

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การกำหนดนโยบายขององค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (WWW) ของสื่อมวลชนไทย” ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าองค์กรสื่อมวลชนไทยแต่ละแห่ง มีแนวคิดต่อนโยบายการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างไร และวิเคราะห์ลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของแต่ละองค์กร รวมทั้งศึกษาถึงสถานการณ์และแนวโน้มการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต เนื่องจากการคาดการณ์กันว่า เมื่อเกิดการเคลื่อนย้ายจากสังคมยุคอุตสาหกรรมเข้าสู่สังคมยุคสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร อินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นอนาคตของสื่อมวลชนต่อไป ซึ่งในปัจจุบันนี้้องค์กรสื่อมวลชนไทยเกือบทุกแห่งได้มีการปรับตัวเพื่อรับกับเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแล้ว โดยมีการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับสื่อหลักมืออยู่

สำหรับรูปแบบการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษามุมมองของผู้รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนต่างๆ รวมถึงความคิดเห็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการศึกษาจาก WEB Site ขององค์กรสื่อมวลชนต่างๆ ที่มีการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนี้ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

การกำหนดนโยบายขององค์กรและการวางแผนดำเนินงานการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

ในปัจจุบันนี้้องค์กรสื่อมวลชนไทยมีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญ และใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ไม่ได้มีจุดประสงค์ในการจัดทำอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางด้านความทันสมัย หรือประชาสัมพันธ์องค์กรเพียงอย่างเดียวเช่นที่ผ่านมา องค์กรสื่อมวลชนไทยได้ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตในการเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และเป็น การขยายตลาดออกไปสู่กลุ่มผู้รับสารกลุ่มใหม่ๆ ที่สื่อหลักดั้งเดิมไม่สามารถให้บริการได้ รวมทั้ง มีนโยบายที่จะเริ่มศึกษาแนวทางการสร้างรายได้ และการทำธุรกิจจากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างจริงจังมากขึ้น โดยเฉพาะการขยายพื้นที่โฆษณา

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นไปตามกระแสตลาดโลกที่กำลังผลักดันให้อินเทอร์เน็ต กลายเป็นสื่อหลักที่เรียกว่า Mainstream medium เช่นเดียวกับที่สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เคย เป็นมาก่อนหน้านี้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ “กลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแห่งสำนัก Toronto” (Communication Technology Determinism) ที่พบว่า เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เปลี่ยนแปลงไป ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับสถาบันสื่อมวลชนด้วย

นอกจากนี้ยังเป็นไปตามแนวคิดหลักของ “ทฤษฎีองค์กร” ซึ่งระบุว่าองค์กรจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้เหมาะสมและเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อม รวมทั้งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไร โดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงขององค์กร และองค์กรที่ปรารถนาความสำเร็จ ต่างพยายามนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ให้เกิดประโยชน์

สำหรับนโยบายการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพิ่มขึ้น ซึ่งมีทั้งองค์กรที่กำหนดนโยบายให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเสริมสำหรับสื่อหลัก และองค์กรที่กำหนดนโยบายให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลอีกช่องทางหนึ่ง
2. เป็นช่องทางเสริมในการทำธุรกิจ ทั้งการขายพื้นที่โฆษณาโดยตรง และการขายควบคู่ไปกับสื่ออื่นๆ ในเครือ (Package)
3. ใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติด้านการสื่อสารทวิขั้วสัมพันธ์ (Interactive) ของอินเทอร์เน็ต ในการติดต่อกับผู้รับสารด้วยรูปแบบต่างๆ
4. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรในการรายงานข่าวและการนำเสนอข้อมูล เช่น เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติม เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร

สำหรับองค์กรสื่อมวลชนที่มีการกำหนดนโยบายจะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลนั้น เกือบทั้งหมดจะเป็นองค์กรสื่อมวลชนที่เป็นหน่วยงานราชการ ได้แก่ ททบ.5 อสมท. และกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีจุดเด่นที่แตกต่างจากการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนอื่นๆ คือ มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำและการพัฒนาอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ รวมทั้งมีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย ไม่ได้อิงกับเนื้อหาของสื่อหลักเพียงอย่างเดียว

เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรสื่อมวลชนของรัฐ สามารถจะพัฒนาการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าองค์กรอื่นๆ เนื่องจากเป็นองค์กรที่ไม่ได้มุ่งหวังแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่จะเน้นการทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะด้านข่าวสาร และมุ่งเน้นความเป็นเลิศในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้นจึงไม่ต้องกังวลกับการสร้างรายได้และการประสบความสำเร็จทางธุรกิจ สามารถจะทุ่มเทพยายามไปในการพัฒนาอินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่

ในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนของเอกชนบางแห่ง แม้ว่าจะมีการกำหนดนโยบายที่จะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล และมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ แต่ก็ไม่สามารถจะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักแยกออกจากสื่อดั้งเดิมได้ เช่น WEB Site บางกอกโพสต์ ซึ่งเป็น WEB Site สื่อมวลชนไทยที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยได้รับการจัดอันดับให้ติดอันดับโลกใน WEB Site ด้านข่าวสาร แต่การจัดทำอินเทอร์เน็ตก็ยังคงสอดคล้องและเป็นส่วนเสริมให้กับสื่อหลักต่อไป ซึ่งสาเหตุสำคัญคือ การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตยังไม่มีรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเอง ต้องอาศัยเงินทุนจากสื่อหลัก

สำหรับการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนโดยทั่วไป จะไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการรายงานข่าว และข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างสมบูรณ์แบบ เนื่องจากการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบโดยเฉพาะจะต้องใช้เม็ดเงินลงทุนจำนวนค่อนข้างสูง ในขณะที่การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องของผลตอบแทนทางธุรกิจ รวมทั้งในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่งกำลังประสบกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องประคับประคองสื่อหลักที่มีให้อยู่รอดเสียก่อน ไม่สามารถจะทุ่มเทงบประมาณหรือลงทุนในเรื่องของการพัฒนาที่ยังไม่สามารถจะสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจกลับคืนมาได้มากนัก

สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนโดยทั่วไป จะเป็นการเพิ่มหน้าที่ของส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว เช่น ฝ่ายคอมพิวเตอร์ หรือ ศูนย์ข้อมูล โดยส่วนใหญ่จะใช้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เรื่องการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต มารับผิดชอบจัดทำอินเทอร์เน็ต และส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เพียงนำข้อมูลจากสื่อหลักขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตเท่านั้น โดยไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้เหมาะสมกับลักษณะของอินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นองค์กรสื่อมวลชนบางแห่งได้จ้างว่าให้บริษัทเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้านอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ดูแลการจัดทำอินเทอร์เน็ตให้ เช่น ไทยทีวีสีช่อง3 และสถานีโทรทัศน์ช่อง7

ดังนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จึงได้เสนอแนะให้สถาบันอุดมศึกษาที่มีการสอนด้านนิเทศศาสตร์ ปรับปรุงหลักสูตรและการเรียนการสอนด้านสื่อสารมวลชนด้วย โดยอาจจะต้องมีหลักสูตรเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพิ่มขึ้น เช่น วิธีการเขียนข่าวบนอินเทอร์เน็ต วิธีการจัดหน้า WEB page พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตของประชาชน รวมไปถึงการใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติด้านการสื่อสารในลักษณะ Interactive ของสื่อรูปแบบใหม่

ทั้งนี้เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนองค์ความรู้ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารและพฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป และเป็นการเตรียมความพร้อมของนักศึกษา ก่อนที่จะเข้าไปสู่องค์กรสื่อมวลชน รวมทั้งในอนาคตเมื่อการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาจนเป็นสื่อหลักอีกช่องทางหนึ่งของสื่อมวลชน มีความเป็นไปได้ที่นักข่าวจะต้องมีลักษณะเป็น Multimedia Journalist ดังนั้นนักข่าวจะต้องมีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น

การปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของบุคลากรในองค์กรสื่อมวลชนตามที่ได้กล่าวมานั้น สอดคล้องกับแนวความคิดของ Toffler (1980) ซึ่งกล่าวถึงคลื่นลูกที่ 3 ว่าเป็นอารยธรรมเทคโนโลยีระดับสูง เทคโนโลยีได้พัฒนาเข้าสู่ยุคอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการพัฒนาคอมพิวเตอร์ให้มีขนาดเล็กและราคาถูกลง สามารถนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมและระดับบุคคล

สำหรับกลุ่มผู้อ่านข่าวหรือผู้ชมรายการทางอินเทอร์เน็ตนั้น จากการศึกษาพบว่า องค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่จะกำหนดคนโฆษณาให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ที่สื่อหลักดั้งเดิมไม่สามารถจะรองรับการให้บริการได้ โดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ ผู้ซึ่งต้องนั่งทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ รวมทั้งรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ เช่น นักเรียน นักศึกษา

ลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

เนื่องจากการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ ยังมีฐานะเป็นช่องทางเสริมสำหรับสื่อหลัก ดังนั้นลักษณะและรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะเป็นการนำข่าวและข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสื่อหลักมาขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตโดยไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา รวมทั้งสื่อมวลชนส่วนใหญ่เห็นว่าข่าวและข้อมูลที่นำเสนอบนสื่อหลักได้ผ่านการเรียบเรียงมาอย่างดีแล้ว มีความสมบูรณ์แล้ว หากต้องมาสรุปหรือปรับเปลี่ยนเนื้อหาใหม่จะทำให้

เสียเวลาและต้องใช้บุคลากรเพิ่มขึ้น ในขณะที่หน่วยงานซึ่งรับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะประสบปัญหาบุคลากรไม่เพียงพออยู่แล้ว แต่สำหรับองค์กรสื่อมวลชนที่การจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ จะมีการจัดทำเนื้อหาข้อมูลที่หลากหลายเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสื่อหลัก เพื่อนำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยในขณะนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Baker & Gronne (1996) ที่กล่าวว่า เช่นเดียวกับในยุคแรกๆ ที่มนุษย์ทำการสื่อสารด้วยสื่อชนิดต่างๆ พบว่าเนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารไม่มีการปรุงแต่งให้เข้ากับสื่อแต่อย่างใด ก่อนที่จะส่งผ่านสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น เมื่อกล้องถ่ายภาพยนตร์ถูกประดิษฐ์ขึ้น ได้มีการนำไปถ่ายการแสดงละครเวทีทั้งเรื่อง เพื่อนำออกฉายให้ผู้ชมโดยไม่มีการตัดต่อ (Editing) ภายหลังเมื่อเครื่องตัดต่อได้ถูกคิดค้นขึ้น เนื้อหาสาระของภาพยนตร์จึงมีรูปแบบเฉพาะตัว

เช่นเดียวกับกรณีของวิทยุในยุคแรกเริ่มที่ขาดลักษณะเฉพาะของเนื้อหาที่นำเสนอ มีการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์รายวันเพื่อออกอากาศทางวิทยุ ซึ่งแตกต่างจากการนำเสนอข่าวสารทางวิทยุในปัจจุบันที่มีรูปแบบเฉพาะตัว เช่น ความกระชับ ความรวดเร็ว หรือภาษาที่ใช้ในการออกอากาศ ดังนั้นสำหรับอินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน ต่อไปจะต้องมีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับลักษณะการนำเสนอโดยเฉพาะด้วย

สำหรับแนวคิดต่อการพัฒนาธุรกิจและทิศทางการดำเนินงานอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยในอนาคต จากการศึกษาพบว่า องค์กรสื่อมวลชนไทยมีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาอินเทอร์เน็ตที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. พัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักอีกช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล
2. พัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถจะสร้างรายได้สำหรับเลี้ยงตัวเองในอนาคต โดยสื่อมวลชนส่วนใหญ่ คาดหวังการสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก รวมทั้งมีแนวคิดที่จะทำการตลาดรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น เดอะเนชั่นมีแผนงานที่จะทำเป็น Special Report สำหรับขายให้สมาชิก บางกอกโพสต์มีแนวคิดจะทำ Supplement บนอินเทอร์เน็ต
3. ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล ให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น แนวคิดการรายงานข่าวในลักษณะ Breaking news

ลักษณะข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

ลักษณะการนำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต

การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต จะให้ความสำคัญกับข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด โดยจะนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตครบทุกข่าว ส่วนข่าวหน้าในหรือข่าวจาก Section ต่างๆ จะแบ่งประเภทของข่าวเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ โดยหนังสือพิมพ์บางฉบับจะนำข่าวหน้าในทั้งหมดขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต แต่บางฉบับอาจจะคัดเลือกเพียงบางข่าวที่สำคัญเท่านั้น สำหรับคอลัมน์จะคัดเลือกเฉพาะที่มีผู้ติดตามอ่านมากเท่านั้น นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะมีฐานข้อมูลให้เรียกดูฉบับย้อนหลัง(Archive) และบางฉบับจะเพิ่มบริการสืบค้นข้อมูลตามหัวข้อหรือคำสืบค้น(Search) ด้วย

สำหรับแนวโน้มในอนาคต ลักษณะการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตจะมีลักษณะเป็น Real Time มากขึ้น เพราะผู้รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับต่างหวังจะให้ WEB Site ของตนมีการรายงานข่าวในลักษณะ Breaking News เพิ่มขึ้นในอนาคต คือมีการรายงานข่าวควันทันทีที่มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น เพราะยอมรับว่าการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวอยู่ตลอดเวลาและรวดเร็วเป็นหัวใจสำคัญของ WEB Site ที่นำเสนอข่าว

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Syrysko (1995) ที่กล่าวว่า กฎสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการนำเสนอข่าวบนอินเทอร์เน็ตคือ การปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัย (Update) มีการเพิ่มเติมข่าวสารอยู่ตลอดเวลา (Adding) และลบสิ่งที่ไม่จำเป็นทิ้ง (Deleting) รวมทั้งแทนที่ของเก่า (Replacing old material) แต่ในปัจจุบันนี้การรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยบนอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลเพียงวันละครั้งตามเวลาการออกหนังสือพิมพ์เท่านั้น

ลักษณะการนำเสนอข้อมูลของสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุบนอินเทอร์เน็ต

การนำเสนอเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับการนำสัญญาณโทรทัศน์หรือสัญญาณวิทยุมาออกอากาศสดผ่านอินเทอร์เน็ต (Web Casting) เป็นหลัก ซึ่งเป็นไปตามนโยบายที่ต้องการให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเสริมในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลสำหรับสื่อหลัก รวมทั้งทำหน้าที่ให้ข้อมูลและรายละเอียดของรายการต่างๆที่จะออกอากาศทางสถานี เช่นผังรายการในแต่ละวัน รายละเอียดของแต่ละรายการ รวมทั้งมีการเก็บบันทึกบางรายการที่ออกอากาศไปแล้วไว้ในรูปของ VDO File และ Real Audio เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกกลับมาชมหรือฟังภายหลังได้

แต่อย่างไรก็ตามสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุทุกแห่ง ได้ให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมากเช่นกัน โดยจะนำข่าวที่ออกอากาศมาเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของข้อความ (Text) ด้วย และมีการปรับเปลี่ยนข่าว (Update) อยู่ตลอดเวลาตามช่วงเวลาของการออกอากาศ รวมทั้งมีการเก็บบันทึกข่าวที่ได้ออกอากาศไปแล้วไว้ในรูปของ VDO File และ Real Audio เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเรียกชมหรือเรียกฟังข่าวย้อนหลังได้ตามเวลาที่ผู้ใช้บริการแต่ละคนสะดวกที่สุด

การเก็บบันทึกข่าวหรือรายการที่ได้นำเสนอไปแล้วไว้ให้ผู้ใช้บริการสามารถเรียกดูย้อนหลังได้นั้น เป็นไปตามการศึกษาของ E. Rogers ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมคือ ลักษณะ Individualize/Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชน จะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ขี้นับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น (Rogers อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2541)

นอกจากนี้ลักษณะการนำเสนอข้อมูลที่ปรากฏเหมือนกันประการหนึ่ง ในอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนทุกแห่ง คือ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนอข้อมูลสำหรับการประชาสัมพันธ์องค์กร และกิจกรรมความเคลื่อนไหวของแต่ละองค์กร เช่น นโยบายของบริษัท ประวัติความเป็นมา คณะผู้บริหาร ข่าวกิจกรรมและความเคลื่อนไหวขององค์กร

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต จะเน้นความเรียบง่าย สะอาด และสะดวกต่อการค้นหาข้อมูล ไม่มีการใช้เทคโนโลยีมัลติมีเดียหรือลูกเล่นที่หวือหวามากนัก โดยจะเน้นความสำคัญของเนื้อหาข่าวเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ ต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมว่า ควรจะออกแบบ WEB page ให้สามารถค้นหาข้อมูลได้ง่ายและสะดวก มีการจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่และเป็นลำดับชั้นของการเข้าถึงข้อมูล เพื่อให้เหมาะสมกับการนำเสนอผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่มีพื้นที่จำกัด ไม่จำเป็นจะต้องมีลูกเล่นหรือเทคโนโลยีมัลติมีเดียมากนัก แต่จะต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ไม่เสียเวลาเรียกดูข้อมูลนานเกินไป และจะต้องมีการปรับเปลี่ยน (Update) ข่าวอยู่ตลอดเวลา

ในขณะที่อินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุ ซึ่งเป็น WEB Site ทางด้านบันเทิง จะมีการนำเทคโนโลยีมัลติมีเดียมาใช้สำหรับการนำเสนอข้อมูลมากกว่า โดยมีการนำเสนอทั้งในรูปของข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพกราฟฟิก และภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้มีลักษณะการนำเสนอที่น่าสนใจ แต่อย่างไรก็ตามองค์กรสื่อมวลชนไทยทุกแห่ง ไม่มีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอข้อมูล หรือหน้าตา WEB page ที่แน่นอนเป็นสากล เช่นเดียวกับการจัดวางหน้าหนังสือพิมพ์ แต่จะมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่ตลอดเวลา

สอดคล้องกับผลการศึกษาของ syrysko (1995) ที่พบว่า แม้หนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏบน World Wide Web แต่กลับมีข้อจำกัดในด้านการสร้างสรรค์หรือการนำเสนอ ซึ่งเป็นผลมาจากเหตุผล 2 ประการด้วยกันคือ 1. การยึดติดอยู่กับประเพณีด้านรูปแบบและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ เพราะหนังสือพิมพ์ไม่มีความจำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบของมัลติมีเดีย ดังนั้นการนำเสนอข้อความและภาพนิ่งจึงเป็นสิ่งเพียงพอแล้ว 2. หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวสารประจำวันทำให้ไม่มีเวลามากพอที่จะนึกรสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ส่วนสื่อกระจายเสียงอย่างวิทยุและโทรทัศน์นั้น ด้วยศักยภาพที่สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือ ภาพเสียง หรือวีดีโอ ทำให้ผู้ใช้งานคาดหวังต่อรูปแบบของสื่อกระจายเสียงที่ปรากฏบน World Wide Web มากกว่าที่คาดหวังไว้กับสื่ออื่นๆ ดังนั้นจึงมีการนำเทคโนโลยีมัลติมีเดียมาใช้ เพื่อให้มีการนำเสนอที่น่าสนใจ

สำหรับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น จะนำเสนอเพียงเฉพาะหัวข้อข่าว (Headline) ในหน้าแรก เพื่อให้ผู้อ่านตัดสินใจเข้าไปเลือกอ่านเนื้อหาข่าวของหัวข้อข่าวที่สนใจอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านสะดวกต่อการค้นหาข่าวและสามารถเลือกอ่านเฉพาะข่าวที่สนใจได้ การจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะใช้วิธีการเรียงลำดับตามความสำคัญ เนื่องจากหัวข้อข่าวทุกข่าวจะมีขนาดเท่ากัน โดยจะนำข่าวที่มีความสำคัญหรือมีความเด่นกว่าไว้ในอันดับแรก และต่อด้วยข่าวที่สำคัญรองลงมา แต่ถ้าเป็นองค์กรที่มีการปรับเปลี่ยนข่าวอยู่ตลอดเวลา จะเรียงลำดับตามเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนข่าว เพราะถือว่าเป็นจุดเด่นที่แสดงให้เห็นว่า WEB Site นั้นมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

ลักษณะการสื่อสารทวิศัณฐาน (Interactive) บนอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย

องค์กรสื่อมวลชนไทยทุกแห่งได้นำคุณสมบัติการสื่อสารทวิศัณฐาน (Interactive) ของอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อกับผู้รับสาร ในลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ (Feedback) จากผู้อ่านผ่านทาง การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

2. การคุยสด (Chat) ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบซึ่งกันและกันในทันที
3. การวิจัยสำรวจความคิดเห็นของประชาชน (Poll)
4. การสำรวจจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชม WEB Site รวมถึงลักษณะทางด้านประชากรของผู้ใช้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการปรับปรุงเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข้อมูล

การที่องค์กรสื่อมวลชนนำคุณสมบัติด้าน Interactive ของอินเทอร์เน็ตมาใช้ เป็นไปตามการศึกษาของ E. Rogers ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมประการหนึ่งคือ ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่างสองฝ่าย จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail, Computer - Conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก (Roger อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2541)

แต่จากการศึกษาปรากฏว่าการติดต่อกลับ (Feedback) ของผู้รับสาร ที่ส่งเข้ามาถึงองค์กรสื่อมวลชนโดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ไม่มีการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข่าวหรือเนื้อหาข้อมูลที่นำเสนอมากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อรูปแบบการนำเสนอของอินเทอร์เน็ตมากกว่า เช่น ข้อเสนอแนะต่อการจัดหน้า WEB page ข้อมูลที่ควรจะนำเสนอเพิ่มเติม การเข้ามาทักทายและแสดงความขอบคุณที่ทำให้ทราบข่าวความเคลื่อนไหวในเมืองไทย หรือต่อว่าในกรณีที่เรียกดูข้อมูลได้ล่าช้าและชากลำบาก รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องทางเทคนิคของอินเทอร์เน็ต ซึ่งแตกต่างจาก Feedback ที่ผู้รับสารส่งกลับไปยังสื่อหลักโดยช่องทางปกติ ที่ส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข่าวหรือเนื้อหาที่นำเสนอเป็นหลัก

สะท้อนให้เห็นว่าการใช้คุณลักษณะของการสื่อสารทวิขั้วสัมพันธ์หรือ Interactive ในการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย ยังไม่ประสบความสำเร็จตามที่นักอนาคตนิยม (Futurists) และนักการสื่อสารมวลชนคาดหวังไว้ว่า จะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของรูปแบบการสื่อสารในอนาคต เหตุผลหนึ่งอาจจะเป็นเพราะองค์กรสื่อมวลชนไทยยังไม่มีมีการดำเนินการด้านอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มรูปแบบ ถ้าหากองค์กรสื่อมวลชนมีการโต้ตอบกับผู้รับสารอย่างทันทีและรวดเร็ว เช่นเดีวกัน เชื่อว่าจะทำให้การสื่อสารในลักษณะ Interactive ผ่านอินเทอร์เน็ตประสบความสำเร็จ

มากขึ้น รวมทั้งอาจจะเป็นเพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นซึ่งสนใจเรื่องของบันเทิงมากกว่า ในขณะที่ชาวยังคงเป็นเรื่องที่ไม่ใกล้ตัวเท่าไรนัก

นอกจากนี้คุณลักษณะเด่นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ของการสื่อสารทฤษฎีสัมพันธบนอินเทอร์เน็ต คือ ทำให้องค์กรสื่อมวลชนทราบจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชม WEB Site รวมถึงลักษณะทางด้านประชากรของผู้ใช้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เช่น การขายพื้นที่โฆษณา ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้อ่านที่เข้ามาเยี่ยมชม WEB Site ขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ คือประมาณ 70-85% ของผู้อ่านทั้งหมด และส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยในต่างประเทศ นอกจากนี้จะเป็นผู้ที่สนใจข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย เช่น นักธุรกิจต่างประเทศที่ทำธุรกิจติดต่อกับคนไทย หน่วยงานราชการในต่างประเทศ

สอดคล้องกับเป้าหมายในการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ ที่เน้นรองรับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่สื่อหลักเดิมไม่สามารถให้บริการได้ ซึ่งได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ โดยเฉพาะคนไทยในต่างประเทศ รวมทั้งคนภายในประเทศที่สนใจอินเทอร์เน็ต เช่น นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่ต้องนั่งทำงานอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ

ความคิดเห็นของบุคคลที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญในเรื่องอินเทอร์เน็ต

ความคิดเห็นต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่า ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังเป็นไปได้ช้าและอยู่ในแควงที่จำกัด เนื่องจากมีปัญหาหลายประการที่ทำให้จำนวนผู้ใช้อังไม่มากนัก ปัญหาเรื่องแรกคืออัตราค่าบริการในการใช้อินเทอร์เน็ตมีราคาค่อนข้างแพง ทำให้เป็นการจีดวงของผู้ใช้ไปในตัว นอกจากนี้ปัญหากวาเศรษฐกิจที่ซลอตัวลงได้ส่งผลต่อการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก เพราะทำให้จำนวนผู้ใช้บริการลดลง โดยมีลูกค้าขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงครึ่งหนึ่งของจำนวนที่ ISP แต่ละแห่งเคยคาดการณ์ไว้เท่านั้น แต่จำนวนผู้ใช้อาจจะขยายตัวได้ดีในบางภาคธุรกิจ โดยเฉพาะที่ติดต่อกับต่างประเทศ เช่น ธุรกิจการส่งออก รวมถึงหน่วยงานราชการและสถาบันการศึกษาที่เริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

สำหรับปัญหาสำคัญที่สุดซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตคือ นโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนด้านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ(ไอที) เพราะ

นโยบายของรัฐบาลในขณะนี้ยังไม่ได้สนับสนุนด้านไอทีอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศของประเทศที่ยังมีข้อจำกัดอยู่ รวมถึงนโยบายของรัฐบาลที่เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ต เช่น การผูกขาดการให้สัมปทานบริการอินเทอร์เน็ต และบริการสื่อสารระหว่างประเทศของการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) เพราะเมื่อมีการผูกขาดก็จะทำให้ค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีราคาแพงและการบริการไม่ดี ทำให้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขยายตัวช้ากว่าประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เช่น สิงคโปร์และมาเลเซีย

อัตราค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประเภทบุคคล (Dial Up) มีราคาค่อนข้างใกล้เคียงกันประเทศเพื่อนบ้าน แต่ที่มีราคาแพงคือค่าบริการอินเทอร์เน็ตในส่วนค่าเช่าสาย (Leased Line) สำหรับองค์กร โดยราคาเฉลี่ยของประเทศไทยแพงกว่าของเอเชียอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวเนื่องไปถึงเรื่องของการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เพราะถ้าต้องการตั้ง WEB Site เพื่อขายของผ่านอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยจะมีค่าใช้จ่ายแพงกว่าต่างประเทศ

เนื่องจากปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตมีความแพร่หลายมากขึ้น คือ การทำธุรกิจหรือการค้าขายบนอินเทอร์เน็ต (Electronic Commerce) ดังนั้นรัฐบาลจะต้องส่งเสริมให้การทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมีความแพร่หลายมากขึ้น รวมทั้งถ้าหากประเทศไทยเริ่มต้นช้าก็จะถูกต่างประเทศซิดครองไปหมด เช่น บริษัทต่างๆ จะไปลงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตกับ WEB Site ของต่างประเทศมากกว่า WEB Site ของคนไทย สำหรับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนี้เริ่มเกิดขึ้นบ้างแล้ว แต่อยู่ในขั้นของการศึกษายังไม่มีการลงมือทำอย่างจริงจัง เพราะการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถสร้างรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเอง รวมทั้งกติกากฎหมายที่ใช้บังคับในเรื่องดังกล่าวยังไม่พร้อม

ดังนั้นการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนี้ นับว่าเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการพัฒนา เพราะมีปัจจัยที่เข้ามาส่งกระทบมากมายเช่น เรื่องภาวะเศรษฐกิจ เรื่องของการลงทุน แต่ผู้ให้สัมภาษณ์เชื่อว่าการใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถขยายตัวได้ต่อไป โดยสังเกตได้จาก ISP แต่ละรายยังมีจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการใหม่เพิ่มขึ้นในแต่ละเดือน แต่การขยายตัวในขณะนี้จะมีลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป

ความคิดเห็นต่อการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่า เหตุผลที่อินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยยังไม่ขยายตัวมากนัก เป็นเพราะจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศยังมีไม่มากพอ และ 80% ของผู้ให้บริการทั้ง

หมดเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา เพราะฉะนั้นจึงยังไม่มีตลาดผู้อ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตมากนัก และปัญหาสำคัญคือการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถสร้างรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเอง และเชื่อว่าการสร้างรายได้จากการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนคงจะไม่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนัก แต่สื่อมวลชนไทยเริ่มเห็นแนวโน้ม และเริ่มมีการทดลองหารูปแบบการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตกันบ้างแล้ว เพราะในที่สุดการทำอินเทอร์เน็ตจะต้องมีการสร้างรายได้เกิดขึ้น

โดยเฉพาะหากไม่มีปัญหาเรื่องภาวะเศรษฐกิจเกิดขึ้น มั่นใจว่าการสร้างรายได้และการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนจะมีทางเป็นไปได้อย่างแน่นอน เช่นเดียวกับการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนในต่างประเทศซึ่งมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาพอสมควร แต่สำหรับประเทศไทยในขณะนี้ การหารายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตยังเป็นเรื่องที่ยากลำบาก เพราะบริษัทต่างๆ ได้ปรับลดงบประมาณด้านการโฆษณาลง รวมทั้งการจะโฆษณาหรือขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จะต้องคัดเลือกสินค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการในขณะนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือผู้ที่อยู่ในต่างประเทศเป็นหลัก

ส่วนการสร้างรายได้ในรูปแบบการรับสมัครสมาชิกหรือการขายฐานข้อมูลก็มีความเป็นไปได้เช่นกัน แต่มีโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจได้น้อยกว่าการขายพื้นที่โฆษณา เนื่องจากจะต้องมีข้อมูลที่ดีและมีความพิเศษจริงๆ จึงจะสามารถดึงดูดผู้ใช้บริการให้มาสมัครสมาชิกได้ แต่ข้อมูลที่มีความพิเศษและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหายากสำหรับในประเทศไทย รวมทั้งบนอินเทอร์เน็ตยังมีของฟรีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ใช้จึงยังไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเพื่อรับข่าวสารข้อมูลสิ่งเดียวกันที่สามารถหาได้ฟรีจาก WEB Site อื่นๆ

การสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ รวมทั้งแนวโน้มการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย

ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในขณะนี้ มีการขยายตัวในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป มากกว่าจะเติบโตแบบก้าวกระโดดเช่นเดียวกับในต่างประเทศ สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ได้แก่

1. สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ

ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยมีผลต่อการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก ทำให้อัตราการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้บริการลดลง โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงครั้งหนึ่งของจำนวนที่ ISP แต่ละแห่งเคยคาดการณ์ไว้เท่านั้น โดยผู้ใช้ส่วนบุคคลอาจจะชะลอตัวลง เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะที่เข้าไปทดลอง หรือเข้าไปเล่นเพื่อความเพลิดเพลินจะน้อยลง แต่ในทางกลับกันคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจจะขยายตัวมากขึ้น เพราะเริ่มเห็นแล้วว่าการใช้อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องติดต่อกับต่างประเทศ แต่เชื่อว่าเมื่อปัญหาเศรษฐกิจคลี่คลาย อัตราการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถกลับมาเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับปัญหาภาวะเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยเช่นกัน แต่สื่อมวลชนไทยเกือบทุกแห่งก็ยังมีการเรียนรู้และพัฒนาเรื่องอินเทอร์เน็ตต่อไปเท่าที่ทรัพยากรมีอยู่ เพียงแต่อาจจะชะลอลงไปบ้างหรือไม่สามารถทำได้ อย่างเต็มที่เช่นที่เคสคาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะแผนงานการสร้างรายได้หรือการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตจะได้รับผลกระทบมากที่สุด

2. อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะกำหนดความแพร่หลายและการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต คือ อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีราคาแพงกว่าของประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ ทั้งอัตราค่าบริการประเภทบุคคล (Individual User) ที่ใช้บริการเชื่อมต่อจากการหมุนโทรศัพท์ผ่านโมเด็ม (Dial Up) โดยเฉพาะอัตราค่าบริการประเภทองค์กร (Corporate User) ซึ่งส่วนใหญ่จะเชื่อมต่อโดยผ่านสายเช่า (Leased Line) จะมีอัตราค่าบริการโดยเฉลี่ยแพงกว่าของประเทศเพื่อนบ้านอย่างเห็นได้ชัด

อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาแพง นอกจากจะทำให้ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อองค์กรสื่อมวลชนด้วย โดยได้เกิดปรากฏการณ์ย้ายฐานในอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่ามีองค์กรสื่อมวลชนบางแห่ง เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และเดอะเนชั่นได้ย้ายโฮสต์ไปตั้งยังต่างประเทศ ด้วยเหตุผลทางด้านราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีราคาถูกกว่า และสามารถเข้าถึง (Access) ได้เร็วขึ้น

3. โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของประเทศและนโยบายของรัฐบาลในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ

นโยบายของรัฐบาลในขณะนี้ยังไม่ได้สนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มที่ ทำให้โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของประเทศไทยมีข้อจำกัดและด้อยกว่าต่างประเทศ เช่น จำนวนโทรศัพท์ต่อจำนวนประชากร ความเร็วของสายโทรศัพท์ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการผูกขาดการให้สัมปทานบริการอินเทอร์เน็ตของ กสท. และการแทรกแซงตลาดโดยการกำหนดราคากลางค่าบริการอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการที่ กสท. เข้าไปถือหุ้นลมใน ISP บริษัทละ 32% เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีราคาแพงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ

4. ลักษณะทางสังคมและพฤติกรรมของคนในสังคมเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต

ปัญหาประการแรก ได้แก่ อุปสรรคเรื่องความรู้ความเข้าใจภาษาอังกฤษ เพราะการติดต่อสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ปัญหาต่อมาคือความรู้ความเข้าใจในเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของคนไทยยังมีไม่มากนัก รวมทั้งประเทศไทยยังมีการเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ ในขณะที่เครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งมีโมเด็มสำหรับต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตก็ยังมีจำนวนน้อยลงไปอีก

นอกจากนั้นพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของคนไทยในขณะนี้ ยังเป็นลักษณะเพื่อความบันเทิงหรือเป็นของเล่นใหม่เสียส่วนใหญ่ การอ่านข่าวหรือการเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตยังมีไม่มากนัก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะคนไทยส่วนใหญ่ยังไม่มีความต้องการบริโภคข่าวสารตลอดเวลา รวมทั้งยังไม่คุ้นชินกับการอ่านข่าวผ่านคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการอ่านข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของคนไทยยังต้องใช้ระยะเวลาตั้งสมอีกพอสมควร

ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตตามที่ได้กล่าวมานี้ เป็นการยืนยันว่า สังคมไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมสารสนเทศเท่านั้น และอาจจะกล่าวได้ว่า มีเพียงคนในกรุงเทพและจังหวัดใหญ่ๆเท่านั้นที่กำลังปรับเปลี่ยนเป็นสังคมข่าวสารเพราะ Tapscott (1996) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของเศรษฐกิจยุคใหม่ หรือเศรษฐกิจสารสนเทศว่า เครือข่ายคอมพิวเตอร์จะเป็นพื้นฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจยุคใหม่ เหมือนกับที่ถนนและสายไฟฟ้าเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เครือข่ายคอมพิวเตอร์จะกลายเป็นถนนสำหรับการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ และสิ่งต่างๆ ในปัจจุบันนี้ประเทศที่พัฒนาแล้ว

กำลังเปลี่ยนจากเศรษฐกิจแบบอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยเหล็กกล้า รถยนต์ และถนน ไปสู่เศรษฐกิจแบบใหม่ที่สร้างขึ้นบนคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

การสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการสร้างรายได้ที่องค์กรสื่อมวลชนไทยเห็นว่า มีโอกาสเป็นไปได้มากที่สุดสำหรับในขณะนี้คือ การขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต โดยจะเป็นในลักษณะของ Banner AD และ Button AD ปรากฏในหน้าต่างๆ (WEB page) ของ WEB Site โดยวิธีการขายพื้นที่โฆษณาจะมีทั้งการขายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตโดยตรง และการขายควบคู่ไปกับสื่ออื่นๆ ในเครือ (Package)

นอกจากนี้ยังมีการขายพื้นที่ในลักษณะที่เป็นการเปิดหน้าขึ้นมาโดยเฉพาะ สำหรับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้บริษัทที่สนใจซื้อพื้นที่สำหรับขายสินค้าหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริษัท เช่น หน้า Art & Crafts Mall ใน WEB Site บางกอกโพสต์ รวมทั้งแผนงานในอนาคตที่จะทำสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) สำหรับบริษัทต่างๆบนอินเทอร์เน็ต หรือในกรณี WEB Site ของ ททบ.5ที่มีการขายพื้นที่ในหน้า Shopping สำหรับให้ผู้ส่งออกประชาสัมพันธ์สินค้าและการตลาดในต่างประเทศ

แต่อย่างไรก็ตามการหาโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ ยังนับว่าเป็นเรื่องที่ยากลำบาก เพราะอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถจะเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ ในเชิงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ เนื่องจากการขายพื้นที่โฆษณาจะต้องมีจำนวนตัวเลขผู้ใช้บริการของแต่ละ WEB Site ที่ชัดเจนและมากพอสมควร จึงจะสามารถนำไปดำเนินการด้านการตลาดได้ นอกจากนี้กลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ใช้บริการในประเทศยังมีจำนวนน้อย และมีการจำกัดสถานภาพของผู้ใช้ค่อนข้างมาก เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มชนชั้นกลางระดับ B+ ขึ้นไป รวมทั้งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพและตามจังหวัดใหญ่ๆ เท่านั้น ดังนั้นจึงมีสินค้าไม่มากนักที่เหมาะสมกับการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในขณะนี้

สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องสถานภาพการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของ อติศักดิ์ อนันันัน (2541) ที่ว่า สถานภาพของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นแต่ยังไม่แพร่หลาย ซึ่งต้อง

ใช้เวลาอีกระยะหนึ่ง โดยบริษัทต่างๆ เริ่มให้ความสนใจในช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่มากขึ้น ถือว่าอยู่ในขั้นของการบุกเบิกทดลองทำ โดยที่ยังไม่ทราบถึงประสิทธิผลของสื่อ

ส่วนการสร้างรายได้ในรูปแบบของการรับสมัครสมาชิก หรือเก็บค่าบริการบนอินเทอร์เน็ตเนตนั้น จะต้องมีข้อมูลที่ดีและมีความพิเศษจริงๆ จึงจะสามารถดึงดูดผู้ใช้บริการให้ยอมเสียค่าบริการได้ แต่ข้อมูลที่มีความพิเศษซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจะหาได้ยากสำหรับในประเทศไทย นอกจากนี้การเก็บค่าสมาชิกหรือค่าบริการยังมีปัญหาว่า ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตในช่วงแรกทุกอย่างจะเป็นของฟรี ดังนั้นผู้ใช้จะติคภาพว่าเมื่อเข้ามาแล้วต้องได้ของฟรี รวมทั้งในปัจจุบันนี้บนอินเทอร์เน็ตยังมี WEB Site ที่ให้บริการฟรีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นในขณะนี้จึงยังไม่มีองค์กรสื่อมวลชนไทยที่สร้างรายได้ด้วยแนวทางนี้ ที่ผ่านมามี WEB Site ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ เคยทำธุรกิจให้บริการระบบสืบค้น (search) ฐานข้อมูลย้อนหลัง แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ และในปัจจุบันนี้ WEB Site ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ได้หยุดให้บริการไปแล้ว

แต่อย่างไรก็ตามมีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนแสดงความคิดเห็นว่า อินเทอร์เน็ตสามารถจะสร้างรายได้ด้วยตัวเอง เป็นรูปแบบการขายข้อมูลโดยตรง ไม่ใช่การขายข้อมูลเพื่อจะขายพื้นที่โฆษณา ตัวอย่างเช่น การนำข้อมูลจากสื่อหลักมาขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตแล้วเก็บค่าบริการ ซึ่งเหมาะสำหรับคนที่หาหนังสือเป็นเล่มยากโดยเฉพาะคนที่อยู่ต่างประเทศ โดยอาจทำข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตส่วนหนึ่งให้เข้ามาดูได้ฟรี แต่ถ้าต้องการรายละเอียดมากกว่านั้นก็ต้องสมัครเป็นสมาชิกเสียก่อน

นอกจากนี้อาจจะใช้วิธีรวมหนังสือพิมพ์ 4-5 ฉบับเพื่อนำขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต แล้วมีการรับสมัครสมาชิกสำหรับคนไทยในต่างประเทศ และใช้เทคโนโลยี Push คือส่งข้อมูลทั้งหมดเข้าไปรอไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ของสมาชิกในทุกๆเช้า สมาชิกจะสามารถเปิดอ่านได้โดยไม่ต้องเข้าไปเรียกข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตอีก ซึ่งการขายข้อมูลในลักษณะนี้จะเป็นกำไรประมาณ 90% เพราะค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นมีเพียงค่าการจัดการกับค่าการสื่อสารเท่านั้น ทำให้มีจุดคุ้มทุนที่สั้น

แต่อย่างไรก็ตามมี WEB Site ของสื่อมวลชนบางแห่งเช่นกัน ที่ไม่มีการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวและข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เนื่องจากมีนโยบายที่จะให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเสริมกับสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่รายการ และกิจกรรมของทางสถานีเพื่ออย่างเฉิวเท่านั้น รวมถึง WEB Site ของ อสมท.และกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ ดังนั้นจึงไม่ได้เน้นการสร้างรายได้จากการทำอินเทอร์เน็ต แต่จะเน้นให้บริการสาธารณะด้านข่าวสาร รวมถึงการทำหน้าที่พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นหลัก

แนวโน้มการพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย

ในปัจจุบันนี้สื่อมวลชนไทยแทบทุกแห่งได้ขึ้นไปอยู่บนอินเทอร์เน็ตแล้ว เพื่อปรับตัวไปตามผู้อ่านและให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเล็งเห็นว่าปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะเพิ่มมากขึ้นในระยะยาว และเป็นที่ยอมรับว่าแนวโน้มเทคโนโลยีการสื่อสารของโลกจะต้องเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางนี้ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Hoffmann & Novak (1995) ที่กล่าวว่า ในขณะที่โลกได้พัฒนาสู่ยุคสังคมสารสนเทศ สินค้าสำคัญที่สุดในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ “ข้อมูลข่าวสาร” ซึ่งสามารถแพร่กระจายไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็วกว่าโดยไม่จำกัดสถานที่ ผ่านทาง World Wide Web

แต่อย่างไรก็ตาม สถานภาพการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ปัจจุบันนี้ยังเป็นเพียงช่องทางเสริมในการรายงานข่าวและข้อมูลสำหรับสื่อหลัก แต่มีแนวโน้มและมีความพยายามที่จะพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อหลักที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งต่อไปในอนาคต แต่ทั้งนี้ความแพร่หลายของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย คงจะไม่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนัก โดยเฉพาะในระยะเวลาอีก 2-3 ปีข้างหน้า ยังเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จนทำให้การเปิดรับสื่อในช่องทางอื่นลดลง เพราะปัญหาที่สำคัญคือการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดอยู่ โดยจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก และ 70-80% ของผู้ใช้บริการทั้งหมดคือนักเรียนและนักศึกษา เพราะฉะนั้นจึงยังไม่มีตลาดผู้อ่านข่าวบนอินเทอร์เน็ตมากนัก

ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทย ยังไม่ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจหรือการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้น แม้ว่าปัจจุบันนี้องค์กรสื่อมวลชนไทยเริ่มคาดหวังที่จะสร้างรายได้จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเริ่มจะมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาเกิดขึ้นบ้างแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่เป็นรายได้ที่มากเพียงพอจนสามารถจะเลี้ยงตัวเอง

สำหรับการประสบความสำเร็จในการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนต่างประเทศนั้น มีปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความมีชื่อเสียงของสื่อหลัก ซึ่งได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก แต่อย่างไรก็ตามการสร้างรายได้จากการจัดทำอินเทอร์เน็ตก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเป็นตัวเลขเงินที่ชัดเจนมากนัก มีองค์กรสื่อมวลชนเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้นที่สามารถจะสร้างกำไรให้เกิดขึ้น ดังนั้นเมื่อรูปแบบการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนในต่างประเทศยังไม่มีความชัดเจน เชื่อว่ารูปแบบการสร้างรายได้ของสื่อมวลชนไทยก็ยังไม่มีความชัดเจน

เช่นกัน เพราะการทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่เป็นการศึกษารูปแบบมาจากต่างประเทศ

แต่อย่างไรก็ตามโอกาสการทำธุรกิจและการสร้างรายได้ จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของสื่อมวลชนไทย ยังมีศักยภาพที่สามารถจะขยายตัวได้อีกมาก เพราะเมื่อผู้ใช้ส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้ซึ่งเป็นนักเรียนนักศึกษาเติบโตขึ้น จะเป็นผู้ที่เห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ต ทั้งในการเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร และในเชิงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การทำอินเทอร์เน็ตต่อไป ไม่ควรจะมองเพียงตลาดในประเทศเท่านั้น แต่ต้องมองไปถึงตลาดโลกด้วย เพราะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเป็นจำนวนมากและมีคนไทยกระจายอยู่ทั่วโลก เช่นในกรณีของสื่อมวลชนต่างประเทศหรือแม้แต่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ซึ่งประสบความสำเร็จในการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษจึงมีโอกาสเผยแพร่และสามารถหาโฆษณาได้ทั่วโลก

ดังนั้นการทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยในขณะนี้ จึงยังอยู่ในขั้นของการศึกษาและพัฒนา เป็นการเรียนรู้ทิศทางในอนาคตเพื่อรอการเจริญเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต และการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการกลับมาของภาวะเศรษฐกิจ แต่องค์กรสื่อมวลชนไทยเริ่มมองเห็นช่องทางของธุรกิจนี้ว่า สามารถจะสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจได้ในระยะยาว เพียงแต่จะต้องลองผิดลองถูกต่อไปอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากยังไม่มีใครบอกได้ว่าแนวทางใดจะเหมาะสมที่สุด

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์ ได้แสดงความคิดเห็นว่า การทำ WEB Site ด้านบันเทิง (Entertain) จะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่า WEB Site ด้านข่าว เพราะในขณะนี้คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อความสนุกสนานเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งคนไทยเริ่มยอมรับที่จะจ่ายเงินสำหรับการรับสื่อด้านบันเทิงแล้ว และในอนาคตยังมีความเป็นไปได้ที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์จะหลอมรวมเข้าด้วยกันเป็นลักษณะของ Web TV ซึ่งจะสามารถปรับเปลี่ยนจากเครื่องรับโทรทัศน์หรือเคเบิลทีวีไปเป็นอินเทอร์เน็ตได้เพียงเสียบเข้ากับสายโทรศัพท์เท่านั้น ทำให้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์มากนัก ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวเริ่มมีการให้บริการแล้วในต่างประเทศ

ถึงแม้ว่าในอนาคตจะมีการเปิดรับข่าวสารและข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นก็ตาม แต่ผู้ให้สัมภาษณ์เชื่อว่า อินเทอร์เน็ตจะไม่เข้ามาทดแทนสื่อหลักที่มีอยู่ จนทำให้สื่อมวลชนในปัจจุบันหายไป แต่อินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญ และเข้ามาแย่งส่วนแบ่ง

ของสื่อมวลชนดั้งเดิมมากขึ้น โดยจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของอุตสาหกรรมการรายงานข่าวและข้อมูล แต่ไม่ว่าอย่างไรก็จะต้องมีช่องว่างให้กับสื่อดั้งเดิมอยู่เสมอ เพราะสื่อแต่ละชนิดจะมีลักษณะตลาดโดยเฉพาะของตัวเอง รวมทั้งจะต้องมีองค์กรสื่อมวลชนทำหน้าที่ผลิตข่าวและข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อผู้ใช้บริการต่อไป แม้ว่าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของช่องทางที่นำเสนอก็ตาม

นอกจากนี้ประเด็นที่สำคัญคือ คอมพิวเตอร์ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการเล็กๆ น้อยๆ ของมนุษย์ได้ทั้งหมด เช่น คนชอบอ่านหนังสือพิมพ์เพราะสามารถเปิดดูได้ทันทีในทุกสถานที่ และสามารถดูอย่างผ่านๆ ได้ ในขณะที่คอมพิวเตอร์ยังไม่สามารถทำได้ แต่อย่างไรก็ตามในอนาคตมีความเป็นไปได้ที่เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะได้รับการพัฒนา ให้มีจุดแข็งในการนำเสนอข้อมูลได้เทียบเท่ากับสื่อดั้งเดิม จนถึงขั้นที่อินเทอร์เน็ตมีลักษณะคล้ายกับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากขึ้น จนกระทั่งอาจจะหลอมรวมเข้าด้วยกัน เพราะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีการพัฒนาในลักษณะทวีคูณอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจะสร้างความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงพฤติกรรม การเปิดรับสื่อทางคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป แต่เมื่อถึงเวลานั้นคงไม่สามารถจะแยกได้ว่าเครื่องมือชิ้นดังกล่าว คือ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เช่นในทุกวันนี้

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนเสนอความคิดเห็นว่า อินเทอร์เน็ตอาจจะทำให้อำนาจที่อิงกับเครื่องมือสื่อสารลดลง เพราะเมื่อมีช่องทางการสื่อสารมากขึ้นอำนาจของสื่อก็จะลดลงโดยอัตโนมัติ ในอนาคตผู้ที่ครอบครองสื่อจะลดบทบาทลง แต่อำนาจจะย้ายไปที่การจัดการข้อมูล และผู้ที่สามารถหยิบจับข้อมูลมาจัดการได้เหมาะสม เช่น YAHOO ซึ่งเป็น WEB Site ที่รวบรวมรายชื่อของ WEB Site ต่างๆ มาจัดเป็นหมวดหมู่ แล้วมีบริการสืบค้นรายชื่อ WEB Site ตามที่ผู้ใช้ต้องการ ทำให้มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ส่งผลให้ YAHOO ได้รับความนิยมและสามารถจะขายพื้นที่โฆษณาได้

เช่นเคียวกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต อาจจะมีองค์กรที่เป็นผู้รวบรวมข่าวสารและข้อมูลจากสื่อมวลชนต่างๆ มาไว้ในที่เดียวกัน แล้วมีเครื่องมือในการสืบค้น (Search Engine) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกดูข่าวได้ตามความพอใจของแต่ละคน (Demassified Media) และอาจจะมีการสร้างรายได้จากการเก็บค่าสมาชิกหรือการขายพื้นที่โฆษณา ตัวอย่างเช่น WEB Site Thaicast ของ KSC และ WEB Site InterCast ของ Loxinfo ในขณะที่องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งก็ยังมีจัดการทำ WEB Site ของตัวเองด้วยเช่นเดียวกัน

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า องค์กรสื่อมวลชนไทยได้ให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ไม่ได้มีจุดประสงค์ในการจัดทำอินเทอร์เน็ตเพียงเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยให้กับองค์กรเพียงอย่างเดียวเช่นที่ผ่านมา โดยองค์กรสื่อมวลชนไทยได้กำหนดนโยบายที่จะให้อินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางเสริมสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในบางองค์กรได้กำหนดนโยบายให้อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อหลักเพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่งด้วย รวมทั้งองค์กรสื่อมวลชนไทยเริ่มทดลองแนวทางการสร้างรายได้ จากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตแล้ว โดย WEB Site ของสื่อมวลชนไทยหลายแห่งเริ่มจะมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาเกิดขึ้น แม้ว่าจะไม่มากพอจนถึงระดับที่สามารถจะสร้างกำไรได้ก็ตาม

จากการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการจัดทำอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ทำให้องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่ง มีหน่วยงานซึ่งทำหน้าที่ศึกษาและพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต แม้แต่หนังสือพิมพ์มติชนซึ่งไม่มีการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต แต่ก็มีการศึกษาเรื่องอินเทอร์เน็ตเป็นการภายในเช่นกัน และถึงแม้ว่าองค์กรสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะก็ตาม โดยส่วนใหญ่ให้อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอินเทอร์เน็ต แต่ก็เริ่มจุดเริ่มต้นที่แสดงให้เห็นว่า องค์กรสื่อมวลชนไทยและผู้บริหารองค์กร ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่กำลังเกิดขึ้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ยอมรับว่าการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นกระแสโลกที่จะต้องเกิดขึ้น อินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้นในอนาคต โดยจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในด้านการศึกษา การดำเนินธุรกิจ และจะเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่สำคัญในอนาคต เพราะปัญหาต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนี้ สามารถจะคลี่คลายลงไปได้ ในอนาคต ด้วยเงื่อนไขของระยะเวลาและการพัฒนาของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่พัฒนาขึ้นตลอดเวลา ซึ่งจะส่งผลให้พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยกำลังเข้าสู่จุดหักเหที่ประชาชนจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวางมากขึ้น ทำให้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหายไป จนกระทั่งอินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นของธรรมดาที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวัน

นอกจากนี้แรงผลักดันที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งจะทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายมากขึ้น คือ การสร้างฐานพาณิชย์ทางเครือข่าย หรือการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต (Electronic

Commerce) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นอย่างแน่นอนไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ เพราะขณะนี้รัฐบาลประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ประกาศนโยบายให้การสนับสนุนการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยมีสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำและได้พยายามให้ทุกประเทศก้าวไปในทิศทางเดียวกัน โดยอาศัยเวทีขององค์การการค้าระหว่างประเทศ เช่น WTO, GATT และ APEC เป็นเครื่องมือ

แนวทางที่สหรัฐอเมริกาคำถึงดำเนินการอยู่ในขณะนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ H. Innis ซึ่งเห็นว่าการควบคุมอำนาจของระบบจักรวรรดิตั้งแต่อดีตมาจนถึงสมัยปัจจุบันนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของกองทัพเหล่านั้น หากทว่ายังขึ้นอยู่กับการมีประสิทธิภาพและอำนาจในการควบคุมระบบการสื่อสารอีกด้วย เพราะมีแต่ต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น ชาติที่มีอำนาจจึงจะสามารถขยายแสนยานุภาพข้ามเขตแดนออกไปได้ (Innis อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) สหรัฐอเมริกาพยายามให้ทุกประเทศหันมาใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเดียวกัน เพราะสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตของโลก ซึ่งเท่ากับว่าสหรัฐมีประสิทธิภาพและอำนาจในการควบคุมระบบการสื่อสารแบบใหม่ของโลกด้วย

นอกจากนี้การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร ยังเป็นไปตามแนวคิดหลักของกลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแห่งสำนัก Toronto ซึ่งเห็นว่า เทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลัก (Prime Mover) ในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคมและสถาบันสื่อมวลชน ทำให้องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่งซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่ดำรงอยู่ท่ามกลางสภาวะแวดล้อมทางสังคม จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจแบบใหม่ของสังคมยุคสารสนเทศ

รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทฤษฎีองค์กร ที่กล่าวว่า เนื่องจากองค์กรต้องดำเนินอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นลักษณะโครงสร้างขององค์กรหรือวิถีในการจัดองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้เหมาะสมและเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อม รวมทั้งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และองค์กรที่ปรารถนาความก้าวหน้าต่างพยายามนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงาน

ดังนั้นนักการสื่อสารมวลชนในอนาคต จะต้องมีความรู้เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารที่หลากหลายและกว้างขวางมากขึ้น เพราะเทคโนโลยีจะเป็นปัจจัยหลักในการนำพาเรื่องราวและสาระทั้งหลายไปสู่ผู้รับสาร แต่อย่างไรก็ตามปรากฏว่าในขณะนี้ นักข่าวและผู้ที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชน ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่อย่างเต็มประสิทธิภาพที่แท้จริง เพราะส่วนใหญ่คอมพิวเตอร์จะถูกใช้ไปในการสร้างระบบอัตโนมัติ ให้กับระบบเก่าๆหรือขั้นคอนเก่าๆมากกว่า

เช่น ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเพียงพิมพ์ดีดอัตโนมัติเท่านั้น ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องพัฒนาบุคลากรที่อยู่ในวงการสื่อสารมวลชนให้มีศักยภาพและมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ให้เต็มประสิทธิภาพ และได้ประโยชน์สูงสุด

ผู้ให้สัมภาษณ์จึงได้เสนอความคิดเห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ จะต้องมีการปรับเปลี่ยนหลักสูตรให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร และคุณลักษณะของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรด้านสื่อสารมวลชนไว้รองรับการพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากในปัจจุบันนี้องค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่จะใช้พนักงานที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการจัดทำอินเทอร์เน็ต โดยจะทำหน้าที่เพียงนำข้อมูลจากสื่อหลักขึ้นสู่อินเทอร์เน็ตเท่านั้น ยังไม่ได้มีการปรับข้อมูลและการนำเสนอ ให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตแต่อย่างใด

แต่อย่างไรก็ตามการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย คงจะไม่ขยายตัวจนกลายเป็นสื่อหลักได้อย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันใกล้ หรือในประมาณ 2-3 ปีนี้ เพราะการประสบความสำเร็จของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้ด้วย ได้แก่

1. ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต
2. รูปแบบการทำธุรกิจของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต
3. ชื่อเสียงขององค์กรสื่อมวลชน

1. ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันนี้การใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีความแพร่หลายไม่มากนัก เนื่องจากมีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง อัตราค่าใช้บริการอินเทอร์เน็ตและราคาคอมพิวเตอร์ซึ่งมีราคาแพง โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศของประเทศยังไม่เพียงพอ และนโยบายของรัฐบาลยังไม่สนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มที่ รวมทั้งลักษณะทางสังคมและพฤติกรรมของคนในสังคมไทย ยังไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมยุคสารสนเทศ

แต่อย่างไรก็ตามความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตภายในประเทศ มีแนวโน้มที่จะสามารถขยายตัวได้ต่อไป เพราะในขณะนี้ ISP แต่ละรายยังมีจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการใหม่เพิ่มขึ้นทุกเดือน เพียงแต่อัตราการขยายตัวในขณะนี้จะมีลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป แต่เมื่อภาวะเศรษฐกิจกลับมาเป็นปกติ เชื่อว่าจะทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแพร่หลายได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น โดย

ในปัจจุบันนี้จำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลอาจจะลดลง แต่จำนวนผู้ใช้ที่เป็นองค์กรได้เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากองค์กรต่างเริ่มเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยลดรายจ่ายลงได้ โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่ต้องติดต่อกับต่างประเทศ รวมทั้งหน่วยงานราชการและสถานศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น

2. รูปแบบการทำธุรกิจของการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบันนี้รูปแบบการทำธุรกิจ จากการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยยังไม่มีความสำเร็จมากนัก ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคและเป็นปัญหาใหญ่ที่สุด เพราะแรงผลักดันทางธุรกิจจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ในการพัฒนาให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ก้าวหน้าและประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

สำหรับรูปแบบการสร้างรายได้จากการจัดทำอินเทอร์เน็ต ที่องค์กรสื่อมวลชนไทยเห็นว่าเป็นความเป็นไปได้มากที่สุดขณะนี้คือ การขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแนวทางที่องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่งกำลังดำเนินการอยู่ แต่การทำโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในขณะนี้ยังนับว่าเป็นเรื่องที่ยากลำบากพอสมควร เพราะอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถจะเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ ในเชิงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ ทั้งในด้านของจำนวนผู้ใช้บริการ และความเหมาะสมของสินค้าที่จะโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตในขณะนี้

ถึงแม้ว่าองค์กรสื่อมวลชนบางแห่ง จะเริ่มมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นบ้างแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถจะสร้างกำไรได้มากมายนัก โดยอาจจะมีรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเองได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะการทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยส่วนใหญ่ ได้ผ่านช่วงที่จะต้องลงทุนสูงไปแล้ว เช่น เรื่องของระบบคอมพิวเตอร์ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในขณะนี้ จึงมีเพียงค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและค่าการติดต่อสื่อสารเท่านั้น

ส่วนแนวทางการสร้างรายได้จากการเก็บค่าบริการ หรือการรับสมัครสมาชิกบนอินเทอร์เน็ตก็มีความเป็นไปได้เช่นกันในอนาคต โดยจะต้องรอให้การใช้อินเทอร์เน็ตและการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ได้รับการยอมรับและมีความแพร่หลายมากขึ้นกว่านี้ รวมทั้งจะต้องมีข้อมูลที่ดีและเป็นพิเศษจริงๆ จึงจะสามารถหาสมาชิกและแข่งขันกับ WEB Site ซึ่งให้บริการฟรีที่มีเป็นจำนวนมากบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญในทางธุรกิจคือ จะต้องมีการเสนอความคิดที่สร้างสรรค์ และแปลกใหม่ออกไป เพราะถ้าเป็นของที่มีอยู่แล้วหรือสามารถได้บริการฟรีจากที่อื่น ก็คงไม่สามารถจะสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้

แต่อย่างไรก็ตามเชื่อว่าในอนาคต โอกาสของการทำธุรกิจและการสร้างรายได้จากการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ยังมีศักยภาพที่สามารถจะขยายตัวได้อีกมาก โดยเฉพาะเมื่อผู้ใช้ส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้ ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษาเติบโตขึ้น จะเป็นผู้ที่เห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ต ทั้งในการเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร และในเชิงของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการทำอินเทอร์เน็ตในระยะต่อไปจะต้องมองออกไปถึงตลาดโลกด้วย เพราะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกอยู่เป็นจำนวนมาก และมีคนไทยกระจายอยู่ทั่วโลก

สอดคล้องกับแนวคิดของ Tapscott (1996) ที่กล่าวว่า ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของเศรษฐกิจแบบใหม่คือ เป็นเศรษฐกิจแบบโลกาภิวัตน์ กำแพงทางเศรษฐกิจกำลังพังทลายลง เหลือเพียงแต่เศรษฐกิจระดับโลก ทำให้บทบาทของความเป็นชาติลดลง นำไปสู่บทบาทของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมากขึ้น เพราะเทคโนโลยีได้ขจัดข้อจำกัดทางด้านสถานที่ออกไป เครือข่ายคอมพิวเตอร์ทำให้สามารถร่วมมือกันได้ทั่วโลก

3. ความมีชื่อเสียงขององค์กรสื่อมวลชน

โอกาสประสบความสำเร็จในการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนขณะนี้ ไม่ได้เกิดจากตัวอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว แต่ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของสื่อหลักในแต่ละองค์กรด้วย เพราะการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนในปัจจุบันจะอิงอยู่กับสื่อหลัก โดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำข่าวสารข้อมูลที่มีอยู่แล้วขึ้นสู่อินเทอร์เน็ต ยังไม่มีการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนที่แยกออกมาเป็นอิสระ

เห็นได้จากอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนที่ประสบความสำเร็จ และมีผู้เข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก จะเป็น WEB Site ของสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก เช่น CNN หรือ USA. Today แม้แต่หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ซึ่งเป็น WEB Site ของสื่อมวลชนไทยที่ประสบความสำเร็จ ดิฉันค้นคว้าโลกทางด้าน WEB Site ของข่าวสาร โดยคุณ Deborah L. Lecnutaphong Manager Electronic Publishing ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ปัจจัยหลักที่ทำให้มีคนเข้ามาดูอะคือ ชื่อเสียงและภาพของบางกอกโพสต์ที่คืออยู่แล้ว”

นอกจากนี้การประสบความสำเร็จในการจัดทำอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย ยังมีตัวแปรที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เรื่องของภาวะเศรษฐกิจ โดยภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยเช่นในขณะนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทยเช่นกัน ทำให้องค์กรสื่อมวลชนไทยไม่สามารถจะพัฒนาการจัดทำอินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่

เนื่องจากในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่งจำเป็นจะต้องปรับประคองสื่อหลักให้อยู่รอดให้ได้เสียก่อน ไม่สามารถจะทุ่มเทพยายามไปในการพัฒนา สิ่งที่ยังไม่สามารถจะสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าได้มากนัก แต่องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่งก็ไม่ต้องการจะพลาดโอกาสทดลองในขณะนี้ ดังนั้นองค์กรสื่อมวลชนไทยจึงยังมีการพัฒนา และศึกษาเรื่องอินเทอร์เน็ตต่อไปเท่าที่ทรัพยากรมีอยู่ แม้ว่าจะยังไม่มีความสำเร็จในเรื่องของการสร้างรายได้และโอกาสประสบความสำเร็จทางธุรกิจก็ตาม

แต่อย่างไรก็ตาม เรื่องของภาวะเศรษฐกิจจะเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเพียงชั่วคราวเท่านั้น เมื่อปัญหาทางเศรษฐกิจคลี่คลายลง การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตน่าจะจะสามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่คาดการณ์ว่าจะกลับมาขยายตัวเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งผู้รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตของแต่ละองค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งยังหวังว่า เมื่อปัญหาทางด้านเศรษฐกิจผ่านพ้นไป การพัฒนาของอินเทอร์เน็ตจะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบ และพัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ

นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่าองค์กรสื่อมวลชนที่เป็นหน่วยงานราชการ เช่น ททบ.5 อสมท. และกรมประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอินเทอร์เน็ตมากกว่าองค์กรสื่อมวลชนของเอกชน โดยได้กำหนดให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลอีกช่องทางหนึ่ง มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลการพัฒนาและการจัดทำอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ

เหตุผลซึ่งทำให้องค์กรสื่อมวลชนที่เป็นหน่วยงานราชการ สามารถจะพัฒนาการรายงานข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าองค์กรเอกชน เนื่องจากเป็นองค์กรที่ไม่ได้มุ่งเน้นการสร้างกำไรเป็นหลัก แต่จะเน้นการให้บริการสาธารณะด้านข่าวสาร และความเป็นเลิศในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้นจึงทำให้สามารถจะทุ่มเทพยายามทั้งหมดไปในเรื่องของการพัฒนาได้อย่างเต็มที่

สำหรับลักษณะของข่าวสารข้อมูลที่นำเสนอผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย จะเป็นการนำเสนอเนื้อหาเหมือนกับที่ปรากฏในสื่อหลัก ยังไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เป็นรูปแบบเฉพาะหรือสอดคล้องกับคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ต ส่วนทางด้านรูปแบบการนำเสนอจะไม่มีกำหนดรูปแบบหรือหน้าตาของอินเทอร์เน็ตที่แน่นอนเป็นสากล เช่นเดียวกับการจัดหน้าหนังสือ

พิมพ์ แต่องค์กรสื่อมวลชนต่างๆจะพยายามปรับเปลี่ยน WEB page ของตัวเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อทดลองหารูปแบบที่เหมาะสม และเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวของแต่ละ WEB Site

รูปแบบการนำเสนอข่าวสารข้อมูลของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต จะเน้นความสะดวกในการค้นหาข้อมูล มีหน้าตาของ WEB Page ที่เรียบง่าย ไม่มีลูกเล่นด้านกราฟฟิกและมัลติมีเดียมากนัก โดยจะให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวเป็นหลัก ในขณะที่รูปแบบการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต จะเน้นการนำคุณสมบัติด้านมัลติมีเดียมาใช้ในการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล เพื่อให้รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะการนำสัญญาณโทรทัศน์และสัญญาณวิทยุมาออกอากาศสด (WEB Casting) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้เชื่อว่าในอนาคตองค์กรสื่อมวลชนไทย จะมีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ให้สอดคล้องกับคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยเฉพาะการรายงานข่าวในลักษณะ Real Time เพราะผู้ที่รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ต่างหวังจะให้ WEB Site ของแต่ละองค์กรมีการรายงานข่าวในลักษณะ Breaking News เพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากเห็นว่าการ Update ข่าวอย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ จะเป็นหัวใจสำคัญสำหรับ WEB Site ด้านข่าว ในขณะที่การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุส่วนใหญ่ในขณะนี้ ได้พยายามจะมีการปรับเปลี่ยนข่าวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับเวลาการออกอากาศของสื่อหลักอยู่แล้ว

นอกจากนั้นยังมีการเสนอความคิดเห็นว่า อินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ในเรื่องของการสื่อสาร ไม่ใช่ใช้ประโยชน์เพียงนำสื่อที่มีอยู่ขึ้นไปบนอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เช่น การเปิดโอกาสเป็นช่องทางสื่อสารสาธารณะ สำหรับเป็นปากเสียงให้กับคนกลุ่มน้อยในสังคม ที่ไม่มีโอกาสจะพูดหรือแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อหลักได้ ตัวอย่างเช่นกรณีความขัดแย้งระหว่างนายมหาเธร์ โมฮัมหมัด นายกรัฐมนตรีประเทศมาเลเซีย กับนายอันวาร์ อิบรอฮีม อดีตรองนายกรัฐมนตรี โดยกลุ่มผู้สนับสนุนนายอันวาร์ได้เปิด WEB Site ชื่อ <http://www.anwar.cib.net> เพื่อสนับสนุนนายอันวาร์ เนื่องจากสื่อมวลชนในประเทศมาเลเซียอยู่ภายใต้ความควบคุมของรัฐบาลหรือในกรณีของประเทศไทยที่สื่อมวลชนจะรวมศูนย์เฉพาะในกรุงเทพ อินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นปากเสียงให้กับคนในต่างจังหวัดได้ ซึ่งบทบาทของอินเทอร์เน็ตในลักษณะนี้ จะเป็นพลังทางการเมืองที่มีผลทำให้ประชาธิปไตยคุ้มครองคนกลุ่มเล็กๆ ในสังคมได้ด้วย

ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่ที่มีศักยภาพสูงแต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทยมากนัก รวมทั้งอินเทอร์เน็ตยังมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสื่อแบบเดิม ดังนั้น ทำให้การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดดังต่อไปนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในช่วงที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าปัญหาเรื่องภาวะเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวและการพัฒนาของทุกภาคธุรกิจไม่เว้นแม้แต่องค์กรสื่อมวลชน โดยเฉพาะการวิจัยครั้งนี้ซึ่งเป็นการศึกษาในประเด็นนโยบายขององค์กรสื่อมวลชน จึงมีปัจจัยเรื่องภาวะเศรษฐกิจเข้ามามีอิทธิพลต่อผลการศึกษาค่อนข้างมากอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

รวมทั้งยังมีข้อจำกัดจากวิธีการวิจัยของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เองด้วย เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชน และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเรื่องอินเทอร์เน็ต ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 เมษายน 2541 แต่มีการศึกษาลักษณะและรูปแบบการรายงานข่าวจาก WEB Site ของสื่อมวลชนต่างๆ ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2542 และนำเสนอผลการศึกษาในช่วงกลางปี 2542 ซึ่งเป็นระยะที่ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้เริ่มคลี่คลายลงเป็นลำดับ ดังนั้นการจัดทำอินเทอร์เน็ตขององค์กรสื่อมวลชนไทยบางองค์กรในขณะนี้ จึงอาจจะมีความแตกต่างไปจากผลการศึกษาที่เกิดขึ้น

2. การขาดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต และการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตซึ่งจะนำมาอ้างอิงและเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จากการค้นหางานวิชาการ เอกสารตำราต่างๆ ตลอดจนแหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ปรากฏว่าทฤษฎีในเรื่องการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะเป็นทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจหรือการตลาด เช่น การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต ยังไม่มีทฤษฎีที่กล่าวถึงการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะมากนัก

นอกจากนั้นทฤษฎีการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตทั้งหมดถูกสร้างขึ้นโดยประสบการณ์และมุมมองในเรื่องอินเทอร์เน็ตของต่างประเทศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต และความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในขณะที่ประเทศไทยเองยังไม่มีทฤษฎีหรือการสร้างองค์ความรู้ในเรื่องการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตที่มีพื้นฐานจากการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมากนัก

3. ข้อจำกัดในเรื่องการคาดการณ์เกี่ยวกับอนาคตของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงการที่ประเทศไทยไม่ได้เป็นผู้นำของการพัฒนาเทคโนโลยีนี้ แต่จะรับเข้ามาจากต่างประเทศทั้งหมด จึงไม่สามารถจะคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตที่แน่นอนของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นสิ่งที่ค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ จึงสามารถจะอธิบายได้เฉพาะสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อมทางเทคโนโลยีในปัจจุบันเท่านั้น .

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการวิจัยศึกษาที่เกี่ยวเนื่องกับการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารสำหรับในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ดังนั้นจึงน่าจะมีการศึกษาวิจัยทางด้านนี้ต่อไป เพราะยังมีแง่มุมหรือปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ และยังไม่มีการศึกษาในอีกหลายๆด้าน ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมามีข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไปดังนี้

1. การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์กรสื่อมวลชนเป็นหลัก ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะใน ส่วนของผู้ส่งสารเท่านั้น การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาในส่วนของผู้ที่เปิดรับข่าวสาร ข้อมูลผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตด้วย เพื่อจะได้ทราบความคิดเห็นของผู้รับสารว่า มีความพึงพอใจ ต่อการเปิดรับข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่ และเพื่อค้นหาว่าการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบใดที่จะเพิ่มประสิทธิผลในการรับรู้ของผู้อ่านมากที่สุด
2. ศึกษาเปรียบเทียบการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตระหว่างสื่อมวลชนไทยกับสื่อมวลชน ในต่างประเทศว่า มีความแตกต่างในด้านการจัดทำอินเทอร์เน็ตอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางการ พัฒนาการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยต่อไป
3. ศึกษาเรื่องโอกาสการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เนื่องจากภาคธุรกิจจะเป็น ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้การรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถประสบความสำเร็จได้ เพราะจะ ทำให้องค์กรสื่อมวลชนสามารถสร้างรายได้เกิดขึ้นจากการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต