

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , คณะนิเทศศาสตร์ . การก่อตั้งและรูปแบบองค์กร
อุตสาหกรรม (สภาพตลาดของสื่อ). กรุงเทพมหานคร. 2539. เอกสารแปล
ประกอบวิชาการบริหารงานหนังสือพิมพ์ (อัคราเนนา)
บริษัทเนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน). สื่อมวลชนไทยในปี ค.ศ.2000 วารสาร
ภายใน,กรุงเทพมหานคร 6 สิงหาคม 2539.
บริษัทเนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2539.
กรุงเทพมหานคร.
บริษัทเนชั่น พับลิชซิงกรุ๊ป จำกัด (มหาชน). รายงานประจำปี 2534 .
กรุงเทพมหานคร.
ประมะ สตะเวทิน และคณะ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร.พิมพ์ครั้งที่ 4 ,สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2532.
พีระ จิรโสภณ. วิธีการวิจัยการสื่อสารมวลชน.กรุงเทพมหานคร (เอกสารอัคราเนนา) ,
2535.
ยุวดี มณีกุล. วัฒนธรรมองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์กับขีดความสามารถในการขยายธุรกิจข้าม
สื่อ ของบริษัทเนชั่นพับลิชซิงกรุ๊ป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชา
การหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2539.
ศศิยา วิจิตรจามรี . พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน , การวิเคราะห์
เดอะเนชั่นกรุ๊ป . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย , หนังสือพิมพ์ไทยในทศวรรษหน้า พิมพ์ครั้งที่ 1
กรุงเทพมหานคร , 2537
ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

- สุกัญญา สุดบรรทัด . Alvin Tofler Powershift. Knowledge .Wealth and Vioience at the Edge of 21 st Century . เอกสารประกอบการสอนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงวารสารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร, 2538.
- สมยศ นาวิการ. ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า , 2539.
- เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่อง เรื่อง การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร :บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด, 2540.
- สังศิต พิริยะรังสรรค์. ชนชั้นกลาง บนกระแสประชาธิปไตยไทย.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์คนหนังสือ, 2536.
- อัญชิสา พานิชศิริ. พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน . การวิเคราะห์บริษัทผู้จัดการ จำกัด (มหาชน) , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ภาษาอังกฤษ

- Denis Mcquail . Mass Communication Theory . 2 nd ed. (California : Sage Publication Ltd. 1987). pp. 141 - 142.
- Howard Herbert H . TV Station Group and Cross Media Ownership : A 1995 Update Journalism Mass Communication Quarterly . Vol .72 No. 2 .1995 , pp.390 - 401.
- Howard Herbert H. Group and Cross Media Ownership of TV Stations : A 1989 Update Journalism Quarterly , 1989. pp.785 - 793.
- Hodge , B.J. and Anthony , W.P. Organizationl Theory. 2nd ed. Mass: Allyn and Bacon , 1984.
- Johnstone H. Asian TV companies take lead in local content. Asian Business . Vol . 32 No . 10 .October 1996 , pp.26 - 36.
- Murdock , Cr. and Golding , P. For a political economy of mass communications. The Socialist Register 1973. London : The Merlin Press , 1974.
- Phone Frenzy. Business Week . No. 20 February 1995 , pp. 54 - 58.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

บทสัมภาษณ์ สุทธิชัย หยุ่น

ถาม เนชั่นได้ประโยชน์อะไรจากการข้ามสื่อ

ตอบ การข้ามสื่อของเนชั่น มันเกิดจากเรามีฐานข่าว มันเกิดจากเราในฐานะผู้บริโภคร่วม เราดูทีวี เราอ่านข่าว เราฟังวิทยุ เราคิดว่าน่าจะทำได้ดีกว่านี้ เมื่อทำหน้าที่พิมพ์อยู่แล้ว มีฐานข่าว มีนักข่าว มีกระบวนการของการ edit ข่าวอยู่แล้ว เราก็คิดว่ามันน่าจะออกไปวิทยุ ออกไปที่ทีวีได้

ถาม เป้าหมายเพื่อกระจายข่าวสาร

ตอบ เป้าหมายมันไม่ใช่ เรามองในฐานะเป็นผู้บริโภคสื่อ นอกจากเราเป็นคนทำหนังสือพิมพ์แล้ว เราก็เป็นคนดูทีวีด้วย ฟังวิทยุด้วย คุณภาพมันไม่ดีพอ เพราะ 2 สื่อนี้ในประวัติศาสตร์ถูกคุมโดยรัฐบาล โดยหน่วยราชการ ก็ไม่มีอะไรที่เจาะลึก หรือกล้าวิพากษ์วิจารณ์ หรือตรงไปตรงมา เราเจาะลึก เราวิจารณ์ เราเขียนกว้างกว่า ฉะนั้นเมื่อเรามาทำหนังสือพิมพ์ เราจึงต้องการให้อีก 2 สื่อนี้น่าจะมีเนื้อหาอย่างที่ประเทศอื่นเขามีกัน มีนักหนังสือพิมพ์ มีนักวิทยุและโทรทัศน์ ที่กล้าเอาเรื่องที่เจาะลึก ที่วิพากษ์วิจารณ์ได้ มาออกในสื่อวิทยุ และทีวี เพราะเราเห็นว่า คนที่ทำวิทยุและทีวีเดิม เขาเป็นข้าราชการ เขาไม่กล้าทำอย่างนี้ และเขาไม่ได้มีฐานข่าวอย่างนี้ เราก็เลยคิดว่าน่าจะทำก็เลยไปทำเท่านั้นเอง

ถาม มีเป้าหมายทางธุรกิจ

ตอบ มันไม่ได้เป็นธุรกิจ ไม่ได้แปลว่า เรามีหนังสือพิมพ์แล้วต้องมีวิทยุ ทีวี มันถึงจะครบวงจร ไม่มีเลย ไม่ได้อยู่ในความคิดเลยตอนที่เริ่มต้น ก็เพราะเราเป็นนักหนังสือพิมพ์ เราก็อยากเห็นทีวี และวิทยุเมืองไทยน่าจะมีข่าวสารที่ดีกว่านี้ แล้วเราบังเอิญมีโอกาสเราก็เข้าไปทำ ตอนนั้นเราเริ่มทำวิทยุก็เพราะว่า มีสงครามอ่าวเปอร์เซีย ปี 2533 และในวิทยุไม่มีใครมีข้อมูล หรืออธิบายว่ามันเกิดอะไรขึ้นให้คนไทยฟังง่ายๆ ชัดๆ ได้ วิทยุแห่งประเทศไทยก็เชิญผมไป บอกช่วยมาเล่าให้ฟังหน่อยได้ไหมว่าเกิดอะไรขึ้น เพราะช่วงนั้นมันมีข่าวทุกวัน ไม่ใช่เราสนใจเข้าไปครอบงำสื่อวิทยุ เข้าไปทำให้ครบ

วงจร มีทีวีด้วย มีวิทยุด้วย มีหนังสือพิมพ์ด้วย ไม่ใช่เลย

มันเกิดขึ้นเพราะบังเอิญเรามีข้อมูลอยู่ และด้วยความเป็นนักข่าวหนังสือพิมพ์ แล้ววิทยุบอกว่าช่วยมาอธิบายหน่อย เราก็ไป ทีวีก็เหมือนกัน เราเริ่มต้นก็อยู่ในช่วงอ่าวเปอร์เซียเช่นเดียวกัน ก็คือว่า ข่าวต่างประเทศเขามีอยู่แล้วก็ซื้อมา แล้วก็แปล แต่มันไม่สามารถทำให้เข้าใจได้ว่า มันเกิดอะไรขึ้น ทำไมอิรักต้องไปยึดคูเวต ทำไมจอร์จ บุช ทำไมอเมริกาต้องยกทัพมาที่นี่ ต่างๆนานา มันแปลว่าอะไร เราในฐานะนักข่าวหนังสือพิมพ์ที่ติดตามข่าว เราก็เล่าให้ฟัง ทางทีวี ทางวิทยุเท่านั้นเอง มันเกิดขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่า เรามีฐานข่าว และเราอยากให้คุณภาพทีวี วิทยุได้เนื้อหาคล้ายกับหนังสือพิมพ์ เหตุผลมันเกิดอย่างนั้นโดยสิ้นเชิง

ถาม แล้วจุดไหนที่ทำให้คิดจัดองค์กรใหม่ เพื่อทำงานนี้ให้เป็นเรื่องเป็นราว

ตอบ ก็เพราะว่างานมันมากขึ้น งานวิทยุมากขึ้น เราไม่ได้คิดขยายไปถึง ไอทีวี มีวิทยุเป็นของตัวเอง ตอนแรกไม่ได้คิดเช่นนั้นเลย แต่ว่าเมื่อคนฟังเราแล้วบอกว่าดี ชอบ โทรศัพท์เข้ามา บอกว่ามันครั้งๆไม่พอนะ แล้วรายการมันน่าจะมีเรื่องมากกว่า 1 เรื่อง มีความหลากหลายต่างๆนานา เราก็บอกว่า ถ้าอย่างนั้นก็ต้องรับคนเพิ่ม เวลาเพิ่ม เราก็ต้องหาเวลา เมื่อคนฟังชอบและอยากให้เราทำ เราชักสนุกแล้ว มีคนฟัง มีคนต้องการ เราก็ขยายเวลา ขยายเวลาเราก็ขยายคน ขยายคนก็ต้องไปหาเวลายาวกว่าที่วิทยุแห่งประเทศไทยให้เราได้ 1 ชั่วโมงบ้าง 2 ชั่วโมงบ้าง ซึ่งเป็นอย่างนั้นก็ต้องมีระบบของการบริหารขึ้นมา ใครทำงานกี่โมง ต้องมีค่าใช้จ่ายมากขึ้น เพราะเราทำงานมากขึ้น ส่งข่าวให้เราเข้าไปในรายการวิทยุ

ตอนนั้นผมไปทำรายการวิทยุแห่งประเทศไทย ก็ให้นักข่าวที่อยู่ในออฟฟิศ โทรตามสายโทรศัพท์เข้ามาแล้วออกอากาศ แล้วนักข่าวก็ต้องทำงานมากขึ้น ก็ต้องมีค่าใช้จ่ายจ่ายเขา มีค่าใช้จ่าย จ่ายเขา ก็ต้องมีรายได้ ก็ต้องโฆษณา บังเอิญเนชั่นก็มี เซลล์ขายโฆษณา ก็บอกว่าช่วยขายวิทยุหน่อยได้ไหม มันก็มีฐานเดิมอยู่ เริ่มต้นขยายฐาน เพราะมีความต้องการมากขึ้น และเราต้องทำสื่อ คนทำหนังสือพิมพ์ก็ทำวิทยุได้ด้วย ทำทีวีได้ด้วย

ถาม เป็นการใช้ฐานข่าว หรือทรัพยากรข่าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตอบ ไม่ได้เป็นประโยชน์สูงสุดในแง่ธุรกิจ สูงสุดในแง่ที่ว่า ถ้าเราต้องไปทำ เราต้องบริหาร ฐานข่าวให้ได้อย่างไร แต่ไม่ได้สูงสุดในแง่ที่ว่า เราลงทุนไปเท่านี้ ต้องมีรายได้มาเท่า นั้น กระจายให้มากที่สุดไม่ใช่ แต่มันตรงกันข้าม มันเกิดจากนักหนังสือพิมพ์ที่ทำงาน อยู่แล้ว เราทำสื่ออื่นเพิ่ม ก็ต้องบริหารเวลาตัวเองจากทรัพยากรที่มี มันกลับกันกับคน ที่บอกว่า ฉันต้องมีสื่อครบถ้วน แล้วมาใช้ทรัพยากรให้ได้สูงสุดทางธุรกิจ แต่เมื่อมัน เป็นอย่างนี้มากขึ้น เราก็ต้องไปหาทรัพยากรให้สอดคล้องกับการที่เรามีงาน

ถาม แต่การใช้ฐานข่าวเดียวกันออกไปในทุกสื่อ ความหลากหลายของข่าวจะลดลง

ตอบ ไม่เลย สมมติเราซื้อข่าวรอยเตอร์ ข่าวรอยเตอร์จะเข้ามาเหมือนเดิม เราทำหนังสือพิมพ์ อยู่เดิมก็คือ ข่าวรอยเตอร์ แต่เมื่อทำวิทยุมันเร็วกว่า สื่อแต่ละอย่างมันมีคุณสมบัติไม่ เหมือนกัน หนังสือพิมพ์ก็จะไปออกพรุ่งนี้ แต่เราก็ฝึกข่าวเดียวกัน เอาข่าวเดียวกัน ฉะนั้นมันไม่ใช่ว่า มันขาดความหลากหลาย แต่ละสื่อมันไม่เหมือนกัน หนังสือพิมพ์ คือความลึก อธิบาย วิเคราะห์ วิจัยคือความเร็ว ทีวีคือมีภาพและเสียงประกอบ ฉะนั้น ความหลากหลายคือวิธีการที่สื่อนำไปสู่ผู้บริโภค

ความหลากหลายของตัวเนื้อหา ไม่เป็นปัญหา เพราะไม่ใช่ข่าวเดียวกัน มี หลายเวอร์ชัน หรือหลายประเด็น แต่ข่าวเดียวกันนั้น สามารถผ่าน 3 สื่อนี้โดยเวลาที่ ต่างกัน แล้วแต่วิธีนำเสนอด้วย วิธีนำเสนอต่างกัน ประเด็นเดียวกัน คุณเขียน หนังสือพิมพ์ คุณใช้ประเด็นนี้ขึ้น แต่ออกวิทยุคุณไม่ได้ Lead เดียวกัน ไม่ใช่ประเด็น หลักเหมือนกัน

ถาม ในแง่บวกการข้ามสื่อของเนชั่นจะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น แต่ในแง่ของ องค์กรทั้ง 3 สื่อนี้จะแข่งขันกันเอง จะเป็นผลกระทบต่อองค์กรหรือไม่

ตอบ เป็นความห่วงใยในระยะเริ่มต้น ไม่ใช่เมืองไทยอย่างเดียว ที่อเมริกา ยุโรป เมื่อมีวิทยุ ทีวีเกิด เกิดก่อนเมืองไทยประมาณ 20 ปีด้วยซ้ำไป ความกลัวที่แรก คือว่า ถ้ามีวิทยุ ทีวี เขารู้หมดแล้ว ใครจะอ่านหนังสือพิมพ์ การปรับตัวก็เกิดขึ้น หนังสือพิมพ์ก็เงาะลึก มากขึ้น เป็นสิ่งที่วิทยุ ทีวีทำไม่ได้ ฉะนั้น ตัวหนังสือพิมพ์ทุกวันนี้ ยอดก็ไม่ได้ตก 20 - 30 ปีในยุโรป อเมริกา ทีวีเกิดมาอย่างน้อยก็ 50 - 60 ปีแล้ว การปรับตัว หนังสือพิมพ์ก็มีมาตลอด ไม่ได้เป็นงูกินหางตัวเอง ตอนแรกที่ทีวีออก วิทยุออกมี

ความกลัว แต่อย่าลืมว่า วิทยุเกิดมานานกว่าทีวี มาก วิทยุเกิดมาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 ตอนนั้นมีหนังสือพิมพ์แล้ว ฉะนั้นหนังสือพิมพ์ตอนนั้นก็กลัววิทยุมากกว่า เพราะเร็ว แต่ก็ไม่ได้กระทบ เพราะยังฟังวิทยุมาก ก็เกิดความอยากรู้อยากเห็นมากขึ้น อยากรู้อะไรเห็นหลายหลายมากขึ้น เคยฟังวิทยุบอกอย่างนั้น มันไม่ใช่มีง้อ อ่านหนังสือพิมพ์คิดว่า คนอื่นเขาคิดอย่างนี้หรือเปล่า

ถาม ถึงแม้พฤติกรรมกรบรโภคเปลี่ยนไป หนังสือพิมพ์ยังเป็นที่ต้องการ

ตอบ ใช่ ก็เพราะรูปแบบการนำเสนอมันต่างกัน หนังสือพิมพ์จะเป็นตัวที่อธิบาย วิเคราะห์ ดีความ

ถาม ซึ่งการที่ทีวี วิทยุเนชั่นพยายามนำเสนอข่าวในเชิงวิเคราะห์เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ ก็ยังทำหน้าที่ไม่ได้

ตอบ ใช่ ไอทีวี ก็พยายามทำ แต่จะไม่ได้เท่ากับหนังสือพิมพ์ อย่างไม่ได้ทำหนังสือพิมพ์ เพราะว่าสื่อ ทีวี พอลงอากาศก็หายไปเลย หนังสือพิมพ์นั้น ถึงแม้จะเขียน พิมพ์เรื่องเดียวกัน คนอ่าน สามารถเปิดอ่านเวลาไหนก็ได้ นั่งอยู่ในห้องน้ำก็อ่านได้ นั่งอยู่บนโต๊ะกาแฟอ่านได้ แล้วก็ยาวกว่า ละเอียดกว่า เพราะทีวี มีเวลานิดเดียว เรื่องเดียวกันใช้เวลา 2-3 นาทีเท่านั้นเอง แต่ว่าหนังสือพิมพ์ยังมีเรื่องประกอบ หรือมีการนำเสนอเรื่องหลัก เรื่องรอง ความเห็น ล้อมกรอบ เลย์เอาต์ต่างๆ มันมีโอกาสอ่าน มีความสุข สนุกสนานอีกรูปแบบหนึ่ง

คุณดู ทีวี passive กว่า เขาให้อะไรมาดู คุณก็ดู คุณไม่ได้คิด คนดู ทีวี ตั้งรับ ไม่มีใครนั่งดูแล้วขัดจังหวะ คุณพูดอย่างนี้ไม่ถูก ผมไม่เห็นด้วย แต่ว่าหนังสือพิมพ์มีการขัดแย้ง บอกว่าพาดหัวอย่างนี้ผิด ข้อความอย่างนี้ไม่ถูก ความเห็นของคุณนี้เง่าแล้ว เลอะเทอะแล้ว วิทยุก็คล้ายๆกัน วิทยุก็ passive พอสมควร คือคุณนั่งเฉยๆ แต่หนังสือพิมพ์ reaction ของคนอ่านหนังสือพิมพ์จะต่างจากคนดู ทีวี ฟังวิทยุ

ถาม ภาพภายนอก เนชั่นข้ามสื่อเพื่อหวังผลทางธุรกิจ

ตอบ เท่าที่ฟังดูก็มีข่าวว่า การที่เนชั่นขยายไปสู่สื่อต่างๆ เท่ากับเนชั่นมีธุรกิจมากขึ้น เท่ากับจะมุ่งเน้นกำไร แทนที่จะมุ่งเน้นปรัชญา หรืออุดมการณ์ที่เนชั่นตั้งขึ้นมา เพื่อที่จะกล้าคิด กล้าแสดงออก ซึ่งเป็นธรรมดา สังคมจะต้องมอง แต่ผมยืนยันตลอดเวลาคือ การ

ขยายของเราเข้าไปในสื่ออื่นไม่ได้มีจุดมุ่งหมายในการทำงานเรื่องธุรกิจ ทุกอย่างที่เราทำไปนั้น เพราะเราเห็นว่าสังคมมีช่องว่างอยู่ วิทยุเราทำ ก็เพราะว่าวิทยุยังไม่ดีพอ ควรที่จะมีวิทยุดีกว่านี้ ทีวีก็เหมือนกัน รายการทีวี เราไม่ไปทำรายการที่ทำเงินมากที่สุด เช่น ละครน้ำเน่า เราไม่ได้ทำอะไรที่ทำเงินมากที่สุด เราไม่ได้ไปทำเลย เพราะถ้าเราหวังผลธุรกิจ เราต้องมุ่งไปทางบันเทิง เราต้องไปสร้างนักร้อง เราต้องไปทำละครที่มีเรตติ้งดีที่สุด คนต้องการมากที่สุด

ตรงกันข้าม เราทำสิ่งที่คนดูน้อยที่สุด รายการข่าว รายการสาระ ซึ่งเป็นรายการยากที่สุดที่จะทำ แพงที่สุดที่จะทำ และเรตติ้งต่ำที่สุดในขณะนี้ แต่ก็เห็นว่ามันเป็นประโยชน์ และเห็นว่าสังคมจะต้องมีการกระตุ้นทางความคิด เราก็เข้าไปทำในจุดที่ลำบากยากเย็นที่สุด แต่เนชั่นก็เข้าไปทำเพื่อป้องกันมิให้เกิดการผูกขาด ซึ่งยากที่สุดต่อสู้กับยักษ์ เข้าไปทำกรุงเทพธุรกิจก็เหมือนกัน เป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจฉบับแรก ซึ่งคนบอกเป็นไปไม่ได้ เจ็งแน่นอน

เป็นไปไม่ได้ แต่เราเชื่อว่าเมืองไทยควรจะต้องมีแล้ว เพราะว่าเศรษฐกิจจะสำคัญ การวิเคราะห์เศรษฐกิจจะต้องลึกซึ้ง เราก็เข้าไปทำ ทั้งๆที่เป็นเรื่องยากที่สุดลำบากที่สุด ถ้าเราจะไปทำเพื่อหาเงิน เราก็ควรไปทำหนังสือพิมพ์ ที่ขายง่าย ขายดี ที่ตลาดอยากอ่านอยู่แล้ว ถ้าเราอยากจะมีอิทธิพลจริงๆ ตอนนั้นคิดทำไทยรัฐ คิดแข่งไทยรัฐ คิดแข่งกับเดลินิวส์แล้ว เพราะว่ามันจะมีอิทธิพลมาก คอลัมน์หน้า 4 เขียนเชียร์ใคร ใครก็ต้องจ่าย

ไม่เลย ตอนทำกรุงเทพธุรกิจ เราไม่รู้ว่าใครอ่านบ้าง เราไม่รู้ว่าใครสนใจบ้าง แต่นี่คือสาระที่คนอ่าน เพราะถ้ามองว่าเราขยายเข้าไปเพื่อต้องการธุรกิจ ต้องการมีอิทธิพล ไม่ถูกแน่ เราเข้าไปเพราะเห็นว่าช่องว่างในสังคมเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนมีอะไรบ้าง เราจะเข้าไปทำวิทยุ เราไปเริ่มที่ 97 (คลื่น FM 97.0) เมื่อ 5 - 6 ปีก่อน เป็น news station แรกคนบอกเป็นไปไม่ได้ ไม่มีใครเขาฟังข่าวกันทั้งวัน จะเอาข่าวที่ไหนมา เขาฟังเพลง ฟังละคร ฟังวิทยุเท่านั้น แต่เราเข้าไปทำในสิ่งที่ยากที่สุด สิ่งที่ลำบากที่สุด เราก็เข้าไปทำ เพราะฉะนั้นต้องจุดมุ่งหมายในการเข้าไปทำแต่ละอย่าง แม้การเข้าไปในอินเทอร์เน็ตล่าสุดก็เหมือนกัน อินเทอร์เน็ตยังหารายได้ไม่ได้เลย ขาดทุนแน่ 2 - 3 ปี แล้วจะสำเร็จหรือไม่สำเร็จก็ไม่รู้ แต่นี่คือ Information Superhiway

ถาม เรามองเห็นแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น

ตอบ เรามองเห็นแนวโน้มเหมือนเราทำกรุงเทพธุรกิจ เราเห็นแนวโน้มที่จะเกิดเหมือนกับที่เราทำวิทยุ news station เรารู้ว่ามันจะเกิด แต่จะเกิดเมื่อไหร่เราไม่รู้ เราต้องลำบากลำบากอีกก็ปีเราก็ไม่รู้ แต่ว่าเราเข้าไป ถ้าเราเข้าไปด้วยเหตุผลอย่างที่คุณกลัวหรือคนมองว่าต้องการเข้าไปครอบงำความคิด เข้าไปเพื่อทำเงิน เข้าไปเพื่อจะทำกำไรสูงสุดจากฐานข่าว เราไม่เข้าไปในสิ่งเหล่านี้ เราก็อำนาจที่ง่ายกว่าที่จะหาเงินหาทอง นี่คือปรัชญาก่อนหน้านี้ก็เป็นอย่างนี้ การมีเงินการขยายฐานทำให้รายได้เพิ่มขึ้น แต่ไม่ได้ทำให้เปลี่ยนแปลงแนวความคิดเลย ทำไมเราไม่ไปทำอย่างแกรมมี่ ข่ายเทป ขายนักร้องอย่างนั้นกำไร แต่เราทำไมไม่เข้าไปทำ เพราะเราคิดว่าสังคมต้องการมากไปกว่านี้แล้ว สังคมมีสิ่งเหล่านี้มากพอแล้ว แต่ถ้ามีช่องให้คิดว่าสังคมไทยในแง่ของข่าวสาร ควรจะมีอะไรมากกว่านี้ ถึงแม้ว่าลำบากถึงแม้ว่ายากเย็นเราคงต้องเข้าไป

ถาม ความจำเป็นในการมี เอฟซีซี เพื่อควบคุมการข้ามสื่อในประเทศไทย มีมากน้อยแค่ไหน

ตอบ ควรจะต้องมีการมองว่า กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเข้าไปเป็นเจ้าของข้ามสื่อแล้วก็สามารถมีอิทธิพลเหนือความคิดคนมากกว่าที่ควรจะเป็น ควรต้องมีองค์กรที่จะตั้งเพื่อป้องกันสิ่งเหล่านี้ แต่ผมบอกตลอดเวลาว่า เนชั่น ไม่ใช่เป็นเจ้าของข้ามสื่อ วิทยุเราไม่ได้เป็นเจ้าของ เราทำรายการขาย ผลิตรายการอย่างเดียว ทีวีเราก็ไม่ได้เป็นเจ้าของ ไอทีวี เราก้เข้าไปแค่ 10 % ตามกติกาก่อนที่รัฐบาลตั้งไว้เลย คือคุณต้องมีผู้ถือหุ้นไม่ต่ำกว่า 10 ราย แต่ละรายต้องถือไม่เกิน 10 % เพื่อป้องกันไว้ ที่พูดว่า เอฟซีซี นี้ คือห้ามกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่ให้ monopoly เราก้เข้าไปตามกติกานั้น เพราะเราเชื่อว่ามันต้องเป็นอย่างนั้น

ตอนที่รัฐบาลอานันท์ (ปีนยารชุน) ตั้ง กลัวที่สุด ก็คือกลัวไทยรัฐเข้าไป เหตุผลเบื้อง หลังอาจจะไม่พูด เขากลัวที่สุดกลัวไทยรัฐจะเข้าไปมีอิทธิพล เจ้าของคนใดคนหนึ่ง เจ้าของไทยรัฐต้องการสร้างข่าวอะไรขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนเห็นพ้องต้องกันกับตัวเอง ออกทั้งไทยรัฐ ออกทั้งทีวี ซึ่งมีคนดูทั่วประเทศ ออกทั้งวิทยุด้วย ไม่ใช่เฉพาะไทยรัฐ แต่มติชนหรือเนชั่นก็ตามแต่ กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ตอนนั้นเขามองไทยรัฐว่าไทยรัฐใหญ่ เขาไม่ต้องการให้เกิดขึ้น แต่เนชั่นเดินตามกติกานั้นตลอด วิทยุเราไม่ได้เป็นเจ้าของเลยแม้เพียงสถานีเดียว

ถาม เนชั่นเป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตรายการ

ตอบ เรารับจ้างทำรายการวิเคราะห์ข่าวให้ ส่งข่าวให้เท่านั้นเอง เราไม่เคยไปคุมสถานี การเป็นเจ้าของข่ามสื่อที่ว่าจะต้องเข้าไปคุมนโยบายได้ด้วย จะต้องสามารถกำหนดทิศทางได้ด้วย อันนี้เรากำหนดไม่ได้เลย วิทยุก็สถานีที่เราทำ เจ้าของเขาไปทำสัญญาปีต่อปีกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง แล้วเขาเข้ามาบอกว่าทำข่าวให้ได้ไหม ขอให้เราทำรายการให้ได้ไหม เขาไม่พอใจเราเมื่อไหร่ เขาปิด เรารอกเมื่อนั้น วิทยุนี้ความเสี่ยงสูงมาก เพราะเนชั่นไม่สามารถกำหนดทิศทางของตัวสถานี เพราะฉะนั้นเราจะไปมีอิทธิพลเหนือคนฟังจึงเป็นไปได้ เพราะเราไม่ได้กำหนดแนวทางของวิทยุสถานีนั้น เรา กำหนดเพียงคุณภาพของรายการ

ถาม เนชั่นเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นมัลติมีเดียทำให้ปรัชญาการทำหนังสือพิมพ์เปลี่ยนไปหรือไม่

ตอบ แนวทางของสังคมไทยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลกจะต้องเปลี่ยน เพราะว่ามีสื่อ วิทยุ สื่อทีวี สื่ออินเทอร์เน็ต มากมาย ฉะนั้นเมืองไทยก็ต้องปรับและเนชั่นก็เห็นว่า โลกไร้พรมแดนและสังคมข่าวสารทำให้เราเปลี่ยนแน่ เพราะฉะนั้นเราต้องปรับก่อนที่จะเข้าไป ปรับจนถึงจุดหนึ่งที่คนบอกว่า หนังสือพิมพ์กลายเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิตเหมือนแต่ก่อน ฉะนั้นเราต้องสามารถที่จะปรับและ ทำให้คนติดตามอ่านข่าวเรา คู่ข่าวเรา มีทางเลือกพอสมควร ฉะนั้น ผมไม่คิดว่า การเปลี่ยนชื่อของเราเป็นการเปลี่ยนแนวทางหรือนโยบาย แต่เป็นการปรับทิศทางตามสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในโลก

เพราะว่ามัลติมีเดียที่ว่า ก็คือมากกว่าหนังสือ แต่ตัวเนื้อหาเหมือนเดิม เป็นมัลติมีเดียคือตัวที่กระจายข่าว กระจายความเป็นไปเท่านั้นเอง แต่สิ่งกระจายออกไป คนทำ นโยบายแนวทางเราบอกว่า เราเคารพในข้อเท็จจริง เราจะไม่ทำข่าวเอารัดเอาเปรียบ หรือมีอคติกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เราจะไม่เป็นคนทำสื่อที่ไถเงินคนไปสร้างอิทธิพลบีบบังคับคนเพื่อมาให้เงินเรา เพื่อจะได้ออกข่าวที่เป็นคุณกับเขา สิ่งเหล่านี้จรรยาบรรณทุกอย่างเหมือนเดิม ไม่ว่าจะป็นสื่อวิทยุหรือทีวี

ถาม แต่สิ่งเหล่านี้มันเกิดขึ้นจากภาพลักษณ์คุณสุทธิชัย ถ้าวันหนึ่งไม่มีคุณสุทธิชัย สิ่งเหล่านี้ยังอยู่หรือเปล่า

ตอบ อยู่ เพราะเวลาที่ผ่านไป อย่าลืมว่าการขยายตัวของเนชั่น ได้พิสูจน์อย่างหนึ่งว่า ผมไม่ได้ทำทุกอย่าง แต่เราได้สร้างคนขึ้นมารับผิดชอบในแต่ละยุค ด้วยแนวนโยบาย ความเชื่อเหมือนกัน ไม่ใช่ผมสั่งได้ทุกอย่าง ทุกวันนี้ ถ้าใครรู้จักเนชั่น หรือเครือเนชั่นดี ก็จะรู้ว่า แต่ละจุดนั้นมีบรรณาธิการ มีผู้จัดการ มีผู้บริหารของเขาเองหมด นโยบายวางมาจากคณะกรรมการบริษัท นโยบายเกี่ยวกับเนื้อหาจะมาจากนโยบายบริษัท คนที่มาทำก็ต้องรับนโยบายนี้มาทำ ไม่ใช่ว่าสุทธิชัยอยากให้ทำ หนังสือพิมพ์ก็ดี วิทยุก็ดี อินเทอร์เน็ตก็ดี หนังสือรายสัปดาห์ก็ดี นโยบาย แนวทางของกลุ่มเป็นอย่างนี้

ฉะนั้น คนที่ทำได้ทำตามนโยบายนี้ ซึ่งถ้าไม่มีผม หรือผมไม่อยู่จะเปลี่ยนไปไม่ใช่ เพราะว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เครือเนชั่นอยู่ได้ทุกวันนี้ คือความน่าเชื่อถือในหลักการที่ทำ คนอ่าน คนฟัง คนดู เชื่อถือว่านี่คือแนวทางของเนชั่นที่ทำ ผมอาจจะมีส่วนบ้างในตอนเริ่มต้นที่ทำให้มันเกิด แต่เมื่อมันเกิดแล้ว วันต่อวัน คนเขาดู เขารู้ว่าไม่ใช่สุทธิชัยมาทำแล้ว ไม่ใช่คุณสุทธิชัยมาจัดการทุกอย่างแล้ว ไม่ใช่คุณสุทธิชัยมาจัดการทุกอย่างแล้ว แต่คนที่เข้ามาทำในเครือนี้ รับนโยบาย วัฒนธรรมอันนี้ไป แล้วก็ทำให้มันเกิดขึ้น

ถาม ถ้าเนชั่นเป็นบ้านหลังหนึ่งวันนี้ คุณสุทธิชัยอยู่ที่ไหน

ตอบ ผมก็อยู่หลังบ้าน อยู่ในครัว แต่ไม่ได้เป็นก๊ก หัวหน้าก๊กแล้ว ปรุงอาหารจานเด็ดๆ จานใหญ่ๆมาให้ แต่ผมอยู่ข้างหลังเพื่อจะดูว่า คนที่เป็นก๊ก หัวหน้าก๊ก เขามีอะไรจะถามไหม เขามีความต้องการที่จะฟังคำแนะนำของผมไหม เท่านั้นเอง แต่ผมไม่ได้เป็นคนปรุงอาหารเหมือนแต่ก่อนแล้ว แต่วันนี้ผมปรุงเกือบทุกอย่าง แต่ว่ามันค่อยๆลดลง เพราะมีคนมาร่วมปรุง มีคนมาปรุง และตอนนี้แต่ละงานก็มีคนปรุงแล้ว ตรงกันข้ามผมกลับไม่ได้ปรุงอาหารเท่าที่เขาเสิร์ฟด้วยซ้ำไป

ถาม มีคนบอกว่า ที่เขายังเชื่อเนชั่นอยู่ เพราะยังมีคุณสุทธิชัย

ตอบ แต่นั่นเป็นคนกลุ่มเล็กมาก คือคนกลุ่มที่รู้จักผม 25 ปี คุณอย่าลืมว่า ภายในช่วง 25 ปี คนที่อ่านและติดตามข่าวอาจจำผมได้ แต่คนที่เริ่มอ่านเนชั่น ฟังวิทยุเนชั่น ดูทีวี อ่านหนังสือการ์ตูนบ้าง อ่านเนชั่นสุดสัปดาห์บ้าง อ่านหนังสือที่เราทำบ้าง เขาไม่ได้มองผมเหมือนที่คนรุ่นเก่ามอง คนแต่ละจุดของเรามีคนรับผิดชอบ สร้างผลงานและเนื้อหาของตัวเอง ตามแนวทางที่คุณสุทธิชัยมีส่วนก่อตั้ง แต่ไม่ได้หมายความว่า ถ้าไม่มี

สุทธิชัยแล้ว แนวทางนี้จะไม่เดินต่อ มีองค์กรมากมายในโลกนี้ที่หลังจากผู้ก่อตั้งตาย
ไปแล้ว ก็ยังเดินต่อไปได้ วอลส์สตรีท เจอร์นัล 100 กว่าปี โยมิอูริ ซิมบุน 100 กว่าปี
คนก่อตั้งคงตายไปนานแล้ว แต่มันยังอยู่ต่อไป เพราะว่ามีฐาน มีโครงสร้าง มีแนว
นโยบาย

ถ้าสื่อในเครื่องนี้เปลี่ยนนโยบาย แม้กระทั่งคนเดิมอยู่ คนเดิมก็เปลี่ยนได้
ฉะนั้นไม่จำเป็นว่าคนเดิมอยู่หรือไป คนที่เริ่มต้น พอมีเงินมีทอง มีอำนาจ ทัศนคติก็
เปลี่ยนไป ฉะนั้นผมคิดว่าแนวทางสำคัญกว่าคน ภาพที่คุณบอกคือภาพบางคนที่รู้จัก
ที่ติดตามมาแต่ต้น

ภาคผนวก ข

บทสัมภาษณ์ธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์

- ถาม การเป็นเจ้าของข้ามสื่อของเนชั่น มีผลต่อสังคมอย่างไร
- ตอบ เราไม่ได้มีอิทธิพลใดๆทั้งสิ้น แม้กระทั่งผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี เราก็ถือแค่ 10 % ไม่มีอำนาจอะไร อำนาจมันอยู่อีก 90 % ก็ไม่มีอำนาจ หรือไม่มีเสียงชี้ขาด แล้ว 10 % ก็เป็นเรื่องที่รัฐบาลระวังไว้ ถึงบอก 10 % เพราะไม่ต้องการให้มี Cross Media Ownership ซึ่งในเรื่องนี้ในต่างประเทศเขาระมัดระวังมาก ประเทศไทยก็คงดูแนวของต่างประเทศ แล้วถึงมีแนวคิดที่ ประเทศไทยต้องมีสถานีโทรทัศน์อิสระหลังจาก พฤษภาทมิฬ ประชาชนถูกปิดหูปิดตาหมด เพราะว่าสื่อเป็นของรัฐหมด นั่นเป็นสาเหตุที่ทำให้รัฐบาลอานันท์ (ปีนยารชุน) บอกว่าต้องมีสถานีโทรทัศน์อิสระ แต่เอาเข้าจริงก็กลัว กลัวมี Cross Media Ownership ก็คือสิ่งที่เขากลัวมาก จึงมีกฎข้อนี้ว่าไม่ให้มีใครถือหุ้นได้เกิน 10 % ในสถานีโทรทัศน์เสรีใหม่
- ถาม ถึงแม้ว่าสัดส่วนการถือหุ้นจะมากกว่านี้
- ตอบ ก็รับสัมปทานเขาอยู่ดี ถึงแม้ไม่มีปัญหาการเป็นเจ้าของ แต่ปัญหาก็มีอยู่แล้ว สัญญาที่เซ็นกับรัฐบาลถ้าไปเปิดดู เสียเปรียบทุกประตู มันไม่เหมือนกับการเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ ข่าวคุณทำเอง อะไรๆไม่ได้ขึ้นกับรัฐบาล
- ถาม ในแง่ขององค์กร การเป็นเจ้าของข้ามสื่อมีผลกระทบอย่างไร
- ตอบ ก็มีเขากลัวกันในเรื่องของการผูกขาดสื่อ impact ของตัวเราเองว่า องค์กรของเราเอง ภาววิชาการเขาเรียกว่า cannibalistic คือฆ่าตัวเราเอง เราทำอะไรที่ทับเส้นทางตัวเอง อันนี้ก็จะเกิดขึ้นหรือเปล่า อันนี้คือคำถาม แล้วก็โดยภาพรวมว่าสื่อเหล่านี้มันจะฆ่ามาฆ่ากันเอง หรือแย่งกันเองหรือเปล่า ถึงแม้ว่าเราจะไม่ได้ทำครบวงจร สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นออนไลน์ แซทเทิลไลท์ อีกหน่อยจะมีหนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ต ทุกวันนี้อ่านหนังสือพิมพ์ มันจะฆ่ามาฆ่าหนังสือพิมพ์หรือเปล่า มันจะทำให้ผู้อ่านน้อยลงหรือเปล่า นี่เป็นปัญหาที่เขาห่วงกันมาก เป็นปัญหาที่เคยพูดมาแล้ว เมื่อผมมาทำเนชั่น ๒๐ ปีก่อนก็มีคำถามนี้ว่าอีกหน่อยหนังสือพิมพ์จะมีมาก อีกหน่อยจะมีออนไลน์ เราไม่

ต้องเปิดหนังสือพิมพ์ แต่ทุกวันนี้มันก็ยังไม่เกิด แม้ในกระทั่งประเทศที่เจริญสุดขีด อย่างอเมริกา หนังสือพิมพ์ไม่ถึงกับตกลงมา ในอเมริกา ในญี่ปุ่นหนังสือพิมพ์ยังมี อัตราการเจริญเติบโตอยู่ ไม่ถึงขนาดลดลงด้วยซ้ำ แต่น้อยมาก สาเหตุก็ไม่ ใช่ว่ามี สื่อใหม่ ๆ อย่างเดียว เพราะว่าเขาเจริญมาทุกอย่างแล้ว ทุกอย่างเขาโตน้อยมาก จิตพีของเขาแทบจะไม่โตก็มีในประเทศที่เจริญแล้ว เพราะฉะนั้นเขาอาจโตสุดขีดแล้วมันก็ โตไม่ไหว ในขณะที่อเมริกามีสื่อใหม่ ๆ อินเทอร์เน็ต ใช้กันมากที่สุด แต่ว่า หนังสือพิมพ์ผมเช็กแล้วเอเซีย ын วอลล์สตรีท เจอร์นัล โคนิคหน้อย เพราะฉะนั้น ขณะนี้สิ่งที่กลัวมากกว่าจะเกิดอะไรขึ้น ก็ไม่เกิด

ถาม แต่ตัวหนังสือพิมพ์ต้องปรับเพื่อสู้กับสื่อใหม่ ๆ

ตอบ หนังสือพิมพ์ยังแบ่งเป็นหนังสือพิมพ์หลาย ๆ ประเภท ผมคิดว่าก่อนอื่นเราดูภาพรวม ก่อนว่าในประเทศไทยเราคนซื้อหนังสือพิมพ์ก็น้อยมากเทียบกับประชากร ทำไมถึง ญี่ปุ่นอันดับที่หนึ่ง หมายถึงหนังสือพิมพ์ของญี่ปุ่นถึงพิมพ์ได้ 14 ล้านก๊อปปี้ โยมิอูริ ชิมบุน ฉบับเช้า 10 ล้านกว่า ฉบับบ่าย 3 - 4 ล้าน

เราแย่มากสหประชาชาติ สหประชาชาติเคยสำรวจว่าประชากรในโลกนี้ในแต่ละ ประเทศเทียบกับการบริโภคสิ่งพิมพ์ทั้งประเทศโดยเอากระดาษมาเป็นเครื่องวัดว่า ประเทศหนึ่งประชากรหนึ่งคนต่อหนึ่งปีบริโภคกระดาษไปเท่าไร ประเทศไทยนี้ถ้า หลังสุดขีดล้าหลังมาก ก็แสดงว่าประเทศไทยยังอ่านน้อย แต่ว่าของญี่ปุ่นอันดับหนึ่ง 14 ล้าน เทียบฉบับเช้าต่อฉบับเช้าแข่งกัน ไล่ไปถึงอันดับที่ 5 อันดับที่ 5 ยังใหญ่กว่า ไทยรัฐหลายเท่า อันดับที่หนึ่ง 10 ล้านกว่า อันดับที่สอง 8 ล้านกว่า อันดับที่สาม 6 ล้านกว่า อันดับที่ 5 มันยังมากกว่าไทยรัฐหลายช่วง

ถาม แต่ถ้ามองอีกแง่หนึ่งการที่คนอ่านบางกอกโพสต์น้อย โอกาสที่จะขยายฐานคนอ่าน ก็ยังมีต่อไป

ตอบ ถูกต้อง แต่มันขึ้นอยู่กับว่าประเทศไทย คนอ่านบางกอกโพสต์ กับเนชั่น ใน 5 ปี ยอดอ่านเพิ่มพรวดพราดไหม ไม่เลย เพิ่มไม่มาก แล้วถามว่าเทียบประชากรกับยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ในเมืองไทย แล้วไปเทียบกับที่ฮ่องกง กับสิงคโปร์ กับมาเลเซีย เทียบกับฟิลิปปินส์ เรารั้งท้ายเลย ยอดพิมพ์เราน้อยมาก เทียบกับประชากรผมถึงต้อง บอกให้มองประเภทหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็นหมวดหมู่ ภาษาอังกฤษถือว่าน้อยมาก แล้ว

ถ้าไปหิวสิ ผมมองว่าสื่อใหม่ ๆ จะกระเทือนใหม่ ผมมองว่าสิ่งเหล่านี้อาจจะน้อยลง ถ้าเป็นเนชั่น โฟสต์ ถ้าฟังข่าววิทยุ ข่าวโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เซทเทิลไลน์ ออนไลน์ เข้ามาผมว่าคนเหล่านี้อาจจะเป็นกลุ่มเดียวกับคนที่มีความรู้ ทันสมัย พร้อมทั้งจะลงทุน พร้อมทั้งจะซื้อคอมพิวเตอร์ พร้อมทั้งจะใช้อินเทอร์เน็ต สิ่งนี้อาจจะมีผลต่อสิ่งพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายนี้ ขณะเดียวกันถามว่าหิวสิชาวบ้านมีสิทธิ์ใหม่ที่จะมาใช้อินเทอร์เน็ต เขายังต้องอ่านหนังสือพิมพ์ เพราะฉะนั้นมันขึ้นอยู่กับประเภทหนังสือพิมพ์ด้วย

ถาม แปลว่าเนชั่นไม่กระทบ

ตอบ คนเป็นห่วงเมื่อ 5 ปีก่อน ผมเคยไปเล็คเชอร์ให้พวก เอ็ม บี เอ ที่นิค้ำ มีคนถามว่าเนชั่น ขยายสื่อกระเทือนตัวเองหรือเปล่า คุณไปทำวิทยุคุณไม่ห่วงหรือว่ายอดขายหนังสือพิมพ์จะลดลง ผมว่าห่วงเหมือนกันไม่ใช่ไม่ห่วง แต่ว่าสิ่งที่เราทำขณะนี้กับสิ่งที่บอกกว่าเมื่อ 20 ปีก่อนนั้นเรากลัวมาก แล้วไม่ทำอะไรเลย แล้วก็มัวแต่ห่วง แล้วก็รอผล 10 ปีให้หลัง แล้วเกิดอะไรขึ้น โดยที่เราไม่ทำอะไรเลยเราก็เสียหาย และตอนนี้ไปอีก 5 ปีหรือ 10 ปีข้างหน้า ถ้าเรามีคำถามเหมือนกันว่า มันจะเกิดอะไรขึ้น นี่ถ้าเราทำวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตเร็วขึ้น กรุงเทพมหานคร เทียงคินข่าวอินเทอร์เน็ตได้แล้ว

ถาม ว่ามีผลกระเทือนใหม่ คำถามนี้เป็นคำถามที่น่าถาม แต่ผลต้องใช้เวลาวัด

ถาม ข้ามสื่อมีผลกระทบต่อพนักงาน

ตอบ เราไม่กระเทือน เราไม่ต้องไปแตะต้องจำนวนคนงาน ไม่แตะต้องเรื่องสวัสดิการ ทุกอย่างเราปกติหมด

ถาม ทิศทางการข้ามสื่อนอกจากรายการข่าวและสาระ

ตอบ นอกจากรูปแบบของข่าวสารและสาระเรื่องการศึกษา เรื่องการบันเทิง เอ็นเตอร์เทน เรื่องบันเทิงเหล่านี้ เราก็จับตามองมาตลอด

ถาม เป็นบันเทิงในแง่ไหน

ตอบ นี่คือสิ่งที่เรากำลังวิเคราะห์อยู่ เช่น รายการเกมส์โชว์ภาษาอังกฤษ

ประวัติผู้เขียน

นายจักร์กฤษ เพิ่มพูล เกิดวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2503 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีนิติศาสตร์บัณฑิต จากคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปีการศึกษา 2524 จากนั้นเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ ที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2538 ปัจจุบันทำงานที่บริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

