชการอื่นๆ สำหรับส่วนที่จะมีการเก็บค่าบริการนั้น จะต้องเป็นส่วนที่ได้มีการดำเนินการเพิ่มเติมเกี่ยวกับข่าวนั้นแล้ว เช่น การทำประมวลข่าว หรือในอนาคตมีแผนงานที่จะทำหน้าที่รับจ้างบริหารข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Web Master) ให้กับหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานราชการ จากในปัจจุบันนี้ซึ่งรับเป็นที่ปรึกษาให้กับหน่วยงานต่างๆ

สำหรับโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า การทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยในขณะนี้เริ่มจะสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต แต่โอกาสที่จะมีรายได้เพียงพอจนสามารถเลี้ยงตัวเองยังเป็นไปได้ยากสำหรับสถานการณ์ของประเทศไทยในขณะนี้ เพราะการหาโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตยังเป็นเรื่องที่ยากลำบากเมื่อเทียบกับการหาโฆษณาบนสื่ออื่นๆ เพราะการขายพื้นที่โฆษณาจะต้องมีจำนวนตัวเลขผู้เข้าชมของแต่ละ Web Site ที่ชัดเจนและมากพอสมควร จึงจะสามารถนำไปดำเนินการด้านการตลาดได้ แต่จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนี้ยังมีไม่มากนัก

นอกจากนี้ในภาวะที่เศรษฐกิจถดถอย บริษัทต่างๆ ได้ปรับลดงบประมาณลง รวมทั้งผู้ลงโฆษณายังมีทางเลือกที่จะลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ได้อีกมาก ดังนั้นการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอาจจะต้องรอให้การใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีความแพร่หลายมากขึ้น และรอให้ภาวะเศรษฐกิจ

พื้นผิวกลับไปเหมือนเช่นที่ผ่านมา ที่ธุรกิจและอุตสาหกรรมทุกอย่างขยายตัว จนทำให้มีการลงโฆษณาเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะทำให้การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตขยายตัวตามไปด้วย รวมทั้งต้องรอให้บริษัทรับทำโฆษณา มีความเชี่ยวชาญและรู้จักวิธีโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้นด้วย

ส่วนการจะสร้างรายได้จากการเก็บค่าบริการหรือค่าสมาชิกบนอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ค่อนข้างยาก เพราะบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังมี Web Site ที่ให้บริการฟรีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงไม่มีใครอยากเสียเงินในสิ่งที่สามารถจะได้ฟรีจากที่อื่น และหากต้องมีการเสียเงินค่าบริการหรือค่าสมัครสมาชิก ผู้ซื้อย่อมต้องมีการคาดหวังค่อนข้างสูงกับข้อมูลที่จะได้รับว่า ต้องคุ้มค่ามีความพิเศษจริงๆ และหาจากที่อื่นไม่ได้

แต่อย่างไรก็ตามมีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนแสดงความคิดเห็นว่า อินเทอร์เน็ตสามารถจะสร้างรายได้ด้วยตัวเอง โดยเป็นรูปแบบการขายตรงไม่ใช่การขายข้อมูลเพื่อจะขายพื้นที่โฆษณา เช่นคุณวสันต์ เวียนรุ่งเรือง ได้เสนอแนวทางว่า “อาจจะมีการรวมหนังสือพิมพ์ 4-5 ฉบับขึ้นไปแล้วนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต และมีการรับสมัครสมาชิกสำหรับคนไทยในต่างประเทศ โดยอาจจะเก็บค่าสมาชิกเดือนละ 20 ดอลลาร์ แล้วใช้เทคโนโลยี Push คือส่งข้อมูลทั้งหมดเข้าไปรอไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ของสมาชิกในทุกๆเช้า สมาชิกจะสามารถเปิดอ่านได้เลยโดยไม่ต้องเข้าไปเรียกข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตอีก เมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่ขายในสหรัฐอเมริกาฉบับละ 8-10 ดอลลาร์และต้องใช้เวลาขนส่ง 3-7 วัน ก็น่าจะขายได้ หากมีสมาชิกประมาณ 1,000 คนก็คุ้มทุน เพราะการทำในลักษณะนี้จะเป็นกำไรประมาณ 90% เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นมีเพียงค่าการจัดการกับค่าการสื่อสารเท่านั้น ทำให้มีจุดคุ้มทุนที่สั้นและถ้ามีสมาชิกเพิ่มขึ้นก็จะมีกำไรมากขึ้น แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนสมาชิกมากขึ้นเท่าไรก็ต้องใช้เงินลงทุนสูงขึ้น”

แต่การดำเนินการในลักษณะดังกล่าว จะต้องมีการเข้ามาเป็นแกนกลางในการจัดการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ เพราะโดยคุณลักษณะของสื่อมวลชนจะมีความเป็นตัวของตัวเองสูง และการที่บริษัทซึ่งทำธุรกิจประเภทเดียวกันจะมารวมกันย่อมมีอุปสรรคในเรื่องของศักดิ์ศรีและความลับทางการค้า ดังนั้นผู้ที่เข้ามาเป็นแกนกลางจะต้องมีความน่าเชื่อถือพอสมควร และต้องมีลักษณะทางธุรกิจที่ชัดเจนพอที่จะให้ทุกฝ่ายรู้สึกว่าจะมารวมกันแล้วจะได้รับผลประโยชน์ เช่นอาจจะเป็นบริษัทที่ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต (ISP) ที่มีความแข็งแกร่ง เพราะนอกจากจะเป็นคนกลางแล้วยังมีความพร้อมในเรื่องของเทคโนโลยีและระบบโทรคมนาคม รวมถึงการทำธุรกิจกับต่างประเทศ และถ้าดำเนินการในลักษณะนี้แล้ว หนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตของแต่ละองค์กรที่รวมกัน จะต้องทำให้ข่าวสารข้อมูลที่ให้บริการฟรีกับส่วนที่ต้องเสียค่าบริการแตกต่างกัน

ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะทำให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ คือ ความแพร่หลายของการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งคุณอรุณวรรณ ชโนวิทย์ ได้แสดงความคิดเห็นถึงเหตุผลที่การทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนในต่างประเทศประสบความสำเร็จและสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้ว่า “ที่ต่างประเทศทำได้เพราะคนของเค้ารู้เรื่องคอมพิวเตอร์เยอะ มีการใช้คอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวันมาก การใช้คอมพิวเตอร์มีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็วในลักษณะก้าวกระโดด รวดเร็วกว่าเมืองไทยมาก และตลาดโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศกำลังเติบโตมากขึ้นเพราะมีการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์กันมาก แต่ของบ้านเรากำลังเริ่มต้น มีแนวโน้มและมีช่องทางที่จะเป็นไปได้ต่อไป”

ดังนั้นการทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยหลายแห่งในขณะนี้ จึงยังไม่ได้เน้นเรื่องการสร้างกำไรมากนัก เพียงแต่เริ่มมองเห็นช่องทางของธุรกิจนี้ว่าสามารถจะสร้างประโยชน์เชิงธุรกิจได้ในระยะยาว สำหรับในปัจจุบันถือว่าเป็นเรื่องของการพัฒนา เป็นการเรียนรู้ทิศทางในอนาคตเพื่อรอการเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ตและการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการกลับมาของภาวะเศรษฐกิจ เพราะตลาดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่งจะได้รับความนิยมและขยายตัวมาไม่นานนัก แต่องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่งไม่อยากจะพลาดโอกาสในการทดลองและเรียนรู้ เหมือนกับฝูงที่พุ่งขึ้นมาแล้วทุกคนกระโจนเข้าไป ต้องรอดูว่าหลังจากที่ฝูงสงบลงแล้ว สถานการณ์จะคลี่คลายไปในทิศทางใด

### ส่วนที่ 3 แนวโน้มการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย

ในปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกำลังเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐบาลก็มีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ต และพยายามขยายบทบาทของอินเทอร์เน็ตไปสู่เชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามกระแสการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ทำให้ประเทศไทยต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคของเทคโนโลยีใหม่ และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจแบบใหม่

แต่ทั้งนี้การขยายตัวของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยคงจะไม่เติบโตแบบก้าวกระโดดเช่นเดียวกับในต่างประเทศ แต่จะเป็นการพัฒนาในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไปมากกว่า เนื่องจากความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดในหลายๆ เรื่องด้วยกัน เช่น ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังคงจำกัดอยู่เพียงบางกลุ่ม เพราะจะต้องเป็นคนที่มีความรู้ความเข้าใจภาษาอังกฤษ มีพื้น

ฐานคอมพิวเตอร์ และมีฐานะพอที่จะจ่ายค่าบริการได้ โดยจะขยายตัวได้ในกลุ่มของนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มคนชั้นกลางขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงคนในกรุงเทพและตามจังหวัดใหญ่ๆเท่านั้น

เช่นเดียวกับแนวโน้มของการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการรายงานข่าวสารข้อมูลของสื่อมวลชนไทย ซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นเพียงช่องทางเสริมสำหรับสื่อหลัก ยังไม่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในขณะนี้ แต่มีแนวโน้มและมีความพยายามที่จะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ต กลายเป็นสื่อหลักที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งต่อไปในอนาคต เพราะสื่อมวลชนทุกแห่งพยายามที่จะเกาะไปกับกระแสของอินเทอร์เน็ต เพื่อปรับตัวไปตามผู้อ่านและปรับตัวให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตคงจะไม่ขยายตัวอย่างรวดเร็วนัก โดยเฉพาะในระยะเวลา 2-3 ปีข้างหน้า ยังเป็นไปไม่ได้ที่ผู้บริโภคจะเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น หรือเกิดหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Newspaper) อย่างเต็มตัว จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวงการสื่อมวลชนไทย เพราะการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดอยู่ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว รวมทั้งพฤติกรรมกรอ่านข่าวหรือการเปิดรับสื่อผ่านคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในเมืองไทยยังไม่เหมือนกับต่างประเทศเสียทีเดียว ผู้ใช้ยังมีความเคยชินกับการเปิดรับสื่อรูปแบบเดิม เช่นการอ่านหนังสือพิมพ์และการดูโทรทัศน์ เนื่องจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถจะพัฒนาให้ใช้งานได้ง่ายถึงขั้นเทียบเท่ากับสื่อดั้งเดิม

คุณชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี แสดงความคิดเห็นว่า “ผลกระทบต่อวงการสื่อมวลชน ในระยะสั้น 2-3 ปีนี้คงจะยัง เพราะความแพร่หลายและคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตยังอยู่ในวงจำกัด แต่ในระยะยาวยังไม่แน่ ไม่น่าจะเกิน 5 ปีน่าจะมีมองเห็นความความเติบโตชัดเจนมากขึ้น ขณะเดียวกันตัวของเทคโนโลยีที่พัฒนาไปก็จะคลี่คลายปัญหาต่างๆของการใช้อินเทอร์เน็ตลงได้ เช่น ความล่าช้า ราคาอุปกรณ์ที่แพง จะทำให้คนมีโอกาสเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ในตอนนั้นถึงจะมีผลกระทบ แต่อย่างไรก็ตามไม่คิดว่าจะทำให้บทบาทของสื่อมวลชนเดิมลดลง น่าจะเสริมกันมากกว่า คืออินเทอร์เน็ตจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งไม่ถึงขนาดแทนที่กัน”

แม้ว่าในปัจจุบันหนังสือพิมพ์หลายฉบับ จะมีการรายงานข่าวและนำข้อมูลขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตโดยสามารถเปิดอ่านได้ฟรี แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดเชื่อว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ เนื่องจากผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และอ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตเป็นผู้บริโภคละกลุ่มกัน ผู้ที่อ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตจะเป็นคนต่างประเทศหรือคนไทยในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งเห็นว่าหากจะมีการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างจริงจัง รูปแบบของการ

รายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตกับหนังสือพิมพ์จะต้องแตกต่างกัน เช่นการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ต่างประเทศจะมีเฉพาะหัวข้อข่าว และเนื้อหาโดยสรุปเพียงบางข่าวเท่านั้น หากจะดูรายละเอียดก็ต้องซื้อหนังสือพิมพ์หรือสมัครเป็นสมาชิก Web Site

ปัญหาสำคัญที่ทำให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยไม่สามารถจะพัฒนาได้อย่างเต็มที่ คือ การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตไม่สามารถสร้างรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเอง เพราะผู้บริโภคข่าวในประเทศไทยมองว่า ข่าวยังเป็นของฟรีหรือเสียเงินในราคาที่ถูกเท่านั้น ดังนั้นในภาวะที่เศรษฐกิจซบถดวลงทำให้ทุกองค์กรต้องทุ่มเททรัพยากรทั้งหมดไปเพื่อระคับประคองสื่อหลักให้อยู่รอดเสียก่อน จึงไม่สามารถจะทุ่มเงินไปกับการพัฒนาหรือลงทุนด้านอินเทอร์เน็ตได้มากนัก แต่อย่างไรก็ตามในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนไทยเริ่มมองเห็นช่องทางแล้วว่าการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถจะสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจได้ในระยะยาว และ Web Site ของสื่อมวลชนไทยหลายแห่งเริ่มจะมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาเกิดขึ้นแล้ว

นอกจากนี้การประสบความสำเร็จของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ยังต้องขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของสื่อหลักด้วย ไม่ได้เกิดขึ้นจากตัวของอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว โดยคุณDeborah L. Leenutaphong แสดงความคิดเห็นว่า “การประสบความสำเร็จของ Web Site บางกอกโพสต์ ซึ่งถูกจัดเป็นอันดับ 15 ของโลกใน Web Site ด้านข่าว(ปี 2541) ปัจจัยหลักที่ทำให้มีคนเข้ามาดูเยอะคือชื่อเสียงและภาพของบางกอกโพสต์ที่ดีอยู่แล้ว” เช่นเดียวกับสื่อมวลชนในต่างประเทศ เช่น CNN ซึ่งประสบความสำเร็จกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เป็นเพราะตลาดผู้บริโภคข่าวของ CNN มีขนาดใหญ่เป็นระดับทั่วโลก และมีชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลก

สำหรับอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยที่นับว่าประสบความสำเร็จมากที่สุด คือ Web Site บางกอกโพสต์ ซึ่งได้รับการจัดอันดับให้เป็น Web Site ที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 6 ของโลก สำหรับ Web Site ทางด้านสื่อมวลชน(Most popular media site) โดยอันดับหนึ่งคือ CNN และเป็น Web Site ทางด้านหนังสือพิมพ์อันดับ 3 ของโลก โดยรองลงมาจาก USA Today และ New York Times แต่เป็น Web Site ที่นำเสนอทางด้านข่าวสารอันดับหนึ่งของเอเชีย การจัดอันดับดังกล่าวจัดทำขึ้นโดย The 100Hot ซึ่งได้จัดอันดับ Web Site ที่มีชื่อเสียงมาเป็นเวลาหลายปี การจัดอันดับในครั้งนี้มีการสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 100,000 คน ตามคุณลักษณะทางด้านประชากร สำหรับปีที่ผ่านมามี The 100Hot จัดอันดับให้บางกอกโพสต์เป็น Web Site ทางด้านสื่อมวลชนอันดับที่ 15 ของโลก (บางกอกโพสต์, 24 มีนาคม 2542 : 1)

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ก็ได้แสดงความคิดเห็นว่า การทำ Web Site ด้านบันเทิง (Entertain) จะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่า Web Site ด้านข่าว เพราะในขณะนี้คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อความสนุกสนานเป็นส่วนใหญ่ และคนไทยเริ่มยอมรับที่จะจ่ายเงินสำหรับการรับสื่อด้านบันเทิงแล้ว และในอนาคตมีความเป็นไปได้ที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์จะหลอมรวมเข้าด้วยกันเป็นลักษณะของ Web TV ซึ่งจะทำได้ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนจากเครื่องรับโทรทัศน์หรือเคเบิลทีวีไปเล่นอินเทอร์เน็ตได้เพียงเสียบเข้ากับสายโทรศัพท์เท่านั้น และทำให้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์มากนัก และจะส่งผลให้มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตขยายตัวเพิ่มขึ้น สำหรับเทคโนโลยีดังกล่าวคงจะเกิดขึ้นในไม่ช้านี้ เพราะในขณะนี้เริ่มมีการให้บริการแล้วในต่างประเทศ

ต่อไปหากเทคโนโลยี Web TV ได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้งานได้ง่ายและเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น ก็อาจจะเป็นคู่แข่งของการออกอากาศทางโทรทัศน์อย่างแน่นอน เพราะ Web TV สามารถแพร่กระจายได้กว้างขวางกว่า และมีความคมชัดสูงกว่าโดยผ่านสายเคเบิลไปทั่วโลก ในขณะที่การออกอากาศทางโทรทัศน์ในปัจจุบัน มีข้อจำกัดของความคมชัดประมาณ 100 กม.รอบๆ สถานีเท่านั้น แต่เชื่อว่าจะไม่กระทบกับการทำธุรกิจของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อย่างแน่นอน เพราะจะต้องมีผู้ผลิตรายการหรือผู้คัดเลือกข้อมูล เพื่อนำเสนอให้ผู้ให้บริการต่อไป แม้ว่าอาจจะมี การเปลี่ยนแปลงช่องทางหรือรูปแบบการนำเสนอก็ตาม

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนเสนอความคิดเห็นว่า ในอนาคตอินเทอร์เน็ตอาจจะทำให้อำนาจที่อิงกับเครื่องมือสื่อสารลดลง ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ครอบครองสื่อลดบทบาทลง เพราะเมื่อมีช่องทางสื่อสารมากขึ้นอำนาจของสื่อก็จะลดลงโดยอัตโนมัติ อำนาจจะย้ายไปอยู่ที่การจัดการข้อมูลและคนที่สามารถหยิบจับข้อมูลมาจัดการได้อย่างเหมาะสม เช่น YAHOO ซึ่งเป็น Web Site ที่รวบรวมรายชื่อของ Web Site ต่างๆ มาจัดเป็นหมวดหมู่แล้วมีบริการสืบค้นรายชื่อ Web Site ตามที่ผู้ใช้ต้องการ ทำให้มีผู้ใช้บริการเป็นมาก ส่งผลให้ YAHOO ได้รับความนิยมและสามารถขายพื้นที่โฆษณาได้

กล่าวโดยสรุปแล้วผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตมีโอกาสจะพัฒนาต่อไปในอนาคต และสามารถจะประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว แต่การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตจะไม่น่าเป็นคู่แข่งกับสื่อมวลชนในปัจจุบัน แต่จะเป็นช่องทางที่เป็นประโยชน์ช่วยเสริมซึ่งกันและกัน โดยจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของอุตสาหกรรมการรายงานข่าวและ

ข้อมูล รวมทั้งไม่มีทางที่สื่อมวลชนจะหายไป เพราะยังจะต้องมีสื่อมวลชนเป็นองค์กรในการผลิตข่าวและข้อมูลต่อไป

แต่มีความเป็นไปได้ที่อินเทอร์เน็ตจะเข้ามาทดแทนรูปแบบการนำเสนอของสื่อหลักในปัจจุบัน ถ้าหากอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มีความเคยชินกับการเปิดรับสื่อทางคอมพิวเตอร์มากขึ้น และการพัฒนาความสามารถของอินเทอร์เน็ตให้มีจุดแข็งเหนือสื่อหลักรูปดั้งเดิม โดยเฉพาะความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลและความสะดวกในการใช้งาน

เนื่องจากเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ต นับว่ามีจุดเด่นที่เหนือกว่าสื่อดั้งเดิมอยู่แล้วคือสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลายรูปแบบในลักษณะของมัลติมีเดีย ทั้งในรูปแบบของข้อความ ภาพกราฟฟิก เสียง และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นการรวบรวมคุณลักษณะเด่นของสื่อต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน รวมทั้งสามารถนำเสนอข้อมูลได้มากมายโดยไม่จำกัด และสามารถเก็บข้อมูลเอาไว้ได้ตามความต้องการ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกดูได้ตลอดเวลา รวมทั้งยังมีจุดเด่นเรื่องการสื่อสารในลักษณะพูดคุย สัมพันธ์ ซึ่งทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อกันได้ในทันที นอกจากนี้การรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตยังมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสื่ออื่นๆ อีกด้วย โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งประสบกับปัญหาต้นทุนการผลิตที่มีราคาแพงขึ้นตลอดเวลา เช่น ค่ากระดาษ ค่าจัดทำรูปเล่ม ค่าขนส่ง และค่าจัดจำหน่าย