

ภาคผนวก

บทสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 12 คน

1. อธิปไตยประชาสัมพันธ์

การพัฒนามีทั้งแนวคิดกับเงื่อนไข แนวคิดไม่สามารถปฏิเสธการพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ ได้แต่ต้องเข้าใจก่อนว่าสื่อรูปแบบใหม่นั้นเป็นการพัฒนาของลักษณะเทคโนโลยีเป็นหลัก ซึ่งเทคโนโลยีเป็นตัวนำทำให้ข้อมูลข่าวสารมันอาศัยเทคนิคที่เพิ่มใหม่ทำให้คนรับรู้ข่าวสารได้มากขึ้น อธิบายตัว สื่อรูปแบบใหม่มันก็จะเห็นว่าการพัฒนาของสื่อรูปแบบใหม่เดิมแต่ถ้าเราเริ่มจากวิทยุกับโทรทัศน์เป็นหลัก ต่อมาเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว การพัฒนาในเรื่องของเคเบิลทีวีก็เริ่มเข้ามามีบทบาท ซึ่งตั้งแต่ปี 2545 สถิติของการรับชมของเคเบิลทีวีเริ่มปรากฏชัดเจนขึ้น เริ่มเข้ามาเทียบเท่ากับฟรีทีวี จะเห็นว่าอัตราการเติบโตของเคเบิลทีวีช่วงนั้นมีจำนวนมาก

ตั้งแต่ ปี 2545 จะเป็นลักษณะก้าวกระโดด คือคนรับชมรายการผ่านทางเคเบิลทีวีมีอัตราผู้ชมเทียบเท่ากับการรับชมฟรีทีวีภาคพื้นดิน แต่หลังจาก ปี 2545 เป็นต้นมาจนถึงปี 2550 จะมี Media ใหม่ขึ้นมา 2 ชนิด คือ เรื่องของทีวีดาวเทียมกับ Massage ทางโทรศัพท์มือถือจะเห็นว่า 2 ส่วนนี้ มันจะทำให้กลไกการรับชมสื่อปรากฏผลก็คือ 1. สามารถรับได้มากขึ้น เดิมจุดบอดหรือจุดอุปสรรคจะเริ่มจุดแก้ไขโดยระบบทีวีดาวเทียม 2. โปรแกรมเริ่มจะถูกแบ่งแยกชัดเจนขึ้น กีฬา นันทนาการ ข่าว สารคดี มีช่องทางนำเสนอมากขึ้น และมีลักษณะเฉพาะขึ้น ขนาดเดียวกันในส่วนของโทรศัพท์มือถือ ก็จะเริ่มก้าวสู่ยุค 3G มีภาพและเสียงเข้ามา ซึ่งตอนนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาในส่วนในเมืองไทย ตัวการพัฒนาทั้งหมด ถ้ามองกรมประชาสัมพันธ์นั้นทำในเรื่องของวิทยุและโทรทัศน์เป็นหลัก ขนาดเดียวกันยังไม่มีกรมมองเข้ามาในเรื่องของเคเบิลทีวีกับดาวเทียม ซึ่งในวันนี้ปี 2552 เข้าสู่ปี 2553

ตั้งแต่ปี 2552 เริ่มมีแนวคิดที่จะจับประเด็นของการพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่มาเป็นตัวปรับปรุงของกรมฯ ก่อนปรับปรุงมีการสำรวจก่อนว่าในขณะปี 2552 นั้น คนที่รับชมรายการทั้งหมดพฤติกรรมเป็นอย่างไรบ้าง พฤติกรรมส่วนที่ 1 คนเริ่มเลือกประเภทรายการมากขึ้น คือเงื่อนไขที่เมื่อก่อนฟรีทีวีกำหนดเวลาให้ผู้ชมรอชม กลายเป็นว่าวันนี้คนชมสามารถเลือกเวลาได้เพราะว่ามีอยู่ในเคเบิลทีวี มีอยู่ในดาวเทียม เพราะฉะนั้นบทบาทของการกำหนดโปรแกรมมันย้ายจากสถานีมาเป็นผู้ชม ผู้ชมจะเริ่มเลือก ข้อต่อของของผู้ชมเพิ่มมากขึ้น ข้อที่ 1 ก็ทำให้เป็นเงื่อนไขอยู่ข้อหนึ่งสำหรับช่อง 11 ว่ายังจะเป็นทีวีแบบรวมมิตรได้หรือไม่ ก็คือมีหลายๆ โปรแกรมในเวลาเดียวกัน อันจากการต่อลงระหว่างผู้ชมกับช่องนั้นจะลดลงโดยปริยาย นั่นคือช่อง 11 ก็ต้องปรับบทบาทในส่วนนี้ นั่นคือเงื่อนไขข้อที่ 1 ประเด็นที่ 2 ก็คือว่าในปี 2552 จะเห็นว่าตัวเลขของการขายจานดาวเทียม ซึ่งในปี

2550 กับปี 2551 จะอยู่ประมาณ 200,000 จาน ปี 2551 ประมาณ 300,000 จาน แต่ในปี 2552 ถึงสิ้นปี ก้าวกระโดดถึง 1,800,000 จาน เต็มอัตราการผลิต ก็แสดงว่า ปี 2552 จานดาวเทียมก้าวกระโดดค่อนข้างหลายเท่า

เนื่องจากเพราะว่า 1.จานราคาถูกลง คือมันเป็นตัวอัตราส่วนที่ก้าวกระโดดขึ้นมา หลังจากที่มีการผลิตจำนวนหนึ่งแสนอัพ สองแสนอัพ ราคาจะถูกกดอัตโนมัติ และมีการสนับสนุนให้มีการผลิตมากกว่า 4 เข้าขึ้นไป ทำให้มีการแข่งขันกันในราคาค่อนข้างสูง แล้วก็เกิดมีการใช้กลไกในการแจกจานดาวเทียมในการรณรงค์หาเสียงหลายๆ ด้าน ในปัจจัยทั้งหมดทำให้จานถูกลง และได้รับการแพร่หลายมากขึ้น รวมตลอดถึงวิธีการกระจายคือเมื่อก่อนจานดาวเทียมจะต้องมีรถไปติดตั้ง เจ้าหน้าที่ที่เป็นทีมงาน แต่ตอนหลังจานระบบใหม่ใส่โมเดอเรเตอร์ไปได้ เข้าทุกพื้นที่ ราคาถูกลงจากจานละ 17,000 มาเหลือ 10,000 มาเหลือ 5,000 วันนี้เหลือแค่ 3,000 ซึ่งต่อไปคาดว่าปี 2553 จานจะถูกกดเหลือแค่ประมาณ 2,000 ก็จะเห็นว่าที่จาน ดาวเทียมเพิ่มขึ้น ค่าติดตั้งภาคพื้นดินก็คือเซ็ททางเสาอากาศ ที่เรียกว่าก้างปลาอยู่ในราคา 8,000 ในการติดตั้งหลายๆ จุดแล้วรับได้ 8 ช่อง แล้ววันนี้อุตสาหกรรมการผลิตจานก้างปลาเลิกไปแล้ว ของที่หาได้คือของที่เหลือในตลาด

ซึ่งอีก 2 ปี น่าจะหมดอายุแล้ว เพราะฉะนั้นคาดการณ์ว่าอีก 2 ปีข้างหน้า คนจะรับชมจานดาวเทียมมากขึ้น การรับชมจานดาวเทียมมากขึ้น หรือรับชมเคเบิลทีวีมากขึ้นทั้ง 2 ส่วนนี้กำลังต่อสู้กัน มันทำให้พฤติกรรมของคนที่ดูจานดาวเทียมเปลี่ยนไปด้วย เมื่อก่อนรับได้ 6 ช่อง วันนี้จะรับได้ถึง 180 ช่อง ใน 180 ช่องคนจะเลือกมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตฟรีทีวีเดิมก็ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากเมื่อก่อนมีการขยายทางภาคพื้นดินคือสร้างเสาสื่ออากาศ เครื่องรับส่งต่อเนื่องๆ ก็มาส่งสัญญาณจานดาวเทียมที่ถูกกว่า ใช้เวลาปี 1 ประมาณไม่เกินสิบล้าน เขาสามารถส่งจานดาวเทียมได้ทั่วประเทศ ขณะเดียวกันถ้าเขาไปลงทุนในภาคพื้นดินต่อสถานี เขาใช้ไม่ต่ำกว่า 40 ล้านบาท ต่อจุดซึ่งจะครอบคลุมทั้งประเทศไทย จะใช้ทั้งหมดประมาณ 60 จุด ซึ่งเขาจะหาวิธีการลงทุนเป็นประเภทนี้ ขณะเดียวกันในทางเคเบิลทีวีเองก็มีการแข่งขันโดยการลดราคา เพิ่มช่อง และมีการจัดกลุ่มมากขึ้นเช่นลูกค้าตัวเองมุ่งเน้นเรื่องกีฬาจะมีช่องกีฬา มีการทุ่มทุนเรื่องกีฬามากขึ้น

เมื่อช่องทางที่นำสื่อจากผู้ผลิตไปหาผู้ชมมีมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น และราคาถูกลงก็ทำให้การแข่งขันด้านฮาร์ดแวร์แทบจะเป็นปัญหาน้อยมาก สมัยก่อนตั้งโทรทัศน์ 1 ช่อง ต้องใช้เงินอย่างน้อยๆ 3 พันล้าน หรือ 4 พันล้าน เป็นต้นไป วันนี้จะเห็นว่าคนทำช่องดาวเทียม 1 ช่อง มีเงินทุนอยู่ประมาณ 50 ล้านหรือ 60 ล้าน เพราะฉะนั้นก็จะมีคนทำรายการช่องดาวเทียมมากขึ้น จะเห็นว่าโดยสื่อรูปแบบใหม่มีการเพิ่มตรงนี้มากขึ้น ขณะเดียวกันสิ่งหนึ่งที่พัฒนามาแล้วแต่ยังไม่ก้าวหน้ามากนัก ก็คือ Media ทางอินเทอร์เน็ต เพราะอินเทอร์เน็ตได้ถูกค้าเฉพาะกลุ่ม คือเยาวชนกับพวกกลุ่มที่มีความพร้อมในอินเทอร์เน็ต อยู่ในพื้นที่ที่มีความพร้อม เพราะว่า Massage ที่ส่งกันมากก็จะเป็นเรื่องของเว็บไซต์กระจาย ก็จะเกิดการแยกกลุ่มกัน และก็จะมียุคที่ดูในอินเทอร์เน็ต จะเป็นการเลือกกลุ่มเลือกข้อมูลข่าวสารได้ค่อนข้างอิสระ แต่จะไม่มีความต่อเนื่อง เพราะเขาจะเข้าเว็บเพจเท่านั้น ไม่มีความต่อเนื่องประมวลทั้งหมดสรุปได้ว่า 1.ช่องทาง Massage ที่เป็นสื่อประชาชนมีมากขึ้น และ

ขยายตัวอย่างรวดเร็ว การก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของช่องทางมันทำให้ส่วนหนึ่งคือ เนื้อหาผลิตไม่ทัน อย่าลืมนะว่า คนที่ผลิตเนื้อหาได้ ไม่ว่าจะเป็นรายการทีวี รายการข่าว การติดต่อสัมภาษณ์อะไรทั้งหมด ต้องใช้คนที่มีความรู้ ความชำนาญและมีประสบการณ์ในช่วง 5 ปี

ตั้งแต่ปี 2545 จนกระทั่งถึงปัจจุบันจะเห็นว่าบุคลากรด้านสื่อเพิ่มขึ้นน้อยมาก ไม่สมดุลกับช่องทาง เพราะฉะนั้นการพัฒนาของกรมประชาสัมพันธ์นั้น นอกจากพัฒนาช่อง 11 ให้ปรับตัวสูงขึ้นในการสนองตอบต่อลูกค้า มีความเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น จะเล่นเรื่องอะไรก็ต้องกำหนดเทรนด์ของทีวีให้ชัด ขนาดวิทยุมีความครอบคลุมทั้งประเทศก็จริงแต่ว่าคู่แข่งของวิทยุก็คือวิทยุชุมชน ซึ่งลักษณะเด่นของวิทยุชุมชนก็คือว่า 1. ใกล้ตัว 2. ข้อมูลข่าวสารรอบตัวเขา 3. เขามีส่วนร่วม ถ้าวิทยุกรมประชาสัมพันธ์ยังเป็นเน็ตเวิร์คขนาดใหญ่และมีการเสนอข้อมูลจากส่วนกลางก็จะเป็นวิทยุใกล้ตัว

แนวคิดต่อไปก็คือการพัฒนาวิทยุก็จะเป็นวิทยุที่มีการเน็ตเวิร์คให้น้อยลง แต่จะเป็นวิทยุประจำจังหวัด แล้วในประจำจังหวัดก็ต้องลิงก์ไปเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อให้มีระดับของข้อมูลข่าวสารที่ใกล้ตัวมากขึ้นแต่ส่วนของติดตัวเลขของวิทยุชุมชนก็จะเป็นตัวแทนกัน นี่คือการเปลี่ยนส่วนที่มีอยู่ ส่วนที่เพิ่มขึ้นก็คือว่า ในส่วนของการพัฒนาเรื่องทีวีดาวเทียมกับเคเบิลทีวี กรมคงลงทุนไม่ได้เพราะเงื่อนไขของการลงทุนนั้นเราไม่มีงบประมาณเพียงพอในการจัดตั้ง เพราะฉะนั้นวิเคราะห์จากสื่อที่มีลงไปอยู่แล้ว

แต่กับจุดอ่อนกรมก็จะเน้นเรื่องเนื้อหา เพราะกรมประชาสัมพันธ์มีบุคลากรที่ทำเรื่องข่าว เรื่องประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศมีการอบรมกันมานาน สร้างสมประสบการณ์กันมานาน กรมประชาสัมพันธ์จะมีบุคลากรทั้งหมดทั่วประเทศ และก็มี ความชำนาญและมีสถาบันการฝึกอบรมที่เป็นรูปแบบชัดเจน ฉะนั้นการสร้างเนื้อหาแล้วไปร่วมมือกับคนที่ทำช่องไว้แล้วไม่ว่าจะเป็นดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีหรือว่าแม้กระทั่งทางโทรศัพท์มือถือก็จะทำให้กรมประชาสัมพันธ์ส่งข้อมูลข่าวสาร รวบรวมข่าวสารได้อย่างทุกจุด และรวบรวมข่าวสารทุกช่องทางเพียงแค่เอาข้อมูลข่าวสารนั้นมากำหนดวิธีการนำเสนอให้สอดคล้องกับลักษณะเทคนิค ลักษณะอุปนิสัยของผู้ชมและผู้ฟัง ซึ่งการบริหารจัดการเป็นการดึงทรัพยากรของกรมในเรื่องเนื้อหาบริหารจัดการใหม่แล้วก็พัฒนาวิธีการนำเสนอ และพัฒนาในการสร้างเครือข่ายให้มีความสมดุลซึ่งกันแล้วกัน ซึ่งก็เท่ากับเป็นการสอดคล้องกันระหว่างช่องทีวีหรือช่องดาวเทียมกับเนื้อหา ซึ่งการพัฒนาของสื่อรูปแบบใหม่เรามองเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่เขามีการพัฒนาเสริมสร้างแต่ขณะเดียวกันกรมปรับตัวเข้ากับสื่อรูปแบบใหม่นั้น

แต่การปรับตัวนั้นก็คือเสริมสร้างจุดอ่อนคือพัฒนาเนื้อหาเป็นหลักแล้วการพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ก็พัฒนาแค่เครื่องมือของการเชื่อมโยงไปหา Media นั้นๆ พัฒนาคอน พัฒนาเครื่องมือ และพัฒนาแนวคิดต่อการนำเสนอ สุดท้ายก็คือเรื่องของการสำรวจผู้ชมผู้ฟัง ซึ่งจะเห็นว่าผู้ชมผู้ฟังเปลี่ยนพฤติกรรมทั้งคนรุ่นกลางคนขึ้นระหว่างกลางคน กับเยาวชน นั่นคือการแยกแยะ ซึ่งอย่าลืมนะว่าทุกวันนี้สื่อมันถูกเลือกโดยคน คนนั้นมีอุปนิสัย

เปลี่ยนก็จะเลือกเปลี่ยนสื่อไปเรื่อยๆ จักรมประชาสัมพันธ์เราก็ต้องหาข้อมูลให้ได้ว่าคนกลุ่มนี้สามารถดูสื่อด้วยวิธีการอะไร แล้วช่องทางนั้นมีอยู่แล้วในตลาดไหม ถ้ามีอยู่แล้วให้นำเสนอเนื้อหา เข้าไปพลางๆ

ในด้านของแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ของกรมมี 2 ทิศทาง ทิศทางที่หนึ่ง ก็คือ เป็นสื่อประสานกลาง เป็นข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารตรง สื่อสารตรงไปยังกลุ่มลูกค้าก็ต้องสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ ส่วนทีมงานทั้งหมดที่ใช้ทำเรื่องนี้เดิมที่ใช้ทีมงานที่มีความรู้เรื่องเทคนิคดูแลเว็บไซต์ ซึ่งมันเป็นคนละวิชาชีพกันจะต้องมีทีมงานที่กำหนดเนื้อหาจริงๆ แล้ว สามารถแปลงข่าวสารข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์ออกมาได้แต่ทางด้านเทคนิคก็จะใช้ทีมงานเทคนิคเดิมมาทำหน้าที่ ทิศทางที่สอง ก็จะต้องทำเป็นเหมือนตัวกลางเชื่อมระหว่างสื่อต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์รวมถึงเครือข่ายต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย ส่วนในกรณีที่บอกว่าเราจะพัฒนาวิทยุแล้วใครจะฟัง รายการต่างๆ ทำเรื่องอะไร ทำแล้วมีคนดูไหมตัวเว็บไซต์ จะเป็นตัวช่วยเช็คแล้วอีกบทบาทหนึ่งก็คือเช่น สถานีวิทยุที่จังหวัดเลยได้รับความนิยมมากสามารถที่จะฟังทางอินเทอร์เน็ตผ่านไปยังทั่วโลกได้ไหมตรงนี้จะเป็นตัวกลางในการเชื่อม เราจะเห็นว่าการพัฒนาวิทยุเพิ่มทางออก คือ ส่งทางภาคพื้นดินและส่งทางเว็บไซต์ได้ด้วย แต่ยังขาดการจัดการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนเพราะไม่มีการวิเคราะห์หรือตั้งตัวอย่างของรายการที่ดีๆ ออกมาโชว์ในหน้าของเว็บไซต์ ซึ่งตรงนี้จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ต้องมีคนดูแล ต้องมีคนตาม ที่นี้ส่วนหนึ่งที่คิดว่าจะทำแต่ยังไม่ได้ทำก็คือในส่วนของเว็บไซต์มันเป็นเหมือนตัวถังเก็บข้อมูลที่สามารถจะดูย้อนหลังได้ในเรื่องบางเรื่องเป็นข้อมูลที่คนจะต้องรู้หรือเป็นห้องสมุดข่าวสารสำคัญ ข่าวสารทั้งหมดที่เราสามารถจะเอามาลงในเว็บไซต์เราให้เป็นเหมือนแหล่งข้อมูลข่าวสารซึ่งคิดว่าจะทำให้เรามีความหมายมากขึ้นในฐานะที่เราเป็นหน่วยงานกลางในการประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น มีงานประชาสัมพันธ์ หรือ event ของส่วนราชการทั่วประเทศก็น่าที่จะเอามาลงในเว็บไซต์ของเราซึ่งตรงนี้เรายังไม่มีทีมงานที่จะทำ เพราะจะต้องมีกลไกในการประสานงานระหว่างผู้สร้างข้อมูลพื้นที่กับตัวเราเอง ตรงนี้เป็นสิ่งที่คิดว่าจะทำแต่ยังไม่ได้ทำจะวางเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ไม่เน้นเรื่องข่าวสารมากนัก แต่เน้นเรื่องฐานข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐก็เพราะว่าเขาสามารถเข้าไปในข่าวสารที่อยู่ในวิทยุหรือโทรทัศน์ได้เพียงแต่จะเน้นหัวข้อข่าวประจำวันบางส่วนในข่าวของวิทยุหรือโทรทัศน์นั้นยังไม่มีภาพรวมกิจกรรมที่สำคัญที่น่าสนใจของประเทศและหน่วยงานต่าง ๆ แต่ทำไมถึงไม่เข้าเว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์และจะรู้เลยว่าหน่วยงานไหน ทำอะไร ที่ไหน

ในส่วนของรูปธรรมที่เกิดขึ้นเราพัฒนาในเรื่องของคนในการสร้างเนื้อหาโดยอาศัยกลไกของข่าวเป็นตัวกิจกรรมซึ่งทุกคนที่เคยนำเสนอข่าวจะถูกจัดระบบ ถ้าเราจัดระบบถึงข่าวแล้วทุกคนสามารถที่จะทำข่าวแล้วโยนไปที่ถึงข่าวเราจะสามารถนำข่าวมาใช้ได้วันละประมาณ 100 กว่าข่าวเขาก็สามารถเห็นข่าวและเกิดการเรียนรู้ว่าข่าวที่นำเสนอไปมีความน่าสนใจมากน้อยแค่ไหน นี่คือการพัฒนาคนในด้านการปฏิบัติ ส่วนที่สองคือการพัฒนาในเรื่องของแนวคิดของการสร้างศูนย์ข้อมูลซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางในการนำเสนอข่าวออกไปในเมื่อเรามีศูนย์กลางใหญ่ และศูนย์กลางย่อยในส่วนของแต่ละพื้นที่ สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นคือทุกคนจะต้องติดตามกระแสข่าว

ต่างๆ เพื่อที่จะนำเสนอแล้วก็สามารถรับรู้แนวทางที่มาจากส่วนกลาง การนำเสนอข่าวนอกจากจะเป็นทางเดียวกันแล้วเขาจะต้องติดตามเพื่อขยายผล โดยผ่านตัวเขาเองกับเครือข่ายซึ่งเขาก็จะเรียนรู้เครือข่าย โดยการออกจากที่ทำงานไปมีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมอาชีพในพื้นที่ เขาก็จะเกิดการเรียนรู้กับการเข้าไปอยู่ในสนามการแข่งขัน โดยอัตโนมัติ นี่ก็คือนวัตกรรมที่ทำให้คนพัฒนาขึ้น นวัตกรรมส่วนที่สามคือถ้าได้งบประมาณมาส่วนหนึ่งก็จะทำทีวีดาวเทียมเพราะว่าช่อง 11 จะต้องมีการปรับตัวให้มีรายการสนองความต้องการมากขึ้น แต่ช่อง 11 ยังมีเงื่อนไขในเรื่องของการถ่ายทอดสด รายการที่สนองตอบต่อบทบาทอื่นของกรมประชาสัมพันธ์ยังถือว่าน้อยมาก การสร้างทีวีดาวเทียมขึ้นมาก็เพื่อรองรับการบริหารทีวีในอนาคตกรมประชาสัมพันธ์น่าจะมี TV ดาวเทียมของพื้นที่ในเขตซึ่งเรามี TV ในพื้นที่อยู่แล้ว มีเครื่องมืออยู่แล้ว มีการส่งระบบภาคพื้นดินซึ่ง 2 ปี ข้างหน้ามันจะหมดไป ดังนั้น การปรับตัวตรงนี้จะทำให้ไปยืนอยู่ในอนาคตของสื่อได้เพียงแต่ต้องมาซื้ออุปกรณ์ในการปรับระบบการส่งจากภาคพื้นดินมาสู่ดาวเทียมและมีเงินสำหรับการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียม นี่คือการปรับในด้านเทคนิค ส่วนการปรับในด้านคนก็จะต้องมีการจัดระบบในการทำงานเพราะเขาคงไม่สามารถทำรายการตลอด 24 ชั่วโมงได้เพราะฉะนั้นมี 3 ทางที่จะปรับคือ

1. ในคลื่นช่องสัญญาณดาวเทียมก็จะไม่ขึ้นพร้อมกันหมดทุกเขตแล้วก็จะให้มีการส่งเนื้อหาสนับสนุนกันระหว่างเขต
2. การพัฒนาคนให้ใช้เครื่องมือมากขึ้นคือการทำรายการเพิ่มจากเวลาเดิม
3. ต้องหาตัวแทนจากสถานศึกษา หน่วยงานราชการต่างๆ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจต่างๆ องค์กรอิสระในแต่ละพื้นที่หรือไม่ก็ต้องกำหนดรูปแบบ ดังนั้นถ้าเกิดดาวเทียมขึ้นมาได้ 3 ช่อง ก็หมายความว่าช่อง 11 ก็จะมีเพื่อนอีก 3 ช่องขึ้นมาแต่เพื่อนอีก 3 ช่องส่งในระบบดาวเทียมวันหนึ่งก็ต้องปรับช่อง 11 ให้ส่งดาวเทียมถ้าคิดแล้วว่ามันมีคนรับทางภาคพื้นดิน การลงภาคพื้นดินก็จะสูญเปล่า มันก็จะเกิดอนาคตต่อไปคือ จะมีทีวีดาวเทียมจาก 3 บวกช่อง 11 อีกหนึ่งเป็น 4 แล้วก็จะมีย่อยๆ ไปแต่สิ่งที่จะต้องทำก็คือ การพัฒนาเนื้อหาเกี่ยวกับคนในส่วนของวิทยุเป็นโจทย์ที่ค่อนข้างหนักเพราะคนฟังวิทยุมีจำนวนน้อยลงเพราะฉะนั้นวิทยุจะต้องกำหนดลักษณะพิเศษคือ ต้องเอาข้อดีของวิทยุก็คือฟังได้ทุกที่และใกล้ชิดตัว เพราะฉะนั้นการกระจายวิทยุในส่วนที่เป็นข้อมูลข่าวสารใกล้ชิดตัว โดยเฉพาะเรื่องเหตุด่วน เหตุร้าย วิทยุจะต้องเน้นประเภทนี้มากกว่าข่าวประเภทเพื่อสร้างหรือข่าวเพื่อการรับรู้

2. นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์มีเว็บไซต์ ตั้งแต่ปี 2545 การทำเว็บไซต์ ของกรมประชาสัมพันธ์แต่เดิมเป็นแบบไม่มีหลักการ จึงทำให้ต่อยอดในการพัฒนาไม่ได้ เคยของงบประมาณไปเพื่อปรับปรุงตรงส่วนนี้แต่ว่าไม่ได้เพิ่มมาได้ตอนปี 2552 งบประมาณหนึ่งมาทำ server แยกออกเป็น 2 ชุด เมื่อ server ตัวหลักล่มก็จะมี server ตัวสำรองสามารถทดแทนได้บางส่วนที่สองก็จ้างบริษัทที่มีความชำนาญในเรื่องของการทำสถาปัตยกรรมเว็บไซต์เข้ามาวิเคราะห์เว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์และเข้ามาแก้ไขคิดว่าคงจะเสร็จภายในเดือนมีนาคม

หรือเมษายนนี้ เว็บไซต์ใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ นอกจากจะรองรับเรื่องของเนื้อหาแล้ว ก็จะรองรับในเรื่องของสื่อรูปแบบใหม่ใหม่อีกด้วย จุดอ่อนของเราก็คือว่า เว็บไซต์ถ้าแยกออกเป็นกลุ่มของผู้ใช้ก็จะเป็น

- กลุ่มวิทยุ 120 ว่า เว็บไซต์
- กลุ่มทีวี
- กลุ่มประชาสัมพันธ์จังหวัด
- กลุ่มสำนักข่าว
- กลุ่มหน่วยงานภายในของกรมประชาสัมพันธ์

ในการทำเว็บไซต์ใหม่นี้จะเป็นลักษณะของ CMS (Content Management System) ก็คือจากเดิมหน่วยงานในต่างจังหวัดจะป้อนข้อมูลเข้าเว็บไซต์จะต้องใช้ความรู้ ความสามารถ แต่อันใหม่นี้เจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถก็ทำตรงนี้ได้ ในการทำตัวนี้ บริษัทที่จัดทำเว็บไซต์ก็จะต้องทำเว็บไซต์ที่เป็นหน้าหลักของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นรูปแบบใหม่ ส่วนเว็บไซต์ที่เป็นลักษณะของเว็บไซต์สื่อ วิทยุ ก็อยู่ในรูปแบบเดียวกันชุดหนึ่ง ได้แก่

- ทีวี ชุดหนึ่ง
- สำนักข่าว ชุดหนึ่ง
- ประชาสัมพันธ์จังหวัดชุดหนึ่ง
- ประชาสัมพันธ์เขต ชุดหนึ่ง เป็นรูปแบบเดียวกันโดยใช้ลักษณะนามสกุลแบบเดียวกัน

ข้อดีก็คือว่าแบบเดิมเราใช้เครื่องมือ ในการทำเว็บไซต์มันหลากหลายมันค่อนข้างยากในการที่จะควบคุมระบบที่จะแปลกปลอมเข้ามาทำลายโจมตี เว็บไซต์หลักของเราด้วยสังเกตว่าระยะหลังมีหลายเขต หลายหน่วยที่ใช้เครื่องมือที่เป็น open soft ก็จะนำเอาตัวหนอนเข้ามาเพื่อที่จะทำให้เว็บไซต์เราล่ม ในอนาคตถ้าเว็บไซต์อยู่ในรูปแบบเดียวกันเราก็จะใช้ firewall ที่เราใช้ policy ที่กำหนดที่จะเข้ามาโจมตีของเราค่อนข้างง่ายแล้วเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติก็จะง่ายขึ้น ณ ขณะนี้เว็บไซต์ตัวหลักเริ่มเป็นรูปเป็นร่างแล้ว แต่รูปแบบแต่ละหน่วยงานเราก็พาเจ้าหน้าที่ออกไปสอนการทำเว็บไซต์แบบใหม่ที่แรกก็ไป จ.สุราษฎร์ธานี คิดว่าในอนาคตถ้าแต่ละหน่วยงานสามารถที่จะใช้รูปแบบเดียวกัน มันจะยากก็ตรงขั้นตอนการทำ graphics แค่นั้นเอง ถ้าถามว่าเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์จะเป็นเว็บไซต์อะไร ตามนโยบายของอธิบดีท่านต้องการคือ

1. ให้เว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์ มีความเข้มงวดและสามารถที่จะร่วมประสานกันในการเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่ตรงจุด ซึ่งทางเว็บไซต์ก็ไม่มีมีความก้าวหน้าก็อยู่กับที่เฉย ๆ สามเหตุที่เราไปตรวจพบก็คือว่าแต่เดิมนั้นหน่วยงานนั้นมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถทำอยู่แต่พอเจ้าหน้าที่ย้ายไป งานก็หยุดเดิน แต่เมื่อเปลี่ยนลักษณะของเว็บไซต์ให้เป็น CMS ง่าย ๆ แบบนี้ ก็ไม่จำเป็นต้องมีความรู้อะไรเพื่อแต่ป้อนข้อมูลเข้าไปก็จบ

2. ในลักษณะเว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์ก็ได้มีการตั้งคณะทำงานขึ้นมาชุดหนึ่ง ประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่ของสำนักข่าว, โทรทัศน์ช่อง 11, อสมท. และหน่วยงานที่เป็นหลักไม่ว่าจะเป็นสำนักประชาสัมพันธ์ต่างประเทศก็เข้ามาประชุมกันว่าทิศทางเว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์จะเดินไปในทิศทางไหน ส่วนหนึ่งก็ได้ทำไปแล้วและก็ได้รายงานผู้บริหารไปในบางส่วนแต่เราก็มองอยู่ด้านเดียวคือ ด้านคนภายในมองเราจึงได้เชิญผอ.สารสนเทศของกรมศิลปากร ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้าน website มาดู web เราก็พบว่าหลาย ๆ เรื่อง web ของ กบไม่สามารที่จะทำได้แต่เขาก็ได้ให้ประโยชน์กับเราเยอะไม่ว่าจะเป็นการใช้ลักษณะของรูปแบบใหม่ก็คือว่าแบบเดิมจะใช้ลักษณะคล้าย department store ตั้งขายอยู่กับที่แต่ในขณะที่เดียวกันคนนอกบอกไม่ใช่ มันจะต้องเข้าไปหาชุมชน ก็คือว่าในตอนนี้อยู่ในชุมชนเข้านิยมไปอยู่กันตรงไหนเราก็เอาสินค้าไปขายตรงนั้นด้วย ก็คือลักษณะที่เราใช้ face book, twister เราก็เข้าไปพร้อมกับเขาก็คิดว่าเป็นแนวความคิดที่ดีที่คนนอกเขาแนะนำหลังสุดกำลังประสานที่จะเอา คุณอังกูรฯ มาคุยกับเราด้วยแต่ในขณะที่เดียวกันเราก็เจอปัญหาว่าคนพวกนี้เขาเก่งมากเมื่อเขาแนะนำแล้วเราเกิดทำไม่ได้เขาก็จะเบื่อบ้างแต่เพราะบางเรื่องราชการทำไม่ได้ ก็เลยคุยกับทางสำนักข่าว สำนักข่าวก็บอกว่า web ของ กปส. จะต้องเป็น web ข่าวแต่เราบอกว่าไม่ใช่คือ web ของ กปส. จะต้องเป็น web กลาง คือเป็น web information แล้วก็ต้องแยกออกเป็น web ภาษาไทย และ web ภาษาอังกฤษ ซึ่งเรามีสินค้าคือ วิทย์ โทรทัศน์ สำนักข่าว สถาบันฯ พวกนี้คือสินค้าที่ต้องโชว์ แต่ในขณะที่เดียวกันใน web เองก็จะแยกเป็นลักษณะเฉพาะภายนอกหรือภายในด้วยก็คิดว่าเอาโครงสร้างแบบเดิมแต่สถาปัตยกรรมก็คือเข้าไปแล้ว ไม่วุ่นวาย ไม่เกิน 3 click ต้องได้ข้อมูลและง่ายที่จะค้นหาข้อมูลในส่วน web ของ กปส. ตรงนี้อยู่ในระหว่างที่กำลังจะพัฒนาไปสู่สถาปัตยกรรมของ web ที่เป็นมาตรฐาน

ในส่วนของ New Media ที่จะเข้ามาเสริมของ web เนื่องจากว่ามี web ที่เป็น sub domain ที่เป็นของวิทย์ และโทรทัศน์เพราะฉะนั้น วิทย์ โทรทัศน์ ที่ใช้ความถี่ธรรมดามันก็สามารถมาดู มาฟังใน web ได้ อันนี้ คือสิ่งหนึ่งที่เรากำลังใช้บริการเพราะ web สามารถไปได้ทั่วโลกก็ทำไปแล้วตั้งแต่ปี 2551 เรามี website ที่เป็นวิทย์ทั้งหมด 120 กว่า web แต่ในขณะที่เดียวกัน web ของ กปส. ที่เป็นวิทย์ไม่ก้าวไปถึงการใช้ SMS มาขอรายการได้ไม่สามารถร่วมคุยกับผู้จัดรายการได้ web ใหม่ที่เราได้ขอให้บริษัททำ c-blog เพื่อให้คนที่อยู่ต่างประเทศที่ไม่ได้อยู่ในท้องถิ่นสามารถที่จะเข้ามาคุยกับผู้จัดรายการได้ ตรงส่วนนี้คิดว่าถ้าทำสำเร็จ web ที่เป็นวิทย์ online on internet ก็สามารถบริการคนที่อยู่ต่างประเทศได้ แต่เดิมมีคลื่นความถี่ shortwave ซึ่งบริการภาคภาษาต่างประเทศของ อสมท. 7 ภาษา ขณะนี้จริงๆ แล้ว shortwave ก็ไม่ได้ใช้ ก็เลยแนะนำให้ อสมท. เขาใช้ตรงนี้แต่ว่าเจ้าหน้าที่ไม่ชำนาญในเรื่องของคอมพิวเตอร์แต่ตอนนี้เราเริ่มมาดูไม่ว่าจะเป็นผังข่าว New Media เราต้องทำให้ได้แต่ในขณะที่เดียวกันเราอยากจะเอา web หลักของ กปส. ให้แข็งแรง

เราได้มีศึกษาตัวอย่างจาก อสมท. อสมท.เขาจะมี วิทย์ โทรทัศน์ สำนักข่าวไทย New Media ของเราเองเราก็อยากจะแยกก็คือเข้ามาในหน้า web กลางแล้วอยากจะดูในเรื่องข่าว ก็ไปสำนักข่าว อยู่ฟังวิทยุก็ไปวิทยุ

ส่วนทีวีในอนาคตเราคิดอยากจะทำ TV online ให้ได้ครบทุกเขต แต่ถ้าอยากจะทำภาพรวมของ กปส. ถ้าให้เข้ามาที่ web หน้าหลักของเราจะมีทั้ง Version ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ conten ของ website กปส. จะเน้น information แต่เราอยากจะทำวิทยุ ทีวี ให้เหมือนของ อสมท. คือถ้าสังเกตดี ๆ วิทยุเองรูปแบบเหมือนกับประชาสัมพันธ์ จังหวัดแต่จริง ๆ ไม่ใช่วิทยุเองก็ควรจะขายของตัวเองว่าตัวเองมีจุดเด่นอะไรบ้าง คุยกับลูกค้าของตัวเอง โทรศัพท์เองก็ต้องมาโชว์รายการของเขาว่ามีรายการอะไรที่น่าสนใจในแต่ละวัน ตรงนี้เราต้องตั้งคณะทำงาน ขึ้นมาเพราะทุกวันนี้เราไม่มีหน่วยงาน ไม่มี web editor หรือศูนย์ บก. ที่จะมาทำตรงนี้ ตอนนี้เราใช้นักวิชาการ คอมพิวเตอร์ มาทำคนเหล่านี้ไม่ได้เรียนเกี่ยวกับเรื่องของการที่จะทำ content เหมือนกับพวกทางวารสารศาสตร์

ในเรื่องของ information ของ กปส. จะเป็น information ของเราส่วนหนึ่งคือหน้าของเราเปอร์เซ็นต์ที่จะแบ่งมันจะเป็นการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเราแล้วเราเอาสินค้าที่เป็นไฮไลท์ไม่ว่าจะเป็นสำนักข่าวขึ้นมา โชว์ และจะมีการเสริมในเรื่องของประชาสัมพันธ์ เรื่องของวิทยุ ทีวี ว่าคืนนี้มีรายการอะไรบ้าง ในขณะเดียวกัน การ information เราอยากจะมีลูกค้าของภาคราชการและภาคเอกชนเข้ามาพร้อมกับเรานั้นจะมีหน่วยงานอยู่ หน่วยงานหนึ่งที่เป็นตัววัดความสำเร็จของเราคือ truehit เมื่อเทียบกับ web ของ อสมท. เขาจะมี web เดียวแต่ กปส. มีหลาย web ทำให้ควบคุมลำบาก

ขณะนี้ website ของ กปส. ได้รับความนิยมนแต่ละกลุ่ม (ข้อมูล ณ วันที่ 16 มีนาคม 2553) ดังนี้

- เมื่อเทียบกับหน่วยราชการในกระทรวงสำนักนายกรัฐมนตรี www.prd.go.th อยู่ลำดับที่ 1
- เมื่อเทียบกับส่วนราชการทั่วประเทศ www.prd.go.th อยู่ลำดับที่ 6
- เมื่อเทียบกับ website ทั่วไปในประเทศ www.prd.go.th อยู่ลำดับที่ 252

3. นายไพศาล เฟ่งพิศ ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว 4. นายชาติชาย รำพึง ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว และ 5. นายสมภพ จันทรพิภพ ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ กลุ่มบรรณาธิการข่าว ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว

website ที่มี tv on internet social network มีปัญหาด้าน support ซึ่งการพัฒนา website มีความเสี่ยง ด้านการทำหน้าเว็บ ระบบล่มคือความสูญเสีย เพราะ prd ไม่มีระบบสำรอง ผูกติดกับ tot ตัวเดียว การ backup ข้อมูล ต่างกับ cnn inn manager

เรื่อง content และ support new media มีปัญหา คือ 1. ความไม่เป็นเอกภาพ ไม่มีรูปแบบที่เป็นกลาง ต่างคนต่างทำ 2. ไม่เคารพในความคิดของการนำเสนอ 3. ด้านเทคนิคที่ถูกต้องจะทำให้การเชื่อมโยงข่าวสารดีขึ้น ตัวอย่าง การเชื่อมโยงระบบ two way soft station การ back up ที่ดี เรื่องระบบล่มไม่สามารถทำงานต่อเนื่องได้

รวดเร็ว มอง new media ของส่วนข่าวฯ จะเป็นสิ่งใหม่ๆ อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่ วิทูรย์ หนังสือพิมพ์ และต้องใช้นวัตกรรมใหม่

ขณะที่กำลังมองคู่กันไปว่า new media ในฐานะตัวเผยแพร่ กับ internet ที่ใช้ support การทำงานที่เชื่อมโยงมาอยู่ในจอเดียวกันปัญหาคือ ด้านเทคโนโลยี ด้านการวางระบบ support content ควรจัดตั้งระบบกลางแยกเป็น technology คือ Hardware ,softwareคือ ระบบ และ content สำหรับ Hardware ควรมีระบบเชื่อมโยงภายนอก มี back up ที่ดี ไม่ผูกติดกับผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง Technology ควรบริหารจัดการข้อมูลเอง เพิ่มช่องทางในรูปแบบต่างๆ เช่น tweeter facebook text และ Icon เครือข่าย NBT และสำหรับ content มีข่าวเพียงพอ ส่วนภูมิภาค 75 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 210 สถานี รวม 280 + ส่วนข่าว 150 ข่าวควรเพิ่มช่องทางการนำเสนอ

มองเรื่อง new media website new media prd ควรจัดหมวดหมู่ icon ให้เป็นระบบ เมื่อเทียบกับ website อื่น เรื่องความถูกต้องไม่เป็นสองรองใคร ความเร็วในการนำเสนอใช้ได้แต่ขาดเรื่องการจัดการ content การกระจายข้อมูลในรูปแบบต่างๆที่มีอยู่ในมือ 1. การบริหารจัดการ content ด้วยวิธีใด 2. การบริหารจัดการ technology ด้วยระบบเชื่อมโยง 3. การหาพันธมิตรเพิ่มเติม เช่น facebook tweeter หรืออะไรก็ตามเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของกรมฯกระจายได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงลูกข่าย NBT 20 ช่อง ในส่วนของ old media เชื่อว่ายังไม่ตายแน่นอน

prd ควรบริหารจัดการแบบแยกส่วน คือของเก่าการเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่า ขณะเดียวกัน new media จะเป็นส่วนส่งเสริมให้สื่อของ กปส.ก้าวไป ซึ่ง อปส.(กฤษณพรฯ) พูดถึงถึงข่าวบ่อยมาก ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา กปส.ไม่มีถึงข่าวจาก สทท., สวท, สนข. มีการเชื่อมโยงกันอยู่ในระดับหนึ่ง แต่ไม่สามารถ synergy กันได้ ควรมีงานหน่วยพิเศษเป็นผู้จัดการ และ กปส.ไม่เคยมีแผนงานที่จะรองรับตรงนี้ การพัฒนาบุคคล ระบบอื่นๆ ตามระบบราชการ 2. กปส. มีข้อจำกัดในการจัดการด้านนี้ หากมีแผนงานรับคนเข้าใหม่เข้ามาจะทำได้ เพราะในส่วนบริหารองค์กรน่าจะทำได้ ส่วน content ก็ทำไปป้อนให้ตามระบบ เพราะมีอยู่แล้ว 3. ความเสี่ยงอีกประการคือ content ที่มีเป็นลูกจ้างทั้งหมด ซึ่งเสี่ยงกับความสูญเสียในขณะนี้

6. นางสาวอริยญา เกตุแก้ว ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ กลุ่มบรรณาธิการข่าว ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว

ปัจจุบันที่ทำ website เป็นเรื่องธรรมดา ที่ผ่านมาก็คือการทำ tv on internet ภาษาไทย และ eng ความสมบูรณ์ ยังไม่ life ยังไม่ 100 % ยังช่วงข่าวต้นชั่วโมง ยังเป็น clip อยู่ นี่คือของ prd แต่ monitor ของ CNN BBC voice เป็น new generation techno อยู่มาก cnn ไม่มีข้อจำกัด เหมือน prd cnn ดึงจากตัว tv มาเป็น vdo ได้เลย แต่ยังไม่ไปถึง tv on demand และมีเทคโนโลยีวางไว้หมดแล้วปัญหาคือจะทำอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพเพราะยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับ องค์กรเรา ตัวอย่างคือ สำนักข่าว ตามที่ อปส. (อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์) มีนโยบาย

คณะทำงานมีถึงข่าวผลิต content ให้เยอะ อามาลงถึงcontent สามารถดูย้อนหลังเมื่อไรก็ได้ไม่มีข้อจำกัด ทีมงานเราได้คุยกับ อปส. เรื่องข้อมูลจาก com มีข้อจำกัด การรับข้อมูลถูกซ้อนกันอยู่ แต่การสื่อสารข้อมูลไม่ได้บริหารจัดการ แต่ปัจจุบันภารกิจไม่ชัด หาก สนข. ต้องทำ หรือบริหาร content หากต้องรับผิดชอบตรงนี้ เข้ามาก็ต้องมีการประชุมโต๊ะข่าว content ที่จะออกไปเป็นอย่างไร monitor อย่างไร

การบริหาร content มันต้องมีถึงกลาง อย่าง NBT ซึ่งเป็นคนบริหารเอง ส่วนกลางควรบริหารข้อมูลเอง ทวีวี วิทยุ ก็ดึงข้อมูลไป ถ้าวางกัน Internet ก็แยกส่วนไป ทวีวี วิทยุ ก็ควรจะลง content กลางไป outlet ต่างคนต่างรับผิดชอบตามส่วนของตัวเองไป สำหรับ Technology สมัยใหม่ Internet facebook tweeter วิทยุชุมชน cable TV หรืออะไรก็ได้ที่เป็นสื่อผสมสมัยใหม่ และ new creating ก่อนข้างจะเป็น new media เรื่องบทความเรื่อง โฆษณา creating advertising ก็เป็น new media

ความคาดหวังในการนำเสนอข่าวเราต้องมีการตรวจสอบข้อมูลในความถูกต้อง ต้องเป็นความจริง ที่วีวิทยุ ต้องมี on file reporter ของเรา ข้อดี คือข่าวหลัก ที่วีออก นอกจากนั้น more Information จะลงถึงข่าวไปเรื่อยๆ อยากเห็น website ของ prd เพิ่มเติมนโยบายแรกของ อปส.ต้องการให้เป็นหนึ่ง ที่เป็นอย่างไรเพราะเราสวมหมวก 2 ใบ เป็นภารกิจกรมฯ ไปรับ banner มา แต่พอหาที่ลงก็ไม่ได้ เราต้องประชาสัมพันธ์ให้คนอื่น แต่ในขณะเดียวกันตัว content เราจะเอาไว้ไหน เสนอว่า กปส.ควรยึดจุดยืนของตัวเองว่าจะเป็นอย่างไรตัวอย่าง thaigov โดยหลักการ Internet เวลาที่ search หาข้อมูล อะไรก็ต้องการหาข้อมูลนั้น โดยตรง ไม่ควรติด banner อีก ถ้าดูจากตัวเลขการเข้ามาที่ สนข. เป็นอันดับ 1 content ของ อสมท. โครงสร้างคล้ายๆเรา แต่มีข้อมูลอย่างอื่น ก่อน back end ข้างหลัง อยู่ที่ว่าเราจะเลือกอะไรมาเป็นจุดเด่นขององค์กร

7. นายณเรณทร์ อ่อนอินทร์ ตำแหน่งนายช่างไฟฟ้า ระดับชำนาญงาน ส่วนเทคนิค กลุ่มเทคนิคโทรทัศน์ สำนักข่าว

กปส. ได้มีการพัฒนา tv on demand voice tv ทั้งไทย + อังกฤษ ก็จะเกิดขึ้น คาดว่าอีกประมาณ 1-2 สัปดาห์ ทำผังรายการดูได้ทั้งหมด เป็น life 24 ชม. ในส่วนที่เป็น cmn ทำระบบหมดแล้ว อยู่ระหว่าง training ตัวที่วางไว้คือเชื่อมต่อได้โดย ข่าวที่ได้รับมาพร้อมที่จะดึงได้ทันที ขึ้น tv on internet เหลือ training คน technical วางไว้หมดแล้ว การทำ content คนต้องปรับใหม่ต้องมาเรียนรู้ แนวทางที่วางไว้จริงๆ แล้วของกรมฯ ยังแยกกันอยู่ ทั้งวิทยุ ทวีวี สนข.แต่ที่วางพิมพ์เขียวไว้ทุกอย่างสามารถจอยกันได้ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียงทั้งหมดทุกถังข้อมูลสามารถเชื่อมต่อกันเลยได้ในปีหน้า ในส่วนนี้ถือว่าเป็นข้อมูลกลาง แต่ new media ไม่มีข้อจำกัดว่าจะเป็นอย่างไร หมายถึง การสื่อสารว่าเป็น wifi เป็นลักษณะของสื่อไร้สาย เป็นโครงข่ายคล้ายรังผึ้ง เทคโนโลยี คือถึงใหญ่ๆซึ่งจัดระบบถึงที่ 2. มีระบบเชื่อมโยงโดยเอาถึง ทวีวี วิทยุ จากที่อื่น ปชส. มาเชื่อม 3. ระบบการส่งข้อมูลมาท่อน นอกจากนี้มีอะไรใหม่ ระบบการสื่อสารภายใน ให้ผ่าน IT หมดระบบการจัดการ content ปัจจุบันมีกระบวนการ content นำเป็นห่วงกว่า technology เพราะต่างคนต่างทำ เช่น ข่าวเดียวกัน ทวีวี วิทยุก็ทำ ไม่ได้ออกจากส่วนกลางแล้วกระจายออกไป

กปส. ควรมีบริหารข้อมูลกลาง ถ้าถามว่า 2 ส่วนเรทร่วมกันหรือยัง ตอบว่ายัง การแยกกันทำงานไม่มีปัญหา ในส่วนหน้างานของตัวเองก็ทำไปเป็นจะทำมาจากส่วนกลาง ซึ่งตรงนี้ยังไม่เกิดขึ้น ก่อนหน้านี้ที่ร่วมกันทำก็ไม่มีปัญหาอะไร แต่ควรเป็นเป้าเดียวกัน

นิยาม new media ในยุคแรกๆ ถูกมองว่าเป็นสื่อ Internet ในแง่ของ สนข.การตอบสนอง แบบ Inter active เช่น วิทยุ สามารถตอบโต้ได้กับ admin ความเร็วควบคุม materiel ไม่ได้ การนำเสนออย่างรวดเร็ว ความเร็วช้ากว่าวิทยุ ไม่เกิน 10 นาที สามารถทำ content ใหม่ได้ทันที มองคล้ายกับว่า staff ของ new media ไม่จำเป็นต้อง on sim reporter ในส่วนของ ทวี วิทยุ ทำไม่ได้ เราต้องไปทำเอง

8. คุณนิรันดร์ เยาวภาว บรรณาธิการข่าวเว็บไซต์ บริษัท เอเอสทีวีผู้จัดการ จำกัด

New Media มันคืออีกขั้นหนึ่งของเทคโนโลยีสื่อเมื่อก่อนจะเป็นกระดาษ หนังสือต่อมาพัฒนาเป็นเทคโนโลยีเสียง และภาพในแบบอะนาล็อก (Analog) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ถือว่าเป็น Old Media New Media ที่แท้จริงคือเทคโนโลยีดิจิทัล computer คือเทคโนโลยีการเก็บข้อมูล การกระจายข้อมูลในรูปแบบของรหัสดิจิทัลเดิมใช้เฉพาะในเรื่องของทางวิชาการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ต่อมานำมาใช้กับสื่อก็คือ computer ซึ่งก็มี internet โทรศัพท์ยุคดิจิทัล, sms ,mms รวมทั้งบรรดา file computer ต่างๆ file ภาพ video clip, dvd อีกลักษณะหนึ่งก็คือ interactive คือ ตอบโต้ทั้ง 2 ฝ่ายได้ นี่ก็คือ New Media บางประเทศที่พัฒนาแล้วก็มีทีวีดิจิทัลให้คนดูได้เลือกได้ในรูปแบบดิจิทัลหรือเรียกว่า TV on demand พวกร Facebook, Twister หรือ hi-5 ก็ถือว่าเป็น New Media ซึ่งกำลังจะมีบทบาทมากขึ้นทำให้คนได้มีส่วนร่วมมากขึ้น ทำให้คนธรรมดาสามารถทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวได้ด้วย การเกิดขึ้นของ New Media ทำให้ผู้รับข่าวสารมีช่องทางได้รับข่าวสารได้หลากหลายรวดเร็วมากขึ้น ถ้าเป็นสื่อแบบ Old Media คือ one to many หมายถึง จากสถานีหรือสำนักข่าวไปยังผู้อ่านได้หลายคน แต่ถ้าเป็น New Media คือ many to many หมายถึง จากคนรายงานข่าวหลายคนไปสู่ผู้รับผิชอบอีกหลายๆคน

ในส่วนของ website ผู้จัดการ ที่มีผู้เข้าไปดูเป็นจำนวนมาก อันดับแรกเลย คือเป็นผู้ที่เริ่มทำก่อนคนอื่น และอีกส่วนหนึ่งมาจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารและทาง website จะมีการ update ข่าวระหว่างวันและยังมี Multimedia เข้าไปมีภาพเคลื่อนไหว มีคลิปเสียงและยังเปิดให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้ด้วยทำให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนเขียนข่าวกับคนอ่านข่าว ในการจัดรูปแบบหน้าก็มีผลอยู่บ้างโดยดูจาก website ของต่างประเทศแล้วนำมาเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เข้ากับนิสัยคนไทยเพราะนิสัยคนไทยคือ ถ้าข่าวไหนไม่อยู่ในหน้าแรกก็จะไม่คลิกเข้าไปอ่านดังนั้นทุก section จะต้องมียุ่ข่าวของตัวเองเป็นหน้าแรกในส่วนรูปแบบหน้า website ตอนแรกก็เปลี่ยนบ่อยแต่ตั้งแต่ปี 2547 ก็ใช้รูปแบบเดิม

วิสัยทัศน์ในส่วนของ Old Media คิดว่าคงจะหมดไปแต่อาจใช้เวลาอีกนานเนื่องจาก Old Media ก็ยังมีความคุ้นเคยกับคนอยู่ อย่างเช่น วิทยุก็เป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายคิดว่าก็ยังคงมีอยู่เพียงแต่วิทยุอาจจะเป็นการบริการเฉพาะกลุ่ม เช่น วิทยุชุมชนก็จะมีกลุ่มคนที่ติดตามอยู่ วิทยุจะเป็น group media อาจจะไม่ใช่ mass media

9. คุณวรรณลักษณ์ สุจริต บรรณาธิการบริหาร ฝ่ายบรรณาธิการข่าว สำนักข่าวไทย บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)

ในส่วนของการบริหาร website ของ อสมท. เนื่องจาก อสมท. มีสื่อหลายชนิดแยกเป็น 3 section ใหญ่ๆ ตามหน่วยงานคือ 1.news 2.โทรทัศน์ 3.วิทยุ

กระบวนการของ new media มีวิธีการทำ คือ

1. Clip tv. คือภาพเคลื่อนไหวทั้งหมดซึ่งจะ capture ภาพจากโทรทัศน์แล้วเอามาขึ้นประกอบกับ script ข่าวที่เป็น text
2. Text เอามาจากscript ข่าว
3. Audio clip เป็นข่าวต้นชั่วโมงวิทยุ ก็จะมีหัวข้อข่าวและมีเสียงผู้ประกาศของทางสถานีอ่าน ส่วนหัวข้อข่าวเอามาจาก script หัวข้อข่าวที่ผู้ประกาศใช้อ่านนำมาเป็นเนื้อข่าว ส่วนข่าวต่างประเทศจะมีเนื้อข่าวเป็น text เพราะมี script ข่าว

ในเรื่องของ Interact จะระมัดระวังมาก เนื่องจาก อสมท.เป็นสื่อของรัฐผลกระทบค่อนข้างสูงถึงแม้ว่าปัจจุบันคนจะชอบ Interact มากแต่ก็ยังไม่กล้าทำเพราะคำนึงถึงผลกระทบที่มันเกิดถ้ามันรุนแรงอาจทำให้เสียหายได้

เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่าง อสมท.กับหน่วยงานอื่น ในด้านความรับผิดชอบมีความรับผิดชอบมาก แต่ อสมท. เป็นธุรกิจจะไปเชื่อมโยงกับคนอื่นก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์

ในฐานะที่เป็น website ขอดนิยมนิยมนี้นี้บริหารจัดการคือเราจะไม่ใช้ข่าวจากที่อื่นเลยจะใช้ข่าวของเราเองจะใช้ข่าว primary source เท่านั้นที่ไม่เอาข่าวจากที่อื่นก็เพราะว่าเราเป็นสำนักข่าวไทยและข่าวเกือบจะทุกข่าวนั้นมีความ sensitive จะต้องตรวจเช็คให้ดีแม้แต่กับตัวนักข่าวเอง

10. ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ มีจุดเด่น ที่เป็นเว็บไซต์ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) ข้อมูลข่าวสารในหน้าเว็บไซต์มีเป็นจำนวนมาก และเปิดโอกาสให้มีการ “ส่งข่าวฟรี” สร้างเวทีและเป็นช่องทางการสื่อสาร แต่มีข้อด้อยที่เว็บไซต์หน้าแรก (โฮมเพจ) ยังขาดความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร การออกแบบเว็บไซต์ในแนวดิ่งมีพื้นที่ข้อมูลให้เลื่อนขึ้น-ลงมากเกินไป การใช้ประโยชน์จากแถบข้าง (side bar) ทั้งด้านซ้ายและขวาน้อยเกินไป

ดังนั้น จึงควรปรับปรุงโดยกำหนดสี ตัวอักษร การออกแบบไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างลักษณะเด่นเว็บไซต์ องค์กรดพื้นที่แนวดิ่ง แต่เพิ่มข้อมูลในแนวขวางแทน เพื่อความสะดวกต่อการใช้งาน การกำหนดหัวข้อเรื่อง ควรใช้คำสั้น กระชับและมีขนาดตัวหนังสือที่อ่านง่าย สิ่งสำคัญคือควรตรวจสอบความสดใหม่ของข้อมูลให้เป็น ปัจจุบันและทันสมัยอยู่เสมอ

11. รศ.ดร.พรจิต สมบัติพานิช คณบดีคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เว็บไซต์ กรมประชาสัมพันธ์ มีลักษณะดูเป็นทางการ น่าเชื่อถือ มีเนื้อหาและรูปภาพที่ดี และมีการ link เชื่อมโยงเพื่อเข้าสู่เนื้อหารายละเอียดดีข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มหัวข้อ Q&A ในกรณีที่ต้องการถามคำถาม เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์และเพิ่มการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นให้มากขึ้น

12. รศ.วันทนี แส่นักดี คณบดีนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ มีข้อดีที่มีข้อมูลหลากหลาย ทั้งด้าน การเมือง สังคม เศรษฐกิจ \ เทคโนโลยี คณะรัฐมนตรีรวมถึงศูนย์ข่าวภูมิภาค แต่อยากเสนอว่าข่าวสังคมและศูนย์ข่าวภูมิภาคไม่ควรเสนอ ข่าวเรื่องการลัก ขโมย การฆ่ากันตาย การทำร้ายคน เพราะแค่ในหนังสือพิมพ์ก็มีมากเพียงพอแล้ว คนเบื่อ หนังสือพิมพ์หันมาพึ่งกรมประชาสัมพันธ์จะได้ไม่ต้องเจอข่าวสังคมแบบนี้

ข้อมูลบางอย่างบนหน้าจอไม่ Update เลย เช่น เกาะติดสถานการณ์ เทศกาลเที่ยวเมืองไทย ยังเป็นข้อมูล ปี 2552 อยู่ ขณะที่เปิดเป็นเดือนมีนาคม 2553 แล้ว

สำหรับหน้าเว็บไซต์ที่จะให้ลิงค์ข้อมูลที่อยู่ด้านล่างสุดนั้น บางเว็บไซต์น่าสนใจและจำเป็น ควรนำมา จัดไว้ด้านข้างเพื่อให้คนเห็นได้ง่ายจะดีกว่า เพราะบางคนอาจจะเปิดไม่ถึงส่วนสุดท้าย

บรรณานุกรม

อัปสร เสถียรทิพย์ “ความสนใจและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนของเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญา
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. นักข่าว 3.0 โจทย์หินสื่อไทย วันนักข่าว 5 มีนาคม 2553 ประจำปี
2552.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์. แผนงาน/โครงการพัฒนาประสิทธิภาพ
งานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารสนเทศ กรมประชาสัมพันธ์, กรกฎาคม 2551.

นายปราโมช รั้ววินิจ ผู้ตรวจราชการ สำนักงานกฤษฎามนตรี อธิบดีรองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์.
ผู้จัดการรายสัปดาห์, วันที่ 1 ธันวาคม 2548.

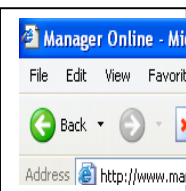
นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ. การประชุมสมาคมศิษย์เก่าสื่อสารมวลชนและคณะกรรมการสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ครบรอบ 4 ปี, วันที่ 16 พฤศจิกายน 2552.

<http://www.prd.go.th/>

<http://mcot-th.listedcompany.com/>

http://m.manager.co.th/s1000_obj/front_page/page/1246.asp)

<http://turehits.net>



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ – สกุล

นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์

วัน เดือน ปีเกิด

วันที่ 9 กันยายน 2497

การศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2520

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2540

ตำแหน่งงาน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี

การทำงาน

8 ธันวาคม 2551

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี

22 ตุลาคม 2551

ผู้อำนวยการกองกองการเจ้าหน้าที่ กรมประชาสัมพันธ์

สำนักงานรัฐมนตรี

31 มกราคม 2546

ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี

22 กันยายน 2540

ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานี

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานรัฐมนตรี