

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ลักษณะ แรงจูงใจของผู้ส่ง และผลกระทบของอีเมลส่งต่อ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจทั้งในด้านปริมาณ (quantity) และคุณภาพ (quality) ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็น คือ

1. อีเมลส่งต่อมีลักษณะอย่างไร
2. แรงจูงใจในการส่งอีเมลส่งต่อคืออะไร
3. ผลกระทบที่เกิดตามมาจากอีเมลส่งต่อที่ผู้รับรับรู้ว่าเป็นการเกิดขึ้นกับตนเองและสังคมได้แก่อะไรบ้าง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. อีเมลส่งต่อมีลักษณะอย่างไร

อีเมลส่งต่อมีลักษณะการสื่อสารอย่างไร

อีเมลส่งต่อลักษณะการสื่อสารดังนี้

1. มีความพิเศษตรงที่เมื่อเริ่มต้นจะส่งเนื้อหาเดียวแต่กระจายไปในวงกว้างให้กับสังคม เนื้อหาไม่ต้องการเขียนเพื่อสื่อสารระหว่างบุคคล

2. เมื่ออีเมลส่งต่อฉบับดังกล่าวถูกส่งไปยังผู้รับ ผู้รับจะเกิดความรู้สึกอยากใช้เนื้อหาที่ถ่ายทอดเรื่องราว ความรู้สึก หรือสื่อสารความคิดบางอย่างให้คนอื่น ๆ ทราบ แทนการพูดคุยผ่านอีเมลธรรมดา สังเกตได้จากวัตถุประสงค์ของเนื้อหาจะเน้นอธิบาย เล่าเรื่อง หรือแสดงอารมณ์ในรูปแบบต่างๆ เช่นเดียวกับแรงจูงใจที่เป็นไปในเชิงสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคล สะท้อนให้เห็นว่าอีเมลส่งต่อกลายเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเมื่อเข้าสู่กระบวนการส่งนั่นเอง

3. คุณสมบัติของอีเมลส่งต่อเป็นแบบ secondary orality ตามผลการสรุป kibby (2005 : 771) กล่าวคือ เพราะอีเมลส่งต่อส่งได้ด้วยการกดปุ่มแค่ครั้งเดียวและเนื้อหาไม่สามารถกลับมาแก้ไข ได้จนกว่าจะรู้ด้วยตัวผู้ส่งเองหรือผู้รับเป็นฝ่ายบอก ถ้าเป็นเรื่องที่ตรงความต้องการผู้รับย่อมพึงพอใจ แต่ถ้าเป็นเรื่องที่ไม่สนใจก็ย่อมจะเกิดความรำคาญทันที เพราะรูปแบบการส่งอีเมลส่งต่อไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาอย่างละเอียด แต่เป็นการเลือกเรื่องที่มีอยู่แล้วมาส่ง และเพราะผู้ส่งส่วนใหญ่ขาดพฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นความรู้สึกแนบไปกับการส่ง ผู้รับจึงยังไม่ทราบเหตุผลในการส่งและตีความว่าการส่งนั้นขาดความเอาใจใส่ตนเอง

อีเมลส่งต่อมีพลังเข้าถึงบุคคลผ่าน 2 กระบวนการ

กระบวนการแรกเนื่องจากอีเมลส่งต่อเริ่มต้นตั้งแต่ตอนสร้างเนื้อหา เนื่องจากความต้องการสื่อสารไปยังมวลชนอยู่แล้ว การจัดวางเนื้อหาจะต้องให้สื่อสารไปในวงกว้าง ทำให้เนื้อหา มีวัตถุประสงค์ที่พบในอีเมลส่งต่อเกือบทุกฉบับคือการโน้มน้าวใจและมีจุดดึงดูดใจในเนื้อหา คือ เรื่องอารมณ์และความรู้สึกเป็นหลัก ใกล้ชิดกับชีวิตประจำวัน และเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ แต่กระนั้นอีเมลส่งต่อจะเป็นเพียงข้อมูลทั่วไป ถ้าไม่ได้กระบวนการที่สอง คือ ได้ผู้ส่งมาช่วยกลั่นกรองพิจารณาว่าอีเมลส่งต่อเรื่องใดเหมาะที่จะส่ง และเหมาะที่จะส่งให้ใคร กระบวนการนี้ช่วยให้อีเมลส่งต่อเข้าถึงความต้องการของบุคคลได้ดียิ่งขึ้นอีก สอดคล้องกับที่ผลการวิจัยพบว่า คนจำนวนมากก็รู้สึกว่าการนำเนื้อหาในอีเมลส่งต่อนั้นน่าสนใจ

ปัจจัยใดที่ช่วย"กระพือ" อีเมลส่งต่อ

อีเมลส่งต่อจะแพร่กระจายได้กว้างเท่าไร ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ดึงดูดตั้งแต่เริ่มเขียน ว่าตรงความสนใจของคนในสังคมหรือไม่ ขณะที่การตัดสินใจของผู้ส่งจะเป็นตัวกระตุ้นให้จำนวนอีเมลส่งต่อมีมากและแพร่กระจายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เพราะหากตรงความสนใจ มีประเด็นที่จะบอกต่อ ผู้ส่งก็จะรีบส่งทันที ยังมีเรื่องที่ตรงความสนใจหลายฉบับก็ยิ่งส่งมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสนใจในอีเมลส่งต่อจะถูกกำหนดไว้ด้วยเนื้อหาของอีเมลส่งต่อแต่ละเรื่อง เพราะผู้ส่งส่วนใหญ่ถ้าจะส่งให้ผู้อื่นก็จะหาอีเมลส่งต่อที่มีเรื่องราวเหมาะกับผู้ส่ง และจะส่งโดยไม่เปลี่ยนแปลงหรือตัดทอนเนื้อหาใดๆ แต่ถ้าไม่สนใจส่งก็จะไม่ปรับเปลี่ยนเรื่องให้อ่าน แต่จะเปลี่ยนเรื่องส่งใหม่แทน

อีเมลส่งต่อคือศูนย์รวมข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะตัว

อีเมลส่งต่อมีเนื้อหาหลากหลายเกิดจากความสนใจร่วมกันของบุคคล อีกทั้งผู้ส่งยังไม่ผลการควบคุมของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ในมาตราที่ 14 โดยเฉพาะวรรคที่ 1 และ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นเท็จโดยประการที่นำจะสร้างความเสียหายแก่ผู้อื่น ทำให้เนื้อหาในอีเมลส่งต่อค่อนข้างจะเป็นเรื่องราวที่พุดคุยกันด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ไม่ตระหนักถึงการกระทำความผิดทางกฎหมาย และเรื่องที่พุดคุยด้วยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นก็แตกต่างกันไปตามความสนใจของแต่ละคู่สนทนา อีเมลส่งต่อจึงเต็มไปด้วยเรื่องราวหลากหลาย

ประเด็นต่อมาคือ อีเมลส่งต่อขาดบริบทของภาษาในการสื่อสาร (Friedman and Currall, 2005: 1335; Kiesler and Sproull, 1992: 104) ดังนั้นหากใช้อีเมลส่งต่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ย่อมจำเป็นต้องใช้เนื้อหาที่ถ่ายทอดความรู้สึกออกมาได้อย่างชัดเจนเพื่อสื่อไปยังผู้รับให้มากที่สุด ประกอบกับจุดดึงดูดใจในเนื้อหา คือ การเรื่องอารมณ์และความรู้สึก อีเมลส่งต่อจึงเต็มไปด้วยเรื่องราวที่ไม่เคยรู้หรือพบเห็นมาก่อน เป็นเรื่องแปลก พิศวง ค่อนข้างสุดขั้ว

สุดท้ายคือ อีเมลส่งต่อยังพบวัตถุประสงค์ที่นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ในงานเขียนทั่วไป (บงกช, 2545:112-113) พบว่ามีทั้งการประณามและการขอความช่วยเหลือ ที่เป็นตัวอย่งสะท้อนให้เห็นว่าอีเมลส่งต่อมีความแตกต่างจากสื่ออื่น ด้วยเหตุนี้อีเมลส่งต่อจึงเป็นเหมือนศูนย์กลางในอินเทอร์เน็ตที่รวมเรื่องราวซึ่งพบไม่ค่อยได้ในสื่ออื่นๆ ที่มีกฎหมายและจรรยาบรรณด้านวิชาชีพกลั่นกรองหรือรับผิดชอบดูแล

2. พฤติกรรมและแรงจูงใจในการส่งอีเมลส่งต่อคืออะไร

กระบวนการส่งอีเมลส่งต่อเป็นอย่างไร

ในกระบวนการส่งอีเมลส่งต่อแต่ละครั้ง เริ่มต้นจากความสนใจในชื่อเรื่องของอีเมลส่งต่อก่อน หากไม่มีความสนใจในชื่อเรื่อง ผู้รับก็จะไม่สนใจเปิดอ่านหรือแม้กระทั่งลบทิ้งทันที แต่ถ้าสนใจก็จะเปิดอ่านจากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการคิดวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีความสัมพันธ์ในโลกความจริงนอก ทำให้ผู้ส่งเลือกได้ว่าเนืหาดังกล่าวเหมาะที่จะส่งให้ใคร หากผู้อ่านอีเมลเกิดความคิดเชื่อมโยงไปยังบุคคลอื่นภายหลังการอ่าน ก็อาจเกิดประกายความคิดที่ต้องการจะให้บุคคลนั้นรับทราบเนื้อหาในอีเมลส่งต่อนั้นด้วย นำไปสู่พฤติกรรมการส่งในที่สุด ซึ่งประกายความคิดดังกล่าวนี้เองคือแรงจูงใจในการส่งอีเมลส่งต่อซึ่งมีที่มาจาก 2 ทาง คือ เกิดจากความต้องการของตัวผู้ส่งเองที่อยากส่ง กับแรงจูงใจที่เกิดจากปัจจัยภายนอกมากระตุ้นให้รู้สึกอยากส่งให้ผู้อื่น

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ส่งส่วนใหญ่ส่งให้เฉพาะผู้รับที่ตนรู้จัก เพื่อจะสามารถวิเคราะห์สิ่งที่ผู้รับต้องการได้ แสดงว่า ผู้ส่งต้องเข้าใจในตัวผู้รับในระดับหนึ่งมาก่อนแล้วจึงจะส่งอีเมลส่งต่อให้ นี่เป็นแบบอย่างที่ดีชัดเจนของการสื่อสารบนพื้นที่ประสบการณ์ร่วม หากผู้ส่งเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่าผู้รับมีประสบการณ์และความสนใจตรงกับตนในด้านใด ย่อมจะทำให้อีเมลส่งต่อตรงความต้องการของผู้รับ ไม่เกิดความรำคาญหรือเสียเวลาลบทิ้ง ซึ่งการจะทำให้อีเมลส่งต่อตรงความสนใจของผู้รับได้นั้น ย่อมต้องเกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้รับในโลกภายนอกแบบออนไลน์ ให้เข้าใจตัวตนและความคิด นิสัยใจคอ อย่างชัดเจนในความสัมพันธ์เสียก่อน

นอกจากนี้การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลในกระบวนการส่งอีเมลส่งต่อมิได้เชื่อมโยงต่อกันตั้งแต่ผู้สร้างเนื้อหาส่งคนแรกไปจนถึงผู้รับคนสุดท้าย อีเมลส่งต่อมีช่วงเชื่อมโยงบุคคลที่ตนรู้จักเฉพาะแค่จากผู้ส่งคนก่อน ตนเอง (ผู้ส่ง) และผู้รับเท่านั้น กระบวนการส่งก่อนหน้านี้หรือต่อไปจากนี้ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ส่งเลย แต่ไม่ว่าจะเป็นการส่งช่วงใด อีเมลส่งต่อก็ยังเป็นเรื่องเดิม ดังนั้นหากเป็นอีเมลส่งต่อที่มีเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ แล้วสามารถเชื่อมต่อให้ผู้รับส่งทุกคนที่ได้อ่าน

อีเมลฉบับนี้ได้รู้จักกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ก็จะช่วยให้อีเมลหาในเชิงสร้างสรรค์นั้น มีพลังเข้มแข็งในการพัฒนาและยกระดับสังคมมากขึ้น

แรงจูงใจในการส่งเป็นอย่างไร

แรงจูงใจในการส่งที่เกิดจากตัวผู้ส่งเองนั้น เป็นแรงจูงใจในการติดต่อสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นเสียส่วนใหญ่ และยังสะท้อนเห็นว่า ผู้ส่งคำนึงถึงผู้รับมากกว่าการส่งเพื่อตนเอง หรือส่งอย่างไม่มีเหตุผลเพียงพอ สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้อีเมลส่วนใหญ่มีความรับผิดชอบและวิจารณ์อย่างดี แรงจูงใจภายในของผู้ส่งอีเมลส่งต่อส่วนใหญ่จึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ความไม่เหมาะสมต่างๆ ถูกกลั่นกรองด้วยการพิจารณาว่าเนื้อหาที่เหมาะสมจะส่งให้ใคร

ส่วนแรงจูงใจภายนอกที่มีผลมากที่สุดมาจากคุณลักษณะเนื้อหาของอีเมลส่งต่อนั้นเอง ไม่ว่าจะเป็นความน่าเชื่อถือ ความน่าสนใจ หรือความถูกต้องล้วนส่งผลต่อการส่งต่อทั้งสิ้น โดยเฉพาะประเด็นความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล ที่ผู้ส่งยังใช้เพียงประสบการณ์หรือความรู้ของตนเองในการประเมินเป็นหลัก เพราะการสืบค้นข้อมูลต้องใช้เวลา ร่วมกับอีเมลส่งต่อเองถูกมองว่าไม่น่าเชื่อถือจึงไม่ควรเสียเวลาใส่ใจ สรุปได้ว่าแรงจูงใจภายนอกด้านเนื้อหามีส่วนสำคัญเฉพาะในการตัดสินใจส่ง แต่ยังไม่สามารถต่อยอดให้ส่งได้อย่างมีคุณภาพ

3. ผลกระทบที่เกิดตามมาจากอีเมลส่งต่อที่ผู้รับรับรู้ว่าเกิดขึ้นกับตนเองและสังคมได้แก่อะไรบ้าง

ผลิตเพลินเด่น ความรู้ด้อย

ผู้ใช้อีเมลส่วนใหญ่มองว่าอีเมลส่งต่อนั้นไม่มีความสำคัญต่อตนเองเท่าไร ทั้งมีทัศนคติต่ออีเมลส่งต่อในแง่ลบ จึงไม่ค่อยใส่ใจอ่านหรือส่งอีเมลส่งต่อเท่าใดนัก แต่เมื่อตั้งใจจะอ่าน ก็จะมีการพิจารณาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล รวมทั้งเลือกผู้ที่คิดว่าน่าจะสนใจหรือเหมาะกับอีเมลส่งต่อเรื่องนั้น หมายความว่าเป็นผู้ที่รู้จักคุ้นเคยอยู่แล้ว ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สมควร ช่วยกลั่นกรองมิให้อีเมลส่งต่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมแพร่กระจายไปสู่เด็กและเยาวชนได้ในระดับหนึ่ง

ผลกระทบด้านประโยชน์จากอีเมลส่งต่อที่ผู้รับรู้สึกนั้นส่วนใหญ่ไม่ใช่ผลกระทบที่รุนแรงระดับปานกลางถึงมาก ลักษณะของเนื้อหาสารมุ่งเน้นในเชิงร่ำอารมณ์ ง่ายต่อการกระตุ้นให้ผู้อ่านส่งต่อไปได้ง่าย กระจายไปในวงกว้างได้รวดเร็ว ประกอบกับเนื้อหาที่ให้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ เคล็ดล็บ เกร็ดความรู้ ตลอดจนข่าวสารต่างๆ ของอีเมลส่งต่อนั้น ล้วนตั้งอยู่บนความรู้ลึก

คลุมเครือ ไม่น่าเชื่อถือ ดังนั้นประโยชน์ของอีเมลส่งต่อจึงเด่นชัดในด้านการให้ความเพลิดเพลิน หรือสนองอารมณ์ต่างๆ ของผู้อ่าน

3 ปัญหาหลักในอีเมลส่งต่อ

พบว่าปัญหาหลักๆ ของอีเมลส่งต่อเกิดจากการนำประสิทธิภาพของความเป็นเรื่องมีชื่อเสียงที่เข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของคนในสังคมไปทำให้สังคมแตกแยก ประกอบกับทุกความคิดเห็นในสังคมสามารถส่งข้อมูลได้แต่ขาดหน่วยงานตรวจสอบที่น่าเชื่อถือ ทำให้ปัญหาเกิดความสับสนในข้อมูล และสุดท้าย ปัญหาเรื่องการไม่เข้าถึงพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ทำให้ยังคงมีการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมออกมา

การใช้อำนาจการสื่อสารที่เข้าถึงความรู้สึกของผู้คน ปรากฏในลักษณะการยุยงทำให้สังคมแตกแยกนี้ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในโลกภายนอกระบบอินเทอร์เน็ตก่อน แล้วระบบอีเมลส่งต่อจึงนำมาขยายเผยแพร่ข้อมูลให้เข้มข้นขึ้น กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะกระตุ้นให้ปัญหานี้รุนแรงขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าวให้ผู้คนคล้อยตามความคิดการปลุกเร้าให้สนับสนุนฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด หรือกระตุ้นให้คิดเป็นปรปักษ์กับอีกฝ่ายก็ตาม ทางออกของปัญหานี้ไม่ได้อยู่ที่อีเมลส่งต่อ แต่อยู่ที่ผู้รับเองว่า เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วจะส่งเพื่อให้ปัญหานั้นรุนแรงและขยายออกไปหรือไม่

ส่วนปัญหาในการสืบสวนของข้อมูลนั้น เนื่องจากอีเมลส่งต่อมีข้อมูลประเภทเกร็ดความรู้ ความเชื่อที่ไม่เคยรู้มาก่อน แปรก จำนวนมากในระบบ หากมีการจัดตั้งศูนย์กลางที่รวบรวมข้อเท็จจริงที่พบในอีเมลส่งต่อแบบต่างๆ เอาไว้ น่าจะตอบสนองพฤติกรรมตรวจสอบข้อมูลของผู้ส่งอีเมลส่งต่อ หากสามารถทำออกมาให้ใช้งานได้สะดวก เช่น สืบค้นข้อเท็จจริงได้ในหน้าเดียวกับอีเมลส่งต่อ หรือกำหนดให้อีเมลส่งต่อมีการเขียนเกี่ยวกับเรื่องราวที่จะสืบค้น ส่วนหนึ่งจะช่วยลดความสับสนในเนื้อหา เกร็ดข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายจะกลายเป็นแหล่งความรู้ที่น่าสนใจอีกมุมหนึ่งให้คนในสังคมสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ อีกส่วนหนึ่ง เมื่อทราบว่าเนื้อหานั้นจริงหรือเท็จก็จะนำไปสู่การเลือกส่งแต่เนื้อหาที่มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ ช่วยลดผลกระทบเรื่องคุณภาพของอีเมลส่งต่อได้อีกทางหนึ่ง

สำหรับผลกระทบในเชิงทำลายอีกประการที่ค่อนข้างชัดเจน คือ ภายหลังการประกาศพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 อีเมลส่งต่อถูกควบคุมเฉพาะในมิติของการหมิ่นประมาท ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการประกอบอาชญากรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น แต่ก็พบว่าเรื่องที่อาจจะละเมิดสิทธิส่วนบุคคลยังมีแพร่หลายในระบบรับส่งอีเมล ทั้งที่ถ้าผู้รับเข้าใจในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ จะทราบว่า

อีเมลที่มีการพาดพิงถึงบุคคลอื่นเช่นนี้ หากมีการฟ้องร้องเกิดขึ้นและพบว่าข้อมูลนั้นเป็นเท็จ ผู้ส่งจะมีความผิดทันที จึงสะท้อนให้เห็นอีกด้านหนึ่งว่า ผู้ใช้อีเมลยังขาดความรู้ความเข้าใจในพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์อย่างชัดเจนว่าอาจจะเมิดสิทธิของบุคคลอื่นได้อย่างไรบ้าง

ส่วนข่าวลือ ความรุนแรง เรื่องเพศ หรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมซึ่งเป็นความเสียหายในลักษณะของการกล่อมเกลาชิมชั๊บ เป็นผลกระทบเชิงทำลายที่ไม่เห็นผลอย่างชัดเจนพอที่กฎหมายกำหนดความผิด ยังคงปรากฏในระบบรับส่งอีเมลเป็นจำนวนมาก และยิ่งกว่านั้น ผู้ให้บริการระบบรับส่งอีเมล ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายฉบับนี้ดีพอ ทำให้ยังคงส่งอีเมลส่งต่อที่มีเนื้อหาที่อาจจะเมิดสิทธิบุคคลอื่นอย่างชัดเจน ไปจนถึงเนื้อหาไม่เหมาะสมอื่นๆ ปรากฏออกมาอย่างสม่ำเสมอ ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องมีการทบทวนเกี่ยวกับผลกระทบในลักษณะกล่อมเกลาชิมชั๊บนี้ และหาทางจัดการให้เหมาะสม

บทสรุปอีเมลส่งต่อ : สร้างสรรค์หรือทำลาย

จะเห็นได้ว่าอีเมลส่งต่อมีผลกระทบในเชิงสร้างสรรค์มาก แต่ก็มีผลกระทบในเชิงทำลายไม่น้อยเช่นกัน ประโยชน์ที่พบในเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นไปในเชิงการสร้างความปลอดภัยทางอารมณ์ เช่น เรื่องแปลกต่างๆ ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต อีกทั้งผู้รับยังสามารถติดตามประเด็นความสนใจในสังคมได้ รวมถึงการเตือนภัยอันตรายต่างๆ รอบตัว นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเชิงวิชาการและเคล็ดลับในชีวิตประจำวันอยู่ด้วยเช่นเดียวกัน แต่เพราะจุดดึงดูดใจของอีเมลส่งต่อ คือ เรื่องอารมณ์และความรู้สึก การสร้างเนื้อหาจึงเน้นความ “สนุก” ไว้ก่อน ความถูกต้องจึงเป็นประเด็นรอง

ส่วนความไม่เหมาะสมของเนื้อหานั้น เนื่องจากเนื้อหาเป็นความสนใจหรือความชอบของแต่ละคู่สนทนา เมื่อพิจารณาในภาพรวม บางเรื่องจึงไม่เหมาะสมหากกระจายไปสู่ผู้รับที่เป็นเด็ก อีกทั้งเนื้อหาไม่มีการอ้างอิงข้อมูลอย่างชัดเจน เมื่อกระจายออกไปจึงกลายเป็นแนวโน้มที่จะทำให้สังคมสับสนกับข้อเท็จจริงและความถูกต้องของข้อมูล อีกทั้งส่วนใหญ่เนื้อหาเป็นความไม่เหมาะสมในแบบผลกระทบชิมชั๊บ เช่น เนื้อหาเรื่องเพศหรือเนื้อหาที่อาจรบกวนความคิดความรู้สึกของเด็ก เป็นต้น โดยส่วนใหญ่มักมาในวัตถุประสงค์ของการเตือนภัยหรืออันตราย การเสียดสีประชดประชันแบบขบขัน เป็นต้น ทำให้ผู้ส่งมองข้ามผลกระทบที่แฝงมา แล้วให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหานั้นแทน เช่น แม้จะเป็นภาพเปลือย แต่ผู้ส่งให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ล้อเลียนเสียดสีมากกว่า หรือแม้แต่ความแปลกของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหลายอย่างแทนที่จะห้ามไม่ให้ส่ง ก็อาจกลายเป็นแรงจูงใจสำคัญยั่วยู่ให้ส่งแทนได้ ถ้าผู้ส่งให้ความสนใจ

ดังนั้นด้วยความหลากหลายในเนื้อหาที่มี ทั้งที่เป็นข่าวสารที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง เป็นเรื่องจริงและไม่เป็นเรื่องจริง ผลกระทบจะเกิดก็ต่อเมื่อผู้รับเชื่อ เพราะฉะนั้นหากผู้รับอีเมลส่งต่อ

นำไปตรวจสอบก่อนเชื่อถือก็จะได้ประโยชน์อย่างมหาศาล เพราะในความเป็นเรื่องราวทั่วไป ไม่เป็นทางการนั้น อีเมลส่งต่อเองก็มีข้อมูลมากมายที่หาไม่ได้ในสื่อประเภทอื่น

สรุปแล้วเมื่อมองในทัศนคติของผู้รับที่มีต่ออีเมลส่งต่อในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้สึกว่าอีเมลส่งต่อค่อนข้างมีประโยชน์มากกว่า เพียงแต่ควรมีการควบคุมจัดการดูแลเพื่อให้เป็นเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลการวิจัย

1. การส่งอีเมลส่งต่ออย่างมีคุณภาพและปลอดภัยควรเป็นเช่นไร

คุณสมบัติประการสำคัญของอีเมล ซึ่งมีอยู่ในอีเมลส่งต่อเช่นกัน คือ สามารถอ่านซ้ำ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถบันทึกอีเมลส่งต่อ เพื่อทบทวนซ้ำไปซ้ำมาได้ นอกจากนี้ยังสามารถ พิจารณาซ้ำ คือสามารถพิจารณาข้อมูลได้ก่อนส่ง (Friedman and Currall, 2003: 1329) ดังนั้นการส่งอีเมลส่งต่อที่เหมาะสม จึงควรพิจารณาเนื้อหาให้ถี่ถ้วนเสียก่อน โดยการอ่านแบบประเมิน ซึ่งจะสามารถวิเคราะห์ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นนั้นว่าถูกต้องและสมเหตุสมผลหรือไม่ และสามารถประเมินผลความน่าเชื่อถือของข้อเขียนเหล่านั้นได้ (Dallman, 1974) นอกจากนี้ผู้ส่งยังต้องเข้าใจถึงผลกระทบแบบเห็นผลชัดเจนและแบบกล่อมเกลาชิมชับ เพื่อให้ส่งไปยังผู้รับได้อย่างรอบคอบมากขึ้น

จากนั้นจึงผนวกกับกระบวนการส่งอีเมลส่งต่อคือ เมื่ออ่านอีเมลส่งต่อแล้ว ผู้รับย่อมเกิดความรู้สึกบางอย่างต่อเนื้อหาอีเมลส่งต่อ และเชื่อมโยงไปยังความคิดที่ว่า จะส่งอีเมลส่งต่อบัสนั้นให้ใคร เพื่อให้ตนเองได้รับความพึงพอใจจากการส่งนั้น จะส่งให้ใครนั้น ผู้ส่งต้องเข้าใจถึงคุณสมบัติพื้นฐานของอีเมลส่งต่อเสียก่อนว่า เนื้อหาในอีเมลส่งต่อนั้นส่งผลกระทบต่อผู้รับอย่างไร หมายความว่า ผู้ส่งต้องแยกผู้รับออกจากรายชื่อ (mailing list) แล้วพิจารณาว่าเนื้อหาอีเมลส่งต่อว่าเหมาะกับใครเป็นรายบุคคล มิใช่ยกรายชื่อทั้งหมดมาส่ง ด้วยเหตุนี้ผู้ส่งจึงพึงตระหนักเสมอว่าระบบจัดเก็บรายชื่อมีหน้าที่เพียงอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บรายชื่ออีเมลแอดเดรสของผู้รับทั้งหมดที่ผู้ส่งมี มิได้มีหน้าที่จำแนกว่าผู้รับคนใดเหมาะกับเนื้อหาเรื่องใด

นอกจากนี้การส่งอีเมลส่งต่อให้มีประสิทธิภาพ ก็ไม่จำเป็นต้องเลือกส่งเฉพาะอีเมลส่งต่อที่มีเนื้อหาเชิงวิชาการหรือสารประโยชน์เพียงอย่างเดียว และไม่จำเป็นต้องปรับสำนวน ภาษา ให้เป็นไปในเชิงทางการหรือน่าเชื่อถือ เพราะอีเมลส่งต่อมีประสิทธิภาพอยู่ที่จุดดึงดูดใจ เพราะฉะนั้นสิ่งที่ผู้ส่งจำเป็นต้องทำ จึงไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงเนื้อหา แต่พิจารณาว่าอีเมลส่งต่อเรื่องใด เหมาะที่จะส่งให้ใคร

เมื่อกำหนดผู้รับได้แล้ว การปรับข้อมูลอีเมลส่งต่อโดยที่ยังคงเรื่องราวและอรรถรสของอีเมลส่งต่อนั้นไว้อย่างครบถ้วน จะทำให้อีเมลส่งต่อมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งผู้ส่งสามารถปรับได้โดย

- 1) ปรับชื่อเรื่องให้ผู้รับทราบเนื้อหาในอีเมลส่งต่อและวัตถุประสงค์ที่ส่ง
- 2) ตัดเนื้อหาส่วนที่ไม่จำเป็น เช่น ข้อความระบุช่วงการส่งอื่น หรือส่วนที่ซ้ำออก เพื่อความสะดวกในการอ่านของผู้รับ
- 3) แสดงความคิดเห็นให้ผู้รับทราบว่า ตนเองมีความคิดเห็นหรือความรู้สึกต่อเนื้อหาอีเมลส่งต่อเรื่องนั้นอย่างไร เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับเกิดความคิดต่อยอดจากอีเมลส่งต่อบัณฑิต และควรส่งความรู้สึก ความคิดเห็นตอบกลับให้ผู้ส่งมาให้อีกก่อนหน้ารับทราบด้วย เมื่อผู้ส่งก่อนหน้าทราบถึงความรู้สึกของผู้รับว่า อีเมลส่งต่อที่ส่งไปนั้นเป็นเช่นไร หากเป็นความประทับใจหรือความรู้สึกในเชิงบวก ย่อมจะสร้างแรงกระตุ้นส่งเสริมให้ส่งอีเมลส่งต่อบัณฑิต ผู้รับที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่ง และผู้รับล่าสุด

2. แนวทางในการพัฒนาอีเมลส่งต่อให้มีประสิทธิภาพเป็นเช่นไร

ความไม่เหมาะสมที่พบในเนื้อหาอีเมลส่งต่อ อาจจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ ความไม่เหมาะสมที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับทันทีหรือเห็นผลชัดเจน จะเป็นความไม่เหมาะสมซึ่งส่งผลกระทบต่อความไม่ปลอดภัยทางร่างกายและทรัพย์สิน กับความไม่เหมาะสมในลักษณะสะสมซึมซับเข้าสู่บุคคล ซึ่งจะเป็นความไม่เหมาะสมที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจ เพราะกฎหมายสามารถควบคุมได้ เฉพาะความไม่เหมาะสมในลักษณะแรกเท่านั้น แต่ความไม่เหมาะสมประการหลังนั้นกฎหมายหรือข้อบังคับต่างๆ ไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งที่ควบคุมความไม่เหมาะสมประเภทสะสมซึมซับเข้าสู่บุคคล ขณะนี้มีเพียงสิ่งเดียว คือ ดุลยพินิจของตัวผู้ส่งเองว่า เนื้อหาอีเมลส่งต่อที่มีความไม่เหมาะสมลักษณะนี้ที่แผ่มาในรูปแบบการนำเสนออื่นๆ ที่ดึงดูดใจ ควรส่งให้ใครจึงจะเหมาะสม

ด้วยเหตุนี้แนวทางในการจัดการอีเมลส่งต่อนั้น ต้องควบคุมกันไปในส่วนของผู้ใช้ และผู้ดูแลระบบ จะเห็นได้ว่าระบบอีเมลนั้น แม้จะเป็นระบบสื่อสารที่มีใช้ในประเทศไทยเป็นระยะเวลาพอสมควร แต่กลับไม่มีคู่มือการใช้อีเมลในการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นแนวทางให้ผู้ใช้ได้ปฏิบัติตาม เพราะลักษณะการใช้ของบุคคลจะดูตามเครื่องมือ (function) ที่มีอยู่ในระบบ และใช้เท่าที่ตนรู้จักเท่านั้น เพราะฉะนั้นอาจเป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งของผู้ให้บริการระบบอีเมล ที่ต้องกำหนดตัวเครื่องมือที่สอดคล้องกับการรับส่งอีเมลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับประเด็นเรื่องความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้น เป็นประเด็นที่ผู้ใช้ไม่สามารถวิเคราะห์ตรวจสอบได้ดีด้วยตัวเอง เช่น ประเด็นเรื่องอีเมลส่งต่อสามารถสร้างรายได้ให้คนกลุ่มหนึ่งได้จริงๆ เห็นได้จากการโฆษณาโน้มน้าวใจเกี่ยวกับการสร้างรายได้จากการส่งอีเมลผ่าน

ทางเว็บไซต์ต่างๆ ไปจนถึงการที่อีเมลส่งต่อมีข้อความในลักษณะที่การส่งแต่ละครั้งจะได้เงิน ซึ่งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับรายได้และอาชีพในลักษณะนี้ค่อนข้างคลุมเครือว่ามีระบบการจัดการผลประโยชน์ หรือองค์กรรับผิดชอบอย่างไร เพราะขณะนี้ สังคมส่วนใหญ่ยังไม่ทราบว่าการสร้างรายได้หรือสร้างอาชีพใหม่เหล่านี้มีจริงหรือไม่ หรือมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงไร เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดการให้ความรู้หรือข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้เท่าที่ควร ถ้าหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบที่น่าเชื่อถือ จัดตั้งศูนย์กลางในการรับเรื่องราว และรวบรวมข้อมูลหรือเท็จจริงเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากอีเมลอย่างเป็นระบบ มีการติดตามปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ ก็จะช่วยลดปัญหาอีเมลส่งต่อที่สร้างความตื่นตระหนกให้ประชาชนได้

อีกแนวทางหนึ่งที่อีเมลส่งต่อจะช่วยพัฒนาสังคมได้คือ เปิดให้ผู้ส่งผู้รับที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ติดต่อสื่อสารกัน รวมทั้งมีการ โดยการให้อีเมลส่งต่อมีส่วนสำหรับแสดงความคิดเห็นที่สามารถเข้าไปทำความรู้จักกับผู้เขียนหรือผู้ส่งอีเมลส่งต่อคนอื่นๆ ได้ เพื่อถกเถียง ต่อยอดความคิดในประเด็นเกี่ยวกับเนื้อหาอีเมลส่งต่อ หรือรวมกลุ่มเพื่อสร้างพลังสร้างสรรค์สังคมในด้านต่างๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาเพิ่มเติม

การศึกษาอีเมลส่งต่อยังมีประเด็นความน่าสนใจดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจของผู้เขียนเนื้อหาอีเมลส่งต่อ

ผู้วิจัยศึกษาในขั้นตอนการส่ง แต่ยังขาดในส่วนของการสร้างเนื้อหาอีเมลส่งต่อ ซึ่งจะทำให้พบว่าเนื้อหาอีเมลส่งต่อประเภทต่าง ๆ นั้น มีที่มาจากแรงจูงใจใด กระบวนการสร้างเนื้อหาเป็นอย่างไร มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงมากน้อยเพียงใด

2. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้ดูแลระบบ

ผู้ดูแลระบบรับส่งอีเมลเป็นองค์กรที่เป็นที่รู้จักแต่ไม่มีใครเข้าถึงระบบการทำงานขององค์กร ที่ให้บริการเหล่านี้ การทำความเข้าใจระบบการตรวจสอบคัดกรองข้อมูลต่างๆ ของอีเมล จะช่วยให้เห็นแนวทางในการจัดการ ควบคุม อีเมลที่ไม่เหมาะสม จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาระบบรับส่งอีเมลได้

3. การวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจในผู้ใช้แต่ละกลุ่ม

จะช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ชัดเจนเพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับผลกระทบและแรงจูงใจของทั้งผู้ส่งและผู้รับที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันไป

4. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอีเมลส่งต่อด้วยกัน

เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยคิดว่าจะช่วยเสริมความสมบูรณ์ให้งานวิจัยฉบับนี้ได้เป็นอย่างดี หาก

มีการนำอีเมลส่งต่อมาศึกษาเปรียบเทียบในแง่ช่วงเวลา (อดีตและปัจจุบัน) ในแง่วิทยาศาสตร์ (อีเมลส่งต่อในประเทศกับอีเมลส่งต่อต่างประเทศ) และในแง่ของผู้ใช้แต่ละคน น่าจะพบแง่มุมที่น่าสนใจทางสถิติจำนวนมาก

ข้อจำกัดในงานวิจัย

จำนวนอีเมลส่งต่อแต่ละประเภทมีความเป็นไปได้สูงที่จะแตกต่างกันไปตามความสนใจของผู้รับอีเมลส่งต่อ เพราะฉะนั้นจำนวนอีเมลส่งต่อแต่ละประเภทที่ผู้วิจัยพบแต่ละประเภทนั้น สัดส่วนอาจไม่ใช่ข้อมูลจำนวนจริงของอีเมลส่งต่อแต่ละประเภททั้งหมดที่พบในสังคม