

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโลกการสื่อสารอย่างมาก นวัตกรรมทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมพิวเตอร์ได้กลายเป็นสื่อหนึ่งซึ่งช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และกว้างไกลยิ่งขึ้น การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-mediated Communication) ซึ่งจัดว่าเป็นการสื่อสารที่มีศักยภาพสูงในการสนองตอบและปฏิสัมพันธ์ในเวลาอันรวดเร็วได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในสังคมยุคข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากคนในสังคมปัจจุบัน มีอัตราการผลิตและบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มสูงขึ้น ข่าวสารกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ผู้คนต่างต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

พัฒนาการทางเทคโนโลยีที่สำคัญและส่งผลกระทบในวงกว้างก็คือ การนำระบบโทรคมนาคมมาเชื่อมโยงการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ กลายเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมากต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน (Interconnecting Network) ที่เรียกว่า อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่ได้รับคามนิยมและมีอัตราการเติบโตเร็วที่สุด จนกลายเป็นสื่อที่ได้รับการกล่าวถึงกันอย่างมากที่สุดในปัจจุบัน คุณลักษณะพิเศษของอินเทอร์เน็ตที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ การลดข้อจำกัดในเรื่องเวลาและระยะทาง (Space and Time) ในการสื่อสาร นอกจากนี้ ยังเปิดกว้างสำหรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในทั่วทุกมุมโลกจึงทำให้ผู้ส่งสารสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลากหลายรูปแบบไปได้ทุกที่ ในขณะที่เดียวกัน อินเทอร์เน็ตก็เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมหาศาลแก่ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสืบค้นได้ตลอดเวลา

ประสิทธิภาพและคุณลักษณะเฉพาะดังกล่าวทำให้มีการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการติดต่อสื่อสาร ใช้ในการติดต่อสื่อสารถึงกันในรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล (E-mail) การสนทนาด้วยข้อความส่วนบุคคล (Talk) หรือเป็นกลุ่ม (Chat) หรือการสนทนาในรูปแบบของเสียงหรืออินเทอร์เน็ตโฟน ซึ่งทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวกและประหยัด ผู้ใช้สามารถทราบข่าวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ในระหว่างกลุ่มผู้สนใจได้จากบริการกลุ่มสนทนาและกลุ่มข่าว

(Newsgroup) นอกจากนี้ ยังมีบริการจดหมายข่าวหรือจดหมายเวียน แจกข่าวสารบริการต่าง ๆ ในระหว่างกลุ่มผู้ใช้ที่สนใจเรื่องเดียวกัน รวมทั้งเป็นสื่อในการสืบค้นและขนถ่ายข้อมูลหรือโปรแกรมต่าง ๆ และสามารถเชื่อมโยงในการใช้งานคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นที่อยู่ห่างไกลได้อีกด้วย

การใช้งานที่เป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมและแพร่หลายอย่างรวดเร็วก็คือ การค้นหาไฟล์และฐานข้อมูลแบบเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web หรือ WWW) ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ประกอบด้วยหน้าของข้อมูล หรือที่เรียกว่าเว็บเพจ (Web Page) จำนวนหลายล้านหน้ากระจายอยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยเว็บเพจแต่ละชุดจะเรียกว่า เว็บไซต์ (Web Site) ซึ่งบนเว็บไซต์ต่าง ๆ จะมีการนำเสนอข้อความหลายมิติหรือข้อมูลชนิดไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่น ๆ บนเว็บไซต์เดียวกันหรือบนเว็บไซต์อื่น ๆ การเชื่อมโยงนี้สามารถทำได้ทั่วโลก นอกจากนี้ ข้อมูลบนเครือข่ายเวิลด์ไวด์เว็บยังเป็นข้อมูลแบบ Non-linear คือ การนำเสนอข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบและสามารถเลือกอ่าน ชม หรือดูข้อมูลใด ๆ ก่อนก็ได้ ข้อมูลมากมายที่ปรากฏบนเว็บไซต์ต่าง ๆ อยู่ในรูปของสื่อเอนกทัศน์หรือมัลติมีเดีย (Multimedia) ข้อมูลเหล่านี้มีทั้งที่เป็นข้อความ รูปภาพ เสียง ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงและโอนย้ายข้อมูลเหล่านี้จากแหล่งข้อมูล (World Wide Web Server) ได้

นอกจากข้อมูลที่เป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอและเสียงแล้ว การใช้งานระบบเวิลด์ไวด์เว็บยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ทำการสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้ด้วย (Interactive) ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นแล้วส่งกลับ (Feedback) ไปยังผู้ส่งสารได้ทันที เวิลด์ไวด์เว็บจึงเป็นขีดความสามารถส่วนหนึ่งของอินเทอร์เน็ตที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างครอบคลุม และด้วยการใช้งานไม่ได้ซับซ้อนเมื่อเทียบกับการใช้งานด้านอื่น ทำให้เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต

คุณสมบัติในเชิงอรรถประโยชน์ของระบบเวิลด์ไวด์เว็บดังกล่าวทำให้การใช้งานระบบเวิลด์ไวด์เว็บได้ขยายวงกว้างไปยังวงการต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว เว็บไซต์กลายเป็น "สื่อ" (Media) ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง เป็นช่องทางในการเผยแพร่ รับหรือค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั่วโลกโดยใช้เวลาไม่นานนัก และด้วยความสามารถในการนำเสนอเนื้อหาในหลากหลายรูปแบบทั้งภาพและเสียง เว็บไซต์จึงกลายเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ง่าย นอกจากนี้ แนวโน้มในการเป็นแหล่งรายได้ทางธุรกิจยังเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้มีการนำระบบเวิลด์ไวด์เว็บมาใช้ในเชิงพาณิชย์ โดยใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการโฆษณาและ

ประชาสัมพันธสินค้า ประชาสัมพันธ์องค์กรหรือบริษัท รวมถึงการประกอบธุรกรรมผ่านระบบเครือข่าย เช่น การซื้อขาย เช่า ยืม สินค้าหรือบริการ ที่เรียกว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) เนื่องจากมีคุณสมบัติในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง การใช้งานระบบเวปไซด์ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่มีอัตราการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสูงมากนั้น พบว่ามีเว็บเพจเกิดขึ้นมากกว่า 30 ล้านหน้า และมีเว็บไซต์เกิดขึ้นเกือบทุก 3 นาที (Computer Review, กุมภาพันธ์ 2543) และการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ต่าง ๆ ทำให้เกิดการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากกว่าการใช้งานในรูปแบบอื่นหลายเท่าตัว จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามการขยายตัวของการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและตามกระแสเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อินเทอร์เน็ตกำลังได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ในทุก ๆ ด้าน มีการพัฒนาระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อช่วยปรับปรุงให้การใช้อินเทอร์เน็ตรวดเร็วขึ้น และเพราะระบบเวปไซด์เวปเป็นที่ยุ้จักและใช้งานได้ง่าย จึงมีการประยุกต์ทุกอย่างที่ก้าวเข้าสู่อินเทอร์เน็ตบนฐานของระบบเวปไซด์เวป ปัจจุบัน ทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นงานบริการในขณะนี้จะถูกประยุกต์เข้าสู่อินเทอร์เน็ตทั้งหมด เริ่มจากการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบบริการสาธารณสุขที่สำคัญ เช่น การส่งกระจายสัญญาณทีวี และเคเบิลทีวี ระบบวิทยุกระจายเสียง ระบบการกระจายข่าวสารด้วยเสียง การใช้ระบบ DVD เป็นต้น หรือระบบโทรศัพท์ ทั้งโทรศัพท์แบบปกติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบวิทยุติดตามตัว (Pager) ระบบโทรสาร การประยุกต์การใช้งานต่าง ๆ ที่กำลังก้าวเข้าสู่อินเทอร์เน็ตจะทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คนมากขึ้น

อินเทอร์เน็ตในสังคมไทย

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในระดับสังคมและระดับปัจเจกบุคคลในประเทศไทย การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2530 โดยในระยะแรก เป็นการใช้งานในรูปจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย 12 แห่งเข้าเป็นเครือข่าย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในปี 2534 เมื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เริ่มให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเป็นเกตเวย์ (Gate Way) หรือ ช่องทางการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตทั่วโลกโดยตรง โดยใช้ชื่อเครือข่ายว่า ไทยสาร (Thaisarn: Thai Social/Scientific Academic and Research Network) ซึ่งได้มีการขยายการให้

บริการไปยังหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจนอกเหนือจากสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและเอกชน แต่การใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์เริ่มขึ้นในปี 2538 เมื่อการสื่อสารแห่งประเทศไทยให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนในการดำเนินการให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลทั่วไป

โครงสร้างของระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประกอบด้วย (สมชาย นำประเสริฐชัย, 2543 : 19-21)

1. ผู้ให้บริการระบบการสื่อสาร

การสื่อสารแห่งประเทศไทย เป็นผู้ผูกขาดบริการการสื่อสารระหว่างประเทศ และเป็นผู้ให้สัมปทานการให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในประเทศ องค์การโทรศัพท์และเอกชนผู้ให้บริการสื่อสารเชื่อมต่อภายในประเทศเป็นผู้ให้บริการเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้หรือองค์กรกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

2. ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider หรือ ISP)

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมีทั้งผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับสถาบันการศึกษา อย่างเช่น UNINET กับ Thaisarn-Internet และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชนที่ได้รับสัมปทานจากการสื่อสารแห่งประเทศไทยให้เป็นผู้บริการอินเทอร์เน็ตกับบริษัท ห้างร้าน และบุคคล

3. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ให้บริการมีทั้งการใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลและการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนขององค์กร โดยสามารถเชื่อมคอมพิวเตอร์เข้ากับอินเทอร์เน็ตโดยผ่านทางผู้ให้บริการ ทั้งการเชื่อมต่อเป็นระบบโทรศัพท์หรือระบบสายเช่าก็ได้

การที่การสื่อสารแห่งประเทศไทยได้อนุญาตให้มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน นับได้ว่าช่วยให้อินเทอร์เน็ตได้ขยายสู่บุคคลทั่วไปและห้างร้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลให้การเติบโตของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเกือบ 20 ราย

ผลการสำรวจของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ดาต้า คอร์ปอเรชั่น (Business.Com กันยายน, 2543 : 181-183) ได้คาดการณ์ว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตภายในปี 2543 จะมีจำนวนทั้งสิ้นถึง 2.3 ล้านคน โดยนับว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ

ละ 60 จากปี 2542 และคาดว่าจะมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้นถึง 5.62 ล้านคนภายในปี 2546 อนาคตอัตราการแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตในระยะยาวจึงน่าจะอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง

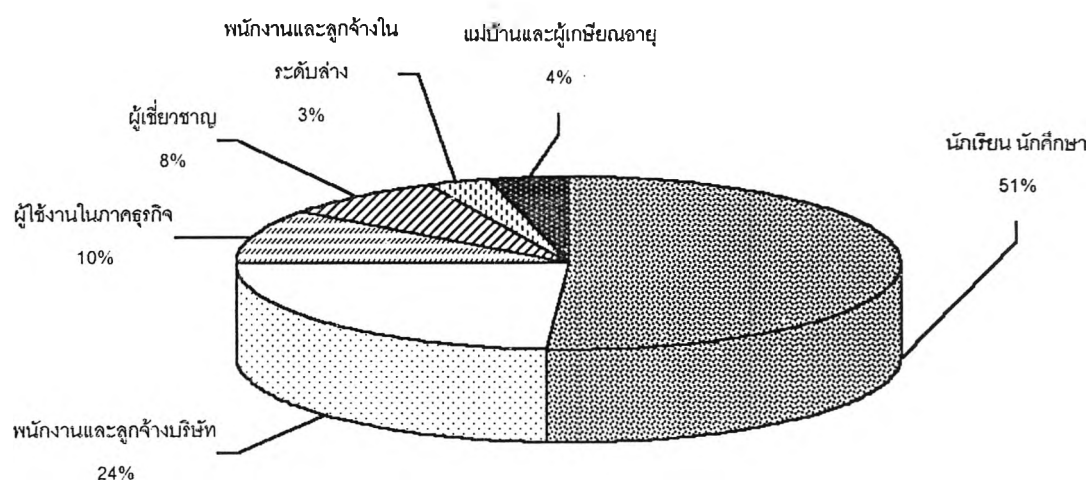
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยและธุรกิจ E-Commerce				
	2540	2541	2542	2543
จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (ล้านคน)	0.38	0.55	1.45	2.31
รายได้จากธุรกิจ E-commerce (ล้านบาท)	2.45	9.76	72.83	204.13

เมื่อนำจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2543 มาเปรียบเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 62.41 ล้านคน ประเทศไทยมีอัตราส่วนของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณร้อยละ 3.7 ในขณะที่ปี 2542 มีสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 2.3 เท่านั้น

เหตุผลสำคัญที่สนับสนุนให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้นก็คือ ราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ถูกลงเรื่อย ๆ อีกทั้งยังมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในขณะที่ราคาไม่สูงมากนัก ค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่ราคาถูกลง และมีแนวโน้มที่จะถูกลงเรื่อย ๆ และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ จากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแต่ละราย อาทิ การลดราคาค่าบริการ การแถมจำนวนชั่วโมงการใช้ เป็นต้น อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากตลาดอินเทอร์เน็ตที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้การแข่งขันในกลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งในด้านราคา การส่งเสริมการขาย และการให้บริการ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้มีการปรับปรุงทั้งรูปแบบการบริหารภายใน และมีการขยายโครงข่ายและเพิ่มวงจรมอบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ตลอดจนมีการปรับปรุงทีมงานบริการลูกค้า (Customer Service) เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว นอกจากนี้ ในด้านของผู้วางโครงข่าย การสื่อสารแห่งประเทศไทยได้มีการปรับปรุงองค์กรซึ่งสืบเนื่องมาจากการเปิดเสรีโทรคมนาคม และยังมีปรับเปลี่ยนนโยบายให้เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตอีกหนึ่งด้วย สิ่งเหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงความตื่นตัวในทุก ๆ ด้านของโครงสร้างอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

หลังจากการเปิดโอกาสให้เอกชนสามารถประกอบธุรกิจเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตได้ อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากหนังสือพิมพ์ วารสาร รายการทางโทรทัศน์ วิทยุต่าง ๆ ได้นำเรื่องราวของอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่น่าสนใจต่อสาธารณะ จำนวนผู้ใช้งานขยายจากกลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัย ไปสู่พนักงาน ลูกจ้างตามหน่วยงานและบริษัทต่าง ๆ และนักเรียน นิสิตนักศึกษา

จากการสำรวจของบริษัท เอซี นีลเซน (ประเทศไทย) จำกัด (THE NATION, November 21, 2000) พบว่าร้อยละ 51 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 24 เป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัท ร้อยละ 10 เป็นผู้ใช้งานในภาคธุรกิจ ร้อยละ 8 เป็นผู้เชี่ยวชาญ ส่วนพนักงานและลูกจ้างในระดับล่างใช้อินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 4 ได้แก่ แม่บ้านและผู้เกษียณอายุ และจากการสำรวจดังกล่าว ยังพบอีกว่ากิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตของคนไทยนั้นค่อนข้างหลากหลาย ดังแสดงในภาพที่ 1

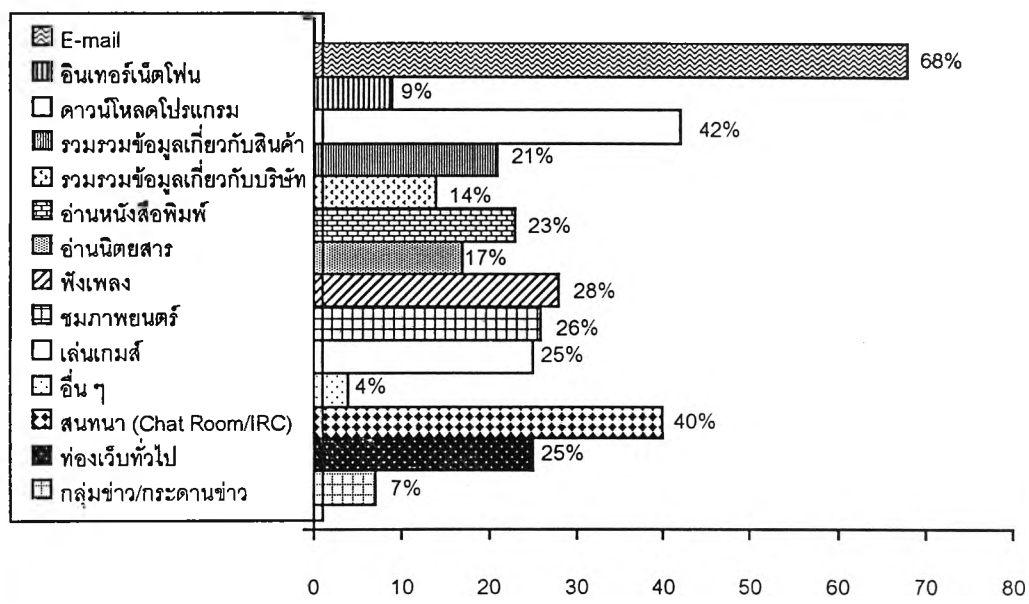


ภาพที่ 1 กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา: ACNielsen (Thailand)

จะเห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มวัยรุ่นซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงเกินกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยทั้งหมด รองลงมาได้แก่พนักงานและลูกจ้างบริษัท การสนับสนุนจากภาครัฐที่มีให้กับสถาบันการศึกษา เปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มวัยรุ่นมีมากขึ้น นักเรียน นักศึกษาสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายของสถาบันการศึกษา ส่วนการลดราคาค่าใช้บริการลงเป็นประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้การให้บริการขยายไปยังกลุ่มผู้มีรายรายได้น้อย การเจริญเติบโตทางอินเทอร์เน็ตยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้ใช้บริการ จากผู้มีความรู้ในระดับสูงมาเป็นระดับปานกลางอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย พบว่า ส่วนใหญ่คนไทยใช้บริการส่งอีเมลสูงสุด ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา: ACNielsen (Thailand)

การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยนั้นค่อนข้างหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความสนใจของวัยรุ่น เช่น การพูดคุยสนทนาในห้องสนทนา (Chat Room) การพูดคุยผ่านโปรแกรมการสนทนาบนอินเทอร์เน็ตที่ชื่อว่า ICQ การแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านกระดานข่าวหรือเว็บบอร์ด (Web Board) การสื่อสารผ่านบริการอีเมล การส่งข้อความสุวิทย์ติดตามตัวหรือเพจเจอร์ การเล่นเกม ท่องเว็บที่ชื่นชอบเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสารพันบ้านเทิง หรือเรื่องราวที่วัยรุ่นอยากรู้อยากเห็น

แม้ว่าอินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสังคมไทย แต่ก็ยังจัดว่ายังอยู่ในช่วงเริ่มต้น การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยจึงอาจยังไม่ใช่การใช้งานเพื่อประโยชน์จริงจัง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยส่วนใหญ่จึงแตกต่างจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในต่างประเทศค่อนข้างมาก แม้ว่าระบบเว็ลด์ไวด์เว็บจะเป็นรูปแบบการใช้งานที่ได้รับความนิยมสูงสุดเช่นเดียวกับในประเทศอื่น ๆ แต่ในประเทศอย่างสหรัฐอเมริกาหรือประเทศในยุโรป พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมักเป็นการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของเครือข่ายอย่างเต็มที่ ที่นิยมกันมากได้แก่

การค้นหาข้อมูล ทั้งนี้ เนื่องจากค่าบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศเหล่านี้มีราคาไม่แพง และระบบเครือข่ายที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตรวดเร็วกว่า นอกจากนี้ ผู้ใช้ในประเทศเหล่านี้มักเลือกท่องไปในเว็บไซต์ต่างประเทศมากกว่าเว็บไซต์ในประเทศ เพราะผู้ใช้รู้สึกว่า การใช้อินเทอร์เน็ตคือการเข้าสู่ประชาคมโลก แต่สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังนิยมเว็บไซต์ไทยมากกว่า

เว็บไซต์ไทย

จากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศที่เพิ่มจำนวนขึ้นในทุก ๆ ปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระแสความนิยมของอินเทอร์เน็ตและความตื่นตัวเรื่องอีคอมเมิร์ซส่งผลให้เกิดเว็บไซต์ขึ้นเป็นจำนวนมาก และเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นนั้นต่างพยายามตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่มากขึ้น วิธีหนึ่งในการวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ก็คือ จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ การทำเว็บไซต์ให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งสำคัญ เว็บไซต์ไทยและเว็บไซต์ต่างประเทศนั้นมีลักษณะร่วมกันหลายประการในการดึงดูดผู้คนเข้าไปเยี่ยมชม เริ่มต้นจาก (ภูมิชัย กฤษณะประกกรกิจ, 2543: 105)

1. การเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลและบริการจากเว็บไซต์อื่น ๆ หรือที่เรียกว่า เว็บไซต์ท่า (Portal Site) จุดเด่นของเว็บท่า คือ การเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการค้นหาและก้าวออกไปสู่โลกเว็ลด์ไวด์เว็บ อาจมีลักษณะเป็น Search Engine หรือเป็นแหล่งรวมลิงก์เพื่อเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ
2. การเป็นแหล่งของฟรี เช่น อีเมลฟรี ดาวน์โหลดฟรี อ่านข่าวฟรี หรือแหล่งอ่านบทความเกี่ยวกับความรู้ด้านต่าง ๆ ฟรี
3. การเป็นชุมชนออนไลน์ (On-line Community) ที่มีผู้คนแวะเวียนเข้ามาปฏิสัมพันธ์กัน เช่น เป็นห้องสนทนา กระดานข่าวสาธารณะ แหล่งติดประกาศสาธารณะ เป็นต้น

ลักษณะร่วมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า คนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาแหล่งรวมข้อมูล หาของฟรี และหาเพื่อนหรือสังคมเสมือน ด้วยเหตุนี้ จึงมีผู้ทำเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างครบวงจร ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวในหนังสือ E-Commerce กล่าวว่า “เว็บไซต์ปัจจุบันนี้ เขามีดีที่ข้อมูลมีความหลากหลาย (Variety) เว็บจำนวนไม่น้อยเรียงหน้ากันมาแบบรวมลิงก์ ส่งเพจ หรือดาวน์โหลดโปรแกรม ลงทุนทำเว็บไซต์ยอมหวังตัวเลขคนเข้าสู่ขึ้นเรื่อย ๆ เพราะนอกจากจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความเก่งกาจในการบริหารของ

เว็บมาสเตอร์แล้ว ยังสนับสนุนให้มีรายได้จากการติดแบนเนอร์อีกต่างหาก ด้วยเหตุนี้ การสร้างเว็บวาไรตี้จึงเป็นเสมือนศาสดาของเว็บไซต์ไทยที่ใคร ๆ ต่างยึดถือและเลือกเป็นแบบอย่างกันมา" เว็บไซต์ลักษณะดังกล่าว จัดเป็น เว็บไซต์วาไรตี้ (Variety Web Site) ลักษณะของเว็บไซต์ประเภทนี้จะเป็นเว็บที่มีข้อมูลหลากหลาย รวบรวมเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งข่าวสารข้อมูลที่ให้สาระและความบันเทิง ตลอดจนการให้บริการอื่น ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free Service) เช่น อีเมล กระดานข่าวที่เป็นเสมือนเวทีอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การค้นหาข้อมูล ฯลฯ และเนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อดึง (Pull Medium) กล่าวคือ เป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้รับสารมากกว่าเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ส่งสาร ผู้ใช้มีอำนาจในการตัดสินใจ สามารถเลือกใช้ข้อมูลตามความต้องการ (อดิศักดิ์ อนันต์นัย, 2540 : 12) ผู้จัดทำเว็บไซต์จึงจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการเพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย วาไรตี้เว็บไซต์จึงได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเป็นศูนย์รวมทั้งข้อมูลข่าวสารและบริการหลากหลายประเภท อาทิ ห้องสนทนา (Chat Room) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น ๆ ได้อย่างกว้างขวาง

การเรียนรู้มีหลายรูปแบบ และมีได้จำกัดอยู่เพียงการเรียนรู้ในระบบการศึกษาอย่างเป็นทางการในสถานศึกษาเท่านั้น บุคคลในวัยต่าง ๆ ต่างต้องการที่จะปรับตัวให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสมกับสถานะของตนเอง บุคคลจึงพยายามแสวงหาช่องทางในการเรียนรู้เพื่อประโยชน์ในด้านพัฒนาการทางสังคม เพื่อสามารถปรับตัวให้เข้ากับบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อมของตนเป็นไปอย่างราบรื่น

การที่อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติในการเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารขนาดใหญ่ และเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงไปยังแหล่งความรู้ต่าง ๆ ทำให้อาจพิจารณาได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีบทบาทในการเรียนรู้ของบุคคล ในสังคมไทยซึ่งอินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็ว เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากมายนั้นจึงน่าจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่บุคคลสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นไปในสังคม คนในสังคมทั้งใกล้ตัวและไกลตัว บทบาทหน้าที่ ตลอดจนค่านิยมของสังคมซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างกลมกลืน การเรียนรู้ทางสังคมดังกล่าวเรียกว่า "สังคมประกิต (Socialization)"

ตัวแทนหรือหน่วย (Agent) ของกระบวนการสังคมประกิต อันได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน โรงเรียน กลุ่มอาชีพ ตัวแทนทางศาสนา และสื่อมวลชน สังคมประกิตซึ่งมีผลต่อการปลูกฝังและพัฒนาระบบความเชื่อ ความคิด และค่านิยมของบุคคลนั้นเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงก็เช่น การสอน หรือบอกกันตรง ๆ เช่น พ่อ

แม่สอนลูก หรือครูสอนนักเรียน ส่วนกระบวนการทางอ้อมนั้นเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกต หรือเลียนแบบ การสังคมประกิตทางอ้อมนี้เป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสารไม่ได้มีเจตนาที่จะทำการส่งสาร แต่ผู้รับสารจะค่อย ๆ ซึมซับ เลียนแบบพฤติกรรมนั้น ๆ มาโดยไม่รู้ตัว ดังนั้น สังคมประกิตผ่านสื่อ นั้นจึงเป็นกระบวนการที่ทั้งผู้เรียนและผู้สอนมักจะไม่รู้ตัว แต่ทว่า มีปรากฏการณ์ที่แสดงว่า การเรียนโดยไม่รู้ตัว และทางอ้อมนี้อาจจะได้ผลมากกว่าการส่งสอนแบบตรง ๆ และรู้ตัวเสียอีก (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 183)

อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อใหม่ที่นับวันจะมีพลังอำนาจ และส่งผลกระทบต่อทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและสังคม เว็บไซต์กลายเป็นช่องทางหนึ่งในการแสวงหาข่าวสารข้อมูล การขยายขอบเขตและบทบาทของอินเทอร์เน็ตในสังคมไทยซึ่งเริ่มมีสูงมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางที่สุด ทำให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีขอบเขตกว้างไกล ประกอบกับความนิยมที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ในการสื่อสารในยุคไร้พรมแดนที่มีอัตราการผลิตและบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นช่องทางหรือตัวนำสาร (Carrier) ที่มีบทบาทหลากหลายแล้วแต่จุดประสงค์ในการนำไปใช้งาน

การใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ในรูปแบบของการเข้าชมและใช้บริการต่าง ๆ บนวาไรตี้เว็บไซต์ซึ่งนับว่าเป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ และบริการที่หลากหลายที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากนั้นจึงทำให้อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์กลายเป็นประเด็นศึกษาที่น่าสนใจ โดยเฉพาะบทบาทของสื่อใหม่นี้ในการสังคมประกิต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบุคคลให้สามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสม งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาว่าเนื้อหาของเว็บไซต์วาไรตี้อันประกอบด้วยข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ ในสังคมนั้นจะมีบทบาทในด้านสังคมประกิตบ้างหรือไม่ และอย่างไร

ปัญหานำการวิจัย

1. รูปแบบและเนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์วาไรตี้เป็นอย่างไร
2. เว็บไซต์วาไรตี้นำเสนอเนื้อหาในด้านสังคมประกิตบ้างหรือไม่ อย่างไร
3. เว็บไซต์วาไรตี้มีบทบาทในการสังคมประกิตอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์ว่าไรดี
2. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ว่าไรดีในด้านสังคมประภิต
3. เพื่อศึกษาบทบาทของเว็บไซต์ว่าไรดีในด้านสังคมประภิต

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ว่าไรดีในด้านสังคมประภิต" เป็นการศึกษาเฉพาะเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์ว่าไรดีกลุ่มเป้าหมายจำนวน 4 เว็บไซต์ ได้แก่ www.mweb.co.th, www.pop.co.th, www.siam2you.com และ www.yummyai.com ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2544 โดยไม่ได้ศึกษาครอบคลุมไปถึงเนื้อหาที่นำเสนอผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น อีเมล หรือการสนทนาในห้องสนทนา (Chat Room) หรือกระดานข่าว (Web Board)

นิยามศัพท์

- เว็บไซต์ว่าไรดี (Variety Web Site) หมายถึง เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหลากหลายประกอบด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านสาระและบันเทิง และให้บริการต่าง ๆ อาทิ บริการสืบค้นข้อมูล อีเมล กระดานข่าว ห้องสนทนา การส่งข้อความไปยังวิทยุติดตามตัว (Pager) ฯลฯ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอในรูปแบบภาษาไทย

- เนื้อหาสังคมประภิต หมายถึง เนื้อหาสารที่ถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับความเป็นไปของสังคม ความรู้ ค่านิยม และให้การเรียนรู้ให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมในสังคมได้อย่างกลมกลืน โดยในงานวิจัยนี้แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. สังคมประภิตด้านจิตใจ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับค่านิยม / ความเชื่อ, ทัศนคติ / ความคิด, แรงบันดาลใจ และศีลธรรมจรรยา
2. สังคมประภิตด้านสติปัญญา ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสาร, ความรู้ และทักษะ/ ความชำนาญ
3. สังคมประภิตด้านพฤติกรรม ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับระเบียบแบบแผน และบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดีในสังคม

- อินเทอร์เน็ต (ซึ่งอาจปรากฏเป็นอินเทอร์เน็ต อินเตอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ในเอกสารอื่น ๆ ได้) หมายถึง เครือข่ายการสื่อสารคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมาก มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็ว
- เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web (WWW)) หมายถึง อนุเครือข่ายในอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันแบบใยแมงมุม มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มหาศาลให้เป็นกลุ่ม และบนอนุเครือข่ายนี้ สามารถเชื่อมข้อมูลชุดหนึ่งไปยังข้อมูลอีกชุดหนึ่งซึ่งเป็นทั้งแบบตัวอักษรและกราฟฟิก (รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว)
- เว็บเพจ (Web Page) หมายถึง หน้าต่าง ๆ ของข้อมูลข่าวสารบนเวิลด์ไวด์เว็บ เป็นข้อมูลชนิด HTML ซึ่งประกอบไปด้วยคำหรือข้อความหลายมิติหรือไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext)
- โฮมเพจ (Home Page) หมายถึง หน้าแรกของเว็บไซต์นั้น ๆ
- ข้อความหลายมิติหรือไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) หมายถึง ข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงไปยังข้อมูลชุดอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันได้
- ลิงก์ (Link) หมายถึง จุดเชื่อมโยงไปยังเอกสารหน้าอื่น ๆ หรือเชื่อมโยงไปยังบริการอื่น ๆ อาจอยู่ในรูปแบบตัวอักษร ข้อความ หรือรูปภาพใด ๆ จำแนกออกเป็น
 1. ลิงก์ไปยังเว็บเพจหน้าอื่น
 2. ลิงก์ไปยังเว็บไซต์อื่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้จัดทำเว็บไซต์ว่าไรดีเพื่อประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย วางแผน และพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นสื่อที่มีบทบาทด้านสังคม ประกิตให้สอดคล้องกับสภาพของสังคม
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ว่าไรดีได้ตระหนักถึงบทบาทของเว็บไซต์ว่าไรดีในด้านสังคมประกิต อันจะนำไปสู่การใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

3. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางและข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้สนใจในการศึกษาบทบาทของเว็บไซต์และสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านอื่น ๆ ต่อไป