

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

McCarthy (1994) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนบทบาทมาเป็นช่องทางสำหรับการสื่อสารอย่างแท้จริง และไม่ได้เป็นเพียงช่องทางสำหรับผู้ที่ต้องการใช้งานคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่เป็นช่องทางสำหรับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนี้เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสังคมในยุคสารสนเทศ และมีกำลังบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยเรื่องการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทยในครั้งนี้ จึงประกอบไปด้วย 3 แนวคิดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารในสังคมยุคใหม่
2. กระบวนการสื่อสารบน Internet
3. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อมวลชนบน World Wide Web

1. แนวความคิดเรื่องการสื่อสารในสังคมยุคใหม่

ในการศึกษาและทำความเข้าใจถึงการสื่อสารในสังคมแต่ละยุคสมัยนั้น จำเป็นที่จะต้องพิจารณาบทบาท และหน้าที่ของสื่อในยุคต่างๆ ทอฟเลอร์ (Toffler, 1990) กล่าวถึงการสื่อสารในสังคมยุคปัจจุบัน หรือยุคคลื่นลูกที่สามไว้ดังต่อไปนี้

สังคมในยุคคลื่นลูกที่สามนี้ ระบบเศรษฐกิจมีความต้องการแรงงานที่มีความแตกต่าง และหลากหลาย ดังนั้นการสื่อสารจึงมุ่งเน้นไปที่การส่งข่าวสาร ความคิด สัญลักษณ์ หรือภาพที่มีลักษณะแตกต่างกัน ไปยังกลุ่มผู้รับ ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในด้านเชื้อชาติ อายุ และอาชีพ และการใช้ชีวิต

ในยุคคลื่นลูกที่สาม สื่อทำงานอย่างสัมพันธ์ และประสานกันเป็นส่วนหนึ่งของระบบใหญ่ มีการส่งข้อมูล ภาพและสัญลักษณ์ไปมาระหว่างสื่อแต่ละชนิด ตัวอย่างเช่น รายการวิทยุที่ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมโดยการโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น เป็นต้น และข่าวสารที่ผลิตออกมาจากสื่อชนิดต่างๆ ล้วนแต่เป็นการทำ

งานร่วมกันของเครื่องโทรสาร คอมพิวเตอร์ ข่ายงานอิเล็กทรอนิกส์ ดาวเทียม และเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เชื่อมโยงถึงกัน

การประสานและพึ่งพากันเช่นนี้ ทำให้สื่อประเภทต่างๆ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบ และเกิดการ “หลอมรวมกันของสื่อชนิดต่างๆ” หรือ Media fusion ซึ่งระบบสื่อที่เกิดจากการหลอมรวมกันของสื่อรูปแบบต่าง ๆ นี้ จะทำหน้าที่ในการแพร่กระจาย (Diffusion) ข่าวสาร ทำให้ไม่มีส่วนไหนในโลกที่ถูกตัดขาดไปจากส่วนทั้งหมด ข่าวสารสามารถข้ามพรมแดนที่มีการป้องกันอย่างเข้มแข็งได้

นอกจากนี้ Toffler ยังได้กล่าวถึงระบบสื่อสารมวลชนโลกแบบใหม่ไว้ในหนังสือ อำนาจใหม่ (Power Shift) ว่า สื่อสารมวลชนโลกแบบใหม่นั้นต้องมีความสามารถที่จะรองรับข้อมูลสารสนเทศได้ในปริมาณมาก ทั้งยังส่งผ่านและแปรรูปได้ในอัตราความเร็วสูง สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ เมื่อสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะโครงสร้างพื้นฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือโครงสร้างของระบบโทรคมนาคม และอุปกรณ์เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ 6 ประการดังต่อไปนี้ คือ

ประการที่หนึ่ง : มีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์ (Interactive)

หมายถึง การที่ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารที่ได้รับ ตัวอย่างเช่น การสื่อสารผ่านอุปกรณ์ที่เรียกว่า Telecomputer ซึ่งเป็นเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีคุณสมบัติด้านปฏิริยาตอบสนอง และเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย

ประการที่สอง : มีความสามารถเคลื่อนที่ได้ (Mobility)

ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นลักษณะเด่นของระบบสื่อแบบใหม่ ตัวอย่างเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์ไร้สาย เครื่องโทรสารในรถยนต์ เครื่องคอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าหิ้ว เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารจากที่ไหนก็ได้ แม้กำลังเคลื่อนที่อยู่

ประการที่สาม : สามารถตัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)

หมายถึง ความสามารถที่จะส่งผ่านข้อมูลสารสนเทศ จากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่งได้ เช่น เทคโนโลยีที่สามารถเปลี่ยนเสียงพูดเป็นตัวหนังสือ เป็นต้น

ประการที่สี่ : สามารถเชื่อมต่อกันได้

หมายถึง ความสามารถที่จะเชื่อมต่อกันได้ระหว่างสื่อ หรือเครื่องมือสื่อสารชนิดต่างๆ โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านผู้ผลิต

ประการที่ห้า : สามารถหาได้ในทุก ๆ ที่ (Ubiquity)

เนื่องจากระบบสื่อแบบใหม่ จะขยายตัวอย่างเป็นระบบไปทั่วทุกมุมโลก และแผ่ลงไปในทุก ๆ ระดับ เศรษฐกิจและสังคม ทำให้ไม่ว่าใครก็ตามสามารถเป็นเจ้าของเครื่องมือเพื่อการสื่อสารได้

ประการที่หก : มีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization)

หมายถึง ระบบสื่อที่ก่อให้เกิดลักษณะเหมือน ๆ กัน และมีผลกระทบถึงกันทั่วทั้งโลก เช่น การรับชม การถ่ายทอดสดรายการกีฬาพร้อมกันทั่วโลก เป็นต้น

จากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่า สิ่งหนึ่งที่ทำให้การสื่อสารในแต่ละยุคสมัยดำเนินไปได้ด้วยดี คือเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่นำมาใช้ ไอแซค เดอ โซลา พูล (Ithiel de Sola Pool, 1982) ได้กล่าวถึงวิวัฒนาการของการสื่อสารไว้ในหนังสือชื่อ "The Coming Information Age" ว่า การปฏิวัติด้านการสื่อสารได้เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อกลางศตวรรษที่ 19 โดยมีการนำสัญญาณทางอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในการติดต่อสื่อสารแทนการพูด การเขียน และการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์แบบดั้งเดิม ซึ่งเริ่มจากการใช้โทรเลข ตามด้วยโทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

ต่อมาในกลางศตวรรษที่ 20 ได้เกิดการปฏิวัติด้านการสื่อสารอีกครั้งด้วยการเกิดขึ้นของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า คอมพิวเตอร์ ซึ่งมีความสามารถในการส่ง และรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำด้วยวิธีการที่เรียกว่า "คอมพิวเตอร์คุยกัน" (Computer talk to each other) อันเป็นพื้นฐานรูปแบบของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน และด้วยการผสมผสานของพัฒนาการเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ กับเทคโนโลยีด้านการสื่อสารด้านโทรคมนาคม ทำให้เกิดการรวมตัวของเทคโนโลยีการสื่อสารจนถึงจุดหนึ่งที่ยากจะแยกออกจากกันได้ ระหว่างคอมพิวเตอร์กับเครื่องมือการสื่อสาร ซึ่ง Anthony Oettinger นักวิจัยแห่งมหาวิทยาลัย Harvard เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า "Compunications" ซึ่งเป็นการรวมสร้างคำใหม่จากคำว่า Computer และคำว่า Communications เพื่ออธิบายถึงความเป็นจริงที่จะเกิดขึ้นในสังคมยุคสารสนเทศ ไม่ว่าจะ เป็นในด้านของการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคม

Pelton (1981) นักวิชาการแห่ง International Telecommunications Satellite Organization (INTELSAT) ได้ทำนายลักษณะการผสมผสานของเทคโนโลยีการสื่อสารด้านโทรคมนาคมกับเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ ไว้ในหนังสือ "Global Talk : The Marriage of the Computer World Communications & Man" ว่าในศตวรรษที่ 21 จะเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า Telecomputerenergic ซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่าง

เทคโนโลยีด้านการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ (Computer : Information processing) และ เทคโนโลยีด้านพลังงาน

นอกจากนี้ Cerf (1995) ได้ให้ความเห็นว่า ระบบเครือข่ายสื่อสารคอมพิวเตอร์ (Computer Networking) จะเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของโลก (Global Infrastructure) ในศตวรรษที่ 21 นี้ ซึ่ง Cerf หมายถึงระบบ Internet นั้นเอง

การนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า Computer Mediated Communication หรือเรียกโดยย่อว่า CMC นั้น เกิดขึ้นในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากการเกิดขึ้นของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ไม่นานนัก ปรากฏการณ์ของการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นสื่อกลางเพื่อการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ ใช้เพื่อการแทนที่ (Substitution) ใช้เพื่อการเสริม (Add-on) และใช้เพื่อในการแผ่ขยาย (Expansion) (Hiltz, 1978)

ปรากฏการณ์ของการแทนที่ (Substitution) นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อ CMC ถูกนำมาใช้แทนวิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เคยเป็นมา ตัวอย่างเช่น การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการโทรเลข หรือโทรศัพท์ เป็นต้น ปรากฏการณ์ของการเสริม (Add-on) เกิดขึ้นเมื่อ CMC ถูกนำมาใช้ในขณะที่วิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมก็ยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตก่อนที่จะเปิดดูรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ เป็นต้น ปรากฏการณ์ของการแผ่ขยาย (Expansion) คือการใช้ CMC เพื่อการสื่อสารที่แตกต่างไปจากกระบวนการสื่อสารแบบเดิม เช่น อ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต จะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบริโภคหนังสือพิมพ์ แม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันก็ตาม

หัวหน้าผู้สื่อข่าวประจำ CMC Magazine ให้ความเห็นว่า ในขณะที่โลกกำลังดำเนินไปสู่การสิ้นสุดของศตวรรษที่ 20 เพื่อเริ่มต้นศตวรรษต่อไปนั้น 2 พลังอำนาจอันสำคัญในยุคนี้ได้รวมตัวกันผลักดันให้รูปแบบการสื่อสารมวลชนเปลี่ยนรูปแบบไปอย่างสิ้นเชิง พลังอย่างแรกคือการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการวิเคราะห์ และรวบรวมข้อมูลข่าวสาร พลังอย่างที่สองคือ การพัฒนาอย่างมากของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่ทำให้อุปสรรคด้านเวลาและสถานที่หมดไป (Lapham , 1995) ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อสารมวลชนที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือการปราศจากข้อจำกัดในด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับสารที่ได้รับ

ประเด็นหลักในการพัฒนาเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์นั้น มุ่งเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพในด้านเทคนิคการสื่อสาร อันจะทำให้ผู้ใช้งานบนระบบเครือข่าย มีความสามารถที่จะติดต่อสื่อสารกันได้ด้วยประสิทธิภาพที่สูงที่สุด จึงมีแนวคิดของการผสมผสานของสื่อหลายๆ ประเภทเข้าด้วยกัน หรือที่เรียกว่า ระบบหลายสื่อ (Multimedia) โดยสื่อเหล่านั้นอาจจะเป็นตัวอักษร รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว หรือภาพจากวิดีโอก็ได้ นอกจากนี้ สื่อต่างประเภทกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ได้ถูกนำมารวมกันในรูปของสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์และนำเสนอผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ (Meggie Lee & Somei Chi, 1995)

สำหรับระบบหลายสื่อ หรือ Multimedia นั้นหมายถึง การผสมผสานกันของสื่อหลายๆ ประเภท และนำมาสร้างเป็นผลงานใหม่ขึ้นมา โดยที่สื่อแต่ละประเภทยังคงรักษาสภาพการสร้างสรรค์ในแบบของตัวเอง (Netrigths[™], 1995) นอกจากนี้ Multimedia ยังเป็นรูปแบบใหม่ของการสื่อสาร ที่พยายามรวบรวมความหมายที่มาจากผู้ส่งสารจากแหล่งต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นความหมายของนักเขียน นักออกแบบ ผู้อำนวยการสร้าง และคนอื่นๆ เพื่อที่จะนำความหมายเหล่านั้นมาผสมผสานกัน และสร้างความหมายที่แปลกใหม่ขึ้นมา โดยเน้นให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อสารนั้น ซึ่งรูปแบบของการสื่อสารแบบนี้จะชักจูงให้ผู้รับสารต้องการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้นๆ ด้วย (Donovan, 1995) คุณสมบัติของการสื่อสารแบบนี้เราสามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า Interactive Multimedia ซึ่งจะเป็รูปแบบของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียน การสอน การตลาด การบริการ หรือการบริโภคข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง (GWU, 1996)

จากการศึกษาแนวความคิดเรื่องการสื่อสารในสังคมยุคใหม่ ในปัจจุบัน เราได้ก้าวมาถึงจุดเปลี่ยนแปลงของประวัติศาสตร์ในด้านการสื่อสาร นับตั้งแต่แรกเริ่มของการประดิษฐ์เครื่องโทรเลขในกลางศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา การพัฒนาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ดำเนินต่อเนื่องมาในทุกช่วงศตวรรษ และได้กลายเป็นกลไกพื้นฐานที่สำคัญในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านอุตสาหกรรม ด้านการเมือง และสังคม ลักษณะสำคัญที่เกิดขึ้นคือ การหลอมรวมกันของระบบการสื่อสาร การลดอำนาจของสื่อแต่ละชนิด การสื่อสารระบบเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ทั่วทุกมุมโลก รวมทั้งเกิดเทคโนโลยีระบบหลายสื่อ หรือ Multimedia ขึ้น อันทำให้รูปแบบการสื่อสารมวลชนมีลักษณะที่เปลี่ยนไปจากรูปแบบเดิม เมื่อเทคโนโลยีด้านการสื่อสารทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป ในลักษณะที่ปรับปรุงของเดิมให้ทันสมัยขึ้น และก่อให้เกิดการคิดค้นวิธีการสื่อสารแบบใหม่ๆ สถาบันสื่อมวลชนในฐานะของผู้แพร่กระจายข่าวสาร จึงจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป โดยการนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาใช้งานให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

2. กระบวนการสื่อสารบน Internet

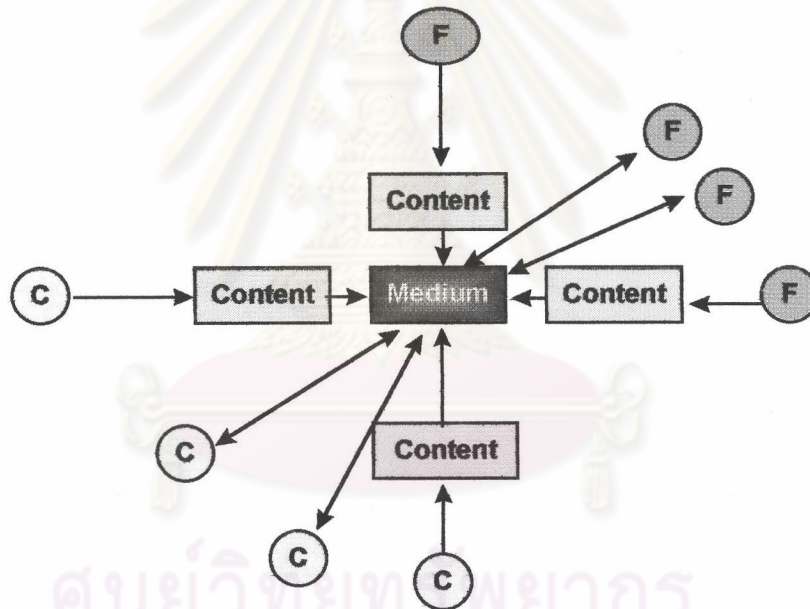
Hoffman (1995) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง "Commercial Scenarios for the Web : Opportunitues and Challenges" ว่า โดยธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะหลายโฉมหน้า (Multifaced) เนื่องจากมีความผสมผสานกันระหว่างการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) และการเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

รูปแบบของการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น มีด้วยกันหลายระดับ ตั้งแต่กว้างที่สุด เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะของ Web Pages โดยองค์กรข่าวระดับโลก เช่น CNN ไปจนถึงการสื่อสารระดับบุคคล เช่น การสนทนาในกลุ่มข่าว Usenet (Usenet News) ในประเด็นที่มีความสนใจร่วมกัน รวมทั้งการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างกลุ่มเพื่อนฝูง ซึ่งกระบวนการสื่อสารบนระบบอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถจำแนกได้เป็น 4 แบบด้วยกันคือ (Morris, 1996)

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-one Asynchronous Communication) ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail)
2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-many Asynchronous Communication) ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ Usenet, Electronic bulletin boards และ Listserv ซึ่งต้องการให้ผู้รับสารลงชื่อก่อนที่จะเข้าสู่ในระบบ
3. การสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) ทั้งในแบบ One-to-one ไปจนถึง One-to-many โดยสามารถคุยกันได้ในหลากหลายหัวข้อที่ต้องการ ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ Internet Relay Chat
4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่ผู้รับสารต้องการที่จะค้นหา Site เพื่อที่จะเข้าไปดูข้อมูลข่าวสารซึ่งอาจจะเป็นการสื่อสารแบบ Many-to-one, One-to-one หรือ One-to-many ตัวอย่างการสื่อสารแบบนี้ได้แก่ Web site , Gopher และ FTP sites

เนื่องจากมีลักษณะของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ในการสื่อสารบนระบบนี้ ผู้ส่งสารสามารถที่จะกลับกลายมาเป็นผู้รับสารได้ ในขณะที่เดียวกันผู้รับสารก็สามารถที่จะเป็นผู้ส่งสารได้เช่นกัน

จากลักษณะการสื่อสารที่ครอบคลุมหลายรูปแบบ และหลายบทบาทเช่นนี้ กระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตจึงไม่สามารถที่จะอธิบายได้ด้วยแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบดั้งเดิมได้ อย่างไรก็ตาม ในปี 1995 Donna L. Hoffman , Thomas P. Novak and Patrali Chatterjee ได้ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges โดยพิจารณา World Wide Web ในฐานะของสื่อมวลชน และได้นำเสนอแบบจำลองเพื่อการศึกษาในเรื่องดังกล่าว ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

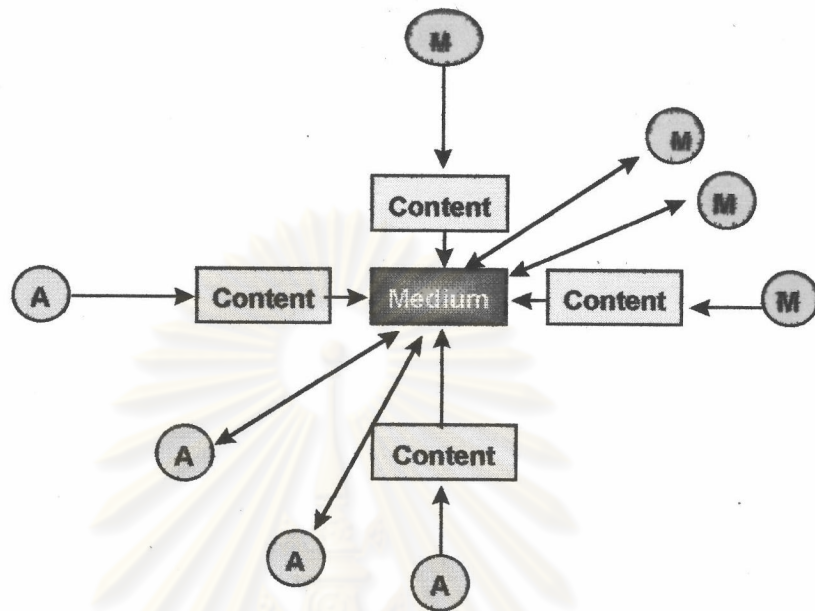


แผนภูมิที่ 3

แบบจำลองแสดงการสื่อสารตลาดแบบใหม่บน World Wide Web
(New Model of Marketing Communication for the Web)

จากแผนภูมิที่ 3 แสดงให้เห็นลักษณะของการสื่อสารแบบ Many-to-many บน World Wide web โดยที่เนื้อหา (Content) นั้นคือข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้น ซึ่งสร้างโดยองค์กร (F = Firm) หรืออาจจะสร้างขึ้นโดยผู้บริโภค (C = Consumer) และส่งผ่านไปยังตัวสื่อ (Medium) ซึ่งหมายถึง World Wide Web

แบบจำลองดังกล่าวสามารถนำมาดัดแปลงเพื่อใช้อธิบาย เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนบน World Wide Web ได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 4

แบบจำลองแสดงการสื่อสารมวลชนบน World Wide Web
(New Model of Mass Communication for the Web)

จากแผนภูมิที่ 4 ตัวเนื้อหา (Content) คือ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยสื่อมวลชน (Mass media) นั่นคือ Web pages ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ หรือเนื้อหานั้นอาจจะถูกสร้างขึ้นโดยผู้รับสาร (Audience) ก็ได้ โดยทั้งสื่อมวลชน และผู้รับสารจะทำการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสร้างขึ้นไปยังตัวสื่อ (Medium) ซึ่งในที่นี้คือ World Wide Web

จากแบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้กับตัวสื่อในที่นี้คือ World Wide Web โดยตรง ตัวอย่างเช่น การที่ผู้รับสาร (A) เข้ามาสืบค้นข้อมูลใน Web pages (Medium) ที่ตนเองสนใจ หรือ ใช้สร้างเนื้อหา (Content) โดยการเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ส่งไปยังผู้สร้าง Web pages นั้นอีกที หนึ่งซึ่งประการหลังนั้น ได้กลายเป็นการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Hoffman, 1995)

สำหรับสื่อมวลชน ก็มีลักษณะการใช้งานในรูปแบบเดียวกัน นั่นคือสามารถใช้อินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตนในลักษณะการสื่อสารมวลชน โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับตัวสื่อในรูปแบบของการ

สร้าง Web pages หรือจะใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เมื่อต้องตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้รับสารที่เข้าสู่ระบบมาสอบถาม

สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาของกระบวนการสื่อสารแบบนี้คือ ความสัมพันธ์กับตัวสื่อ ซึ่งจากแบบจำลองจะเห็นว่า ความสัมพันธ์ในการสื่อสารเบื้องต้นนั้น ไม่ใช่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร แต่เป็นความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมในสื่อ (Mediated Environment) หากผู้รับสาร ไม่ได้มีลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง ข้อมูลข่าวสารนั้นแทบจะไม่ได้รับการถ่ายทอดจากผู้ส่งไปยังผู้รับเลย แต่จะเป็นไปในลักษณะของการสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นมามากกว่า (Steuer, 1992)

3. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อมวลชนบน World Wide Web

จากการศึกษาของ Syrysko (1994) ในหัวข้อเรื่องสื่อแบบดั้งเดิมที่ปรากฏบน World Wide Web (A Look at Tradition Media on the Web) พบว่าสื่อมวลชนทุกประเภทได้ย้าย (Move) ตัวเองไปปรากฏบน World Wide Web ในขณะที่กิจกรรมด้านการสื่อสารในสังคมปกติก็ได้ดำเนินควบคู่กันไปด้วย สื่อประเภทแรกที่ปรากฏตัวบน World Wide Web คือสื่อหนังสือพิมพ์ หรือสื่อกระดาษ ตามมาด้วยสำนักข่าวต่างๆ เช่น Reuter, CNN (Reid, 1994) นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ และสถาบันสื่อมวลชนอื่นๆ

Syrysko ได้พบว่าถึงแม้ว่าหนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏบน World Wide Web แต่กลับมีข้อจำกัดในด้านการสร้างสรรค์ หรือการนำเสนอ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุผลสองอย่างด้วยกัน เหตุผลแรกคือ การยึดติดอยู่กับประเพณีด้านรูปแบบและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ คือหนังสือพิมพ์ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอยู่ในรูปแบบของ Multimedia หรือ Interactive การนำเสนอข้อความและภาพนิ่งเป็นสิ่งที่เพียงพอแล้ว เหตุผลที่สองคือ สื่อหนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวสารประจำวัน ทำให้ไม่มีเวลามากพอที่จะนึกถึงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ McAdams (1994) ได้กล่าวถึงสื่อหนังสือพิมพ์บน World Wide Web ดังนี้ "แม้การเปลี่ยนแปลงของ World Wide Web จะเป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่หนังสือพิมพ์ยังคงติดอยู่กับรูปแบบการนำเสนอแบบเดิมๆ เห็นได้จากการออกแบบ ถึงแม้ว่าจะมีความพยายามในการใช้โปรแกรมที่มีการเคลื่อนไหวเช่น Animation Gifs แต่นั่นก็ไม่ใช่ลักษณะของการออกแบบแต่เป็นแค่การนำของเล่นใหม่มาใช้เท่านั้น" McAdams ยังกล่าวต่ออีกว่านั่นอาจเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ได้สร้างกระแสมาตั้งแต่ดั้งเดิมว่า "รูปแบบคงที่ เนื้อหาเท่านั้นที่เปลี่ยน" (Design is fix, it's content that change)

อย่างไรก็ตาม ยังคงมีหนังสือพิมพ์ที่พยายามสร้างความเปลี่ยนแปลงในด้านการนำเสนอนี้ ตัวอย่างเช่น Electronic Telegraph ของ ประเทศอังกฤษ หรือ หนังสือพิมพ์ The Gate ของอเมริกา รวมไปถึง The San Jose Mercury ซึ่งความพยายามนั้นคือ การเปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีปฏิสัมพันธ์กับสารโดยทันที มีประเด็นของการโต้เถียงเปิดกว้าง และพยายามปรับเปลี่ยนโครงสร้างของรูปแบบ หรือออกแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอและการออกแบบนั้นไม่ได้หมายความถึงในด้านของตัวอักษร หรือศิลปะเท่านั้นแต่สิ่งสำคัญคือการออกแบบให้ง่ายต่อการอ่านการสืบค้นด้วย (Ease of navigation) นอกจากนี้ก็สำคัญสำหรับผู้สร้างสารเพื่อเผยแพร่บน World Wide Web คือ ไม่เพียงแต่ปรับให้ทันสมัย (Updating) และการเพิ่มเติมข่าวสารอยู่เสมอ (Adding new material) เท่านั้น แต่ยังจะต้องคอยลบทิ้ง (Deleting) และทำการการแทนที่ของเก่าอีกด้วย (Replacing old material)

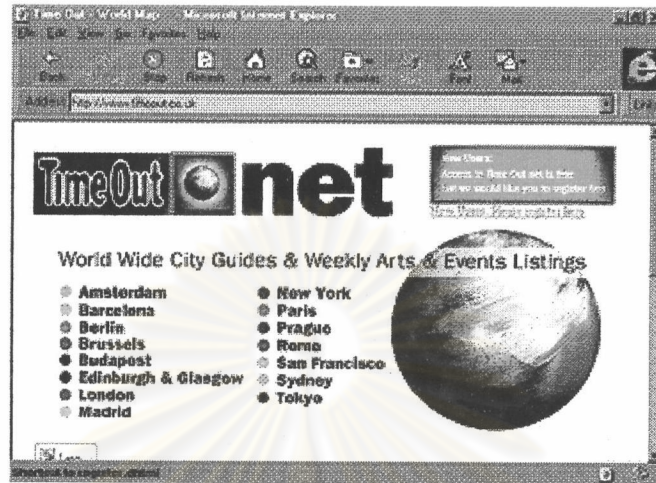


ภาพที่ 13

รูปภาพแสดง Homepage ของหนังสือพิมพ์ The San Jose Mercury

ในขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ดูเหมือนจะมีข้อจำกัดทำให้ต้องมีความพยายามในการสร้างสรรค์อย่างมาก นั้น Syrysko พบว่าสื่อวิทยุซึ่งนับได้ว่าเป็นสื่อกระดาษ (Paper Media) เหมือนกัน กลับมีความสามารถที่จะนำเสนอจินตนาการหรือความคิดสร้างสรรค์ได้มากกว่า เนื่องจากวิทยุมีความคิดที่หลากหลายและสามารถนำมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจผู้ใช้งาน World Wide Web ได้ ตัวอย่างเช่น วิทยุสารเพลย์บอย ซึ่งมีความเป็น Erotics (เกี่ยวข้องกับเรื่องอารมณ์ และเพศ) อยู่ในตัวเอง และในบรรดา Web Site ทั้งหมดนั้น Erotics Web Site จะมีผู้นิยมเปิดเข้าไปมากที่สุดเมื่อเทียบกับ Site ประเภทใดก็ตามบนเครือข่ายนี้ จึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เพลย์บอยฉบับ World Wide Web ประสบความสำเร็จอย่างมาก

วัฒนธรรมประเพณี การท่องเที่ยว เข้ามาด้วย ผู้ที่เข้าสู่ Time Out สามารถที่จะเรียนภาษาสเปนได้ด้วยเพิ่มข้อมูลที่จัดไว้ให้ สามารถส่งไปสกราดอิเล็กทรอนิกส์ หรือเล่าเรื่องประสบการณ์การเดินทางของตน



ภาพที่ 16

รูปภาพแสดง Homepage ของนิตยสาร Time Out

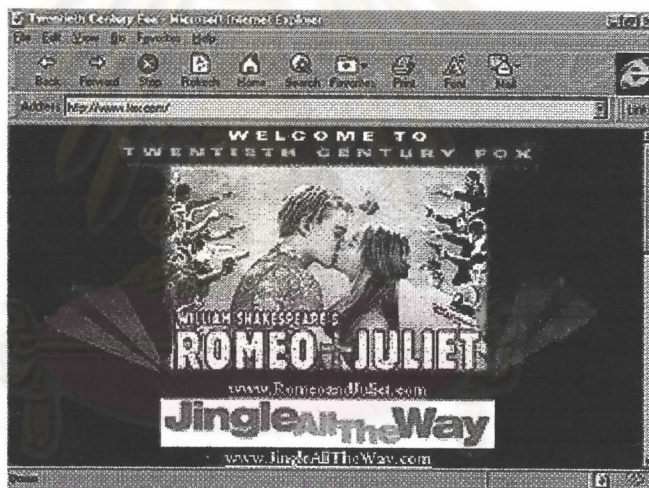
ในประเทศเยอรมัน Der Spiegel นิตยสารข่าวประจำสัปดาห์ ได้ประสบผลสำเร็จในความพยายามที่จะใช้เทคนิคด้านการลดเวลาในการเปิดนิตยสารของตนบน World Wide Web ซึ่งผลที่ได้ก็คือไม่ต้องเสียเวลาในการรอข้อมูลนาน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นในเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริหารอย่างมาก ทุกข่าว หรือบทความของ Der Spiegel จะถูกปิดท้ายด้วยปุ่มที่พร้อมจะให้ผู้อ่านส่งความคิดเห็นกลับทันทีที่อ่านข่าวหรือบทความนั้นจบ แทนที่จะนำปุ่มไปไว้ที่ท้ายสุดของหน้า

และด้วยศักยภาพของสื่อด้านการกระจายเสียง อย่างเช่นโทรทัศน์ ที่มีความสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือ ภาพ เสียง หรือวิดีโอ รวมทั้ง ทำให้ผู้ใช้งานคาดหวังต่อรูปแบบของสื่อกระจายเสียงที่ปรากฏบน World Wide Web มากกว่าที่คาดหวังไว้กับสื่ออื่นๆ ตัวอย่างของสื่อกระจายเสียงที่เข้าใจในคุณลักษณะของ World Wide Web และพยายามนำเสนอคือ BBC ของประเทศอังกฤษ อย่างไรก็ตาม สื่อโทรทัศน์และวิทยุในช่วงแรกๆ ไม่สามารถทำอะไรได้มากไปกว่าการเป็นสื่อที่คอยสนับสนุนสื่อหลักในสังคมปกติเท่านั้น เช่น การนำเสนอข้อมูลเบื้องหลังรายการ กำหนดของรายการนำเสนอในแต่ละวัน

แต่ในปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีด้าน Interactive Multimedia ทำให้ผู้ใช้งานสามารถฟังเพลง หรือเรียกเพิ่มข้อมูลวิดีโอรายการของสถานีมารับชมได้ทันที สิ่งนี้สื่อประเภทการกระจายเสียงต้องคำนึงถึงอย่างมาก

คือการใช้โปรแกรมที่ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และไม่ใช้เวลานานสำหรับผู้ที่ต้องการเปิดรับรายการต่างๆ นอกจากนี้ สิ่งที่ทำให้สื่อกระจายเสียงก้าวล้ำไปกว่าการออกอากาศตามปกติ นั่นคือ คุณสมบัติด้าน Interactive ไม่ว่าจะ เป็นเกมส์บน World Wide Web ที่ผู้ใช้งานสามารถร่วมเล่นได้ทันที หรือการส่งความคิดเห็นและความต้องการ ของตนไปยังผู้ส่งสารโดยตรง

สำหรับในสหรัฐอเมริกา นั้นเครือข่ายโทรทัศน์มีการแข่งขันการนำเสนอบน World Wide Web อย่าง เข้มข้น แต่เครือข่ายของ Fox เป็นรูปแบบของการนำเสนอที่ดีที่สุด เนื่องจาก Fox พยายามที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น โดยพยายามสร้างเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ เช่น ภาพที่เมื่อผู้ใช้งานใช้เมาส์คลิกก็ จะกลายเป็นรูปสตูดิโอที่มีอุปกรณ์ต่างๆ ให้ผู้ใช้งานเลือกต่อไปอีก ด้วยความพยายามนี้ทำให้ Fox ประสบความสำเร็จกับการกระจายเสียงบน World Wide Web อย่างมากเมื่อเทียบกับเครือข่ายโทรทัศน์อื่นเช่น ABC , CBS หรือ NBC



ภาพที่ 17

รูปภาพแสดง Homepage ของ Fox

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะหนึ่งที่มีความสำคัญ และทำให้สื่อมวลชนบน World Wide Web มีความแตกต่างและได้เปรียบสื่อมวลชนตามปกติ คือ คุณสมบัติของ Interactive Multimedia และความเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ (Continuous change) รวมทั้งความง่ายของการใช้งาน (Ease of navigation) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่แตกต่างจากสื่อมวลชนปกติอย่างสิ้นเชิง แต่อย่างไรก็ตามคุณสมบัติ ด้านเนื้อหานั้น ยังคงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็น การแพร่กระจายในรูปแบบใดก็ตาม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ใกล้เคียงกับการศึกษาในครั้งนี้เป็นของ

Christian Barker และ Peter Groenne (1996) ซึ่งทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “Advertising on the World Wide Web” ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ World Wide Web เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณา โดยกล่าวถึง World Wide Web ในฐานะช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกว่าสื่อประเภทดั้งเดิม ด้วยคุณสมบัติด้านความเร็ว และคุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งความสามารถในการนำเสนอการโฆษณาในรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏที่ใดมาก่อนในโลก

งานของ Donna L. Hoffman , Thomas P. Novak และ Patrali Chatterjee (1995) ในเรื่อง “Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environment: Conceptual Foundation” ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดในบริบทของระบบเครือข่ายสารคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต โดยมุ่งพิจารณาที่การใช้ World Wide Web ในฐานะของสื่อสมัยใหม่ที่ปฏิรูปกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนแบบดั้งเดิม และนำเสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารบน World Wide Web ซึ่งได้นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย