

## บทที่ 5

### อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยผ่าน World Wide Web ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารของสื่อที่ต่างประเภทกัน และวิเคราะห์รูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่แพร่กระจายผ่าน World Wide Web ในปัจจุบัน รวมทั้งศึกษาทิศทางและแนวโน้มของการเผยแพร่ข่าวสารบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย ตามทัศนะของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยเลือกศึกษาสื่อมวลชนไทยประเภท หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ที่มีการแพร่กระจายควบคู่ทั้งการนำเสนอตามปกติและบน World Wide Web โดยการสัมภาษณ์ และศึกษาจาก Web Page ที่ทำการเผยแพร่ในขณะนั้น ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

#### การแพร่กระจายข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยที่ต่างประเภทกัน

เนื่องจากสภาพแวดล้อมของ World Wide Web มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับการสื่อสารด้วยช่องทางแบบดั้งเดิม (Traditional Channel) ดังนั้นสื่อทุกประเภทจึงต้องปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่นี้ ทั้งด้านวัตถุประสงค์ของการทำงาน และลักษณะในการนำเสนอ และเมื่อสื่อมวลชนทั้ง 4 ประเภทนำเสนอตัวเองบน World Wide Web จึงปรากฏลักษณะบางอย่างที่เหมือนกัน สืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมของสื่อ World Wide Web ที่เป็นตัวหลอมรวมลักษณะเหล่านั้นเข้าด้วยกัน และก่อให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ อย่างที่ไม่เคยปรากฏที่ไหนมาก่อน แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาลักษณะการนำเสนอข่าวสารบน World Wide Web ของสื่อมวลชนแต่ละประเภทยัง มีความชัดเจนในด้านของความแตกต่าง เนื่องมาจากลักษณะธรรมชาติของตัวสื่อมวลชนเอง และวัตถุประสงค์ในการทำงานช่องทาง World Wide Web ด้วย

ลักษณะร่วมกัน ที่ปรากฏในการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางการสื่อสารของสื่อมวลชนไทยมีดังนี้

1. สื่อมวลชนไทยทุกประเภทใช้ World Wide Web เพื่อการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้วยการสร้าง Web page ที่บอกกล่าวถึงประวัติความเป็นมา รวมทั้งแนวคิดนโยบาย หรือกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร
2. สื่อมวลชนไทยทุกประเภทเปิดโอกาสให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็น แนะนำ หรือสอบถามปัญหาในด้านต่างๆ ซึ่งรูปแบบพื้นฐานที่ปรากฏ คือ การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน อันเนื่องจากลักษณะธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังนี้

หนังสือพิมพ์	สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มีลักษณะการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างจริงจัง และให้ความสำคัญที่ข้อมูลข่าวสารมากกว่าการใช้ภาพกราฟิก หรือการใช้เทคโนโลยีด้าน Multimedia ข่าวสารที่น่าขึ้นเผยแพร่ นั้นต้องได้รับการ Update อยู่เสมอ อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์มีความพยายามที่จะออกแบบ Web page ให้มีความสวยงามมากขึ้น โดยคำนึงถึงความเร็วในการสืบค้นข้อมูลความสะดวกในการใช้งานของผู้รับสารเป็นหลัก
นิตยสาร	สื่อมวลชนประเภทนิตยสาร มีลักษณะการใช้ World Wide Web เป็นสื่อที่ช่วยเสริม นิตยสารที่ตีพิมพ์ตามปกติ โดยจะเสริมในแง่ของการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ดังนั้น นิตยสารที่ปรากฏบน World Wide Web นั้น จะเป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ โดยการนำเสนอหน้าปกนิตยสารฉบับนั้นๆ หรือนำจุดเด่นมานำเสนอ โดยคำนึงถึงความสวยงามของภาพมากกว่าตัวเนื้อหา อย่างไรก็ตาม สื่อนิตยสารมีความพยายามที่จะสร้างความแปลกใหม่ให้กับตัวเองในแบบฉบับบน World Wide Web มากขึ้น
วิทยุ	สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่ใช้ World Wide Web เพื่อสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศตามปกติเช่นกัน โดยจะนำเสนอผังรายการ เรื่องย่อละคร รวมทั้งข่าวสารประจำวันที่น่าเสนอตามปกติอยู่แล้ว สำหรับสื่อโทรทัศน์นั้น มีการใช้เทคโนโลยีใน Web page มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ทั้งข้อมูลภาพวิดีโอและข้อมูลเสียง นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงเรื่องความสวยงาม ความแปลกใหม่ควบคู่ไปกับความเร็วในการใช้งานของผู้รับสารด้วย

โทรทัศน์	สื่อมวลชนประเภทวิทยุ เป็นสื่อมวลชนที่ใช้ World Wide Web นำเสนอข้อมูลข่าวสารในสองลักษณะคือ ใช้เพื่อ สร้างภาพลักษณ์ และประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสนับสนุน รายการวิทยุที่กระจายเสียงตามปกติ โดยจะเน้นที่ข้อความและภาพประกอบ อีกประการหนึ่งคือ ใช้เพื่อสร้างโอกาสในการรับข่าวสารประเภทเสียงให้แก่คนไทยที่อยู่ในต่างประเทศ โดยจัดเก็บเพิ่มข้อมูลประเภทเสียงให้อยู่ในรูปแบบ (Format) ที่สะดวกต่อผู้ใช้งานในการเรียกฟัง
----------	---

### สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์

จากการศึกษาของ Syrysko ในปี 1994 ได้พบว่าสื่อมวลชนทุกประเภทได้ย้าย (Move) ตัวเอง ไปทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบน World Wide Web ควบคู่ไปกับการดำเนินกิจกรรมด้านการสื่อสารในสังคมปกติ ซึ่งปรากฏการณ์เดียวกันนี้ได้เกิดขึ้นกับวงการสื่อมวลชนไทยในปี 1995 ซึ่งสื่อประเภทแรกที่ปรากฏตัวบน World Wide Web คือสื่อหนังสือพิมพ์ ตามมาด้วยสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสถาบันสื่อมวลชนอื่นๆ

สำหรับวงการสื่อมวลชนไทย นั้นได้มีจุดเริ่มต้นบน World Wide Web เช่นเดียวกับวงการสื่อมวลชนทั่วโลก นั่นคือหนังสือพิมพ์นอกจากจะเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังเป็นสื่อที่ให้ความสำคัญแก่ตัวเนื้อหาข่าวสารมากกว่าสนใจในเรื่องของรูปแบบ ซึ่งลักษณะที่เกิดขึ้นนี้ เป็นไปตามที่ McAdams กล่าวไว้ว่า สื่อหนังสือพิมพ์บน World Wide Web นั้นมีรูปแบบคงที่ เนื้อหาเท่านั้นที่เปลี่ยน (Design is fix, it's content that change)

สิ่งที่ทำให้สื่อหนังสือพิมพ์มุ่งความสนใจในด้านรูปแบบน้อยกว่าตัวข่าวสารนั้น ก็เนื่องมาจากข้อจำกัดที่ Syrysko สำนวจค้นพบ นั่นคือ สื่อหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องนำเสนอข่าวสารประจำวัน ซึ่งมีจำนวนมากอยู่แล้ว ทำให้ไม่มีเวลาพอที่จะนึกถึงการสร้างสรรค์รูปแบบเท่าไรนัก และเหตุผลอีกประการคือ สื่อหนังสือพิมพ์ยังคงยึดติดอยู่กับลักษณะการเผยแพร่ข้อมูลแบบดั้งเดิม ทำให้มองว่าการนำเสนอเฉพาะข้อความและภาพหนึ่งเป็นสิ่งที่เพียงพอแล้ว ซึ่งสื่อหนังสือพิมพ์ไทยเองก็ได้มีความคิดว่าเนื้อหา และความเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงก่อนสิ่งอื่น สำหรับรูปภาพนั้น มีได้แต่ไม่ควรมากนัก เนื่องจากลักษณะโดยธรรมชาติของหนังสือพิมพ์นั้น คือ องค์การประเภทข่าวสาร จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้พบว่าลักษณะการใช้ World Wide Web ของสื่อหนังสือพิมพ์ไทยมีด้วยกัน 5 ประการ คือ

ประการที่ 1 ใช้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาเดียวกับฉบับตีพิมพ์ตามปกติ

นั่นคือ เนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่บน World Wide Web นั้น เป็นข่าวสารประจำวันที่มีการตีพิมพ์ตามปกติอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามเนื้อหาข่าวสารจะไม่ได้นำขึ้นเผยแพร่ทั้งหมด แต่จะถูกเลือกสรรจากบรรณาธิการ หรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงก่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเด่น ข่าวที่มีความสำคัญและต้องเขียนขึ้นโดยคนไทย หรือเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย รวมทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกด้วย

และสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ที่จะละเลยไม่ได้สำหรับสื่อมวลชนประเภทนี้ คือการปรับข้อมูลให้ทันสมัย (Update) ซึ่ง Sysryscos กล่าวว่า เป็นกฎสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการนำเสนอข่าวสารบน World Wide Web และ ไม่เพียงแต่ปรับให้ทันสมัยเท่านั้นยังต้องมีการเพิ่มเติมข่าวสารอยู่เสมอ (Adding) และ ลบสิ่งที่ไม่จำเป็นทิ้ง (Deleteing) รวมทั้งแทนที่ของเก่า (replacing old material) ด้วย ซึ่งสื่อหนังสือพิมพ์ไทยได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งต่อการ Update อย่างมากและตระหนักว่าข่าวสารนั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนไปในแต่ละวัน โดยที่ผู้สารไม่สามารถที่จะหยุดนิ่ง (Idle) อยู่กับที่ได้ ดังนั้นการนำเสนอข่าวสารของสื่อหนังสือพิมพ์ไทยบน World Wide Web จึงเปลี่ยนแปลงได้ทัน และบางครั้งสามารถทำได้เร็วกว่าการนำเสนอข้อมูลตามปกติด้วย

## ประการที่ 2 ใช้ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเกี่ยวกับข้อจำกัดของสื่อหนังสือพิมพ์ ที่ทำให้นำเสนอออกมาในลักษณะข้อความเป็นส่วนใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์หลายฉบับ ได้มีความพยายามที่พัฒนา โดยการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการนำเสนอข่าวสาร ซึ่ง Sysryscos ได้ยกตัวอย่างของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ที่เกิดขึ้นในหนังสือพิมพ์ Electronic Telegraph ของ ประเทศอังกฤษ หรือ หนังสือพิมพ์ The Gate ของอเมริกา รวมไปถึง The San Jose Mercury ซึ่งหนังสือพิมพ์เหล่านี้ เป็นตัวอย่างของการบุกเบิกในการสร้างลักษณะของการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ไทยนั้นมีความพยายามที่จะสร้างลักษณะเช่นนี้ ให้ปรากฏเช่นกัน ตัวอย่างเช่น Web page ของหนังสือพิมพ์ The Nation ที่มีหน้า "Meet Editors" เปิดโอกาสให้โดยบรรณาธิการ และผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทั้งในลักษณะของการสื่อสารแบบไม่พร้อมกัน ในรูปแบบของการเขียน และตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อสารไปพร้อมๆ กัน (Chat) ระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารหรือระหว่างผู้รับสารด้วยตนเอง เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่น่าสนใจ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพยายามในการสร้างสรรค์หรือออกแบบ Web page ให้มีความสวยงามมากกว่าที่จะซ้ำซากจำเจอยู่ในรูปแบบของข้อความเพียงอย่างเดียว และในการออกแบบนั้น สิ่งสำคัญที่คำนึงถึง คือความง่ายในการใช้งาน (Easy to navigate)

### ประการที่ 3 ลักษณะการให้ข้อมูลข่าวสารย้อนหลัง

Lapham (1995) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะของการสื่อสารมวลชนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิงในศตวรรษที่ 21 นั้นก็เนื่องมาจากพลังอำนาจ 2 อย่าง ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พลังอย่างแรกคือ การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการและรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และพลังที่สองคือ การทะลุทะลวงผ่านมิติด้านเวลาและสถานที่ของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ลักษณะของการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นบน World Wide Web คือการให้ข้อมูลข่าวสารย้อนหลัง โดยจะอยู่ในลักษณะของ Back Issues หรือ Archive ซึ่งสามารถพบเห็นลักษณะดังกล่าว ได้จาก Web page ของหนังสือพิมพ์ Business Day หนังสือพิมพ์ Bangkok Post รวมทั้งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ที่รวบรวมไว้เป็นคลังข้อมูลสำหรับการใช้งาน ซึ่งในการรวบรวมข้อมูล หากจัดเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องใดเครื่องหนึ่งก็จะใช้งานได้เฉพาะเพียงบางคนเท่านั้น แต่การนำคลังข้อมูล (Data Base) เหล่านี้ ขึ้นเผยแพร่บน World Wide Web ก็จะทำให้ผู้ใช้งานจากทั่วโลก สามารถเข้ามาสืบค้นได้โดยปราศจากอุปสรรคทั้งในด้านเวลาและสถานที่

### ประการที่ 4 รับสมัครสมาชิก

การรับสมัครสมาชิกบน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยนั้น เป็นลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสาร (Computer Mediated Communication) เพื่อการแทนที่ (Substitution) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งใน 3 รูปแบบที่ Hiltz (1978) ได้อธิบายไว้ ปรากฏการณ์เพื่อการแทนที่นี้ จะเกิดขึ้นเมื่อมีการใช้คอมพิวเตอร์แทนวิธีการสื่อสารที่เคยเป็นมา สำหรับการรับสมัครสมาชิกบน World Wide Web นั้น เป็นลักษณะของการส่งข้อมูลผ่านแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์และส่งผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปยังจุดหมายที่ต้องการ แทนการกรอกแบบฟอร์มลงกระดาษเพื่อนำไปโทรเลข หรือแทนการสมัครสมาชิกผ่านทางโทรศัพท์ เป็นต้น

### ประการที่ 5 ประชาสัมพันธ์

นอกจากลักษณะการใช้งานต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า สื่อหนังสือพิมพ์ไทยใช้ World Wide Web เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งการประชาสัมพันธ์ตัวหนังสือพิมพ์เอง และองค์กรผู้ผลิตข่าวสารนั้นๆ โดยนำเสนอในลักษณะของการชี้แจงเป็นข้อความผ่าน Web page และด้วยศักยภาพของ World Wide Web จึงทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างกว้างไกลในระดับโลก มีความรวดเร็ว รวมทั้งมีราคาถูกลงอย่างไม่เคยปรากฏในสื่อประเภทใดมาก่อน

### ประการที่ 3 ลักษณะการให้ข้อมูลข่าวสารย้อนหลัง

Lapham (1995) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะของการสื่อสารมวลชนจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิงในศตวรรษที่ 21 นั้นก็เนื่องมาจากพลังอำนาจ 2 อย่าง ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พลังอย่างแรกคือ การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการและรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และพลังที่สองคือ การทะลุทะลวงผ่านมิติด้านเวลาและสถานที่ของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ลักษณะของการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นบน World Wide Web คือการให้ข้อมูลข่าวสารย้อนหลัง โดยจะอยู่ในลักษณะของ Back Issues หรือ Archive ซึ่งสามารถพบเห็นลักษณะดังกล่าว ได้จาก Web page ของหนังสือพิมพ์ Business Day หนังสือพิมพ์ Bangkok Post รวมทั้งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ที่รวบรวมไว้เป็นคลังข้อมูลสำหรับการใช้งาน ซึ่งในการรวบรวมข้อมูล หากจัดเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องใดเครื่องหนึ่งก็จะใช้งานได้เฉพาะเพียงบางคนที่เท่านั้น แต่การนำคลังข้อมูล (Data Base) เหล่านี้ ขึ้นเผยแพร่บน World Wide Web ก็จะทำให้ผู้ใช้งานจากทั่วโลก สามารถเข้ามาสืบค้นได้โดยปราศจากอุปสรรคทั้งในด้านเวลาและสถานที่

### ประการที่ 4 รับสมัครสมาชิก

การรับสมัครสมาชิกบน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยนั้น เป็นลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสาร (Computer Mediated Communication) เพื่อการแทนที่ (Substitution) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งใน 3 รูปแบบที่ Hiltz (1978) ได้อธิบายไว้ ปรากฏการณ์เพื่อการแทนที่นี้ จะเกิดขึ้นเมื่อมีการใช้คอมพิวเตอร์แทนวิธีการสื่อสารที่เคยเป็นมา สำหรับการรับสมัครสมาชิกบน World Wide Web นั้น เป็นลักษณะของการส่งข้อมูลผ่านแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์และส่งผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปยังจุดหมายที่ต้องการ แทนการกรอกแบบฟอร์มลงกระดาษเพื่อนำไปโทรเลข หรือแทนการสมัครสมาชิกผ่านทางโทรศัพท์ เป็นต้น

### ประการที่ 5 ประชาสัมพันธ์

นอกจากลักษณะการใช้งานต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น จากการศึกษาวิจัย ยังพบว่า สื่อหนังสือพิมพ์ไทยใช้ World Wide Web เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งการประชาสัมพันธ์ตัวหนังสือพิมพ์เอง และองค์กรผู้ผลิตข่าวสารนั้นๆ โดยนำเสนอในลักษณะของการชี้แจงเป็นข้อความผ่าน Web page และด้วยศักยภาพของ World Wide Web จึงทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างกว้างไกลในระดับโลก มีความรวดเร็ว รวมทั้งมีราคาถูกลงอย่างไม่เคยปรากฏในสื่อประเภทใดมาก่อน

### สื่อมวลชนประเภทนิตยสาร

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า สื่อนิตยสารไทยนั้น มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้ World Wide Web เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการเสริมภาพลักษณ์ให้กับตัวนิตยสารและองค์กรที่ผลิตนิตยสาร ดังนั้น นิตยสารบน World Wide Web จึงเน้นในเรื่องการจัดรูปแบบของการนำเสนอ ความสวยงามและความชัดเจนของตัวอักษรและภาพประกอบเป็นหลัก ซึ่งลักษณะการนำเสนอ นั้นเป็นไปไม่ได้โดยไม่มีขีดจำกัด ขึ้นอยู่กับแนวคิดของนิตยสารนั้น ซึ่ง Syrysco ได้กล่าวถึงสื่อนิตยสารไว้ว่า เป็นสื่อที่สามารถนำเสนอจินตนาการ หรือ ความคิดสร้างสรรค์ได้มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องมาจากนิตยสารนั้นมีแนวคิดที่หลากหลาย และมีความเฉพาะตัวที่สามารถนำมาดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้ เช่น นิตยสารประเภทรถยนต์ ก็จะมีลักษณะการนำเสนอเฉพาะแนวรถยนต์ ซึ่งผู้สร้างสารสามารถที่จะจินตนาการออกมาอย่างไรก็ได้ภายใต้แนวคิดหลักที่ตั้งไว้

สื่อนิตยสารไทยใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะต่างๆ กันดังต่อไปนี้

ประการที่ 1 ใช้นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาเดียวกับฉบับตีพิมพ์ตามปกติ

สำหรับข่าวสารที่นำเสนอ นั้น เป็นข่าวสารที่มีความสำคัญ และเด่นประจำฉบับนั้น แต่อย่างไรก็ตาม สื่อประเภทนิตยสารในปัจจุบันนั้น มองว่าช่องทาง World Wide Web เป็นช่องทางที่ใช้ในการเสริม (Add-on) ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารตามที่ Hiltz (1994) ได้กล่าวไว้ ลักษณะของการเสริมคือ ใช้ช่องทางนี้ในขณะที่ให้ความสำคัญแก่การสื่อสารในแบบเดิม และช่องทางนี้จะ เป็นเพียงบริการที่ช่วยให้กิจกรรมการสื่อสารในช่องทางปกติ เป็นไปได้สะดวกราบรื่นยิ่งขึ้น ดังนั้นสิ่งปรากฏการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นกับสื่อ นิตยสารไทย บน World Wide Web ก็คือ ไม่เห็นถึงความสำคัญของการ Update ข้อมูลเท่าไรนัก ถ้าหากมีปัญหาในด้านการจัดทำนิตยสารฉบับบน World Wide Web ไม่ทันตามกำหนด ก็ไม่คิดว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ

ประการที่ 2 ใช้ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

สื่อ นิตยสารไทย ไม่เน้นในเรื่องการใช้คุณสมบัติด้านปฏิสัมพันธ์ของช่องทาง World Wide Web มากมายไปกว่าการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านสามารถสอบถาม หรือแสดงความคิดเห็นผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้สื่อ นิตยสารยังมีความพยายามที่จะใช้เทคโนโลยีด้าน Multimedia มาเป็นส่วนช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารใน Homepage เพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจและเป็นบริการให้แก่ผู้ใช้งาน รวมทั้งมีความคิดเช่นเดียวกับสื่อ นิตยสารชั้นนำของโลก ที่ต้องการจะพัฒนา Homepage ของตนให้ก้าวไกลไปกว่าความเป็นนิตยสารฉบับสิ่งพิมพ์ตามปกติ เช่น Hot Wired ของอเมริกา Time Out ของอังกฤษ หรือ Der Spiegel ของเยอรมัน ซึ่งเป็น นิตยสารชั้นนำบน World Wide Web ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานทั่วโลก ที่ต่างให้ความสำคัญกับการสร้าง

เวทีได้ตอบระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรือกับผู้อ่านด้วยตนเอง หรือมีสร้างกิจกรรมเช่น ให้เล่าประสบการณ์ของตนให้คนอื่นได้อ่าน หรือจัดให้มีการส่งโปสการ์ดอิเล็กทรอนิกส์ไปให้กันเป็นต้น แต่จากการสำรวจสื่อวิทยุสื่อสารไทยบน World Wide Web ในครั้งนี้ ยังไม่ปรากฏลักษณะดังกล่าวให้เห็นคงเป็นเพียงแต่แนวคิดและสิ่งที่ต้องการทำในอนาคตเท่านั้น ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ในปัจจุบันสื่อวิทยุสื่อสารไทยแทบจะไม่ได้ใช้ลักษณะของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวมาข้างต้น เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน Homepage ของตนเลย

### ประการที่ 3 ลักษณะการให้ข้อมูลข่าวสารย้อนหลัง

ลักษณะของการให้ข้อมูลข่าวสารย้อนหลังนั้นเป็นสิ่งที่พบได้เพียง 2 Web Site จากที่สำรวจทั้งสิ้น 31 แห่ง ซึ่งทำให้ได้ข้อสรุปว่า สื่อวิทยุสื่อสารไทยบน Web ไม่มีการจัดรวบรวมข้อมูลข่าวสาร แต่จะเป็นการนำเสนอของแต่ละฉบับไป

### สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์

สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนไทยประเภทที่ 3 ที่ปรากฏอยู่บน World Wide Web ซึ่งนำโดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในปี 2537 จวบจนกระทั่งถึงปัจจุบัน สื่อโทรทัศน์ของไทยได้ปรากฏอยู่บน World Wide Web ทุกสถานีเรียบร้อยแล้วยกเว้นช่อง 11 (ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และ ITV) โดยปิดท้ายด้วยการเปิด Web Site อย่างเป็นทางการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3

และด้วยศักยภาพของสื่อด้านการกระจายเสียง อย่างเช่นโทรทัศน์ ที่มีความสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือ ภาพ เสียง หรือวิดีโอ Syrysco ได้สำรวจพบว่าผู้ใช้งานคาดหวังต่อรูปแบบของสื่อประเภทกระจายเสียงที่ปรากฏบน World Wide Web มากกว่าที่คาดหวังไว้กับสื่ออื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม สื่อโทรทัศน์ไทยบน World Wide Web ในช่วงแรกนี้ ยังไม่มีบทบาทด้านการสื่อสารมากไปกว่าการเป็นช่องทางที่คอยสนับสนุนสื่อหลัก ซึ่งในที่นี้หมายถึงรายการในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องนั่นเอง ตัวอย่างของบทบาทดังกล่าวได้แก่ การนำเสนอผังรายการในแต่ละวัน เรื่องย่อละคร หรือข่าวประจำวันที่เป็นข่าวเดียวกับที่นำเสนอตามปกติ เป็นต้น

Syrysco ได้ค้นพบว่าสื่อมวลชนได้มีการพัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้วยเทคโนโลยีระบบหลายสื่อ (Multimedia) ที่มีคุณสมบัติด้านการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ที่จะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถฟังเพลง หรือเรียกเพิ่มข้อมูลวิดีโอรายการของสถานีมารับชมได้ทันที ซึ่งการส่งข้อมูลประเภทภาพและเสียงของสื่อมวลชน



ไทยนั้น มีอุปสรรคที่สำคัญในเรื่องเกี่ยวกับความกว้างของสายส่งข้อมูล หรือที่เรียกว่า Bandwidth ทำให้เกิดความล่าช้าในการเรียกชมรายการ ตัวอย่างเช่นการจัดให้มีตัวอย่างละครบน World Wide Web ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการ Download ข้อมูลค่อนข้างนาน ดังนั้น Syrysco จึงได้ให้ความเห็นว่าในการพัฒนา Homepage เพื่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารประเภทหลายสื่อ นั้น สิ่งที่คุณสร้างสารต้องคำนึงถึงอย่างมากคือการใช้โปรแกรมที่ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และไม่ใช้เวลานานสำหรับผู้ที่ต้องการเปิดรับรายการต่างๆ

ในความเห็นของ Syrysco นั้น สิ่งที่ทำให้สื่อโทรทัศน์บน World Wide Web มีลักษณะที่ก้าวล้ำไปกว่าการออกอากาศตามปกติ นั่นคือ คุณสมบัติด้าน Interactive เช่น เกมสบน World Wide Web ซึ่งหัวหน้าส่วนพัฒนา Homepage ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นั้นได้กล่าวว่าทาง ททบ. 5 เองก็กำลังจะผลักดันรายการประเภทเกมสบน World Wide Web ให้เกิดขึ้น อันจะทำให้ผู้ใช้งานสามารถเล่นเกมได้ทันที นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็นและความต้องการของตนไปยังผู้ส่งสารโดยตรง เป็นสิ่งที่สื่อโทรทัศน์บน World Wide Web ทุกสถานีทำอยู่แล้วในรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

สำหรับเนื้อหาที่นำเสนอ นั้น ก็เช่นเดียวกันคือเป็นรายการที่มีการนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ตามปกติประจำวัน ข้อมูลที่ต้องมีการ Update ทุกวัน คือส่วนที่เป็นข่าวประจำวันซึ่งจะเปลี่ยนไปตามรายการข่าวของทางสถานี นอกจากนี้ สื่อโทรทัศน์บน World Wide Web นั้นต้องใช้เทคโนโลยีช่วยในการนำเสนอมากกว่าสื่อประเภทอื่น ซึ่งได้แก่เทคโนโลยีทางด้านเสียง และภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญแก่รูปแบบที่สวยงาม สะดวกต่อการใช้งาน

นอกเหนือจากการนำเสนอข่าวสารของทางสถานีแล้ว ยังเผยแพร่ข่าวสารที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์องค์กรด้วย เช่น ประวัติสถานี ความเป็นมา รวมทั้งแนวคิดและนโยบายในการบริหารงานของผู้บริหาร ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

### สื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียง

สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง ได้ใช้ช่องทาง World Wide Web ในการนำเสนอข่าวสารใน 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือเป็นการนำเสนอเฉพาะข้อความที่เป็นข้อความและภาพ ที่เน้นในด้านของการประชาสัมพันธ์รายการวิทยุที่นำเสนอตามปกติ ส่วนอีกลักษณะนั้น เป็นการนำเสนอข้อมูลประเภทเสียง โดยมีลักษณะเป็นการบรรยาย สาระคดี หรือบทความในเรื่องต่างๆ ที่น่าสนใจที่นำเสนอในรายการวิทยุตามปกติอยู่แล้ว โดยจัดเก็บแฟ้ม

ข้อมูลเหล่านั้นเป็นชุดๆ ไว้สำหรับให้บริการแก่ผู้ที่ต้องการฟัง ในการเผยแพร่ นั้น มุ่งเน้นนำเสนอแก่ผู้รับสารที่อยู่ต่างประเทศ ซึ่งได้รับผลตอบกลับที่ดีจากผู้รับสาร นับเป็นการเพิ่มโอกาสในการรับข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับสารได้ในอีกทางเลือกหนึ่ง

แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอข้อมูลโดยใช้เสียงนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับการติดตั้งอุปกรณ์และโปรแกรม ในการรับฟัง นอกจากนี้การส่งและการรับยังต้องขึ้นกับความเร็วและสภาพการส่งผ่านข้อมูลของสายสื่อสาร ด้วย นั่นคือ ถ้าหากเป็นช่วงที่มีการใช้งานบนเครือข่ายสื่อสารมาก การฟังเสียงอาจเป็นไปได้ไม่ราบรื่น หรืออาจจะไม่ได้ฟังเลยก็ได้

ในด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์นั้น การเรียกเพิ่มข้อมูลเสียงจากแหล่งข้อมูลนั้นก็นับเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ และเช่นเดียวกับสื่อประเภทอื่น สื่อมวลชนประเภทวิทยุ เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถส่งคำแนะนำ ข้อคิดเห็น รวมทั้งสอบถามปัญหาได้โดยการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน

### **รูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่แพร่กระจายบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย**

สภาพแวดล้อมของการเผยแพร่ข่าวสารบน World Wide Web นั้นมีลักษณะที่แตกต่างจากการเผยแพร่ผ่านสื่อปกติ คือมีลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่งผลให้รูปแบบของข่าวสารที่นำเสนอมีความแตกต่างกันตามไปด้วย ดังนั้นสื่อมวลชนไทยที่ใช้ช่องทาง World Wide web ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการเผยแพร่ข่าวสารจากที่เคยเป็นอยู่เพื่อให้มีความเหมาะสมกับช่องทางการสื่อสารนี้

จากการพิจารณาองค์ประกอบใน 3 ส่วนด้วยกันคือ 1. การจัดวางรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 2. การใช้เทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia) ในการนำเสนอข้อมูล และ การใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารสองทาง (Interactive) ทำให้ทราบว่าสื่อมวลชนไทยมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารดังต่อไปนี้

สื่อมวลชนไทยให้ความสำคัญในการนำเสนอหน้า Homepage ดังนั้นการสร้าง Homepage ของสื่อมวลชนไทยจึงคำนึงถึงความสวยงาม และมีการออกแบบมากกว่าหน้าอื่นๆ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นที่การแสดงความชัดเจนในการนำเสนอแนวคิด รวมทั้งเนื้อหาสาระและการบริการต่างๆ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจให้ผู้ใช้งานติดตามในรายละเอียดต่อไป จากการศึกษาวិเคราะห์พบว่าในหน้า Homepage ของสื่อมวลชนไทยมี

องค์ประกอบร่วมกันคือ 2 ประการคือ ชื่อ สัญลักษณ์ประจำสื่อ นั้น และหัวข้อ หรือรูปภาพที่เชื่อมโยงไปยัง รายละเอียดข่าวสาร

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่อื่นๆ อีก ซึ่งจะเป็นอะไรบ้างนั้น ก็จะขึ้นอยู่กับความเห็น และวัตถุประสงค์ในการนำเสนอของแต่ละองค์กร ตัวอย่างที่เห็นกันอยู่ทั่วไปคือ ตัวเลขระบุจำนวนผู้เข้ามาใน Homepage , การนำเสนอ Highligh of the day , การแจ้งข่าวสารพิเศษ, หรือการลงทะเบียนและรับสมัครสมาชิก เป็นต้น

ถัดจากหน้า Homepage ก็จะเป็นหน้ารายละเอียดของข้อมูลข่าว จากการศึกษาพบว่าลักษณะของการจัดวางข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web นั้นมี 2 แบบด้วยกันคือ แบบใช้กรอบเป็นตัวแบ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในหน้าจอ และแบบไม่ใช้กรอบ หรือ การนำเสนอในลักษณะของพื้นที่หน้าจอปกตินั่นเอง ซึ่งการนำเสนอแบบใช้กรอบนั้นกำลังเป็นที่นิยม ซึ่งสื่อมวลชนไทยทุกประเภทและจำนวนมากได้ใช้ลักษณะการนำเสนอในแบบนี้ เนื่องจากประโยชน์ที่ได้คือ ทำให้การเปิดอ่านข้อมูลได้ 2 หน้าในเวลาเดียวกัน ทำให้ลดเวลาในการย้อนหน้าจอไปมา

นอกจากนี้ สื่อมวลชนไทยยังใช้เทคโนโลยีด้านสื่อผสมเข้ามาช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วย ซึ่งได้แก่เทคโนโลยีทางด้านเสียง และภาพเคลื่อนไหว หรือภาพวิดีโอ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยให้ Web site ของสื่อมวลชนไทยมีความน่าสนใจขึ้น ซึ่งหากพิจารณาในอีกแง่มุมหนึ่งแล้วการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ควรต้องมีความเหมาะสม ทั้งกับประเภทขององค์กรเองและผู้ใช้งาน หากสื่อมวลชนจะใช้เทคโนโลยีนี้โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม เช่นในแฟ้มข้อมูลเสียง หรือภาพในที่ๆ ไม่จำเป็น ก็จะต้องใช้เวลามากในการเรียกดูข้อมูล ก็จะทำให้เกิดผลเสียได้ เนื่องจากผู้ใช้งานบน World Wide Web นั้นต่างต้องการความเร็ว

รูปแบบอีกประการหนึ่งที่พบในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web คือ ลักษณะของการสื่อสารสองทาง ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว จะดำเนินไปด้วยการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แต่ต่อมาได้มีการนำลักษณะการสื่อสารสองทางนี้มาใช้ในกิจกรรมด้านการสื่อสารอื่นๆ เช่น ใช้ในการรับสมัครสมาชิก รวมไปถึงการคุยสด (Chat) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสนทนากันได้ในขณะนั้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของการสื่อสารสองทาง ซึ่งในปัจจุบันใกล้เคียงกับการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งช่องทางการสื่อสารนี้อาจจะก้าวไปถึงจุดนั้นได้ในไม่ช้า และจะก่อให้เกิดกิจกรรมด้านการสื่อสารใหม่ๆ ติดตามมาได้

สำหรับลักษณะของข้อมูลข่าวสาร ที่แพร่กระจายผ่านช่องทาง World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทยนั้น จากการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะ วัตถุประสงค์และความพร้อมของแต่ละองค์กร โดยที่ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอขึ้นยังคงเป็นชุดเดียวกับที่ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนออยู่บนช่องทางสื่อปกติ ซึ่งเนื้อหาเหล่านั้น เป็นเนื้อหาที่บรรณาธิการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องพิจารณาเห็นว่ามีค่าสำคัญ แล้วจึงเลือกขึ้นนำเสนอ ที่ต้องมีการเลือกข่าวเป็นเพราะว่า ข่าวบางข่าวไม่เหมาะสมที่จะนำเสนอหรือเป็นข่าวต่างประเทศ ที่เข้ากับแหล่งข้อมูลอื่น ซึ่งตรงจุดนี้นั้นไม่ได้มีเกณฑ์การเลือกใดๆ ที่เป็นมาตรฐาน แต่เป็นการพิจารณาตามความเหมาะสมของบรรณาธิการเท่านั้น ซึ่งกรณีนี้อาจทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในการนำเสนอข่าวสารได้

โดยสรุปแล้ว จากการศึกษาพบว่ารูปแบบของข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web เป็น Text Plain ไม่ค่อยมีรูปแบบหรือหยาบ มีความพยายามที่จะปรับปรุง ทั้งด้าน Graphic และเทคนิคด้าน Multimedia ต่างๆ รวมทั้ง Logic โดยมีการคำนึงถึง User มากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงลงข้อมูลเป็นหน้าๆ ไป แต่ก็มีความพยายามที่จะทำให้นบน World Wide Web เป็นหนังสืออีกเล่มมากกว่าที่จะเอาของเดิมมาลงทั้งหมด และมีการใช้เทคโนโลยีด้าน Multimedia และ Interactive มากขึ้นในส่วนของโทรทัศน์ และเลือกใช้เป็นครั้งๆ ไป ในกรณีที่เหมาะสมในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่นบทสัมภาษณ์ และความเป็น Interactive ในปัจจุบันยังมีปรากฏอยู่น้อย

#### ทิศทางและแนวโน้มของการเผยแพร่ข่าวสารบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่าแนวโน้มและทิศทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยในอนาคตนั้นจะมีลักษณะที่สรุปได้ 10 ประการด้วยกันคือ

1. เผยแพร่ข้อมูลที่มีลักษณะของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์
2. เผยแพร่ข้อมูลในลักษณะที่ง่ายต่อการสืบค้น
3. ใช้เทคโนโลยีด้าน Internet และ Multimedia
4. ใช้ภาพกราฟิก
5. คำนึงถึงความเร็วในด้านผู้ใช้งาน
6. มีความเป็นสากล
7. สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแบบฉบับบน World Wide Web
8. สร้างความเป็นคลังข้อมูลของข่าวสาร
9. บริการข้อมูลข่าวสารแบบตามคำขอ (On demand)

## 10. เป็นเครื่องมือด้านการตลาด

ซึ่งปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดทิศทางทั้ง 10 ประการนี้ มีด้วยกันหลายอย่างด้วยกัน อย่างแรกคือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดยั้ง ในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้า อาจจะมีเทคโนโลยีที่ช่วยส่งเสริมให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นไปได้สะดวกกว่าในปัจจุบัน เช่น เทคโนโลยีด้านการบีบอัดข้อมูลที่สามารถทำให้สื่อมวลชนส่งแฟ้มข้อมูลภาพและเสียงได้โดยปราศจากข้อจำกัดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อย่างที่สองคือ จำนวนการใช้งานของผู้ใช้งาน World Wide Web ของไทย ซึ่งจากการสัมภาษณ์ ต่างมีความเห็นว่าจะต้องมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน ทั้งในด้านของผู้รับและผู้ส่ง ทำให้เกิดแนวโน้มที่จะใช้ช่องทางนี้เป็นเครื่องมือด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อย่างที่สามคือกระแสของการลอกเลียนแบบ ซึ่งตามความเป็นจริงแล้วนั้นการลอกเลียนสิ่งที่ดีกว่านั้นเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นทั่วโลก ที่สำคัญคือถ้าเลียนแบบแล้วดี ก็เกิดผลดี เช่นเดียวกับ Web site ของสื่อมวลชนไทย ซึ่งหลายๆ ที่ไม่ปฏิเสธว่าใช้แนวทางของการนำเสนอแบบเดียวกับของต่างประเทศที่เป็นตัวอย่างที่ดี ไม่ว่าจะเป็นด้านการนำกราฟฟิกมาช่วยในการนำเสนอให้ข้อมูลมีความน่าสนใจมากขึ้น หรือการออกแบบให้ง่ายต่อการสืบค้น เป็นต้น

ซึ่งปัจจัยที่หลักๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เมื่อนำมาประมวลดูก็จะพบว่าเป็นแรงผลักดันที่ช่วยให้เกิดแนวโน้มทั้ง 10 ข้อดังกล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตามอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องของความไม่หยุดนิ่งสิ่งที่ศึกษาและค้นพบ ณ วันนี้อาจเป็นอดีตได้ในเวลาไม่กี่ชั่วโมง และอาจจะเกิดมีแนวโน้มใหม่ๆ ให้ได้ศึกษาเพิ่มขึ้น

ด้านปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนั้น จากการสัมภาษณ์พบว่าเป็นปัญหาที่ 2 ส่วนหลัก นั่นก็คือในด้านของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในด้านของผู้ส่งสารนั้น ปัญหาที่พบจะเป็นเรื่องของการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านนี้ ซึ่งส่งผลให้ต้องมีการพัฒนาบุคลากรขึ้นมาใหม่ และในขณะที่พัฒนาบุคลากรที่จุดเริ่มต้นอยู่นั้น เทคโนโลยีด้านนี้ก็ก้าวหน้าหน้าออกไปตลอดเวลา สิ่งก็ตามมาคือต้องคอยตามเทคโนโลยีเหล่านี้ให้ทันด้วย ปัญหาที่พบในส่วนที่สองคือ ในด้านของผู้รับสารหรือ User ที่ยังไม่เข้าใจลักษณะการใช้งานของ World Wide Web หรือยังมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้ไม่มากนัก จึงเกิดปัญหาระหว่างการใช้งาน แต่อย่างไรก็ตามหากปัญหาในส่วนแรกหมดไป คือมีบุคลากรที่เพียงพอ ก็จะช่วยแก้ปัญหาที่สองให้หมดไปได้

### ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารแบบใหม่ ที่มีคุณลักษณะแตกต่างจากสื่อแบบดั้งเดิมอย่างสิ้นเชิง ข้อจำกัดหนึ่งที่น่าจะชัดเจนในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ข้อจำกัดในเรื่อง

ของเวลาในการศึกษา เนื่องจากสื่อตัวนี้มีลักษณะของการไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และเปลี่ยนแปลงได้เร็ว สิ่งที่คุณพบจะสามารถอธิบายได้เฉพาะสภาพการณ์ในเวลานั้น

ข้อจำกัดอีกประการหนึ่ง คือการขาดทฤษฎีด้านการสื่อสารบน World Wide Web หรือบน Internet ในมุมมองของสื่อสารมวลชนอย่างแท้จริง จากการค้นหงานวิชาการหรือเอกสารตำราทั้งฉบับตีพิมพ์ และอิเล็กทรอนิกส์นั้น พบว่าทฤษฎีที่ใกล้เคียงนั้น สร้างโดยนักการตลาดที่มอง World Wide Web เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างประสิทธิภาพในงานด้านการตลาด

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากเป็นประเด็นการศึกษาใหม่สำหรับวงการสื่อมวลชนไทย จึงมีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจติดตามในหลายๆ ด้าน ดังกัันดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการกรองข่าวสาร (Gate Keeper) บน Internet
2. ศึกษาข่าวสารของไทยบน World Wide Web ที่มีการนำเสนอโดยประเทศอื่น (เช่น กรณี Homepage Don't bye Thai ที่สร้างภาพเสียหายให้แก่ประเทศไทย)
3. ศึกษาในมุมมองของผู้รับสาร เกี่ยวกับการใช้ World Wide Web ในฐานะของช่องทางการสื่อสาร
4. ศึกษาในด้านพัฒนาการของสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web นี้ โดยมุ่งเน้นไปที่สื่อใดสื่อหนึ่ง
5. ศึกษาเปรียบเทียบสื่อมวลชนไทยกับสื่อมวลชนในต่างประเทศในการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย