

บทที่ 4 ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยผ่าน World Wide Web ในครั้งนี้ สามารถแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอนด้วยกันคือ

- ตอนที่ 1** การแพร่กระจายข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยที่ต่างประเภทกัน
- ตอนที่ 2** การวิเคราะห์รูปแบบข่าวสารของสื่อมวลชนไทย ที่แพร่กระจายผ่าน World Wide Web ปัจจุบัน
- ตอนที่ 3** ทิศทางและแนวโน้มของการเผยแพร่ข่าวสารบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 1 การแพร่กระจายข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยที่ต่างประเภทกัน

ผลการวิจัยในตอนนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (Dept Interview) บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจใช้ World Wide Web เพื่อเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร จากองค์กรสื่อมวลชนที่ต่างประเภทกัน จำนวนทั้งสิ้น 12 ท่าน รวมทั้งศึกษาจากเอกสารและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลจากการศึกษาทำให้ทราบว่าสื่อมวลชนที่ต่างประเภทกัน ใช้ช่องทาง World Wide Web เป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารที่แตกต่างกัน สืบเนื่องมาจากประเภทของสื่อมวลชน ความคิดเห็นที่สื่อมวลชนนั้นมีต่อช่องทาง World Wide Web และวัตถุประสงค์ของแต่ละองค์กรในการใช้ช่องทางนี้ ซึ่งรายละเอียดที่ได้จากการศึกษาสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1** ความคิดเห็นของสื่อมวลชนไทยประเภทต่างๆ ต่อ World Wide Web ในบทบาทของการเป็นช่องทางเพื่อการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร
- ส่วนที่ 2** วัตถุประสงค์ของการใช้ World Wide Web ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทย
- ส่วนที่ 3** เปรียบเทียบการแพร่กระจายข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยที่ต่างประเภทกัน

ส่วนที่ 1 **ความคิดเห็นของสื่อมวลชนไทยต่อ World Wide Web ในบทบาทของการเป็นช่องทางเพื่อการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร**

ความคิดเห็นของสื่อมวลชนไทยต่อ World Wide Web ในบทบาทของการเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสาร สามารถสรุปได้ 3 ประการคือ

1.1 เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีความสะดวกรวดเร็ว กว้างไกล และราคาถูก

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อมวลชนไทยมีความคิดเห็นว่า World Wide Web เป็นช่องทางที่ช่วยให้กิจกรรมด้านการสื่อสารดำเนินไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว ช่วยลดปัญหาในเรื่องความล่าช้าในการจัดส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารที่อยู่ห่างไกลในระดับโลก (World wide) ทำให้เกิดความเท่าเทียมกันในมิติของเวลาและสถานที่ในการเปิดรับข่าวสาร

จากการมองในมุมมองของผู้ส่งสาร สิ่งที่เอื้อต่อความสะดวกรวดเร็วนั้น นอกจากจะเป็นลักษณะพิเศษของตัวเองช่องทางเองแล้ว ยังได้แก่กระบวนการเตรียมข่าวสารที่ไม่ยุ่งยากเหมือนกับช่องทางสื่อมวลชนอื่น ซึ่งคุณเล็ก นนทนาพันธ์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ และคุณ ชีระพงศ์ เจียมเจริญ หัวหน้าส่วนข้อมูลศูนย์บริการข้อมูลผู้จัดการ ได้ให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ สำหรับเครือข่ายสื่อสาร World Wide Web นั้น ผมเห็นว่าเป็นเครือข่ายสื่อสารที่มีความเร็วที่สุดของโลก ณ วันนี้ มันมีความเร็วที่เหนือกว่าระบบการสื่อสารอื่นๆ ทั้งระบบไปรษณีย์ ระบบโทรเลข รวมทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ นับเป็นบทบาทการสื่อสารที่เร็วมาก ซึ่งการที่เราจะส่งหนังสือเล่มหนึ่งผ่านทาง Mail หรือทางอื่นนั้นนอกจากจะช้าแล้ว ค่าใช้จ่ายสูง แต่เรายิ่งดูมไปบน World Wide Web นั้น สามารถทำให้คนทั่วโลกสามารถที่จะอ่านได้พร้อมๆ กับคนไทยทีเดียว ”

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

“ถ้าคิดถึงในแง่ค่าใช้จ่ายของการเริ่มต้น หรือการใส่ข้อมูล โดยการสื่อสารด้วยวิธีการนี้ เปรียบเทียบกับระบบอื่นๆ แล้ว เป็นระบบการสื่อสารที่ถูกต้องที่สุด เพราะฉะนั้นสำหรับสยามธุรกิจแล้ว เราเห็นว่าสิ่งนี้เป็นช่องเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจอันหนึ่ง”

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

“ตัวมันเองเมื่อเทียบกับสื่อต่างๆ แล้ว จะเห็นว่ามีข้อดีมากๆ และที่สำคัญที่สุดคือ ในการที่จะเผยแพร่ข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่งออกไปทั่วโลกเนี่ย ราคาจะถูกอย่างที่จะหาสื่อไหนถูกได้ขนาดนี้ไม่มีอีกแล้ว “

สัมภาษณ์, ธีระพงศ์ เจียมเจริญ

1.2 เป็นช่องทางที่มีคุณสมบัติของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ (Interactive)

จากการสัมภาษณ์พบว่า สื่อมวลชนไทยมีความคิดเห็นว่า World Wide Web เป็นช่องทางที่มีคุณสมบัติของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ ตั้งแต่ในระดับของการเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ไปจนถึงการพูดคุยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Talk) ได้พร้อมๆ กันทั้งสองฝ่าย (Real time) ผู้ส่งสารสามารถได้รับการสื่อสารตอบกลับ (Feedback) ที่ส่งมาจากผู้รับสารทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ทำให้ได้รับความคิดเห็นจากมุมมองที่หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานในด้านต่างๆ อันจะช่วยผลักดันให้สื่อมวลชนไทยมีการพัฒนาเพื่อก้าวขึ้นสู่ระดับสากลได้

คุณพนา จันทวิโรจน์ บรรณาธิการ Nation Multimedia Group ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ของช่องทาง World Wide Web ดังต่อไปนี้

“คือมันมีความเป็น Interactive ที่ตัวคนเขียน หรือกองบรรณาธิการเองสามารถที่จะ Interact ได้แบบ Day to day จนกระทั่งถึงระดับ Real time กับตัวผู้อ่านได้เลยทีเดียว ซึ่งเป็นสิ่งที่สื่อหนังสือพิมพ์ทำไม่ได้”

สัมภาษณ์, พนา จันทวิโรจน์

นอกจากนี้ ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าคุณสมบัติของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์นี้ ยังสามารถนำมาให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้รับ เช่นการตอบคำถามต่างๆ อย่างทันทีทันใด หรือการแจ้งข่าวสารโดยเฉพาะเจาะจงบุคคล ซึ่งคุณสหรัฐ สงวนรัมย์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์รายปักษ์ @Internet และคุณธีระพงศ์ เจียมเจริญ ได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

“ผมมองว่าข้อได้เปรียบของ World Wide Web คือมันสามารถใช้ในการโต้ตอบระหว่างกันได้ในทุกๆ เรื่อง คือสมาชิกของ @Internet ฉบับตีพิมพ์ อาจจะ Mail มาถาม บก. ได้เลยว่าทำไมไม่ได้รับหนังสือ หรือถามปัญหาอื่นๆ ได้ เราจะได้แก้ไขให้เขาทันที”

สัมภาษณ์, สหรัฐ สงวนรัมย์

“ผมมองว่ามันเป็นเครื่องมือในการติดต่อกับผู้ใช้ การที่คุณเผยแพร่ผ่านทางวิทยุ หรือทีวีนั้น คุณพูดข้างเดียว แต่ถ้าเป็น World Wide Web นั้นเป็นในลักษณะของการ Interactive กันได้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ใช้ สามารถตอบกลับได้ทันที เช่นการตอบปัญหาเฉพาะแต่ละคนได้”

สัมภาษณ์, ธีระพงศ์ เจียมเจริญ

และด้วยคุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ของช่องทาง World Wide Web ร่วมด้วยการพัฒนาด้านเทคโนโลยีบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบได้ว่า ผู้ที่เข้ามาอ่านข่าวสารเป็นใครในระดับหนึ่ง และมีความสนใจในข่าวสารใดเป็นพิเศษ รวมทั้งสามารถระบุจำนวนครั้งที่มีคนเข้ามาสืบค้นข่าวสาร ซึ่งนำไปสู่การสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นในอนาคต

1.3 เป็นช่องทางที่สามารถดำเนินกิจกรรมด้านการสื่อสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปได้ทั่วโลก ด้วยความสะดวกรวดเร็วพร้อมทั้งค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการสื่อสารในระบบอื่น และมีคุณสมบัติของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ แล้ว World Wide Web ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่ปราศจากข้อจำกัดในเรื่องเวลาในการเผยแพร่ เนื่องจากบน World Wide Web นั้นเป็นระบบการสื่อสารแบบเปิดตลอดเวลาทั่วโลก ผู้ส่งสารสามารถดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารได้ตลอด 24

“เราสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ได้รวดเร็วทันที่ทันใด โดยที่กระบวนการและขั้นตอนไม่ยุ่งยากเหมือนการเผยแพร่ผ่านช่องทางอื่น และสามารถเผยแพร่ข่าวสารของเราไปถึงคนที่กว้างกว่า ไกลกว่า”

สัมภาษณ์, ธีระพงศ์ เจียมเจริญ

นอกจากบทบาทในฐานะที่เป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่สะดวกรวดเร็ว และมีรัศมีการเผยแพร่ที่กว้างไกลในระดับโลกแล้ว สื่อมวลชนไทยยังได้รับประโยชน์จากการใช้ช่องทาง World Wide Web เพื่อการค้นหาข้อมูลต่างๆ ทำให้แหล่งข้อมูลมีความหลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงช่วยลดค่าใช้จ่าย และเวลาในการค้นหา ซึ่งคุณสมเกียรติ บรรณานิกการบรรณานิตยสาร Home buyer's Guide ได้กล่าวว่า

“สำหรับสื่อมวลชนบ้านเรานั้น ได้ใช้เป็นช่องทางค้นหาข้อมูลที่ดีที่สุด อย่างเช่นข้อมูลในนิตยสารหนังสือคอมพิวเตอร์ต่างๆ เขาก็เปิดค้นหาจาก World Wide Web กันทั้งนั้นเพราะเร็วกว่า แทนที่จะรอแปลจากนิตยสารฉบับภาษาอังกฤษ คือวิธีการในการหาข่าวมันง่ายกว่า ลดทั้งค่าใช้จ่าย และเวลาในการเดินทางไปสัมภาษณ์เป็นต้น ทำให้สะดวกขึ้น ในแง่ของผู้สื่อข่าวคือหาข่าวได้เร็วขึ้น มีแหล่งข้อมูลมากขึ้น”

สัมภาษณ์, สมเกียรติ โชตินีรนาท

สำหรับในด้านค่าใช้จ่ายนั้น สื่อมวลชนไทยมีความเห็นว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง World Wide Web เป็นกระบวนการที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการสื่อสารแบบอื่น จากการสัมภาษณ์พบว่า หลังจากได้มีการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายสำหรับกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ระหว่างช่องทาง World Wide Web กับช่องทางการสื่อสารอื่นซึ่งได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสารแล้ว สื่อมวลชนไทยมีความเห็นว่าการเผยแพร่ผ่าน World Wide Web นั้นเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่า โดยนำปัจจัยด้านรัศมีการเผยแพร่มาเป็นสิ่งพิจารณาร่วมด้วย ซึ่งคุณเล็ก นนทนาพันธ์ และคุณธีระพงศ์ เจียมเจริญ ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวดังต่อไปนี้

ชั่วโมง โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ต้องอยู่ที่หน้าจอพร้อมๆ กัน ทำให้กระบวนการสื่อสารดำเนินไปได้ตลอดเวลา

“ผู้รับสารสามารถ Click เข้ามา Down load ได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง เช่น เพลง หรือ การสัมภาษณ์เหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่เราเก็บเป็นชุดๆ ไว้ ถ้าพลาดทางทีวี ก็เปิดดูในอินเทอร์เน็ตเน็ตได้ตลอดเวลา และถ้ามีข่าวด่วน เช่น ไฟไหม้อะไรที่ไหน เราก็สามารถส่งไปได้เดี๋ยวนั้นเลย”

สัมภาษณ์, พันโท อนุชิต ฐานะอุดม

“ มันเปิดตลอด 24 ชั่วโมง เราสามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารที่ต้องการลงไปได้เดี๋ยวนั้น ไม่ว่าจะเวลาไหนก็ตาม”

สัมภาษณ์, สมเกียรติ โชตินีรนาค

ส่วนที่ 2 **วัตถุประสงค์ของการใช้ World Wide Web เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยประเภทต่างๆ**

ผลจากการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่าสื่อมวลชนไทยใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้วยวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

- 2.1 ใช้ World Wide Web เป็นช่องทางเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร
- 2.2 ใช้ World Wide Web เพื่อเพิ่มโอกาสในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร
- 2.3 ใช้ World Wide Web เพื่อเสริมช่องทางด้านการตลาด

ดังมีรายละเอียดของแต่ละวัตถุประสงค์ และลักษณะของการใช้งานดังต่อไปนี้

2.1 การใช้ World Wide Web เป็นช่องทางเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร

จากการสัมภาษณ์พบว่า สื่อมวลชนไทยใช้ช่องทาง World Wide Web ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร ซึ่งได้แก่ภาพลักษณ์ของความทันสมัย และความก้าวหน้าขององค์กรในด้านการใช้เทคโนโลยี อันจะช่วยส่งเสริมศักยภาพและความน่าเชื่อถือของตัวองค์กรให้เกิดขึ้น

ดังนั้น การใช้ World Wide Web เพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์ข้อนี้ จึงเป็นไปในลักษณะของการนำเสนอข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์บริษัท นำเสนอภาพรวมของตัวองค์กร รวมทั้งการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังใช้เป็นศูนย์รวมของสื่อในเครือ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หรือ รายการต่าง ๆ โดยการจัดทำหน้าเชื่อมโยง (Link pages) เพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้น ช่วยให้ผู้ใช้งานรู้จักสื่อในเครือได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการติดตามในสื่อปกติต่อไปได้ ตัวอย่างของสื่อมวลชนไทยที่ใช้ World Wide Web เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้แก่

- บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชิ่ง จำกัด มหาชน ได้จัดตั้ง Web Site ของบริษัทขึ้น โดยมี URL คือ www.amarin.com Web Site นี้ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่บริษัท รวมทั้งใช้ในการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ และเป็นศูนย์รวมของนิตยสารในเครือบริษัทด้วย เมื่อผู้ใช้งานเข้ามาใน Homepage ของบริษัทแล้ว ก็จะสามารถเชื่อมโยงต่อไปยัง Homepage ของนิตยสารแต่ละเล่มได้อีก ซึ่งในปัจจุบันได้แก่ นิตยสารแพรว นิตยสาร Life & Decor และนิตยสาร Trendy Man



ภาพที่ 18

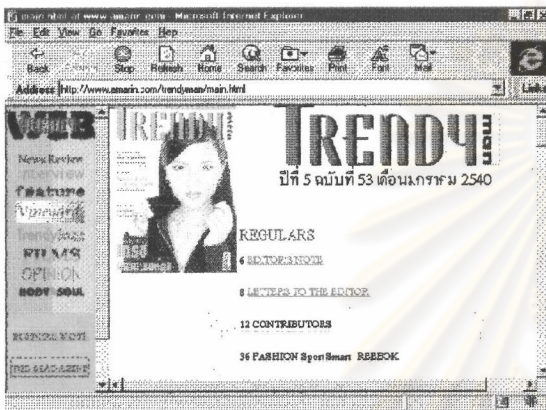
รูปแสดง Homepage ของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชิ่ง จำกัด (มหาชน)

URL www.amarin.com

คุณวงศ์ทรง ชัยณรงค์สิงห์ บรรณาธิการบริหารนิตยสาร Trendy Man ได้ให้สัมภาษณ์ถึงวัตถุประสงค์ของการใช้ช่องทาง World Wide Web เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชิ่ง จำกัด มหาชน ดังนี้

“เหตุผลแรกก็ถือเป็นมุมมองการณ์ไกลของผู้บริหาร ก็คิดว่า World Wide Web นั้นจะต้องมีบทบาทอย่างสูงต่อการสื่อสารของสื่อมวลชนไทย และในปัจจุบันนี้ก็น่าจะเป็นช่องทางที่ช่วยในการการประชาสัมพันธ์ธุรกิจในเครือ มีหนังสือในเครือ รวมทั้ง Activities ของอัมรินทร์ คือ เป็นที่รวมของสินค้าในเครือของบริษัทด้วย”

สัมภาษณ์, วงศ์ทอง ชัยณรงค์สิงห์



ภาพที่ 19

รูปแสดง Homepage ของนิตยสาร Trendy Man



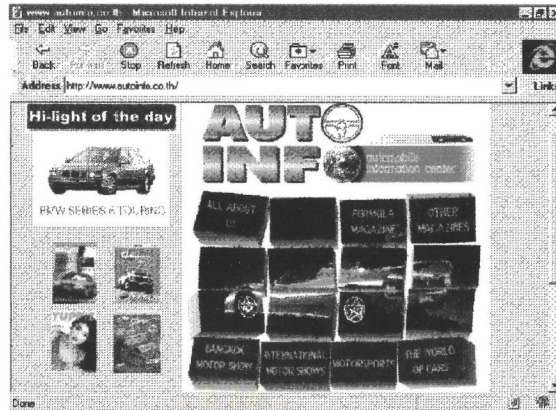
ภาพที่ 20

รูปแสดง Homepage ของนิตยสารแพรว

- บริษัทสื่อสากล จำกัด ได้ดำเนินการด้านการแพร่กระจายข้อมูลผ่าน World Wide Web โดยการจัดตั้ง Automobil Information Center สำหรับพัฒนา Homepage โดยเฉพาะ ซึ่งมี URL คือ autoinfo.co.th ทำการนำนิตยสารในเครือบริษัททั้งหมดเผยแพร่บน World Wide Web ซึ่งได้แก่ นิตยสารฟอร์มูลาร์ นิตยสาร Yuppie นิตยสาร Car Stereo และนิตยสาร 4 Wheels โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร นอกจากนี้ ยังต้องการเป็นศูนย์กลางรวมรถยนต์ที่ทันสมัย ซึ่งใน Homepage จะมีการเชื่อมโยงไปยัง Web Site ต่างๆ ที่เกี่ยวกับรถยนต์ที่น่าสนใจจากทั่วโลกด้วย ซึ่ง คุณอัฐมา นายเรือ บรรณาธิการอินเทอร์เน็ตเนต ของบริษัทสื่อสากลได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“เราต้องการทำเพื่อภาพพจน์ที่ดี มากกว่าเหตุผลด้านอื่น คือ autoinfo นี้รวมทุกอย่าง ถ้าชอบเรื่องรถก็มาที่นี่ก็จบ เรายรวม Web Site ที่อื่นไว้ด้วย รวมไว้เป็นศูนย์กลาง หรือจะดูมอเตอร์โชว์เมืองนอก เรื่องการแข่งขันรถ ก็ดูได้เลย”

สัมภาษณ์, อัฐมา นายเรือ



ภาพที่ 21

รูปภาพแสดง Homepage ของบริษัท สื่อสากล จำกัด

URL คือ www.autoinfo.co.th

- นิตยสาร Home Buyer's Guide URL คือ www.acninet.com/hbg_homepage/index.htm ซึ่งคุณสมเกียรติ ไซตินีรนาท บรรณาธิการบริหาร ได้ให้สัมภาษณ์ถึงการตัดสินใจจัดทำบน World Wide Web ว่าวัตถุประสงค์โดยแท้จริงของบริษัทคือต้องการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดอย่างหนึ่ง ทำให้เห็นว่าเป็นองค์กรที่ตามเทคโนโลยีทัน อันจะช่วยเสริมให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

“สิ่งที่เราตัดสินใจเอา Home buyer's guide ลง Internet เนี่ย มันเป็นเรื่องของภาพลักษณ์มากกว่า คือ ถ้าเราลง Internet เราก็มีภาพพจน์ที่ดี ช่วยเสริมให้องค์กรของเราน่าเชื่อถือมากขึ้น”

สัมภาษณ์, สมเกียรติ ไซตินีรนาท



ภาพที่ 22

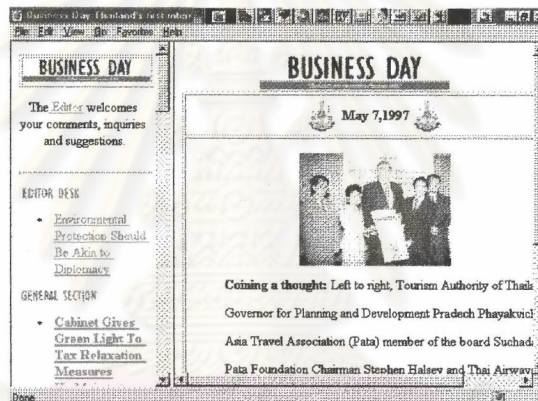
รูปภาพแสดง Homepage ของนิตยสาร Home buyer's Guide

URL คือ www.acninet.com/hbg_homepage/index.htm

- หนังสือพิมพ์ **Business Day** ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันเกี่ยวกับธุรกิจที่ตีพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ URL คือ www.loxinfo.co.th/~bday/ บรรณาธิการอินเทอร์เน็ตเน็ต คือ คุณสมัคร สุพันธ์ชัย ได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์หลักของการใช้ World Wide Web ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในขณะนั้นนั้น เป็นไปเพื่อการเสริมภาพพจน์ในระดับสากล และเป็นการขยายกลุ่มผู้รับสาร

“ต้องการเสริมภาพพจน์ในระดับ International ของเรา และเพิ่มกลุ่มผู้อ่าน เพื่อเราจะได้ขายตัวเราเองให้มากขึ้น เพราะ Business day เพิ่งมีอายุได้ 2 ปีเอง ยังแข่งกับ Post หรือ Nation ไม่ได้ และคนก็รู้จักเราจาก Internet เยอะพอสมควร”

สัมภาษณ์, สมัคร สุพันธ์ชัย



ภาพที่ 23

รูปภาพแสดง Homepage ของหนังสือพิมพ์ Business Day

URL คือ www.loxinfo.co.th/~bday/

- หนังสือพิมพ์รายปักษ์ @Internet ในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ในการใช้ World Wide Web เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร และใช้เพื่อการเก็บเป็นคลังข้อมูลสำหรับอนาคต คุณสหรัฐ สุวรรณรัมย์ บรรณาธิการบริหาร ได้ให้สัมภาษณ์ดังนี้

“วัตถุประสงค์ประสงค์ในการทำหนังสือบน World Wide Web ของผมในตอนนี้เป็น เพื่อเสริมภาพพจน์ เพื่อเป็น Value Ad ให้กับคนอ่าน และเก็บเป็น Database ด้วย”

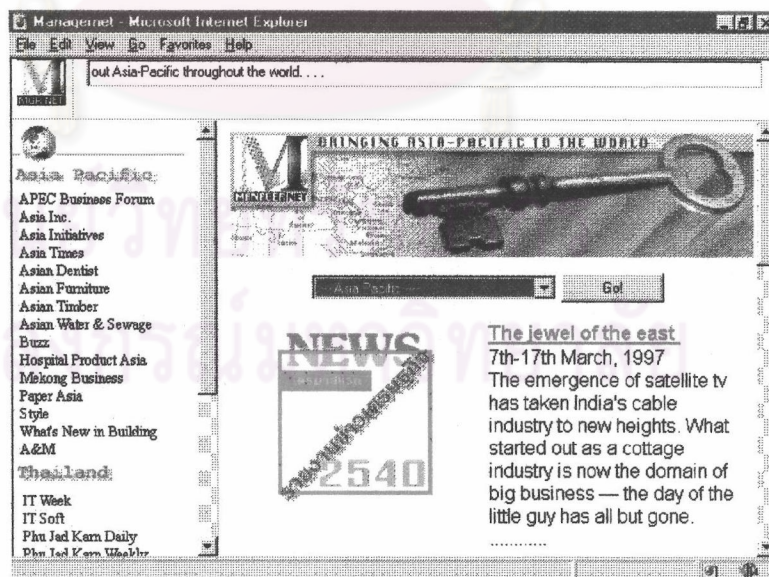
สัมภาษณ์, สหรัฐ สุวรรณรัมย์

- บริษัท แมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดตั้ง Web Site ขึ้นโดยมี URL คือ www.managemet.com เป็นศูนย์รวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเครือ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทบริการข้อมูลผู้จัดการ (Manager Information Services) หรือ MIS วัตถุประสงค์สำคัญของการใช้ World Wide Web ในปัจจุบัน คือใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้แก่ธุรกิจสิ่งพิมพ์และรายการวิทยุในเครือ

“ประเด็นที่เราเอา World Wide Web เข้ามาใช้ และเผยแพร่ข้อมูลผ่าน Internet นี้เลย อย่างแรก คือ บริษัทเรานั้นเป็นผู้นำทางสิ่งพิมพ์ เรามีบริษัทในเครือค่อนข้างเยอะ ทั้งในและต่างประเทศ การที่จะทำให้นั่งสื่อเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปเนี่ย ผมมองว่า Web เป็นสื่อที่ลงทุนต่ำที่สุด และต่างฝ่ายต่างทำงาน แต่สามารถ Present ร่วมกันได้ “

สัมภาษณ์, ชีระพงศ์ เจียมเจริญ

Managemet ยังเป็นศูนย์รวมขององค์กรใน เมื่อผู้ใช้งานเข้ามาใน Homepage ของ บริษัท แมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) แล้ว สามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าของสิ่งพิมพ์และวิทยุในเครือ ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน , ผู้จัดการรายสัปดาห์ ผู้จัดการรายเดือน นิตยสารภาษาอังกฤษ Manager และ โครงการวิทยุผู้จัดการ



ภาพที่ 24

แสดง Homepage ของบริษัท แมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

URL คือ www.managemet.com

2.2 การใช้ World Wide Web เพื่อเพิ่มโอกาสในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร

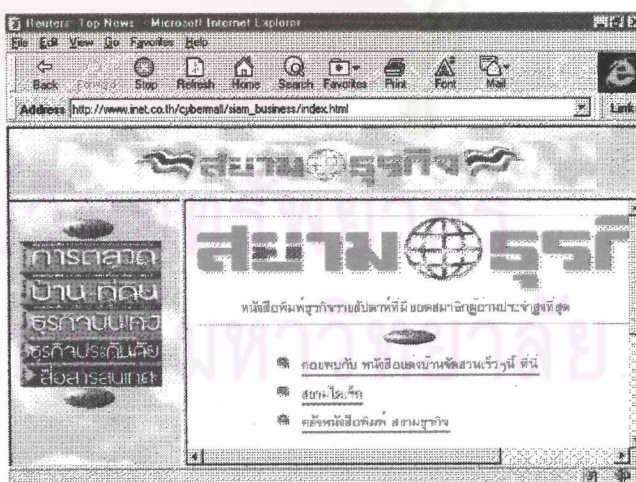
นอกจากใช้ World Wide Web เป็นช่องทางเพื่อการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรแล้ว จากการศึกษาสัมภาษณ์ยังพบว่า สื่อมวลชนไทยต้องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปถึงผู้รับสารให้ได้มากที่สุดจึงได้ใช้ World Wide Web เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มโอกาสด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

“เมื่อมีช่องทางการสื่อสาร World Wide Web ขึ้นมา จึงเป็นอีกโอกาสหนึ่งที่เราในฐานะสื่อมวลชนไม่ควรละเลย”

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

ซึ่งช่องทางนี้จะช่วยให้ข้อมูลข่าวสารไปถึงคนอ่านที่มีทางเลือกน้อย ได้แก่ผู้รับสารที่อยู่ต่างประเทศซึ่งมีข้อจำกัดในการบริโภคข่าวสารจากประเทศไทย และสำหรับในด้านตัวองค์กรเองนั้น เป็นเหมือนกับการเพิ่มแขนขา หรือเป็นการสร้างทางของตัวเองขึ้นมาในอีกทางเลือกอีกทางหนึ่งด้วย ตัวอย่างสื่อมวลชนที่ใช้ช่องทาง World Wide Web เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวคือ

- หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ หนังสือพิมพ์ภาษาไทยประเภทธุรกิจรายสัปดาห์ ได้จัดตั้ง Web site ขึ้นภายใต้ URL คือ www.tnet.co.th/cybermall/siam_business/index.html โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่มือผู้บริโภคได้มากที่สุด



ภาพที่ 25

แสดง Homepage ของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ

URL คือ www.tnet.co.th/cybermall/siam_business/index.html

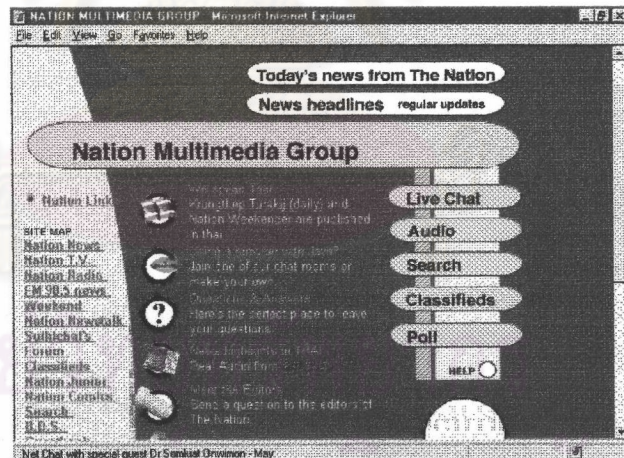
“เริ่มต้นเลยผมมองแค่เพียงว่ามันเป็นช่องทาง เริ่มต้นจุดสำคัญก็คือ ความต้องการเผยแพร่ Product วิธีการใดก็ตามที่จะให้ข่าวสาร Product ของเราไปสู่มือผู้บริโภคได้มากที่สุดเป็นความปรารถนาของเรา เมื่อมีเทคโนโลยี เราจึงไม่รีรอที่จะใช้มัน”

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

- **Nation Multimedia Group** URL คือ www.nationgroup.com ใช้ World Wide Web ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้บริโภคที่อยู่ต่างประเทศ ในหลายๆ รูปแบบ

“เรามองเห็นประโยชน์ของมัน ที่จะช่วยเสริมให้เราสามารถไปถึงคนอ่าน คือคนไทยที่อยู่เมืองนอกที่ไม่ค่อยมีโอกาสที่จะอ่านหนังสือพิมพ์เท่าไร เพื่อจะให้เห็นและเข้าใจ และมันเหมือนกับว่า เรามี Web Site ของเรา เราต้องการเผยแพร่ข้อมูลของเราให้ถึงมือผู้ใช้ในหลายๆ รูปแบบ ให้มากที่สุด ให้ครบวงจรมากที่สุด”

สัมภาษณ์, พนา จันทร์วิโรจน์



ภาพที่ 26

รูปภาพแสดง Homepage ของ Nation Multimedia Group

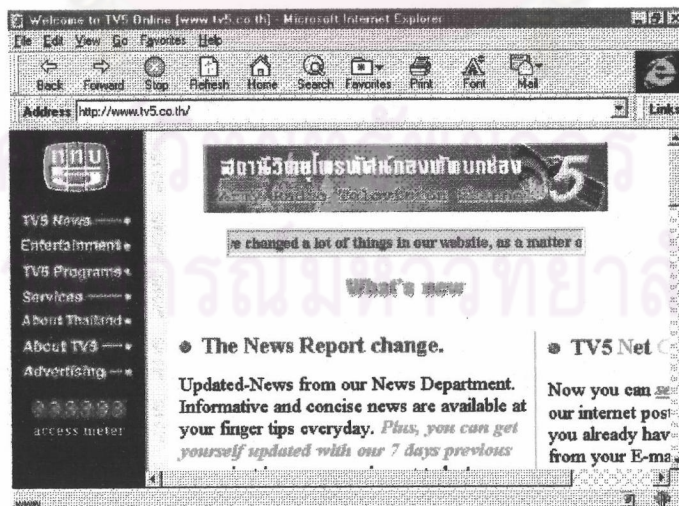
URL คือ www.nationgroup.com

- **สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5** ได้จัดตั้งศูนย์อินเทอร์เน็ตเขต ททบ.5 เพื่อการพัฒนา Web Site TV5 โดยเฉพาะ มี URL คือ www.tv5.co.th วัตถุประสงค์คือ ต้องการนำข่าวสารที่ทำการเผยแพร่หรือกระจายเสียงประจำวันทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มานำเสนอต่อประชาชน และเพื่อ

เผยแพร่ชนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของไทยไปในระดับโลก ซึ่งต่อไปนี้เป็นคำกล่าวของพลเอกแบ่ง มาลากุล ณ อยุธยา หัวหน้าคณะนายทหารฝ่ายเสนาธิการประจำผู้บังคับบัญชา ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ซึ่งได้ทำการคัดลอกมาจากหน้าผู้บริการ ททบ. 5 ที่นำเสนอผ่าน Web site TV5 (http://www.tv5.co.th/about_tv5/executive.htm)

“วิทยุโทรทัศน์กองทัพบก กอปรกับนโยบายของท่านผู้บัญชาการทหารบก มีความประสงค์ที่จะนำข่าวสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เสนอต่อประชาชน และเป็นสื่อสัมพันธ์อันดีกับชุมชนที่ใหญ่ที่สุด นั่นคือโลก เพื่อให้ชาวโลกได้มีโอกาส เข้าใจ ชนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของไทย รวมทั้งได้รับทราบข่าวสารและข้อมูล ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ของประเทศไทยที่ทำการเผยแพร่หรือกระจายเสียงประจำวัน ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก มาเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเน็ตทั่วโลก ทั้งยังสามารถรับส่งข้อมูลหรือความคิดเห็นของท่านทั้งหลาย มายังสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกจึงได้ร่วมมือกับ Internet Thailand จัดตั้ง World Wide Web server (<http://www.tv5.co.th>)...”

พลเอก แบ่ง มาลากุล ณ อยุธยา, 2539



ภาพที่ 27

รูปภาพแสดง Homepage ของ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

URL คือ www.tv5.co.th

2.3 การใช้ World Wide Web เพื่อเสริมช่องทางการตลาด

ปรากฏการณ์ของการยอมรับ World Wide Web ในฐานะของสื่อเพื่อการค้า (Commercial medium) ภายในเวลาอันรวดเร็ว นั้น ทำให้หน่วยงานต่างๆ ต้องย้อนกลับมาพิจารณากันอย่างจริงจัง เพื่อหาวิธีการทำการตลาดบนระบบเครือข่ายสื่อสารนี้ (Hoffman, 1996) และหลายๆ องค์กร ได้ประสบความสำเร็จอย่างมากมาแล้วเช่นกัน รวมทั้งองค์กรทางด้านสื่อมวลชน ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากผู้สนับสนุน (Sponsor) ตัวอย่างเช่น นิตยสาร Time ฉบับ online นั้นมีรายได้จากผู้สนับสนุน Web Site เป็นเงินจำนวนมากพอเพียงจนไม่ต้องพึ่งพาด้านค่าใช้จ่ายจากบริษัทผู้ผลิตนิตยสารฉบับตีพิมพ์ปกติแต่อย่างใด (ธีระพงศ์ เจียมเจริญ, 2540)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในปัจจุบัน สื่อมวลชนไทยมองเห็นว่า World Wide Web เป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการตลาดได้เพียงในทางอ้อม สำหรับการตลาดโดยตรงซึ่งได้แก่การขายโฆษณานั้นยังเป็นไปได้อยาก เนื่องจากการเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทาง World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยนั้นยังอยู่ในระยะเริ่มต้น

การช่วยส่งเสริมด้านการตลาดในทางอ้อมในที่นี้ หมายถึง การใช้ World Wide Web ประชาสัมพันธ์สินค้าเช่นนิตยสาร หรือบริการในเครือขององค์กร ซึ่งช่วยให้สินค้านั้นเป็นที่รู้จัก และจูงใจให้ผู้รับสารมาช่วยซื้อนิตยสารฉบับตีพิมพ์มากขึ้น ซึ่งคุณธีระพงศ์ เจียมเจริญ ได้ให้ความเห็นว่า

“ในการที่เราใช้ช่องทาง World Wide Web Present ตัว Coporate ทั้งหมดว่าเราทำอะไรนั้น เป็นเหมือนการอธิบาย Concept ของเรา อันจะเป็นตัวหนึ่งที่ปลุกฝังความเชื่อถือให้กับผู้รับสาร ซึ่งจะนำไปสู่ความนิยมในสินค้าของเราได้”

สัมภาษณ์, ธีระพงศ์ เจียมเจริญ

นอกจากนี้ การใช้ World Wide Web เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น ยังเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งสำหรับนิตยสาร Home Buyer's Guide ซึ่งช่วยในด้านการขายโฆษณาในนิตยสารฉบับตีพิมพ์ด้วย

“คือ ถ้าเราลง Internet เราก็มีภาพพจน์ที่ดี นั่นก็คือกลยุทธ์ของเราด้านการตลาด ให้ลูกค้าเราเห็นว่าเราก็เข้าแล้วนะ ตามเทคโนโลยีทัน มี Web Site กับ

เขาเหมือนกัน ช่วยเสริมให้องค์กรของเราน่าเชื่อถือมากขึ้น รวมทั้งช่วยให้
เซลล์ของเรามีอะไรไปคุยกับลูกค้าได้มากขึ้นว่าเรามีส่วนนี้ไว้บริการแล้วนะ"

สัมภาษณ์, สมเกียรติ โชตินิรมล

การเผยแพร่ข่าวสารผ่าน World Wide Web มีผลต่อยอดการจำหน่ายสื่อปกติด้วยเช่นกัน โดย
จะช่วยให้มียอดการจำหน่ายที่ดีขึ้น บริษัทสื่อสากลได้นำนิตยสารในเครือเผยแพร่ผ่าน World Wide Web เพื่อ
เสริมในด้านการตลาดอีกทาง ซึ่งได้ผลในระดับหนึ่ง คุณอัฐมา นายเรือ ได้ยืนยันในข้อนี้ว่า

"Web นี้มีผลต่อ Rating ของหนังสือผมอย่างเห็นได้ชัดครับ เขาจะเปิดเข้ามาดู
ก่อนแล้วค่อยไปหาซื้อ ซึ่งก็ช่วยดึงหนังสือเล่มอื่นในเครือขึ้นมาด้วย ช่วยใน
ด้านการโปรโมต ให้ดีขึ้นเรื่อยๆ"

สัมภาษณ์, อัฐมา นายเรือ

เช่นเดียวกับการส่งนิตยสาร Trendy Man ในเครือของบริษัทอมรินทร์ พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
จำกัด (มหาชน) ขึ้นเผยแพร่บน World Wide Web นั้นก็เนื่องมาจากทางบริษัทมองเห็นว่า World Wide Web
เป็นช่องทางที่ช่วยเสริมด้านการตลาดให้นิตยสารฉบับนี้ได้ (วงศ์ทรง ชัยณรงค์สิงห์, 2540)

ด้วยคุณสมบัติของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนไทย
มีความเห็นว่า World Wide Web เป็นช่องทางที่เสริมด้านการตลาดได้ในแง่ของการระดมกลุ่มผู้รับสาร เนื่องจาก
ในการสื่อสารตอบกลับ (Feedback) ของผู้รับสารนั้น ผู้ส่งสารสามารถทราบถึงพฤติกรรมของผู้รับสารได้ใน
ระดับหนึ่ง เช่น ผู้รับสารเปิดรับข่าวสารใดบ้าง เปิดรับในเวลาเท่าไร และมีระยะเวลาสั้นหรือไม เป็นต้น

"คือมันเสริม Marketing ด้วย เพราะจะดูได้ว่าข้อมูลข่าวสารที่เราเผยแพร่ ออก
ไป นั้นคนที่ Access เข้ามานั้นเป็นใครบ้าง ทั้งจากการที่เขา Register หรือมี
Feedback กลับมา"

สัมภาษณ์, พนา จันทรวโรจน์

นอกจากนี้ คุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหน้าที่ต่างๆ
เช่น การรับสมัครสมาชิกผ่านทาง World Wide Web หรือการตอบปัญหาในระดับพื้นฐานแก่ผู้รับสาร ซึ่งจะช่วย
ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานในบางจุด ช่วยให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเป็นไปได้อย่างดี

จากการสัมภาษณ์ และศึกษารวบรวมข้อมูล ทำให้ทราบว่า ในปัจจุบันนี้ วัตถุประสงค์ที่สื่อมวลชนไทยใช้ช่องทาง World Wide Web เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่างๆ เช่นการนำเสนอภาพรวมขององค์กร หรือกิจกรรมต่างๆ วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่งคือ ใช้ World Wide Web เพื่อเพิ่มโอกาสในการแพร่กระจายข่าวสาร โดยมองว่า World Wide Web เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้ที่อยู่ห่างไกลในต่างประเทศได้ ทำให้เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งสำหรับผู้รับสาร และวัตถุประสงค์ประการสุดท้ายคือ ใช้ World Wide Web เป็นช่องทางที่ช่วยเสริมด้านการตลาด ซึ่งในปัจจุบันนั้น เป็นไปโดยทางอ้อม แต่อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนไทยมีความเห็นว่า World Wide Web จะเป็นช่องทางที่ช่วยเสริมด้านการตลาดในด้านของสื่อมวลชนได้อย่างเต็มรูปแบบในอนาคตอันใกล้

ส่วนที่ 3 **เปรียบเทียบลักษณะการแพร่กระจายข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยที่ต่างประเภทกัน**

สื่อมวลชนที่ต่างประเภทกัน มีธรรมชาติของการเผยแพร่ข้อมูลที่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือโทรทัศน์ เมื่อต้องนำข้อมูลเหล่านั้นมาเผยแพร่บนช่องทาง World Wide Web ซึ่งเป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เชื่อมโยงกันด้วยเครือข่ายสื่อสารคอมพิวเตอร์นั้น ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงต้องได้รับการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การลักษณะนำเสนอข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ นั้น ไม่ได้เป็นไปตามคุณสมบัติของช่องทาง World Wide Web เท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อมวลชนที่เป็นอยู่ รวมทั้งการตระหนักถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรด้วย

ผลจากการวิจัยพบว่าสื่อมวลชนไทย ที่ต่างประเภทกันมีลักษณะของการแพร่กระจายข่าวสารที่แตกต่างกันไป ซึ่งสืบเนื่องมาจาก 1. ลักษณะธรรมชาติของสื่อ 2. ความคิดเห็นที่สื่อมวลชนนั้นมีต่อช่องทาง World Wide Web และ 3. วัตถุประสงค์ในการใช้ World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย

จากการศึกษาพบว่า การแพร่กระจายข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย ประเภทต่างๆ มีความแตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้มีดังต่อไปนี้

หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำข่าวสารไปสู่ผู้รับให้ได้กว้างไกลในระดับโลก และเพื่อเพิ่มกลุ่มผู้รับสาร นอกจากนี้สื่อหนังสือพิมพ์ยังใช้ World Wide Web ในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตัวองค์กรด้วย

สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์นั้นใช้งาน World Wide Web ในลักษณะของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก โดยข่าวสารที่นำมาเผยแพร่นั้นเป็นข่าวสารเดียวกับที่ตีพิมพ์ในฉบับปกติ โดยจะลงข่าวสำคัญที่น่าสนใจในแต่ละวัน และไม่มีการย่อข่าว

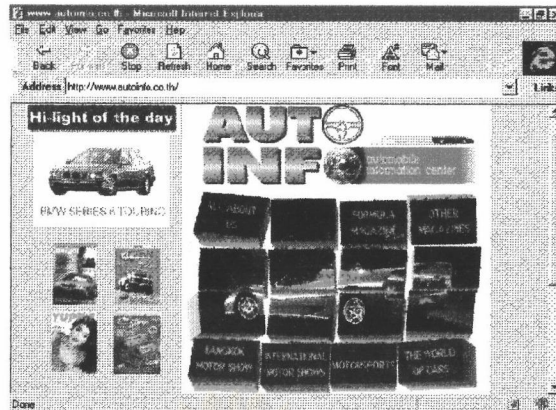
เนื่องจากหนังสือพิมพ์ฉบับปกตินั้นจะมีหลายส่วนด้วยกัน ดังนั้นจะมีการเลือกสรร (selection) เฉพาะข่าวสารในประเทศ หรือเฉพาะในภูมิภาคนำเสนอออกไป ด้วยเหตุผลที่ว่าผู้อ่านข่าวสามารถอ่านข่าวสารต่างประเทศได้จากแหล่งข้อมูลอื่นได้โดยตรงอยู่แล้ว

"เราลงทั้งข่าว แต่ไม่ทุกข่าว ผู้อ่านหน้าจออินเทอร์เน็ต จะเหมือนกับอ่านหนังสือพิมพ์ เราไม่มีการย่อข่าว เพียงแต่ไม่ทุกข่าว เพราะว่าบางข่าวยังมีความไม่เหมาะสมที่จะไปลง แต่ข่าวหน้าปกจะลงทั้งหมดเลย รวมทั้งข่าวสำคัญใน Section ต่างๆ"

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

"ข่าวทั้งหมดของ Business Day เนี่ยเราส่งเฉพาะที่ Staff Writer เราเขียน คือนักข่าวเราเขียนเราถึงส่งให้ เพราะ Business Day บางที่ก็รวม Reuter เข้าด้วย AFP ก็มี เราตัดออก เพราะคนอ่านของเราคือคนต่างประเทศ หรือคนไทยในต่างประเทศ ซึ่งข่าว Reuter หรือ AFP เขาก็มีแล้ว แต่ข่าวที่คนไทยเขียนไม่มี นั่นคือ Point สำคัญ"

สัมภาษณ์, สัมคร สุนันทชัย



ภาพที่ 21

รูปภาพแสดง Homepage ของบริษัท สื่อสากล จำกัด

URL คือ www.autoinfo.co.th

- นิตยสาร Home Buyer's Guide URL คือ www.acninet.com/hbg_homepage/index.htm ซึ่งคุณสมเกียรติ ไซตินีรนาท บรรณาธิการบริหาร ได้ให้สัมภาษณ์ถึงการตัดสินใจจัดทำบน World Wide Web ว่าวัตถุประสงค์โดยแท้จริงของบริษัทคือต้องการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดอย่างหนึ่ง ทำให้เห็นว่าเป็นองค์กรที่ตามเทคโนโลยีทัน อันจะช่วยเสริมให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

“สิ่งที่เราตัดสินใจเอา Home buyer's guide ลง Internet นี้เป็นเรื่องของภาพลักษณ์มากกว่า คือ ถ้าเราลง Internet เราก็มีภาพพจน์ที่ดี ช่วยเสริมให้องค์กรของเราน่าเชื่อถือมากขึ้น”

สัมภาษณ์, สมเกียรติ ไซตินีรนาท



ภาพที่ 22

รูปภาพแสดง Homepage ของนิตยสาร Home buyer's Guide

URL คือ www.acninet.com/hbg_homepage/index.htm

SIAM BUSINESS NEWS - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Go Favorites Help

Back Forward Stop Refresh Home Search Favorites Print Font Mail

Address http://www.inet.co.th/cybermall/siam_business/old.htm Link



หนังสือพิมพ์ธุรกิจรายสัปดาห์ที่มียอดสมาชิกผู้อ่านสูงที่สุด

ฉบับที่ 122 ประจำวันที่ 13 เมษายน - 19 เมษายน 2540

ข่าวที่ปกคลุมใจ

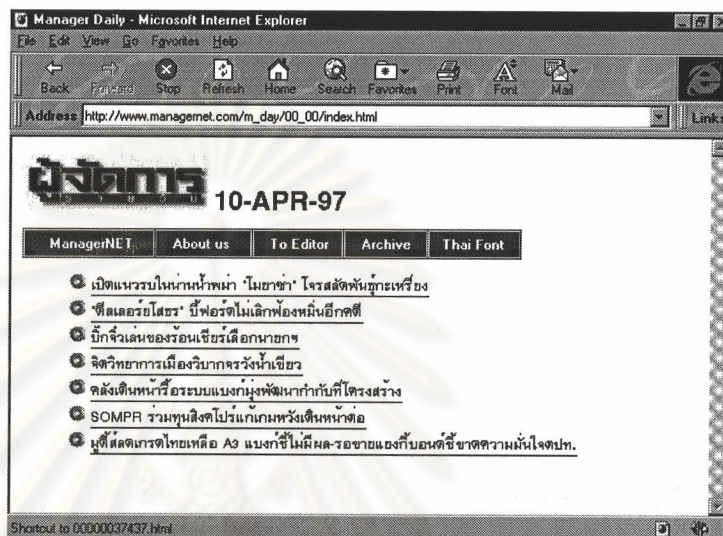
- [ลพบุรี-ช็อกตลาด](#)
- [ไปไม่รอดออนไลน์เดือน](#)
- [ปีเดียวลดหนี้ด้านนอกได้ 2%](#)
- [โปรเจกต์ 'ภัทร' สะเทือน](#)
- ['ไทยศรีนครเขมป' เบียด](#)
- [ตั้งร่างแผน 'วิทยุเสรี'](#)
- [ศาลตัดสินผู้ค้าไว้อย่างเด็ดขาด](#)
- [สัมภาษณ์หน้าความถี่](#)
- ['เกษียณ' ชีตสู่วิกฤตวิทยุวิทยุ](#)
- [บุกไฟแฟมพ์ล้มฟรคา](#)
- [เปิดตายตาทูนต่างชาติ](#)
- ['เกษียณ' ชีตสู่วิกฤตวิทยุวิทยุ](#)
- [บวกรไฟแฟมพ์ล้มฟรคา](#)
- [สิงคโปร์นำคิวไทยมาที่ 2](#)
- [ตลาดหนี้ด้านนอกมีขึ้นด้าน สะเทือน](#)
- ['บิลเกตส์' ลว่าที่ 1](#)
- [อหังการลพบุรีรอดลพบุรีภาคชิลล์ดับตั้งกำแพง](#)
- [100ผู้บริหารดีเด่น](#)

สารบัญหลัก | ข้อมูลสยามธุรกิจ | Shopping Center

ภาพที่ 28

รูปภาพแสดงข่าวสารที่ได้รับการคัดเลือกเผยแพร่ผ่าน World Wide Web
ของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ

สื่อมวลชนไทยประเภทหนังสือพิมพ์ ให้ความสำคัญในส่วนของเนื้อหาเป็นอันดับแรก (The content is king) ดังนั้นจึงไม่เน้นในเรื่องความสวยงามมากนัก ซึ่งคุณธีระพงศ์ เจียมเจริญ ได้กล่าวว่า การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการนั้น ไม่ได้เน้นที่ความสวยงาม แต่สำคัญที่ตัวเนื้อหาข้อมูล และความง่ายในการใช้งาน



ภาพที่ 29

รูปภาพแสดงหน้าข่าวสารที่สะดวกต่อการเลือกอ่านของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน

เนื่องจากสิ่งสำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์คือตัวข่าวสาร ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อที่ให้ความสำคัญกับการ Update ข้อมูลเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์รายวัน เนื่องจากข่าวเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

“เราจะละเลยการ Update ไม่ได้เลย เนื่องจากเราเป็นองค์กรข่าว และข่าวสารก็เปลี่ยนไปในแต่ละวัน”

สัมภาษณ์, พนา จันทรโรจน์

นอกจากนี้คุณพนา ยังได้เสริมว่า การนำเสนอข่าวสารบน World Wide Web นั้นควรทำอย่างจริงจัง คนที่เข้ามาเปิดอ่านล้วนเป็นคนที่มีการศึกษา จึงไม่ควรดูถูกผู้รับสาร และควรให้ความสำคัญต่อช่องทางนี้เช่นเดียวกับที่เผยแพร่ข่าวสารผ่านทางช่องทางอื่น

สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ ยังใช้ World Wide Web เป็นกระบอกเสียงทั้งในระดับประเทศ และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกด้วย

"เราก็เป็น Voice ในภูมิภาคนี้ มันไม่ใช่แค่เอาหนังสือพิมพ์ออก แต่เป็นเรื่องข่าวที่เกี่ยวกับคนในภูมิภาค มันก็เป็นอีก Dimension หนึ่ง"

สัมภาษณ์, พนา จันทโรจัน

"เราพยายามเผยแพร่ข้อมูลของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ออกไปทั่วโลก อย่างหนึ่งที่คนมองเหมือนกันหมด ก็คือเมื่อนึกถึงอินเทอร์เน็ต เราก็จะนึกถึงแต่ชาวยุโรป หรืออเมริกา ดังนั้นเราจึงพยายามที่จะทำ Trend ที่เป็นเอเชียแปซิฟิก ให้เกิดขึ้น"

สัมภาษณ์, ธีระพงศ์ เจียมเจริญ

นอกจากนี้ สื่อหนังสือพิมพ์ยังได้นำคุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ มาใช้ในการติดต่อกับผู้รับสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือการสนทนาเสนอความคิดเห็น (Live Chat)

ลักษณะอีกประการหนึ่งที่พบคือ การใช้ World Wide Web รับสมัครสมาชิกของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ โดยจะมีทั้งในรูปแบบของแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถพิมพ์ข้อความ และส่งกลับโดยหลักการเดียวกับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และแบบฟอร์มธรรมดา ซึ่งประการหลังนี้ ผู้รับสารต้องส่งพิมพ์แบบฟอร์มลงกระดาษ จากนั้นจึงกรอกข้อความตามปกติแล้วจึงส่งโดยทางโทรสาร หรือจดหมาย

Location: file:///C:/Program Files/Netscape/Navigator/Program/subscribe.html

What's New? What's Cool? Destinations Net Search People Software

Nation Multimedia Group
SUBSCRIPTIONS

Please fill in the form below for details of subscription or call
Subscription and Customer Services Department at
662-317-1400 or mail to the Nation Multimedia Group, 44
Moo 10, Bangna-Trad Rd., FM 4.5, Prakhong, Bangna,
Bangkok 10260 THAILAND.

Name:

Title:

Company:

ภาพที่ 30

รูปภาพแสดงแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการรับสมัครสมาชิกของ
หนังสือพิมพ์ The Nation

Location: http://www.bangkokpost.net/rate/sub_form.html

Subscriber Information

First Name:	Surname:	
Delivery Address: Company Name:		
Street Address:		
District:	City:	Postal Code:
Country:	Telephone:	Fax:

ภาพที่ 31

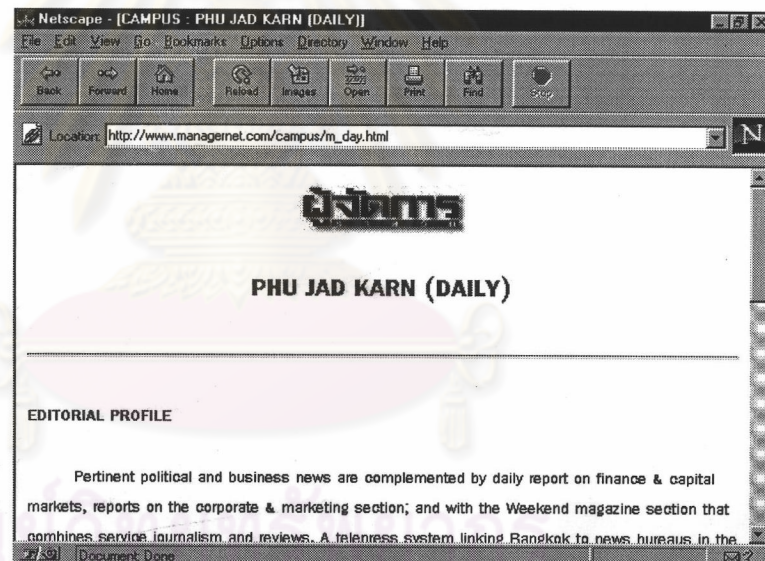
รูปภาพแสดงแบบฟอร์มที่ต้องส่งพิมพ์ออกมาเพื่อกรอกข้อความเพื่อการรับสมัครสมาชิก
ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post

นอกจากลักษณะดังกล่าวข้างต้นแล้ว จากการศึกษาพบว่าหนังสือพิมพ์ยังได้
ใช้ World Wide Web เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย ซึ่งมี
ตัวอย่างดังต่อไปนี้



ภาพที่ 32

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ
Nation Multimedia Group



ภาพที่ 33

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

ด้วยความสามารถด้านการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของคลังข้อมูล (Database) ของระบบคอมพิวเตอร์ สื่อหนังสือพิมพ์จึงได้นำคุณลักษณะในด้านนี้มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ทำการเผยแพร่ไปแล้ว เพื่อให้ผู้ใช้งานเข้ามาสืบค้นย้อนหลังได้ โดยจะอยู่ในหัวข้อ Back Issues หรือ Archive หรือเป็นลักษณะเครื่องมือในการค้นหา (Search Engine) ที่ทำให้การค้นหาเป็นไปได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ใช้งานสามารถระบุเรื่อง

และวันที่ เวลาที่ต้องการเองได้

ผู้จัดการ Archive

ManagerNET	About us	To Editor	Archive	Thai Font
------------	----------	-----------	---------	-----------

- 10-APR-97
- 09-APR-97
- 08-APR-97
- 07-APR-97
- 05-APR-97
- 04-APR-97

ภาพที่ 34

รูปภาพแสดง Web page ที่ให้ข้อมูลย้อนหลังของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

Bangkok Post

Read recent issues

MAY						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

ภาพที่ 35

รูปภาพแสดง Web page ที่ให้ข้อมูลย้อนหลังของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post

Go to:

Example To find all the news stories containing the word "DOG" enter the follow

Search For

From Date

To Date

Submit Form

Reset Form

ภาพที่ 36

รูปภาพแสดง การให้ข้อมูลย้อนหลังในลักษณะของ Search Engine ของThe Nation

นิตยสาร

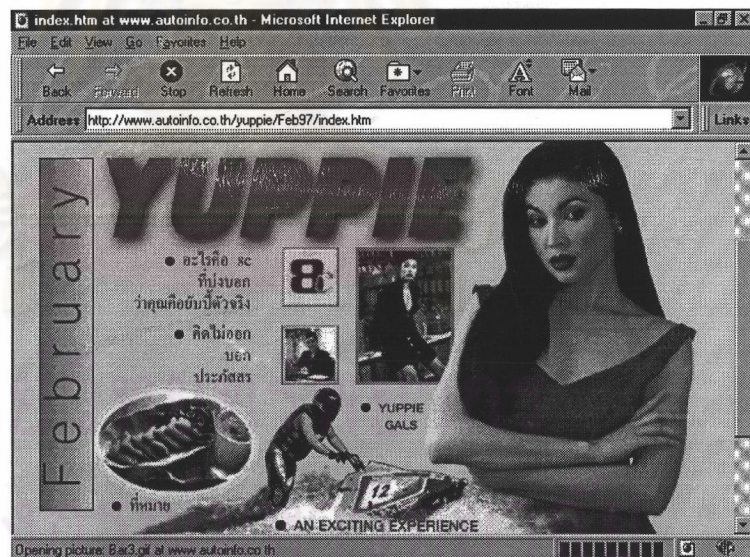
นิตยสาร เป็นสื่อมวลชนไทยที่ปรากฏบน World Wide Web มากที่สุด
ในปัจจุบัน จากการสำรวจในวันที่ 30 เมษายน 2540 พบว่ามี Homepage ของนิตยสาร
ไทยบน World Wide Web จำนวนถึง 32 Homepages





วัตถุประสงค์หลักในการใช้ World Wide Web ของสื่อวิทยุคือ เป็นช่องทางในการเสริมภาพลักษณ์ให้กับตัววิทยุและองค์กรผู้ผลิต วิทยุฉบับที่เผยแพร่บน World Wide Web ควบคู่กันไปจะมีการตีพิมพ์ URL ที่หน้าปกของวิทยุให้เห็นอย่างชัดเจน

เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สื่อวิทยุจึงคำนึงถึงการจัดรูปแบบความสวยงาม และความชัดเจนของภาพเป็นหลัก ข่าวสารที่น่าสนใจเผยแพร่จะคัดเลือกเฉพาะหน้าที่สำคัญ เช่น บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่น่าสนใจประจำฉบับ



ภาพที่ 37

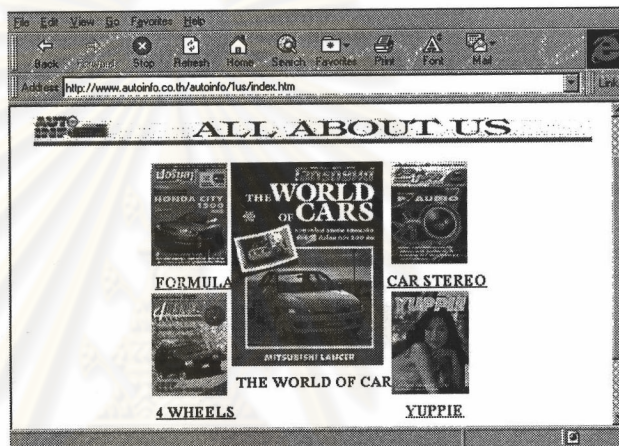
รูปภาพของวิทยุ Yuppie บน World Wide Web

จากการสัมภาษณ์ พบว่าสื่อวิทยุมีความเห็นว่า World Wide Web เป็นบริการเสริม ดังนั้นถ้าหากจัดทำวิทยุฉบับบน World Wide Web เพื่อนำขึ้นเผยแพร่ไม่ทันตามเวลา ก็ไม่มองว่าเป็นปัญหา

“ถ้า Update ไม่ทันก็ไม่ซีเรียส เพราะคิดว่าเป็นสื่อเสริม เพราะเราไม่ใช่ขายข่าว แต่เน้นรูปแบบมากกว่า รวมไปถึงกราฟฟิก หน้าจอ รวมทั้งสารบัญเป็นต้น”

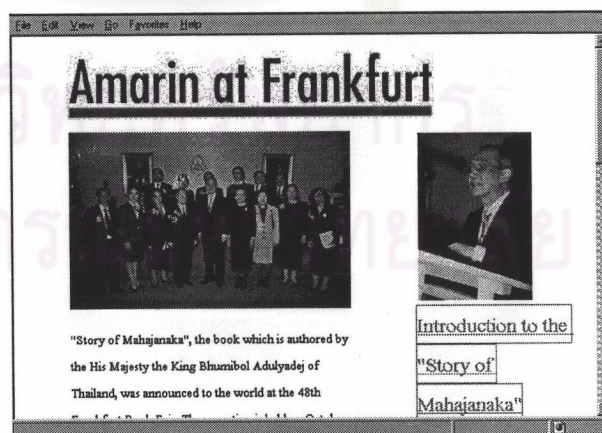
สัมภาษณ์, วงศ์ทอง ชัยณรงค์สิงห์

นอกจากนี้ สื่อนิตยสารยังได้ใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์องค์กรผู้ผลิต รวมทั้งใช้เป็นศูนย์รวมของนิตยสาร และกิจกรรมต่างๆ ในเครือบริษัท



รูปที่ 38

ภาพแสดงการใช้ World Wide Web เป็นศูนย์รวมของนิตยสารในเครือของบริษัทสื่อสากล จำกัด

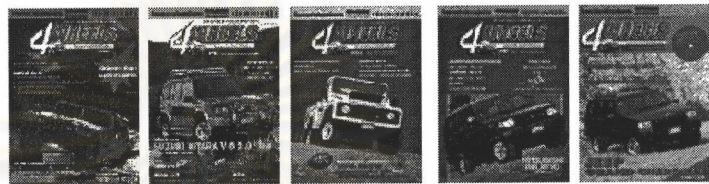


รูปที่ 39

ภาพแสดงการใช้ World Wide Web นำเสนอกิจกรรมของบริษัทอมรินทร์ ฟรินดิง แอนด์พับลิชชิง จำกัด (มหาชน)

นิตยสารบางฉบับ ได้รวบรวมข้อมูลเป็นคลังข้อมูล เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเรียกย้อนหลังได้ โดยมีลักษณะของการลงทั้งเล่ม หรือคัดเลือกเฉพาะหัวข้อที่น่าสนใจ

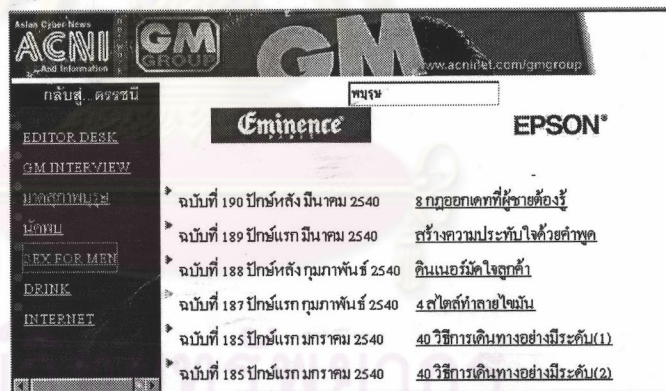
Location: <http://www.autoinfo.co.th/4wheels/room/index.htm>



[ธันวาคม 2539](#) [มกราคม 2540](#) [กุมภาพันธ์ 2540](#) [มีนาคม 2540](#) [เมษายน 2540](#)

รูปที่ 40

ภาพแสดงการรวบรวมนิตยสารย้อนหลังของ 4 Wheels



รูปที่ 41

ภาพแสดงการรวบรวมหัวข้อที่น่าสนใจย้อนหลังของนิตยสาร GM

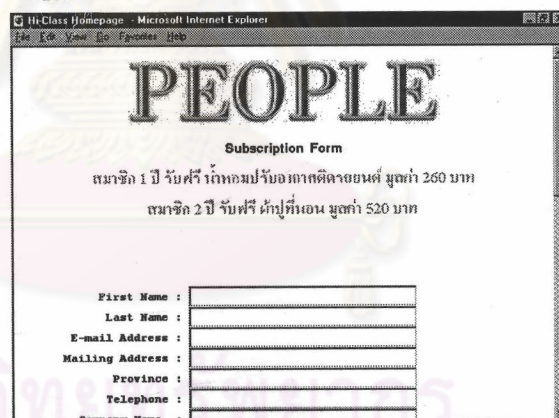
จากการศึกษาในครั้งนี้ ยังพบว่าสื่อ นิตยสารเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถสอบถาม หรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอดเวลา



รูปที่ 42

ภาพแสดงการเปิดให้ผู้ใช้งานส่งข้อความถึงบรรณาธิการนิตยสารแต่ละฉบับของนิตยสารในเครือบริษัทอมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

และอีกลักษณะของการใช้งาน World Wide Web ที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ การรับสมัครสมาชิกผ่านทาง World Wide Web ซึ่งสำหรับสื่อ นิตยสารนั้น พบใน 2 ลักษณะเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์ นั่นคือปรากฏจะเป็นแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ อย่างเดียวเท่านั้น



รูปที่ 43

แสดงแบบฟอร์มการสมัครสมาชิกผ่าน World Wide Web ของนิตยสาร HI-CLASS

นอกจากนี้ สื่อ นิตยสารยังมีความพยายามที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ด้านระบบหลายสื่อ (Multimedia) มาช่วยเสริมใน Homepage ของตน เนื่องจากต้องการให้เป็นจุดสนใจและดึงดูดผู้อ่านมากขึ้น โดยเฉพาะนิตยสารที่จำเป็นต้องมีรูปประกอบ เช่น นิตยสารประเภทรถยนต์ ฟอร์มูล่า ซึ่งต้องการสร้างสิ่งดึงดูดใจมากกว่าการนำเสนอด้วยรูปภาพตามปกติ ซึ่งคุณอัฐธมา นายเรือ บรรณาธิการบริหารอินเทอร์เน็ตได้กล่าวว่า การที่

ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ช่วยให้รูปมีมิติ หรือสามารถหมุนได้นั้น ก็จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจกว่า

“ในด้านการใช้เทคนิคก็ตინะ เช่น ถ้ารูปรถเรานหมุนได้ก็ดี ดึงดูดความสนใจว่าดูรูปรถธรรมดา มีจุดสนใจมากกว่า น่าเข้าไปชมก่อน แต่ถ้าเนื้อหาคุณไม่ดีก็แย่ เนื้อหาดีด้วยก็เสริมกันไป เหมือนซื้อหนังสือ ปกสวยก็ดีแล้ว ช่างในดีด้วยก็สมบูรณ์”

สัมภาษณ์, อัฐธมา นายเรือ

โทรทัศน์

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน ทั้งภาพ เสียง ข้อความ และภาพเคลื่อนไหว ดังนั้นการนำเสนอบน World Wide Web นั้นจึงต้องใช้ระบบหลายสื่อ (Multimedia) เข้ามาช่วยสนับสนุน

โทรทัศน์ใช้ World Wide Web โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข่าวสารที่เผยแพร่หรือกระจายเสียงประจำวันทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ตามปกติ เสนอออกสู่สายตาประชาชนในระดับโลก ดังนั้นจึงเน้นที่ตัวข่าวประจำวันเป็นหลักซึ่งในส่วนนี้ต้องมีการ Update ทุกวัน

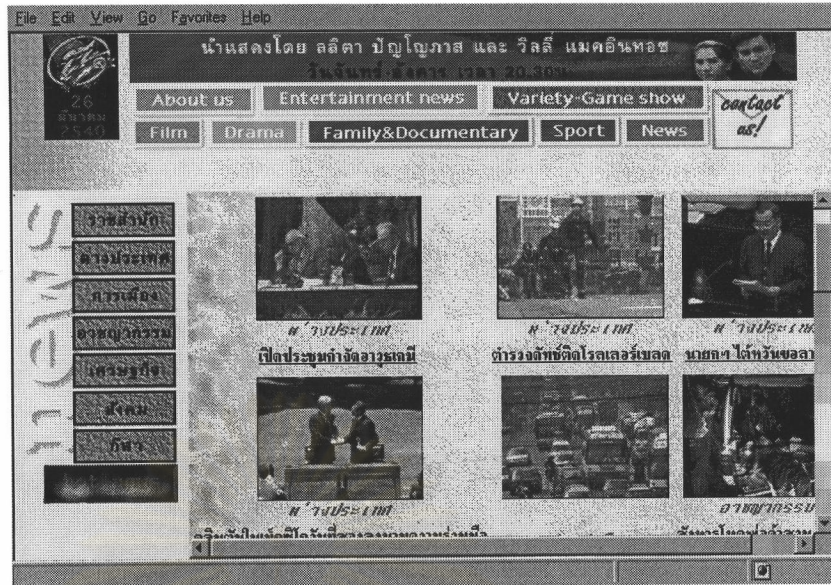
“ข่าวนี้ต้อง Update ตลอด ส่วนอย่างอื่นนั้น จะมีช่วงระยะเวลาของมัน เช่น เรื่องย่อละคร เพลง เป็นต้น”

สัมภาษณ์, พันโทอนุชิต ณะอุดม

The screenshot shows a news website interface. At the top, there is a navigation bar with days of the week: Sun, Mon, Tue, Wed, Thu, Fri, Sat. To the right of the navigation bar, it says 'ข่าว ททบ.5' and '12 พฤษภาคม 2540'. Below the navigation bar, there is a section for 'หน้าข่าวหลัก' and 'TV5 News Main Page'. The main content area is divided into two columns. The left column has three headlines: 'ข่าวในพระราชสำนัก', 'ข่าวกีฬา', and 'พยากรณ์อากาศ'. The right column has a 'HEADLINE' section with several news items: 'ข่าวน่าสนใจประจำวัน', 'คืนหน้าเครื่องบินตก', 'นายกฯ พบทีมที่ปรึกษา', 'ประธาน รธน. เข้าพบ สม.ทบ.', 'ประธานวิปฯ ค้านเรื่องมติ ครม.', 'สรุปการเมือง', and 'ABAC POLL'.

รูปที่ 44

แสดงลักษณะการใช้ World Wide Web เพื่อนำเสนอข่าวของ ททบ.5



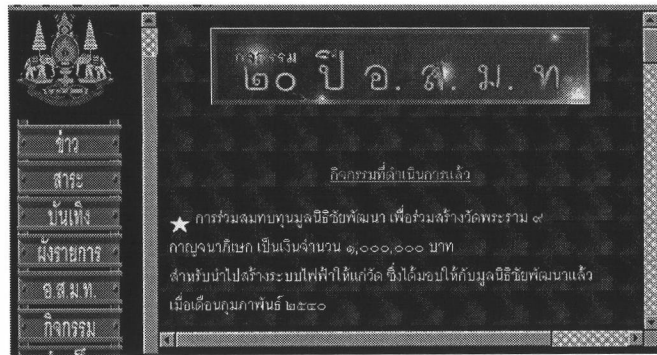
รูปที่ 45

แสดงลักษณะการใช้ World Wide Web เพื่อนำเสนอข่าวของ ช่อง 3

นอกจากข่าวแล้ว ยังพบว่าสื่อโทรทัศน์ได้นำเสนอข่าวสารประเภทอื่นๆ เช่น เรื่องย่อละคร แนะนำรายการโทรทัศน์ต่างๆ ของทางสถานีเป็นต้น โดยมีการจัดรวบรวมไว้เป็นหมวดหมู่ (Group) เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งาน

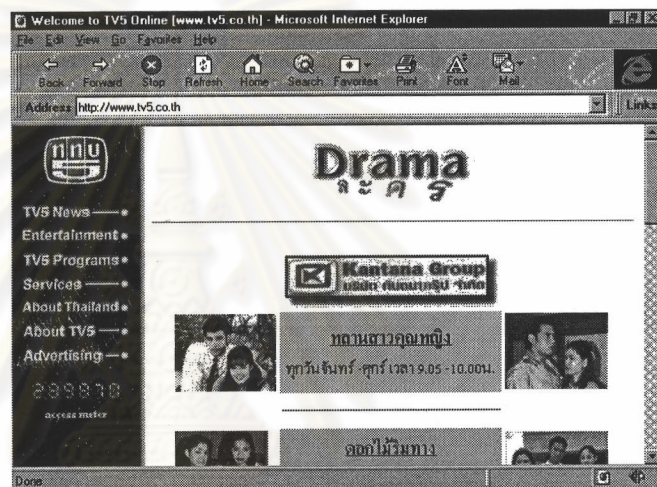
ในด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ สื่อโทรทัศน์นอกจากจะเปิดโอกาสให้ผู้อ่านติดต่อหรือสอบถาม รวมทั้งแสดงความคิดเห็นในลักษณะของการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ยังมีเนื้อหาสาระที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิสัมพันธ์มากกว่าสื่อประเภทอื่นซึ่ง เช่นการจัดให้ผู้รับสารเล่นเกมสับนเครื่องข่าย การจัดแฟ้มข้อมูลประเภทเสียงไว้ให้เรียกฟัง เป็นต้น

นอกจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สื่อโทรทัศน์ยังใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน โดยมีหน้าแนะนำประวัติของสถานี แนวคิดนโยบาย คำกล่าวของผู้บริหารสถานี รวมไปถึงนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีได้จัดขึ้น



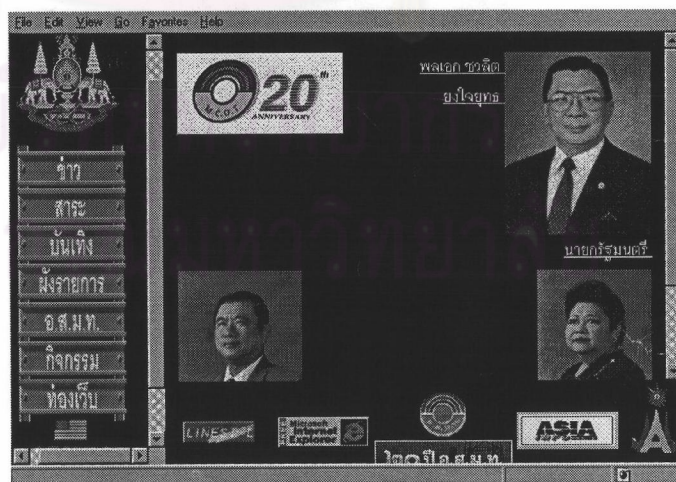
รูปที่ 46

ภาพแสดงการใช้ World Wide Web เพื่อนำเสนอกิจกรรมของ ช่อง 9



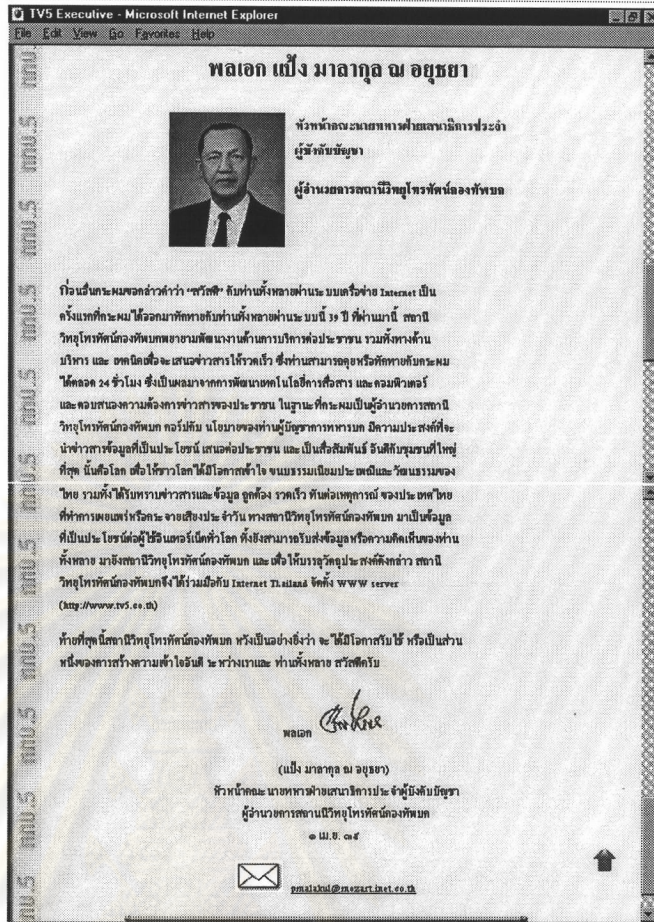
ภาพที่ 47

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web เพื่อประชาสัมพันธ์ละครของ ช่อง 5



ภาพที่ 48

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web ถ่ายทอดสารอวยพรของนายกรัฐมนตรี และผู้บริหาร ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในวาระครบรอบ 20 ปี อ.ส.ม.ท.



ภาพที่ 49

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web เพื่อเสนอแนวคิดของผู้บริหารช่อง 5

วิทยุ

สื่อวิทยุ ได้ใช้ช่องทาง World Wide Web เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ที่เผยแพร่ในรายการวิทยุปกติไปสู่ผู้รับที่อยู่ห่างไกลในต่างประเทศ และเพื่อการประชาสัมพันธ์รายการและองค์การผลิตรายการวิทยุนั้น จากการสัมภาษณ์และสำรวจการใช้ World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยประเภทวิทยุในปัจจุบัน พบว่ามี 2 ลักษณะด้วยกันคือ

ลักษณะที่ 1 ใช้ World Wide Web ในการประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ ให้กับรายการวิทยุปกติ โดยจะมีการนำเสนอข้อความ (Text) และรูปภาพประกอบ ในลักษณะการประชาสัมพันธ์รายการ เช่นแนวคิด รูปแบบ ตารางรายการ ภาพรวมรายการ ดีใจ รวมทั้งนำเสนอเนื้อเพลงที่เป็นที่นิยม ตัวอย่าง Homepage รายการวิทยุที่นำเสนอข้อความประกอบภาพ



ภาพที่ 50

รูปภาพแสดง Homepage ของสถานีวิทยุ People 2000 FM. 99.5 MHz
www.infonews.co.th/webp/fm995/



ภาพที่ 51



ภาพที่ 52

รูปภาพแสดงการประชาสัมพันธ์ผู้จัดรายการวิทยุบน World Wide Web

99.5
People's SM

People Choice Hitlist 20
ประจำวันที่ 3 พฤษภาคม 2540

No.	LW	Wks	Title	Artist
1	1	9	ไม้ออกเปลี่ยนใจ (9 Weeks At No. 1)	เจนนี่ เรืองศักดิ์
2	New	1	แอบมีเธอ	ลิป้า & ออย
3	20	4	ยกลูกที่เหนือ	Nightmare
4	2	8	ใครรักกัน	มพป

ภาพที่ 53

SMILE CHART

ประจำวันที่ 2 มกราคม 2540

TOP 20 SINGLES

TW	LW	TT	SINGLE	ARTIST	POINT
1	1	4	คิดถึงน้ำใจ	พรหมบุตร	2,908
2	1	4	ก็ขอคุณหัวใจ	พริ้ง ศรีจันทร์	2,852
3	1	1	อึ้ง... นานๆ	โศภนิน	2,508
4	1	1	ใจไม่ไป	ออย (เสก)	2,112
5	1	1	พรหมบุตร	โศภนิน	1,992

ภาพที่ 54

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web นำเสนออันดับเพลง

ลักษณะที่ 2 ใช้ World Wide Web เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นเสียง ซึ่งจากการสำรวจพบว่ามีด้วยกัน 3 แห่ง ได้แก่ โครงการวิทยุผู้จัดการ ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท. FM 97.5 MHz. ตลอด 24 ชั่วโมง

ในปัจจุบัน โครงการวิทยุผู้จัดการได้ทำการนำเสนอข้อมูลเข้าสู่เครือข่าย Internet เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้คนไทย และผู้สนใจในเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทย ทั่วทุกมุมโลก สามารถรับรู้ข่าวสารของประเทศไทย ด้วยการส่งเสียงของรายการต่างๆ ที่เลือกสรรแล้วจำนวนหนึ่งผ่านเครือข่าย Internet

สำหรับเนื้อหาที่ได้รับการเลือกสรรนำขึ้นเผยแพร่ นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของบทความหรือสารคดี รายการที่เป็นที่นิยม รวมถึงการสรุปข่าวที่น่าสนใจด้วย

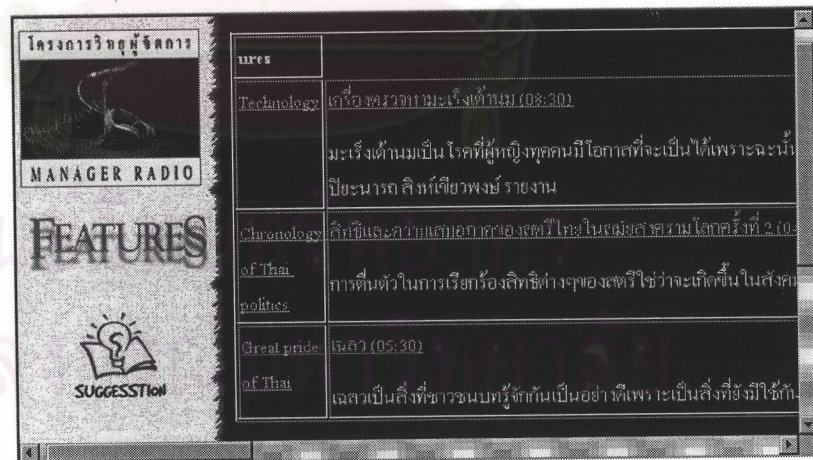


ภาพที่ 55

รูปภาพแสดง Homepage ของโครงการวิทยุผู้จัดการบน World Wide Web

“ในการลงเนื้อหาที่เป็นเสียง ก็เหมือนกับหนังสือพิมพ์นั่นแหละครับ คือ ไม่ได้ลงทุกเรื่อง ต้องคัดเรื่องลง เราคงไม่ลงพวกรายการข่าว hot วันนี้ อาจจะต้องเป็นเรื่องของบทความ หรือสารคดีแทน”

สัมภาษณ์, ธีระพงศ์ เจียมเจริญ



ภาพที่ 56

รูปภาพแสดงการนำเสนอรายการสารคดีบน World Wide Web ของวิทยุผู้จัดการ

รายการวิทยุ The Nation ซึ่งรายการต่างๆ ของวิทยุ The Nation ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท. FM 90.5 MHz. F.M.90.0 Mhz. F.M.89.5

Mhz และ กระจายเสียงทางคลื่น AM ที่ AM Stereo Network 1107 KHz AM Stereo 1107 KHz AM Stereo 1314 KHz AM Stereo 1269 KHz และ AM Stereo 612 KHz

สำหรับข่าวสารที่น่าสนใจนั้น มาจากสถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท. FM 90.5 MHz ซึ่งเป็นสถานีวิทยุธุรกิจ ที่ออกอากาศตลอดทั้งวัน ตั้งแต่เวลา 07.30 - 21.00 น. ทุกวันจันทร์ถึงวันเสาร์ เป็นการเสนอข่าวสารทั้งในและนอกประเทศ รวมทั้งข่าวธุรกิจ เศรษฐกิจ ตลาดหุ้น รายงานข่าวทั่วไปและสภาพการณ์ด้านการตลาด และมีการวิเคราะห์ถกเถียงในประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือผู้สนใจทั่วไป ในการนำเสนอ บน World Wide Web นั้น คุณ พนา กล่าวว่

“วิทยุที่เราทำบน Web นั้นเราไม่ได้มองว่ามันจะมาช่วยโปรโมต รายการวิทยุของเราในเมืองไทย แต่จริงๆ เป้าหมายหลักที่เราทำในตอนนี้เป็นเรา Serve คนไทยในต่างประเทศที่เขาารู้สึกว่าอยากฟังเสียงรายการวิทยุที่เกิดขึ้นในเมืองไทย อันนั้นคือประเด็นของเรา ซึ่ง Feedback กลับมามันก็ดี ดีมากด้วย เพราะคนที่เข้ามา Access เข้ามานั่นมันเยอะ”

สัมภาษณ์, พนา จันทร์วิโรจน์

สำหรับข่าวสารที่นำมาเสนอนั้น ได้จัดไว้บริการเป็นชุดโดยแบ่งเป็นภาคเช้าและภาคบ่าย ซึ่งประกอบไปด้วยรายการที่น่าสนใจประจำวัน การนำเสนอข้อมูลของสถานีวิทยุ The Nation นั้นมีลักษณะของการเป็นคลังข้อมูลร่วมด้วย นั่นคือจะมีข่าวย้อนหลังในแต่ละวันสำหรับให้เลือกรับฟัง



Morning edition

8.00-8.30 hrs. (BKK. Time)

Date	Title
16 April 1997	Interview: Vinai Samaaun
11 April 1997	Interview: Daycho Savananan
10 April 1997	Moody's downgrades five Thai banks
9 April 1997	Government House blocked by thousands of Assembly of the Poor
8 April 1997	Democrat's attack on Chavalit's administration to be issued in the

Afternoon edition

17.30-18.00 hrs. (BKK. Time)

Date	Title
16 April 1997	Had Deputy Interior Minister Chalerm Yoobamrung's sons been involved with a fight at Alien Pub in Phuket over the weekend?
11 April 1997	Interview: Prairud Rogscharangarn
10 April 1997	Interview: Apichart Prairungruang

ภาพที่ 57

รูปภาพแสดงการใช้ World Wide Web ในการนำเสนอรายการทางสถานีวิทยุ FM 90.5
ของ The Nation

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบข้อมูลข่าวสารที่แพร่กระจายบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย

ในการวิเคราะห์รูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่แพร่กระจายบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย ในปัจจุบัน ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ใน 2 ด้าน คือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และ ลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอบน World Wide Web ซึ่งรายละเอียดที่ได้จากการศึกษามีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์รูปแบบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

ในการเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางช่องทาง World Wide Web นั้น มีลักษณะที่แตกต่างกับการเผยแพร่ข่าวสารในแบบเก่าอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นรูปแบบของข่าวสารที่นำเสนอจึงมีความแตกต่างกัน กฎเกณฑ์ที่ใช้สำหรับการสื่อสารบนช่องทางสื่อสารแบบเก่านั้น ไม่สามารถจะนำมาใช้กับช่องทางการสื่อสารนี้ได้ ซึ่งสื่อมวลชนไทยที่ใช้ช่องทางนี้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้มีการปรับวิธีการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสารนี้

เพื่อที่จะทราบถึงรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่แพร่กระจายบน World Wide Web ในปัจจุบัน การศึกษาวิเคราะห์จึงได้พิจารณาใน ส่วนด้วยกันคือ

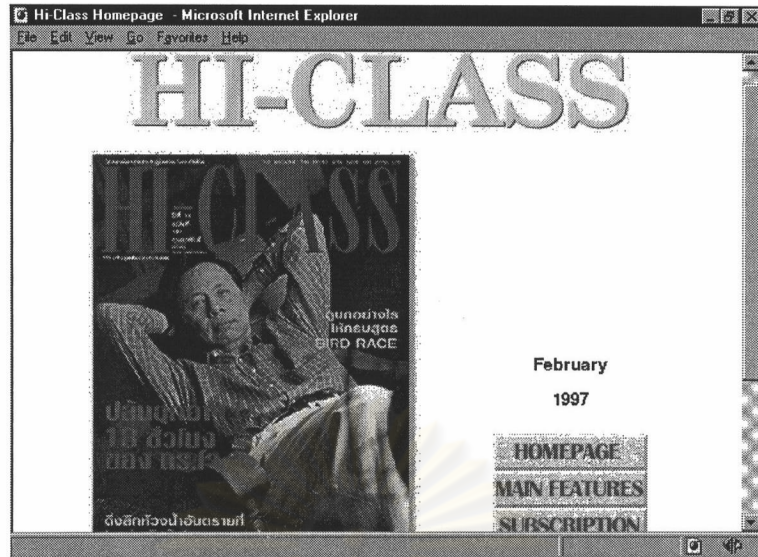
1. การรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยเน้นในส่วนของการวาง Layout
2. การใช้ระบบหลายสื่อ (Multimedia) ในการนำเสนอข้อมูล

1. การจัดวางรูปแบบ (Layout) ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

เช่นเดียวกับการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานอื่นทั่วโลก สื่อมวลชนไทยให้ความสำคัญในการนำเสนอหน้า Home Page หรือ Welcome Page ซึ่งเป็นหน้าแรกของ Web site แต่ละแห่ง ดังนั้นการสร้าง Homepage ของสื่อมวลชนไทยจึงคำนึงถึงความสวยงาม และมีการออกแบบมากกว่าหน้าอื่นๆ นอกจากนี้สิ่งที่สื่อมวลชนไทยให้ความสำคัญที่หน้า Homepage นี้คือความชัดเจนในการนำเสนอแนวคิด เนื้อหาสาระและการบริการต่างๆ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจให้ผู้ใช้งานติดตามในรายละเอียดต่อไป จากการศึกษาวิเคราะห์พบว่าในหน้า Homepage ของสื่อมวลชนไทยมีองค์ประกอบร่วมกันคือ

- ชื่อ และ สัญลักษณ์ประจำสื่อ
- หัวข้อ หรือรูปภาพที่เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดข่าวสาร

ซึ่งแสดงให้เห็นในตัวอย่าง Homepage ต่อไปนี้



ภาพที่ 58

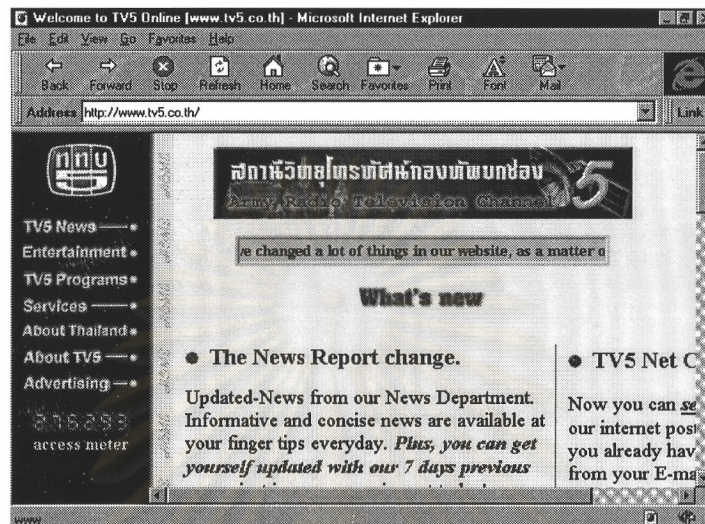
แสดง Homepage ของนิตยสาร Hi-Class ซึ่งมีองค์ประกอบของชื่อนิตยสารที่เห็นได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งแสดงภาพหน้าปกของนิตยสารฉบับที่กำลังนำเสนออยู่ในขณะนั้น สำหรับรายละเอียดของข่าวสารนั้นผู้ใช้งานสามารถเรียกดูได้จากหัวข้อที่ออกแบบเป็นลักษณะของปุ่มที่เมื่อใช้เมาส์คลิก จะเชื่อมโยงไปยังหน้ารายละเอียดทันที



ภาพที่ 59

แสดง Homepage ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ใ้รูปแบบของชื่อหนังสือพิมพ์แบบเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับปกติ และใช้สัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ พร้อมทั้งข้อความที่เป็นส่วนต่างๆ ของหนังสือพิมพ์เพื่อให้ผู้ใช้งานเลือกเปิดอ่าน

องค์ประกอบที่นอกเหนือจากนี้ เป็นสิ่งที่แตกต่างกันไปตามความเห็นของแต่ละองค์กร เช่น ตัวเลขระบุจำนวนผู้เข้ามาใน Homepage , การนำเสนอ Highligh of the day , การแจ้งข่าวสารพิเศษ, หรือการลงทะเบียน เป็นต้น ตัวอย่างขององค์ประกอบที่เพิ่มเติมแสดงใน Homepage ต่อไปนี้



ภาพที่ 60

แสดง Homepage ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งแสดงสัญลักษณ์ของสถานีอย่างชัดเจน และใช้ข้อความแสดงหัวข้อเรื่องเพื่อการเชื่อมโยงไปในรายละเอียด นอกจากนี้ Homepage ของช่อง 5 ยังประกอบไปด้วยส่วนที่แสดงข่าวสารที่ต้องการแจ้งให้ทราบภายใต้หัวข้อ "What's New"



ภาพที่ 61

แสดง Homepage ของหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ โดยนำสัญลักษณ์หัวหนังสือพิมพ์มาออกแบบเพิ่มเติมในส่วนของของรูปธงชาติไทย และใช้ข้อความแสดงหัวข้อเรื่องเพื่อการเชื่อมโยงไปในรายละเอียด นอก

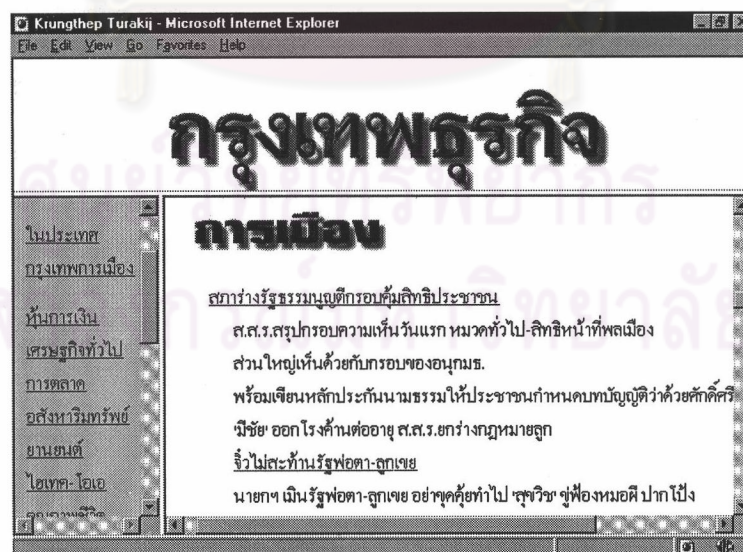
จากองค์ประกอบหลักคือชื่อหนังสือพิมพ์ และหัวข้อเรื่องหลักแล้ว Homepage ของสยามธุรกิจยังสร้างภาพสัญลักษณ์เป็นปุ่มลงทะเบียน ปุ่มข้อมูลสยามธุรกิจ และปุ่ม Shopping Center เพิ่มเติมในหน้านี้ด้วย

ต่อจากหน้า Homepage จะเป็นหน้าที่แสดงรายละเอียดของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งลักษณะการนำเสนอบน World Wide Web จะมีการจัดวางที่แตกต่างจากการนำเสนอทางสื่อปกติ จากการศึกษาพบว่าลักษณะของการจัดวางข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web นั้นมี 2 ลักษณะด้วยกันคือ

- ลักษณะของการใช้กรอบ (Frame) แบ่งส่วนของการนำเสนอข่าวสาร
 - ลักษณะของการนำเสนอในพื้นที่หน้าจอปกติ (ไม่ใช่กรอบ)
- ซึ่งรายละเอียดของทั้งสองลักษณะสามารถอธิบายในรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะของการใช้กรอบ (Frame) แบ่งส่วนของการนำเสนอข่าวสาร

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารในปัจจุบันของสื่อมวลชนไทยนั้น เป็นลักษณะของการใช้กรอบ หรือ Frame จัดแบ่งหน้าจอเป็นส่วนๆ จากการศึกษาพบว่านิยมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือซ้ายและขวา โดยที่ทางด้านซ้ายของหน้าจอนั้นจะเป็น ที่เป็นหัวข้อเรื่องหลักๆ และหน้าจอด้านขวาจะนำเสนอรายละเอียดของแต่ละหัวข้อหลักทางด้านซ้าย และพื้นที่สำหรับการนำเสนอหัวข้อเรื่องหลักนั้นจะแคบกว่าพื้นที่แสดงรายละเอียดทางด้านขวา



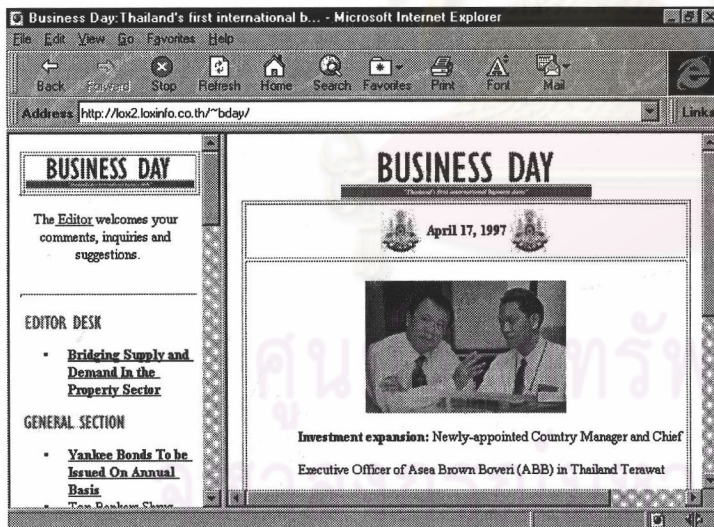
ภาพที่ 62

แสดงการใช้กรอบแบ่งส่วนหน้าจอเพื่อการนำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

การใช้กรอบในการแบ่งหน้าจอนี้ เป็นเสมือนกับการนำเสนอ 2 หน้าจอในเวลาเดียวกัน ช่วยให้ผู้อ่านไม่ต้องย้อนกลับไปหัวข้อหลักเมื่ออ่านข้อมูลข่าวสารเสร็จแล้ว นั่นคือผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนหัวข้อเรื่องและอ่านข่าวสารได้ในหน้าจอเดียวกัน

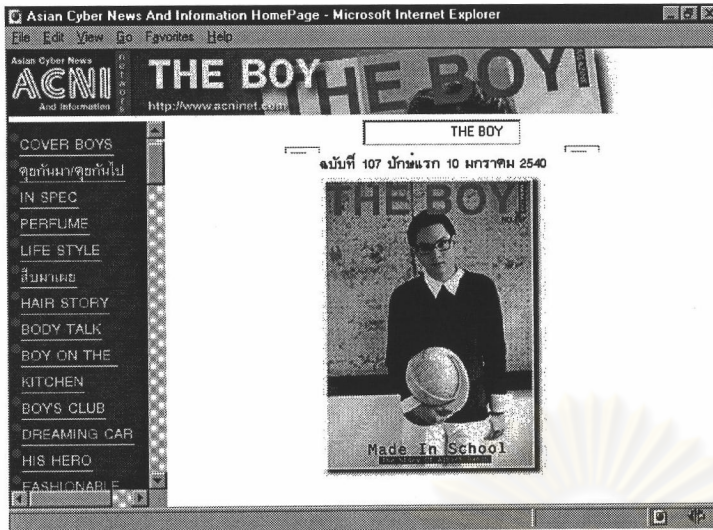
สาเหตุหนึ่งที่ทำให้การนำเสนอข่าวสารด้วยวิธีนี้เป็นที่นิยม คือผู้ส่งสารต้องการใช้วิธีการที่จะทำให้อ่านเรียกข้อมูลได้เร็วขึ้น ซึ่งกรณีนี้จะช่วยลดเวลาในการเรียกข้อมูลย้อนไปมาที่ละหน้า ช่วยให้การอ่านข่าวสารเป็นไปได้อย่างเร็วขึ้น เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่ามาช่วยในด้านของความเร็วในการเปิดอ่านข้อมูล แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอแบบกรอบนี้ข้อมูลจะแสดงได้ไม่ครบทั้งหน้าจอ ดังนั้นในแต่ละกรอบนั้นจึงต้องมี Scroll Bar ไว้สำหรับเลื่อนหน้าจอไปมาเพื่อเปิดอ่านข้อมูลที่ไม่สามารถแสดงได้หมดภายในกรอบนั้นๆ หากผู้ใช้งานต้องการแสดงข้อมูลให้เต็มหน้าจอเฉพาะเนื้อหาข่าวนั้นๆ ก็สามารถทำได้ด้วยคำสั่งของ Browser ที่ใช้งานอยู่

ลักษณะของการนำเสนอข้อมูลโดยใช้กรอบนี้ ไม่ได้จำกัดเฉพาะสื่อมวลชนประเภทใดประเภทหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าสื่อมวลชนไทยทุกประเภทยกเว้นวิทยุมีลักษณะของการนำเสนอข่าวสารแบบเดียวกันซึ่งสามารถแสดงให้เห็นได้จากตัวอย่าง Web Page ของสื่อมวลชนไทยประเภทต่างๆ ต่อไปนี้



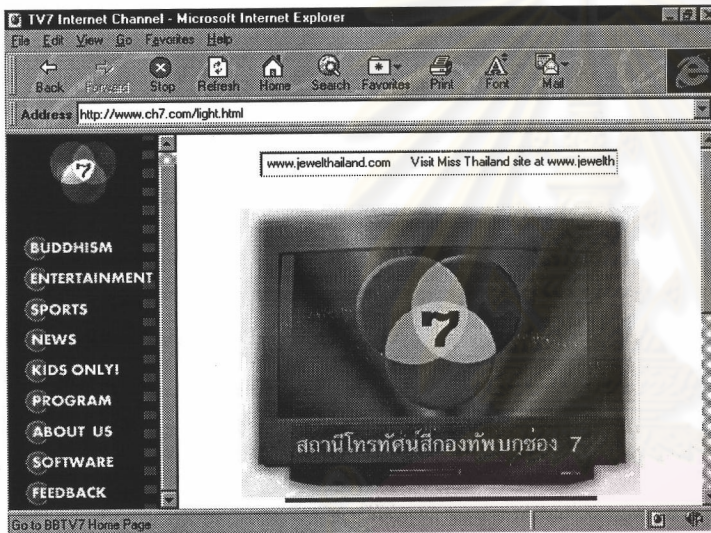
ภาพที่ 63

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ Business Day บน World Wide Web



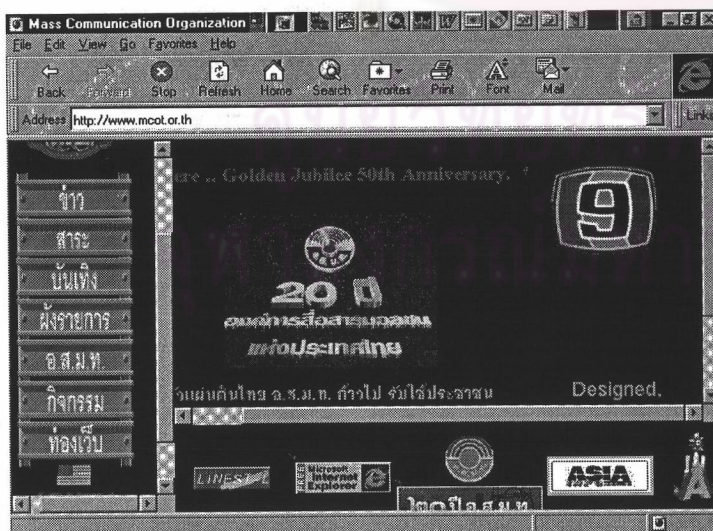
ภาพที่ 64

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร The Boy บน World Wide Web



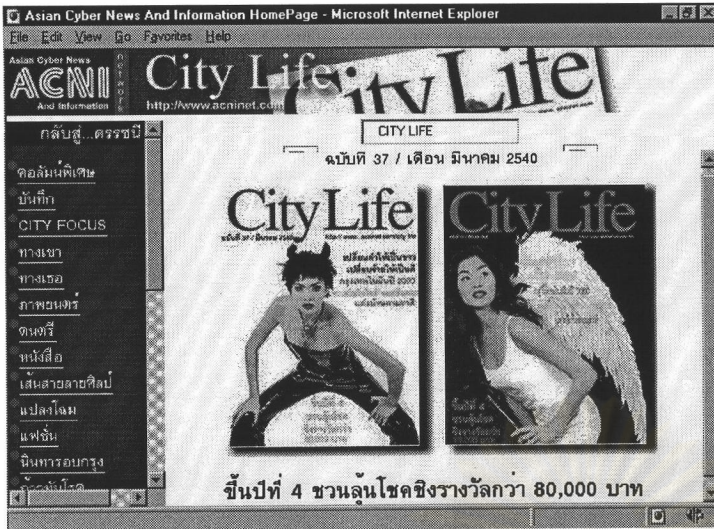
ภาพที่ 65

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 บน World
Wide Web

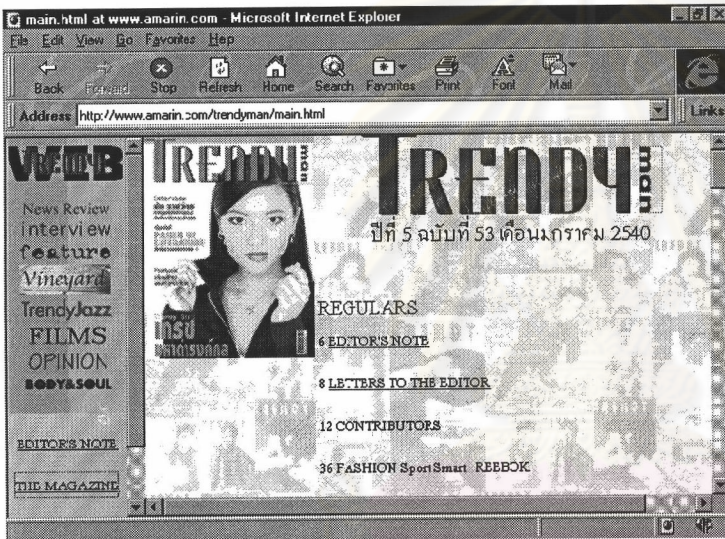


ภาพที่ 66

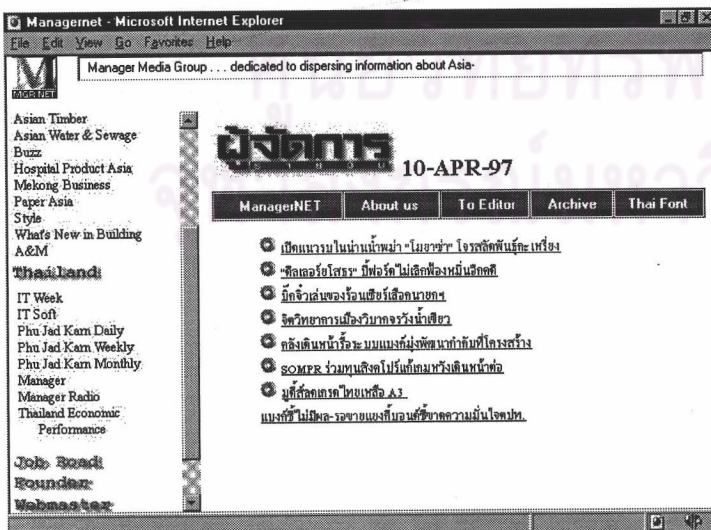
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. บน World
Wide Web



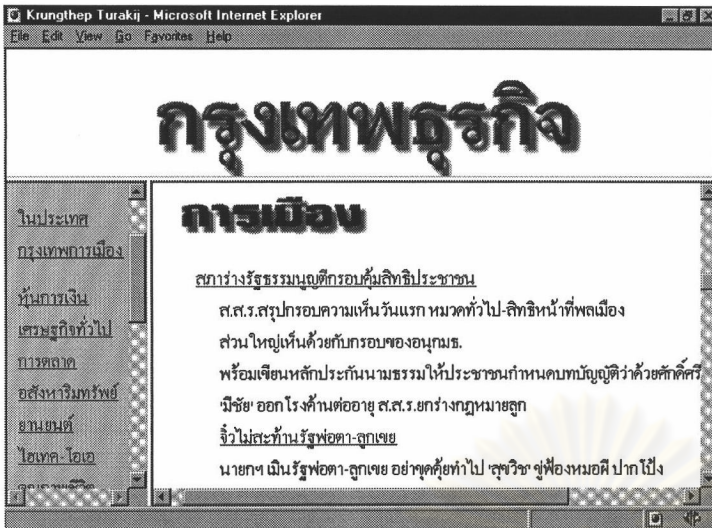
ภาพที่ 67
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร City Life บน World Wide Web



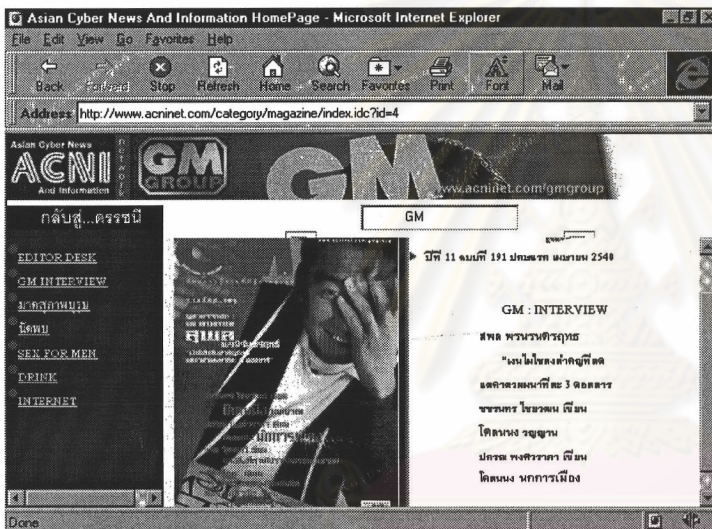
ภาพที่ 68
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร Trendy Man บน
World Wide Web



ภาพที่ 69
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ บน
World Wide Web



ภาพที่ 70
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจบน
World Wide Web



ภาพที่ 71
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร GM บน
World Wide Web



ภาพที่ 72
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของไทย
ทีวีสีช่อง 3 บน World Wide Web

ลักษณะของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในพื้นที่หน้าจอบทิต (ไม่ใช้กรอบ)

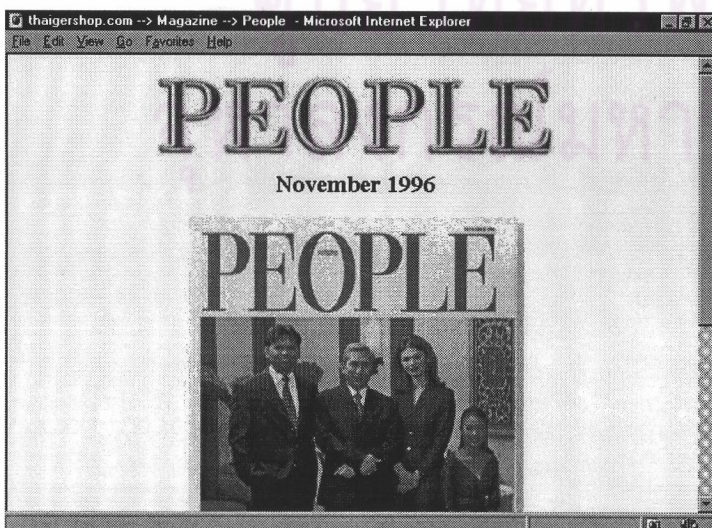
เป็นรูปแบบพื้นฐานในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบน World Wide Web ผู้ใช้งานต้องย้อนไปมาระหว่างหน้าที่เป็นหัวข้อหลักและหน้าข้อมูลข่าวสาร และในการนำเสนอในรูปแบบนี้ ส่วนใหญ่จะใช้สำหรับสื่อมวลชนที่ให้ความสำคัญกับรูปภาพ ได้แก่สื่อประเภทนิตยสารซึ่งจะใช้รูปภาพเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจแก่ผู้ใช้งาน อย่างไรก็ตามการนำเสนอของสื่อ นิตยสารไทยในรูปแบบนี้ มีการออกแบบที่แตกต่างกันไป โดยลักษณะโดยรวมนั้นสามารถแยกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่นำเสนอรูปแบบเดียวกับสื่อ นิตยสารฉบับตีพิมพ์
- กลุ่มที่นำเสนอเฉพาะภาพที่เป็นจุดเด่นบนหน้าปก และ
- กลุ่มที่นำเสนอรูปแบบที่มีความแตกต่างไปจากการนำเสนอในสื่อฉบับตีพิมพ์

กลุ่มที่นำเสนอรูปแบบเดียวกับสื่อ นิตยสารฉบับตีพิมพ์

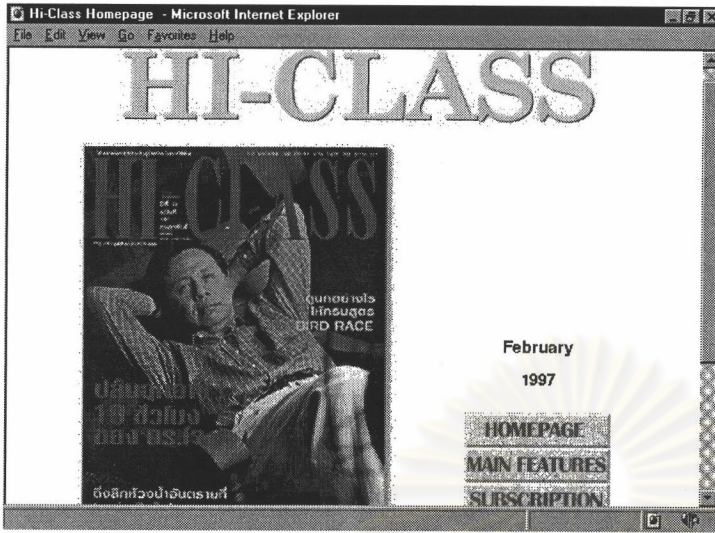
สำหรับกลุ่มที่นำเสนอรูปแบบเดียวกับสื่อ นิตยสารฉบับตีพิมพ์ นั้นคือการนำหน้าปกนิตยสารฉบับที่ทำการเผยแพร่ นั้นมาลง โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ซึ่งจะเน้นที่ภาพขนาดใหญ่สามารถเห็นข้อความที่ตีพิมพ์บนหน้าปกได้อย่างชัดเจน สำหรับหัวข้อเพื่อการเชื่อมโยงไปยังเรื่องที่น่าสนใจนั้น จะอยู่นอกบริเวณภาพหน้าปก โดยจะไม่ปะปนกัน ซึ่งภาพที่ได้นั้นจะเป็นการ Scan หน้าปกนิตยสารจริงลงมาทั้งหมด

ตัวอย่างนิตยสารที่นำเสนอในรูปแบบนี้ได้แก่

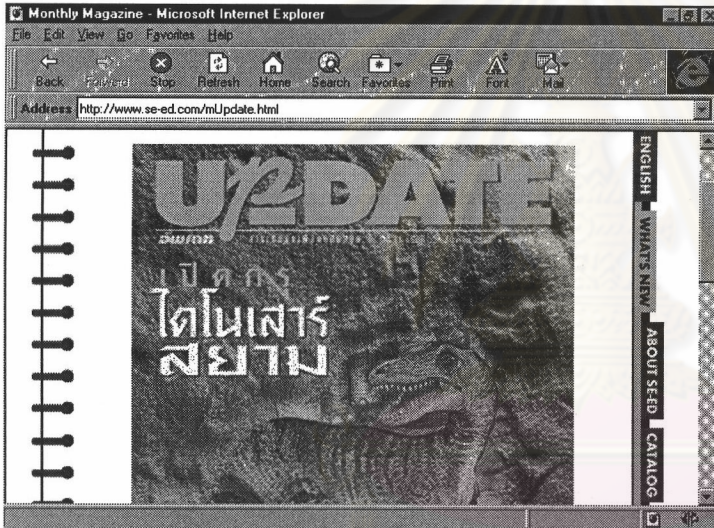


ภาพที่ 73

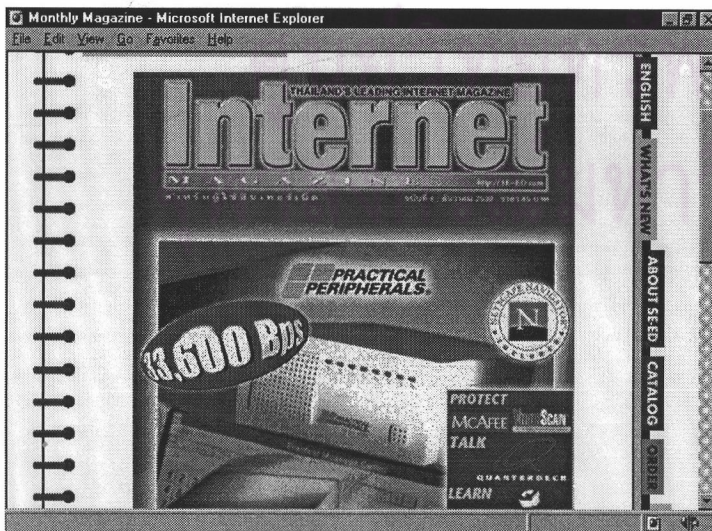
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร People บน
World Wide Web



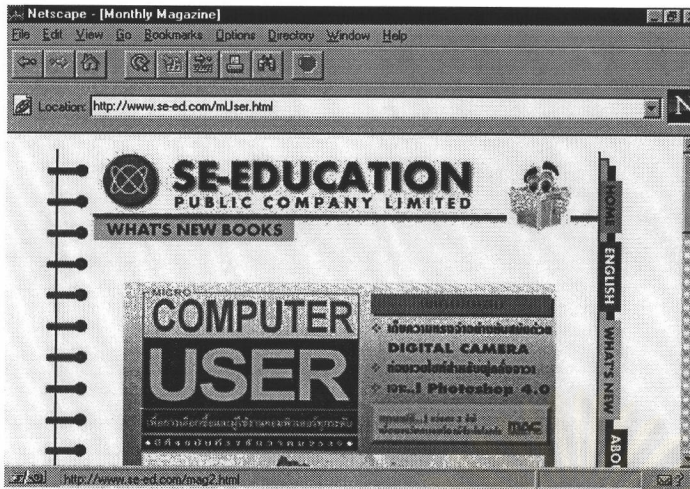
ภาพที่ 74
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร Hi-Class บน
World Wide Web



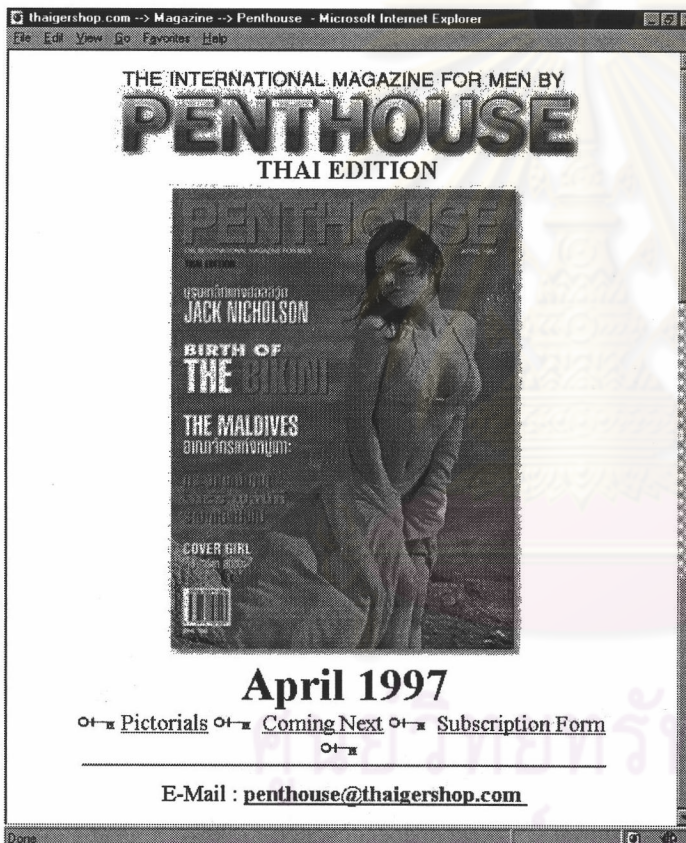
ภาพที่ 75
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร Update บน
World Wide Web



ภาพที่ 76
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร Internet บน
World Wide Web



ภาพที่ 77
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร Computer USER บน
World Wide Web



ภาพที่ 78
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร PENTHOUSE (Thai) บน
World Wide Web

กลุ่มที่นำเสนอเฉพาะภาพที่เป็นจุดเด่นบนหน้าปก

กลุ่มที่นำเสนอเฉพาะภาพที่เป็นจุดเด่นบนหน้าปก จะนำเฉพาะรูปที่เป็นจุดเด่นขึ้นมานำเสนอ และมีการออกแบบเพิ่มเติมเช่น การใช้กรอบ การเปลี่ยนภาพพื้น (Background) เป็นต้น โดยคงลักษณะของความเป็นหน้านิตยสารไว้ ข้อความที่เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดข้อมูลข่าวสารนั้นจะอยู่นอกบริเวณภาพ โดยจะไม่ปะปนกัน ตัวอย่างนิตยสารที่นำเสนอในรูปแบบนี้ได้แก่

thaigershop.com -> Magazine -> Khunying - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Go Favorites Help

คุณหญิง



คุณหญิง อมรรัตน์ทุกตัวอักษร
ฉบับที่ 47 ปักหมุดถึง ประจำเดือนเมษายน 2540

- 101 มุมมอง
น้อมรำลึกพระราชนิพนธ์บรมราชาภิเษก เฉลิมพระราชมณเฑียร
ของสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ
- "ปิ๊บบ" - อารีญา สิริโสภา
เชื่อเป็นยิ่งกว่าดวงดาว ในคืนหนึ่งกับดาวดวงนั้น
- ชีวิตคังนิยาย
บันทึกชีวิตหน้าตาสำคัญของ ม.ร.ว. ประภาสศรียะ ดิศกุล
- พบคุณหญิง
ม.ร.ว. ดวงใจ ชุมพล กับความทรงจำหน้าประวัติศาสตร์

ภาพที่ 79
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสารคุณหญิงบน
World Wide Web

thaigershop.com -> Magazine -> BOSS - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Go Favorites Help

BOSS

MAGAZINE FOR BUSINESSMEN



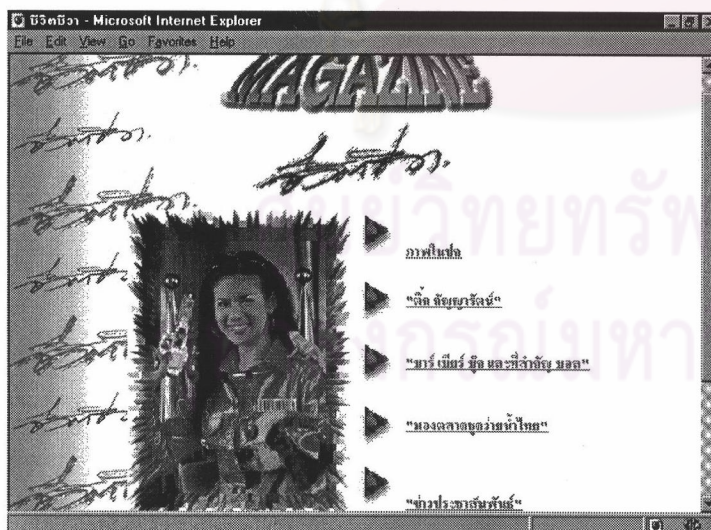
BOSS นิตยสารธุรกิจที่มียอดสมาชิกสูงที่สุด
นิตยสารบอสต์ฉบับที่ 60 ประจำเดือนเมษายน 2540

- ✘ "แหมม - บูรณันท์ ภมรมนตรี"
ทายาทอดีตรัฐมนตรี ชีวิตนี้ไม่เคยติดค้างการเมือง
- ✘ "ฉัตรต วรณัตร์"
นักต่อสู้เพื่อประชาธิปไตย ออกข่าวประทุษร้ายแล้ว ได้อะไร
- ✘ กนไทยถิ่นแก้วหรือยัง
ครบรอบ 1 ปี การตายของ "ผอ. แสงชัย สุนทรวัฒน์"

ภาพที่ 80
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร BOSS บน
World Wide Web



ภาพที่ 81
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสารทีวีพูลบน
World Wide Web



ภาพที่ 82
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสารชีวิตชีวาบน
World Wide Web

กลุ่มที่นำเสนอรูปแบบที่มีความแตกต่างไปจากการนำเสนอในสื่อฉบับปกติ

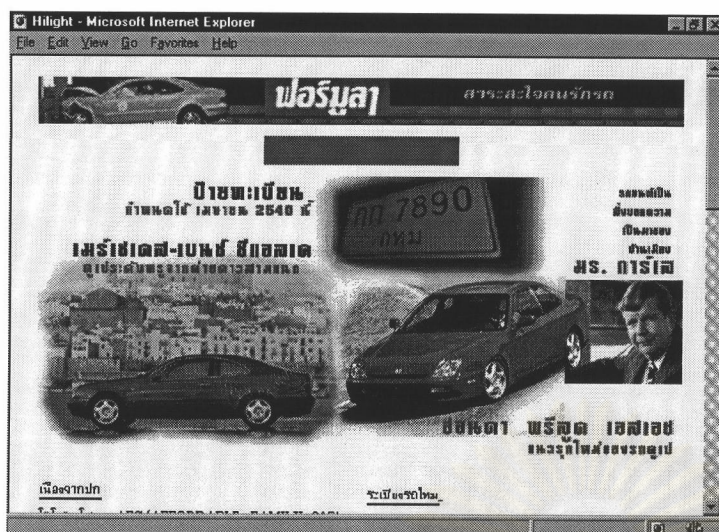
เป็นการนำเสนอที่พยายามสร้างความแตกต่างในด้านรูปแบบให้เกิดขึ้น ระหว่างการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบน World Wide Web กับสื่อปกติ ตัวอย่างเช่นมีการจัดวางตำแหน่งของภาพใหม่ สร้างภาพเพิ่มเติมจากของเดิม รวมทั้งมีการรวมภาพเข้าด้วยกัน และสร้างข้อความเชื่อมโยงในลักษณะของการแทรกอยู่ในภาพ ซึ่งทำให้เกิดความแปลกใหม่

ตัวอย่างของนิตยสารที่ใช้รูปแบบนี้ได้แก่



ภาพที่ 83

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสาร Yuppie บน
World Wide Web



ภาพที่ 84
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
นิตยสารพอร์มูลาบน
World Wide Web

2. การใช้เทคโนโลยีระบบหลายสื่อ (Multimedia) ในการนำเสนอข้อมูล

World Wide Web เป็นช่องทางที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรง ดังนั้นในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ จึงต้องใช้เทคโนโลยีในด้านต่างๆ เข้าช่วย ปัจจุบันนี้พัฒนาการด้านเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตนั้นดำเนินไปอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับด้านสื่อผสม หรือ Multimedia สำหรับสื่อมวลชนไทย ได้มีการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของตนเช่นกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนไทยใช้เทคโนโลยีสื่อผสมในการนำเสนอข้อมูลดังต่อไปนี้

เทคโนโลยีด้านเสียง

ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยช่องทางการสื่อสารปกตินั้น เทคโนโลยีทางด้านเสียงจะถูกจำกัดอยู่เฉพาะในสื่อวิทยุ หรือโทรทัศน์ แต่สำหรับการสื่อสารบนช่องทาง World Wide Web นั้น สื่อทุกประเภทสามารถใช้เทคโนโลยีนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของเสียงได้ตามความต้องการ เช่น การให้เสียงเพลงเป็น Background หรือดำเนินไปโดยอัตโนมัติในขณะที่กำลังใช้งาน World Wide Web อยู่ สำหรับสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันนี้จากการศึกษาพบว่า สื่อวิทยุใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีด้านเสียงมากที่สุดคือใช้ในการทำหน้าที่เพื่อการแพร่กระจายข่าวสารโดยตรง โดยใช้ในการนำเสนอสารคดี และบทความที่นำเสนอทางสถานีวิทยุปกติ การใช้งานที่รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะใช้ในการนำเสนอเพลงประกอบละคร หรือเพลงที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น สำหรับสื่ออื่นๆ เช่น นิตยสารนั้น มีการใช้งานเป็นครั้งคราวเท่าที่เห็นว่าจำเป็นและน่าสนใจ ตัวอย่างเช่นการนำเสนอบทสัมภาษณ์เป็นเสียงของ ดร. เสกสรรค์ ประเสริฐกุล ใน Web Site ของนิตยสาร Trendy Man

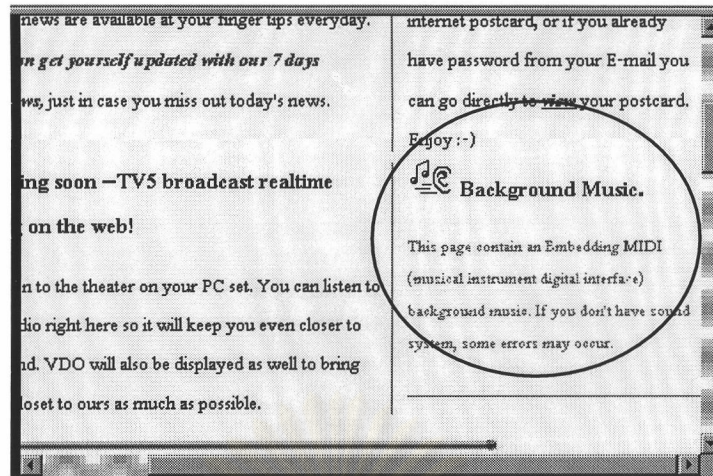
การนำเสนอข้อมูลเสียงนั้น จะเป็นลักษณะของการบันทึกเสียงที่ต้องการเผยแพร่ในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัล ที่ผู้ใช้งานสามารถเรียกฟังได้ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับรูปแบบข้อมูลเสียงของสื่อมวลชนไทยที่ใช้จัดเก็บและนำเสนอ นั้น ได้แก่ในรูปแบบของ Real Audio file , Wave files , Midi file สำหรับสื่อวิทยุของไทยนั้นเก็บเพิ่มข้อมูลเสียงแบบ Real Audio ซึ่งในการรับฟังนั้น ผู้ใช้งานจะต้องมีโปรแกรมที่สามารถอ่านเพิ่มข้อมูลประเภทนี้ได้ และจะต้องติดตั้งอุปกรณ์ (Hardware) คือ Sound Card และลำโพงหรืออุปกรณ์ที่ช่วยในการฟังเช่นหูฟังที่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้งานด้วย



ภาพที่ 85

แสดงหน้าจอของโปรแกรม Real Audio ที่จะปรากฏขึ้นเมื่อผู้ใช้งานเรียกฟังเพิ่มข้อมูลสารคดีจากโครงการวิทยุ ผู้จัดการที่เผยแพร่บน World Wide Web

เมื่อปรากฏหน้าจอแล้ว ผู้ใช้งานจะได้ยินเสียงบทความทันที และข้อมูลจะหมดไปเมื่อฟังเสร็จและเลิกการใช้งาน หากผู้ใช้งานต้องการเก็บเพิ่มข้อมูลเสียงไว้เพื่อการฟังในครั้งต่อไปก็สามารถทำได้ในลักษณะของการ Download เพิ่มข้อมูลนั้นมาไว้ที่เครื่องที่ใช้งานได้อย่างถาวร



ภาพที่ 86

แสดงการนำเสนอแฟ้มข้อมูลเสียงประเภท midi เป็น Background ใน Web Page ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ซึ่งเมื่อผู้ใช้งานเข้ามาในหน้านี้ จะได้ยินเสียงทำนองเพลงโดยอัตโนมัติ

เทคโนโลยีด้าน Video

จากการศึกษา Web Page ของสื่อมวลชนไทยประเภทต่างๆ พบว่าสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประเภท Video บน World Wide Web ได้แก่สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ โดยนำเสนอข่าวสารด้านความบันเทิง ได้แก่ ละครโทรทัศน์ที่กำลังแพร่ภาพในขณะนั้น และข้อมูลข่าว โดยข้อมูลจะถูกเก็บอยู่ในรูปแบบของ Video file (.avi) และ Movie file (.mov)



ภาพที่ 86

แสดงการนำเสนอแฟ้มข้อมูลภาพ Video ของโทรทัศน์ช่อง 7 ซึ่งจัดเก็บแฟ้มข้อมูลไว้ในรูปแบบ Movie file (.mov)

เทคโนโลยีด้านการสื่อสารสองทาง (Interactive)

World Wide Web เป็นช่องทางที่มีคุณสมบัติของการสื่อสารสองทาง ทำให้การติดต่อระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ช่วยเสริมกิจกรรมด้านการสื่อสารให้เกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบอย่างไม่เคยปรากฏในสื่อปกติก่อน ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในการศึกษาถึงการให้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารสองทางของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันนั้น ปรากฏว่าสื่อมวลชนไทยใช้การสื่อสารสองทางในลักษณะดังต่อไปนี้

1. ให้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสอบถาม เสนอความเห็น หรือให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ

สื่อมวลชนไทยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถถามคำถาม เสนอความคิดเห็น รวมไปถึงให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ โดยปรากฏในรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) ผู้ใช้งาน World Wide Web สามารถที่จะส่งจดหมายไปยังผู้ส่งสารได้ โดยการใช้เมาส์ Click ยัง E-mail address ประจำของสื่อมวลชนแต่ละประเภท การเปิดให้ Interactive นี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของสื่อมวลชน ว่าต้องการให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อได้ถึงตัวผู้ส่งสารคนใดบ้าง หรือให้ติดต่อมายังส่วนกลาง แล้วมีผู้นำสารนั้นไปส่งยังผู้เกี่ยวข้องอีกทีหนึ่ง สำหรับสื่อมวลชนไทยนั้น การ Interactive ในปัจจุบันนั้นสามารถส่งตรงได้ถึงบรรณาธิการ รวมไปถึงระดับผู้บริหาร



ภาพที่ 87

แสดง E-mail ของนิตยสารแต่ละฉบับในเครื่องมืออินเทอร์เน็ต ซึ่งเมื่อ Click ยัง E-mail แต่ละที่ ก็จะปรากฏหน้าต่างจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้ใช้งานพิมพ์ข้อความ และส่งไปยังนิตยสารแต่ละเล่มทันที

NATION - meet the editors - Microsoft Internet Explorer
File Edit View Go Favorites Help

The Nation INTERACTIVE
NATION MULTIMEDIA GROUP
meet the editors.

 **Politics:**
Sapon Ongkara, *Senior Editor*
He has more than 20 years of experience and a Nieman fellow at Harvard University sapon@nation.nationgroup.com [ASK QUESTION](#) [VIEW Q & A's](#)

 **Regional Affairs:**
Kavi Chongkittavorn, *Executive Editor*
He writes on foreign policy, regional politics and security matters. kavi@nation.nationgroup.com [ASK QUESTION](#) [VIEW Q & A's](#)

 **Domestic Affairs:**
Tulsatit Taptim, *Deputy Editor*
He analyses local issues that affect the country. tulsat@nation.nationgroup.com [ASK QUESTION](#) [VIEW Q & A's](#)

 **Business:**
Noppakun Limsamarnphun, *Business Editor*
He manages the day-to-day operations of the business section for The Nation. nop@nation.nationgroup.com [ASK QUESTION](#) [VIEW Q & A's](#)

 **Editor:**
Pana Janviroj
He graduated from Tufts University in 1982, where he majored in economics. Pana has also had the distinction of being the recipient of a Jefferson fellowship at the East-West Centre, Hawaii. pana@nation.nationgroup.com [ASK QUESTION](#) [VIEW Q & A's](#)

 **Environment Editor:**
James Fahn
James is a graduate of Amherst College in Massachusetts, USA and later received a Watson Fellowship to study International Collaboration in Physics, in Europe and North Africa. He has worked at The Nation for the last seven years, first as science and technology editor and now as environment editor. jfahn@nation.nationgroup.com [ASK QUESTION](#) [VIEW Q & A's](#)

Our editors are standing by - ready to answer your questions.

ภาพที่ 88

แสดง E-mail ของทีมบรรณาธิการประจำหนังสือพิมพ์ The Nation

2 ใช้ในการรับสมัครสมาชิก

สื่อมวลชนไทยได้นำคุณสมบัติด้านการสื่อสารสองทางของ World Wide Web มาใช้ในการรับสมัครสมาชิก โดยเป็นการนำเสนอแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้ใช้งานกรอกรายละเอียดลงไป จากนั้นใช้ปุ่มคำสั่งเพื่อการส่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้คำว่า "send" รายละเอียดเกี่ยวกับการสมัครก็จะถูกส่งกลับไปยังสื่อมวลชน

ทันที ทำให้การสมัครเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างของแบบฟอร์มการสมัครสมาชิกบน World Wide Web ได้แก่

Hi-Class Homepage - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Go Favorites Help

HI-CLASS

Subscription Form

ปีละ 12 ฉบับ ราคา 650 บาท ค่าส่งฟรี

First Name :

Last Name :

Age :

E-mail Address :

Mailing Address :

Province :

Telephone :

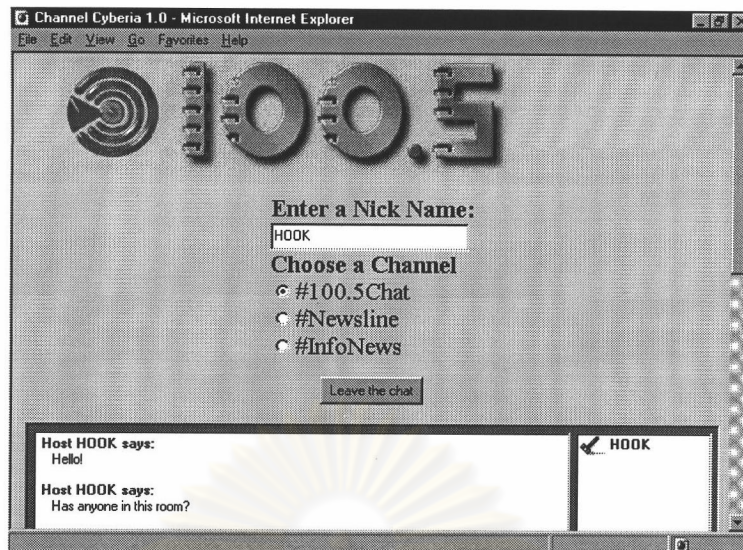
ภาพที่ 89

แสดงแบบฟอร์มการสมัครสมาชิกผ่าน World Wide Web ของนิตยสาร HI-CLASS

3. ใช้ในการคุยสด (Chat)

เป็นการพูดคุยกันผ่าน World Wide Web โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ตอบซึ่งกันและกัน ในขณะนั้น (Real time) โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการส่งข้อความนั้นคือเป็นพีมพ์คอมพิวเตอร์ และข้อความจะแสดงผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้งาน สำหรับบริการคุยสด หรือ Chat นั้น จากการศึกษาสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web นั้นพบว่ามีเพียง 2 แห่ง ที่จัดทำขึ้น ได้แก่ Nationmultimedia Group และ สถานีข่าว FM. 100.5 อ.ส.ม.ท. การคุยสดนี้จะทำในส่วนที่เรียกว่าห้อง (Chat room) ผู้ที่ต้องการเข้าไปสนทนาในห้องนี้นั้นจะต้องระบุชื่อ (User name) และ E-mail address ของตนเองก่อนถึงจะได้รับอนุญาตให้เข้าไปในห้องได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 92

แสดงลักษณะการเลือกห้องเพื่อเข้าไปสนทนาในสถานีข่าว FM. 100.5

สำหรับห้องของสถานีข่าว 100.5 นั้น เปิดบริการทั้งหมด 3 ห้อง ผู้ใช้งานระบุเพียงชื่อสมมติ ลงในช่อง Nick Name หลังจากนั้นเลือกประเภทข่าวสารที่ต้องการสนทนา ก็สามารถที่จะเข้าสู่วงสนทนาสดนี้

การวิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของข่าวสารที่แพร่กระจายผ่านช่องทาง World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะและความพร้อมของแต่ละองค์กร ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอนั้น เป็นชุดเดียวกับที่ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนออยู่บนช่องทางสื่อปกติ แต่ได้มีการแปลงสัญญาณการนำเสนอให้เป็นแฟ้มข้อมูลให้เป็น HTML (Hypertext Markup Language) เพื่อที่จะสามารถเผยแพร่บนช่องทาง World Wide Web ได้

ในส่วนของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่จะนำขึ้นเผยแพร่ นั้น จะต้องผ่านการเลือกสรร ซึ่งกระบวนการเลือกสรรนี้กระทำโดยบรรณาธิการบริหาร หรือบรรณาธิการอินเทอร์เน็ต ขององค์กรนั้นๆ คุณเล็ก นนทนานันท์ ได้ให้สัมภาษณ์ถึงเกณฑ์การเลือกข่าวสารเพื่อเผยแพร่ผ่านเครือข่าย World Wide Web ว่า

“เราไม่มีการย่อข่าว เพียงแต่ไม่ทุกข่าว เพราะว่าบางข่าวยังมีความไม่เหมาะสมที่จะไปลงบน Internet จึงต้องเลือกที่ International เช่น ข่าวหน้าปก และ

ข่าวที่มีความสำคัญในแต่ละ section แต่ข่าวที่เราเลือกไปลงนั้นลงหมดทั้งข่าว"

เล็ก นนทนาพันธ์

ดังนั้นผู้ที่อ่านข่าวสาร World Wide Web นั้นจะได้อ่านข่าวสำคัญๆ นอกจากนี้ การนำเสนอข่าวสารบน World Wide Web นั้นยังเน้นเฉพาะข่าวภายในประเทศและข่าวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะข่าวสารของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่นำเสนอบน World Wide Web ที่เป็นข่าวสารในประเทศทั้งหมด ในช่วงแรกนั้น ช่อง 5 จะเน้นการนำเสนอเฉพาะข้อมูลข่าว และการพยากรณ์อากาศเท่านั้น แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาโดยเพิ่มเนื้อหาในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่

- ข้อมูลด้านข่าว ได้แก่ ข่าวราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการทหาร และข่าวกีฬา
- ข้อมูลในส่วนของบันเทิง ได้แก่ รายการโทรทัศน์ของทางสถานีฯ และรายการวิทยุที่น่าสนใจ ได้ให้บริการเพิ่มข้อมูลประเภทเสียง โดยเลือกเพลงที่นิยมบรรจุไว้ใน Web Site ด้วย
- ข้อมูลด้านความรู้ ได้แก่ เทคโนโลยี ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีไทย
- ข้อมูลบริการอื่นๆ ได้แก่ การเสนอข่าวสารของหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจอื่นๆ ในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนส่วนรวม

สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ข่าวสารที่ปรากฏบน World Wide Web นั้นจะเป็นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง และข่าวเหตุการณ์ทั่วไปเท่านั้น จะไม่พบข่าวประเภทอื่นเช่น ข่าวกีฬา หรือข่าวบันเทิง ซึ่งในข่าวสองประเภทหลังนี้ ข่าวกีฬาจะพบมากในสื่อประเภทโทรทัศน์ และข่าวบันเทิงจะพบมากที่สุดนในสื่อชนิดยสาร ซึ่งในสื่อชนิดยสารนั้นยังปรากฏข่าวสารประเภทรูปภาพมากที่สุด โดยจะเป็นภาพของดารานางแบบหน้าปกของนิตยสารฉบับนั้นๆ รวมไปถึง ภาพแฟชั่นประจำฉบับด้วย



ภาพที่ 93

แสดงภาพแฟชั่นในนิตยสารชีวิตชีวา ที่นำเสนอบน World Wide Web

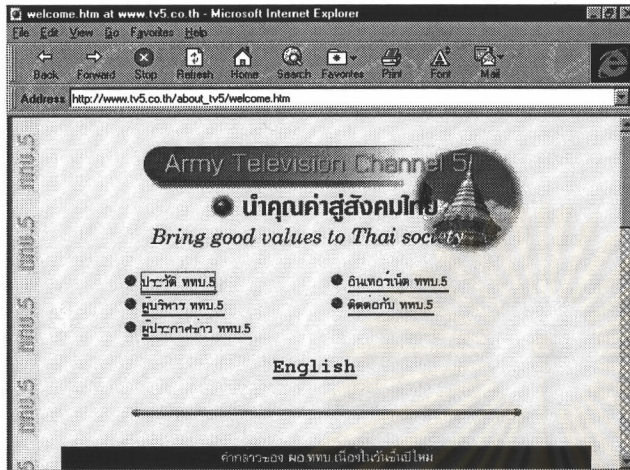
นอกจากนี้ ลักษณะที่พบอีกประการหนึ่งคือ การจัดข้อมูลข่าวสารเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ง่ายต่อการเปิดอ่าน หรือค้นหา ซึ่งคุณสมเกียรติ บรรณาธิการนิตยสาร Home Buyer's Guide ซึ่งเป็นนิตยสารด้านอสังหาริมทรัพย์บน World Wide Web ได้กล่าวว่า

"เราทำการคัดเลือกเฉพาะเรื่องที่สำคัญๆ ลงไป โดยการรวบรวมโครงการในนิตยสาร Home Buyers' Guide ทุกโครงการที่กำลังเปิดขายอยู่มาให้เลือกรวมทั้งนำเสนอคอลัมน์ข้อมูล อาทิ คอลัมน์ "เจาะทำเล" สำหรับบน World Wide Web ใช้ชื่อว่า "Hot Zone" คอลัมน์ "หอมร้อน" + "หอมความ" ก็จะเปลี่ยนมาเป็นหัวข้อ "Question & Answer"

สมเกียรติ วุฒินิรนาท

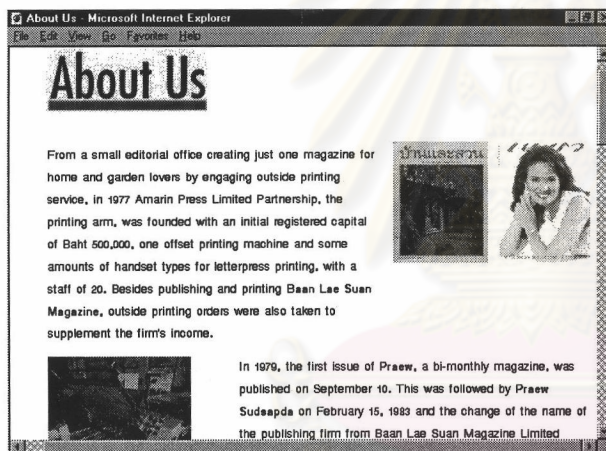
วัตถุประสงค์ข้อสำคัญที่สื่อมวลชนไทยใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารในปัจจุบันนั้นคือ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ดังนั้นลักษณะของข่าวสารส่วนหนึ่งที่ปรากฏคือ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอประวัติขององค์กร รวมไปถึงผู้บริหาร นโยบาย และแนวคิดขององค์กร โดย

การนำเสนอจะอยู่ในส่วนของหน้าที่ใช้ชื่อว่า "About Us" "Company Profile" หรือ "founder" ซึ่งมีตัวอย่างดังต่อไปนี้



ภาพที่ 94

แสดงหน้า "About us" ของช่อง 5 ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปในส่วนต่างๆ ที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับช่อง 5 ทั้งหมด



ภาพที่ 95

แสดงหน้า "About us" ของบริษัทอมรินทร์พับลิชิ่ง แอนด์ พริ้นติ้งจำกัด



ภาพที่ 96

แสดงหน้า "Founder" ของ Nation Multimedia Group

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์ในตอนที่ 2 นี้ สามารถสรุปได้ว่า สื่อมวลชนไทยในปัจจุบันมีรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบน World Wide Web 3 ประการด้วยกันคือ

1. การจัดวางรูปแบบนั้นมี 2 ลักษณะคือ การใช้กรอบในการแบ่งส่วนหน้าจอเพื่อการนำเสนอข้อมูลได้รวดเร็วขึ้น และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในพื้นที่หน้าจอกปกติ
2. สื่อมวลชนไทยมีการใช้เทคโนโลยีด้านสื่อผสม หรือ Multimedia ในการนำเสนอข้อมูล ซึ่งได้แก่เทคโนโลยีด้านเสียง และภาพเคลื่อนไหว
3. สื่อมวลชนไทยใช้คุณสมบัติด้านการสื่อสารสองทางของ World Wide Web มาเป็นประโยชน์ในการติดต่อกับผู้รับสาร รวมทั้งใช้เป็นสิ่งที่สร้างกิจกรรมด้านการสื่อสารด้วย

สำหรับในด้านเนื้อหาข่าวสารนั้น พบว่าสื่อมวลชนไทยใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการสื่อสารข่าวสารชุดเดียวกับที่ตีพิมพ์ในสื่อปกติ โดยที่จะเน้นข่าวสารในประเทศ และมีการคัดเลือกข่าวสารก่อนนำขึ้นเผยแพร่ นอกจากนี้ข่าวสารบน World Wide Web นั้นมีการจัดรวบรวมไว้เป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการค้นหาของผู้ใช้งาน และมีการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร หรือหน่วยงาน ซึ่งจะช่วยในด้านการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น

ตอนที่ 3 ทิศทางและแนวโน้มของการเผยแพร่ข่าวสารบน World Wide Web โดยสื่อมวลชนไทย

เนื่องจากช่องทางการสื่อสาร World Wide Web นั้นนับได้ว่าเป็นสื่อใหม่สำหรับประเทศไทย แต่เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการหลั่งไหลเข้ามาของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องนั้นทำให้การใช้งาน Internet ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว และนับเป็นช่องทางการสื่อสารที่เป็นโอกาสใหม่ หรือทางเลือกใหม่สำหรับวงการสื่อสารมวลชน ซึ่งต่างประเทศนั้นได้ใช้ช่องทางนี้เป็นช่องทางการสื่อสารปกติ สำหรับองค์กรสื่อมวลชนไทยนั้นถึงแม้ในขณะนี้การใช้สื่อ World Wide Web นั้นยังมองว่ายังไม่สามารถเป็นไปได้ด้วยปัจจัยในด้านต่างๆ แต่ก็มี การวางแผนและเตรียมตัวเพื่อรับมือกับเทคโนโลยีที่จะมาถึง ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงบทบาทการสื่อสารของไทยได้ ซึ่งก็มีการคาดการณ์ว่าสื่อหลายๆ ประเภทจะมีการผันตัวเข้าสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นในไม่ช้านี้

จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าทิศทางและแนวโน้มของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวบน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยในอนาคตนั้นจะมีลักษณะที่สรุปได้ 10 ประการด้วยกันคือ

1. เผยแพร่ข้อมูลในลักษณะที่เป็น Interactive มากขึ้น

จากการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่า สื่อมวลชนไทยเห็นความสำคัญของการสื่อสารสองทางที่สามารถนำมาสู่ความสำเร็จในการเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทาง World Wide Web นี้ ซึ่งลักษณะของการสื่อสารสองทางที่เกิดขึ้นนั้น จะเป็นในลักษณะของ Real time มากขึ้น โดยมีการคุยสตรระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือเป็นในลักษณะของการมีกิจกรรมร่วมกัน เช่น การแข่งขันเกมส์ เป็นต้น

"เนื่องจาก Home Buyer's Guide เป็นนิตยสารเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ดังนั้นเริ่มจากบทบรรณาธิการ เราจะมีการคุยถามตอบกันสดๆ เป็น Interactive เลย แต่ว่าอาจจะกำหนดวันใดวันหนึ่งเป็นเวลาชัดเจน ใครอยากถามอะไรก็ถามมา ผมตอบสด ส่วนหน้าถัดมาเป็นการแนะนำทำเลต่างๆ อยากให้เป็นภาพเคลื่อนไหว เป็น Video File พาชมสถานที่ หรือไปสัมภาษณ์ผู้ว่าราชการจังหวัดว่าอย่างไรบ้าง ส่วนคอลัมน์ถัดมาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยต่างๆ ไป อาจ0tเป็นแผนที่ที่ขึ้นมา เมื่อ Click เข้าไปก็เป็น Video File ขึ้นมา มีคนบรรยาย คือต้องทำให้ได้ขนาดนี้ และผมเชื่อว่าเรากำลังจะก้าวไปถึงจุดนั้น"

สัมภาษณ์, สมเกียรติ โชตินิรมารอด

การสื่อสารสองทาง หรือ Interactive นั้น สามารถทำได้ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งรูปแบบหนึ่งที่ได้เห็นได้ชัดเจนและประสบผลสำเร็จในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตทั่วโลกคือ เกมส์ ซึ่งในเร็วๆ นี้ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จะนำเสนอเกมส์บน World Wide Web ในรูปแบบของ Interactive โดยอาจจะเป็นทุกวัน และแต่ละอาทิตย์ก็จะหาผู้ชนะคนมาแข่งขันกัน ซึ่งจะต่างกับโทรทัศน์ที่ไม่สามารถจัดเกมส์ทุกวัน และการที่จะทำเช่นนี้บน World Wide Web ได้นั้นต้องมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านเทคนิค รวมทั้งมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับด้านการจัดรายการ เพื่อสร้างสรรค์ให้กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นนั้นประสบความสำเร็จบน World Wide Web และได้ยืนยันว่าจะมีการจัดทำอย่างแน่นอน ซึ่งหัวหน้าส่วนพัฒนาโฮมเพจ ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

"แน่นอนครับ ก็เร็วๆ นี้ จะเป็นลักษณะเกมส์ interactive จะบวกกับทีวีด้วย เป็นเกมส์คล้ายๆ กับรายการ Hugo ต่างกันที่บนทีวี เราจะไม่มีเกมส์ทุกวัน แต่การแข่งขันบน Web Site นั้นเราจะทำทุกวัน แต่อาทิตย์ก็จะหาแชมป์ 2 คน

มาสู้กัน แต่พวกนี้ต้องมีคนรู้ด้านเทคนิค และครีเอทีฟเยอะ เกี่ยวกับด้านการจัดรายการ เหมือนเราต้องตั้งทีมทำอะไรให้ดูดีใน Web Site และผลของการแข่งขันไม่ต้องยุ่งยาก แต่มีแน่นอนครับ"

สัมภาษณ์, พันโทอนุชิต ณะอุดม

2. เผยแพร่ข้อมูลในลักษณะที่ง่ายต่อการสืบค้นมากขึ้น

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากจากทั่วทุกมุมโลกก็คือ ข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมายมหาศาลที่ไหลเวียนอยู่ในเครือข่าย Web Site ที่สามารถดึงดูดผู้ใช้งานได้นั้น ประการสำคัญคือ มีบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น มีการเชื่อมโยงไปยังเรื่องที่เกี่ยวข้อง หรือมีคำสั่งในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

สื่อมวลชนไทยเห็นความสำคัญในข้อนี้ จึงมีแนวโน้มที่จะพัฒนา Web page ในลักษณะของการเชื่อมโยงข้อมูลไปยัง Web site ที่เกี่ยวข้องหรือที่มีลักษณะการเผยแพร่ข่าวสารแบบเดียวกัน เช่น การสร้าง Web site ของบริษัทสื่อสากล ที่พยายามสร้างเป็นศูนย์กลางในเรื่องของรถยนต์ เมื่อผู้ใช้งานเข้ามา ก็จะสามารถเชื่อมโยงไปยัง Web site ที่เกี่ยวกับรถยนต์ต่างๆ ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้งานสามารถสืบค้นข้อมูลได้ง่ายขึ้น

3. ใช้เทคโนโลยีด้าน Internet และ Multimedia มากขึ้น

เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และด้าน Multimedia นั้นมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความเป็นไปได้ และอำนวยความสะดวกในการสื่อสารแบบต่างๆ บนช่องทางนี้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนโดยตรงคือ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยี Real Audio ทำให้สื่อมวลชนประเภทวิทยุสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตนในรูปแบบของเสียงได้

และในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่สื่อวิทยุที่นำเสนอข้อมูลในลักษณะเสียง สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เองก็มีความพยายามที่จะใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เพื่อสร้างความเป็นไปได้ในการนำเสนอข่าวสารของตนเองในรูปแบบอื่น ซึ่งคุณเล็ก นนทนาพันธ์ ได้ให้สัมภาษณ์ในเรื่องเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีว่า

"สำหรับสยามธุรกิจนั้น อีกขั้นตอนหนึ่งที่กำลังเตรียมตัวอยู่คือการทำ Radio Internet มีข่าวเป็นระบบวิทยุ ซึ่งเราพยายามจะเกาะติดการพัฒนาไป เพราะ

ในขณะที่ ระบบ Internet พัฒนากันเป็นวินาทีต่อวินาที ผมคิดว่าภายในครึ่งปี
แรกนี้ เราคงจะมี Internet ภาษาอังกฤษและ Radio Internet ขึ้นมาครบถ้วน”

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

สำหรับสื่อมวลชนไทยประเภทอื่นนั้น ก็มีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยี Multimedia ในการนำ
เสนอข้อมูลมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้วยภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง อันจะเสริมสร้างให้การสื่อสารบน
World Wide Web มีความสมบูรณ์แบบมากขึ้น ซึ่งจากคำประกาศของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
นั้นทำให้เราได้ทราบว่า อนาคต ในปี 2540 นี้ อินเทอร์เน็ต ททบ.5 มีโครงการ ในการพัฒนาการนำเสนอข้อมูล
ในรูปแบบที่กำลังเป็นเรื่องที่ทั่วโลกกำลังสนใจ นั่นก็คือการนำเอาสัญญาณภาพและเสียงที่ออกอากาศของ
ททบ.5 ทั้งทางด้านโทรทัศน์และวิทยุ นำเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในลักษณะต่อเนื่อง (Real time)

4. ใช้ภาพกราฟิกมากขึ้น

ภาพและรูปแบบที่สวยงาม เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจผู้ใช้งานบน World Wide Web ซึ่งสื่อมวลชนไทยเองก็
ได้ตระหนักในความสำเร็จในข้อนี้ ดังนั้นจากการสัมภาษณ์ จึงพบว่า สื่อมวลชนไทยมีแนวโน้มที่ปรับปรุง Web
page ของตนเองให้มีความสวยงามมากขึ้น โดยเน้นที่การออกแบบ

“ความสวยก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ เหมือนหนังสือ ถ้าหน้าปกสวยเราก็เลือกดูก่อน
แต่เนื้อหาต้องดีด้วยนะ ของ autoinfo เองตอนแรกก็ไม่สวย ไม่มีอะไร แต่เราก็
พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ และให้ความสำคัญกับตรงนี้ ตอนนี้ก็จ้างนักออกแบบที่จบ
ด้านศิลปะโดยตรงมาทำหน้าที่เฉพาะ”

สัมภาษณ์, อัฐมา นายเรือ

“ต่อไปเราพยายามปรับปรุงให้มีกราฟิกเข้ามา พยายามพัฒนาในด้านนี้ซึ่ง
เป็นนโยบายหนึ่งของเรา”

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนาพันธ์

5. คำนึงถึงความเร็วในด้านผู้ใช้งานมากขึ้น

สำหรับผู้ที่ใช้งานนั้น ความเร็วในค้นหาข้อมูลนั้นเป็นสิ่งที่คำนึงถึงเป็นอันดับแรก เนื่องจากบนอินเทอร์เน็ตนั้น มีข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมากดังนั้นในฐานะของผู้ส่งข่าวสาร จึงมองเห็นว่าทำอย่างไรที่จะให้ผู้ใช้งานสามารถเรียกข้อมูลจาก Web Site ของตนได้เร็วที่สุด สะดวกที่สุด

สื่อมวลชนไทยเองก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในจุดนี้ ดังนั้นจึงมีนโยบายการออกแบบหน้าจอที่สะดวกต่อการใช้งาน และจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบที่สามารถส่งถึงผู้รับสารได้เร็ว โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และที่สำคัญ คำนึงถึง browser ของผู้ใช้งานมากขึ้น ซึ่งคุณสมภาร สุรินทร์ชัยได้กล่าวว่า สำหรับช่องทาง World Wide Web นั้น ผู้ใช้เป็นผู้ที่จ่ายเงิน Web site ที่ไม่สะดวกต่อการเรียกดูข้อมูลหรือเรียกได้ช้า ก็จะทำให้ผู้ใช้งานต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นค่าเวลาเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความง่าย ความเร็วในการเรียกดูข้อมูลรวมทั้งในการใช้โปรแกรมเพื่อการพัฒนา Web site นั้นจะต้องให้ผู้ใช้งานที่มี Browser ที่แตกต่างกันใช้งานได้เหมือนกัน มิฉะนั้นจะไม่ประสบผลสำเร็จในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางนี้ได้

6. เป็น International มากขึ้น

ในที่นี้หมายถึง ลักษณะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากในปัจจุบันนั้น การนำเสนอข้อมูลข่าวสารบน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยนั้นใช้ภาษาไทยเป็นหลัก เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนไทยอ่าน แต่อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์พบว่า มีแนวโน้มที่จะจัดทำเป็นภาคภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของไทยให้คนทั่วโลกได้รับรู้ด้วย

" ก็คิดว่าจะทำให้ได้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ซึ่งตอนนี้เราก็นำเสนอ บางส่วนเป็นภาษาอังกฤษ เรื่องต่างๆ ก็พยายามแปล"

สัมภาษณ์, อัฐธมา นายเรือ

"ก้าวต่อไปของเรา คือนอกจากพยายามพัฒนาด้านกราฟฟิกแล้ว เรากำลังจะมี Version ภาษาอังกฤษเพื่อให้คนต่างชาติทั่วโลก ได้อ่านข่าวของเมืองไทย ผ่าน Homepage"

สัมภาษณ์, เล็ก นนทนานันท์

7. สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแบบฉบับบน World Wide Web มากขึ้น

จากการสัมภาษณ์พบว่า สื่อมวลชนไทยมีความพยายามที่สร้างข้อมูลข่าวสารบน World Wide Web ให้มีความแตกต่างไปจากสื่อปกติมากขึ้น และมีความเห็นว่า ควรจะใช้ความสามารถของช่องทางนี้ในการเผยแพร่ข่าวสารให้มากที่สุด ข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏบน World Wide Web ไม่ควรจะถูกกั้นมาจากสื่อปกติทั้งหมด ซึ่งคุณวงศ์ทรง ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้ว่า

"ผมไม่ได้อยากให้ลอกกันมาจากหนังสือ น่าจะมีการจัดใหม่ มีเรื่องพิเศษ ผมเคยทำเรื่องแรก เป็นเบื้องหลังการถ่ายแพชั่นปกเป็นวิดีโอ รวมทั้งย้อนหลัง อาจมีปกย้อนไป 10 เล่มว่ามีอะไรบ้าง"

สัมภาษณ์, วงศ์ทรง ชัยณรงค์สิงห์

คุณสหรัฐ สงวนรัมย์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ @Internet ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การทำหนังสือพิมพ์ Online ที่เหมือนกับหนังสือพิมพ์ปกตินั้น จะไม่ช่วยให้เกิดประโยชน์อะไร ซึ่งของต่างประเทศเขาสามารถสร้างความแตกต่างกันระหว่าง 2 Edition นี้ได้ในแนวคิดที่ยังคงแบบเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ USA today ที่ทำให้รู้สึกไม่เหมือนกับการอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับปกติ

"ในอนาคตของเรานี้ ไม่เพียงแต่ทำหนังสือพิมพ์ @Internet ฉบับ Online เท่านั้น นิตยสาร Online ของผมก็คงเหมือนกับทุกๆ คน จะแตกต่างกันตรงที่ว่า ผมพยายามที่จะสร้าง Content ที่แตกต่างไปจากหนังสือ คือถ้าผมทำเหมือนหนังสือ ผมจะมาเปิดอ่านหน้าจอก็ให้ปวดตาทำไม"

สัมภาษณ์, สหรัฐ สงวนรัมย์

8. สร้างความเป็นคลังข้อมูลของข่าวสารมากขึ้น

สิ่งที่สื่อมวลชนไทยเห็นความสำคัญ คือความเป็นคลังข้อมูล ซึ่งหมายถึงใน Web site นั้นมีข้อมูลมากพอที่จะให้ผู้ใช้งานสืบค้นได้ ซึ่งสำหรับ Web site ของ Autoinfo สิ่งที่ต้องการพัฒนาขึ้นมาคือในส่วนของสารบัญอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจาก Autoinfo มีส่วนที่เป็นห้องสมุด การทำสารบัญจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถสืบค้นในเรื่องที่ต้องการได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้อ่านอยากรู้เรื่องรถรุ่นหนึ่ง แต่ไม่รู้ว่าข้อมูลอยู่ที่เล่มไหน ผู้อ่านจะ

ต้องเสียเวลาในการเปิดดูทุกเล่มของที่จัดทำบน World Wide Web จึงมีโครงการจัดทำสารบัญรวม ในคอลัมน์ รอบรู้เรื่องรถนั้นทั้งหมดที่ทำมา มีรถอะไรบ้าง คุณอัฐมา นายเรียกกล่าวว่า

“เหมือนย้อนกลับไปทำที่ส่วนแรกใหม่เพราะเราขาดอยู่ เพื่อที่จะให้ข้อมูลเป็นหมวดหมู่และเป็นคลังข้อมูลที่คนต้องการ เรากำลังหาจุดนั้นอยู่”

สัมภาษณ์, อัฐมา นายเรือ

นอกจากนี้ สื่อมวลชนไทยยังมีแนวโน้มที่จะทำการรวบรวม Database ทางด้านข่าว รวมทั้ง การ Clipping ข่าว ซึ่งหมายถึงการย่อข่าวที่แหล่งข่าวต่างๆ แล้วนำมาเสนอใน Web site ของตน เพื่อให้ผู้ใช้งานมีข้อมูลข่าวจากหลายแหล่ง และมีความสะดวกในการใช้งานด้วย

9. บริการข้อมูลข่าวสารแบบตามคำขอ หรือ On Demand

ข้อได้เปรียบประการหนึ่งของช่องทางการสื่อสาร World Wide Web นั้นคือ เป็นช่องทางที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่จำเป็นต้องพร้อมกันเหมือนสื่อประเภทวิทยุ หรือโทรทัศน์ ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาของการส่งผ่านข้อมูลประเภทภาพและเสียงพร้อมๆ กันในเวลาเดียวกัน จึงมีแนวโน้มที่จะใช้การนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ในลักษณะตามคำขอ โดยทางสถานีจะทำการจัดเก็บข้อมูลไว้เป็นชุดๆ และนำเสนอเฉพาะหัวข้อเรื่องบน Web site หากผู้ใช้งานต้องการ ก็สามารถเรียกใช้บริการได้

“เมื่อไหร่ก็ตามที่อยากได้รายละเอียดของข่าว ก็บอกมาเลย เราก็ส่งให้ และนี่เป็นบริการที่เรามองเป็นอนาคตว่าต่อไปมันคือ Online Advertising”

สัมภาษณ์, สหรัฐ สงวนรัมย์

“สำหรับช่อง 5 นั้นเรามองว่าการทำ Live จะไม่มีประโยชน์ ถ้ามันผ่านไปแล้วก็เหมือนกับว่าไม่ได้ดู เหมือนกับทีวี ถ้าไม่ได้เปิดก็ไม่ได้ดู คงจะทำการลักษณะ on demand มากกว่า คือจะเก็บเป็นชุดๆ ไว้ เช่นการสัมภาษณ์ที่สำคัญ หรือเหตุการณ์ต่างๆ”

สัมภาษณ์, พันโท อนุชิต ณะอุตม

10. เป็นเครื่องมือด้านการตลาดมากขึ้น

ในปัจจุบัน World Wide Web ยังไม่สามารถใช้เพื่อการส่งเสริมด้านการตลาดของสื่อมวลชนได้ เนื่องจาก การใช้งาน World Wide Web ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ทำให้ผู้สนับสนุนยังไม่มั่นใจในการลงทุนกับช่องทางใหม่นี้ แต่อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนไทยพบว่า ในอนาคตนั้นช่องทาง World Wide Web นั้นจะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือด้านการตลาดของวงการสื่อสารมวลชนมากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคของการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

สำหรับปัญหาและอุปสรรคหลักๆ ของการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยนั้นสามารถแบ่งได้เป็น

1.ปัญหาด้านบุคลากร

2.ปัญหาด้านผู้ใช้งาน

1. ปัญหาด้านบุคลากร

สำหรับปัญหาเรื่องบุคลากร ปัญหาที่พบคือการขาดแคลนบุคลากรที่จะมาทำงานในส่วนนี้ ซึ่งพันโทอนุชิต หัวหน้าฝ่ายพัฒนา Homepage ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กล่าวว่า

"มีปัญหาเดียวคือเรื่องคน เกี่ยวกับระบบเครื่องต่างๆ นั้น ผมว่าถ้ามีเงินมันก็ไม่
มีปัญหาอะไร"

สัมภาษณ์, พันโทอนุชิต ธนะอุดม

ซึ่งปัญหานี้เกิดขึ้นกับทุกหน่วยงาน บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ส่วนใหญ่มีงานประจำกันอยู่แล้ว และเทคโนโลยีด้านนี้เป็นของใหม่สำหรับประเทศไทย ต้องใช้เวลาในการพัฒนาบุคลากร และการทำงานในลักษณะนี้บุคลากรมีโอกาสเบียดได้ง่าย พันโทอนุชิต เสริมว่าการนั่งทำงานที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ตลอดเวลา นั้นเป็นเรื่องที่ซ้ำซาก และน่าเบื่อ จำเป็นที่จะต้องมีการทำงานที่แปลกใหม่บ้าง

"ผมว่ามันเป็นทุกหน่วยงาน คนที่เก่งเรื่องนี้เขาก็มีที่ทำงานกันอยู่แล้ว และ
จริงๆ งานพวกนี้ไม่ใช่ว่าจบสูงๆ มาด้านคอมพิวเตอร์ก็สามารถทำได้ ต้องใช้

เวลาในการพัฒนาบุคลากรเหล่านี้ และการทำงานแบบนี้บุคลากรมีโอกาสเบื่อได้ง่าย มันต้องมีอะไรที่แปลกใหม่มาเรื่อยๆ นั่งทำซ้ำซากก็น่าเบื่อ"

นอกจากนี้ ในการทำนิตยสารบน World Wide Web นั้นก็เหมือน Magazine เล่มหนึ่ง คือจำเป็นต้องมีทีมงานพร้อม ทั้งบรรณาธิการ ฝ่ายกราฟฟิก มี Art Director รวมไปถึงมีกองบรรณาธิการโดยเฉพาะ ซึ่งคุณวงศ์ทอง กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

"ถ้าต้องการทำให้ได้ดี จำนวนคนต้องมีมากกว่านี้ ซึ่งผมว่าเมืองนอกเขาเป็นระบบนะ ไม่ใช่คนทำนิตยสารฉบับปกติ ต้องลงไปทำฉบับบน World Wide Web ด้วย เนื่องจากไม่มีเวลาพอ "

สัมภาษณ์, วงศ์ทอง ชัยณรงค์สิงห์

คุณสันติ จาก Ibiz ก็มีความคิดเห็นเช่นเดียวกันคือ ถ้าต้องการให้การเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปได้ดีกว่านี้ เช่นมีการ Update ได้ทันเวลา นั้นจำเป็นที่จะต้องมีทีมงานแยกเป็น Section ต่างหาก นอกจากปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรในด้านจำนวนแล้ว ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรที่ทำงานนั้นไม่ได้มีความรู้ความชำนาญในด้าน Internet โดยตรง คุณเล็กให้สัมภาษณ์ว่าช่วงแรกๆ ต้องถามไปยังหน่วยงานที่ทำด้านนี้ตลอดเวลาเช่นที่ Nectech ทำให้การดำเนินการในช่วงแรกๆ เป็นไปได้ช้า "พอถามใครก็ได้มาแบบกระท่อนกระแท่น อาจเป็นเพราะว่าวิทยากรนั้นมาเร็ว คนที่ใช้เลยรู้ไม่ทัน" ต่อเมื่อบุคลากรมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นก็ทำให้การดำเนินงานในด้านนี้เป็นไปได้ด้วยดี

คุณสหรัฐ สงวนรัมย์ ได้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเสริมในจุดของการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญว่าการทำ Web Page นั้นไม่ใช่เป็นเพียงการทำ Art Work อย่างเดียวเท่านั้น แต่ทว่ารวมไปถึงการทำ Programming ด้วย

"ผมถามว่าคนทำ Homepage เนี่ย ถ้าต้องการให้ Search เนี่ยเขาทำได้หรือเปล่า คุณสมบัติของ Web Designer ถ้าเขาู้แค่ HTML ไม่พอ ต้องู้การเขียน CGI และต้องู้ว่าเขาใช้เครื่องอะไร เครื่อง NT ก็ต้องทำแบบหนึ่ง UNIX ก็อีกแบบหนึ่ง ซึ่งคนแบบนี้หาไม่ได้ง่ายๆ "

สัมภาษณ์, คุณสหรัฐ สงวนรัมย์

2. ปัญหาด้านผู้ใช้งาน

นอกจากปัญหาด้านผู้ผลิตแล้ว ปัญหาด้านผู้ใช้งานก็เป็นปัญหาที่สำคัญเช่นกัน ปัญหาที่พบอยู่เสมอคือ การติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไม่ตรงกับของผู้ส่ง ดังนั้นจึงทำให้เกิดปัญหาเรื่องไม่สามารถอ่านข้อความได้ ตัวอย่างเช่นการติดตั้ง Font ซึ่งทำให้ต้องคอยแก้ปัญหา ทำให้กระบวนการรับสารและส่งสารเป็นไปอย่างไม่ราบรื่นเท่าไรนัก คุณสมภาร สุรินทร์ชัย ได้กล่าวเสริมถึงปัญหาในแง่ของ User ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ข้อจำกัดของ Browser ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนใช้เรียกเข้าดู เนื่องจากในปัจจุบันนี้ Browser มีหลาย Version และในแต่ละ Version นั้นใช้พื้นที่บน Harddisk จำนวนมากขึ้น ส่งผลให้คอมพิวเตอร์ที่ตอนแรกใช้ได้ดีนั้นก็เริ่มมีปัญหา

อีกปัญหาหนึ่งคือเกี่ยวกับความเข้าใจของผู้ใช้งานเอง นั่นคือผู้ใช้งานที่เริ่มต้นใหม่ๆ บางคนยังไม่เข้าใจถึงลักษณะโครงสร้างของ Homepage ซึ่งคุณสมภารกล่าวว่า

“ เขาไม่เข้าใจว่าทำไมต้อง Design เว้าๆ แหว่งๆ ทำไมดูยาก ทำไมให้ดูครึ่งจอ
ไม่ให้ดูเต็มจอ เป็นเรื่องที่ผู้ใช้งานไม่ค่อยเข้าใจ และต่อว่ามา”

สัมภาษณ์, สมภาร สุรินทร์ชัย

อย่างไรก็ตามปัญหาในเรื่องของผู้ใช้งานนั้น ยังไม่ใช่ปัญหาหลักเท่ากับปัญหาเรื่องบุคลากร เพราะถ้ามีบุคลากรที่ทำงานด้านนี้เพียงพอ ก็จะช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้งานให้หมดไปได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย