

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกในยุคการสื่อสารไร้สายอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงจากผลของเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างอินเทอร์เน็ตและเว็ลด์ไวด์เว็บ (world wide web) ทำให้ทุกหน่วยของสังคมโลกต่างได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ การสื่อสารในยุคสื่อไร้สายนี้นำไปสู่การเปลี่ยนวิถีชีวิตของมนุษย์ การติดต่อสื่อสาร การประกอบอาชีพ การเข้าสังคม และกิจกรรมอื่นอีกเหลือคณานับ การสื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั่วโลกทำได้ในระยะเวลาสั้น ๆ โดยปราศจากอุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลา ทำให้ดูเหมือนว่าโลกมีขนาดเล็กลง มนุษย์ที่อาศัยอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของโลกผูกค้ำกับได้อยู่ร่วมกันในชุมชนหรือในหมู่บ้านเดียวกัน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในซีกโลกด้านหนึ่งในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ผ่านเครือข่ายการสื่อสารที่โยงใยทั่วโลก (จันทนา ทองประยูร, 2552, หน้า 59)

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อช่องทางใหม่ที่คนทั่วโลกต่างให้ความสนใจและกลายเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อโลกแห่งการติดต่อสื่อสารในประเทศไทย จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2553) ได้ระบุยอดของการใช้งานอินเทอร์เน็ต คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 10 ล้านคน ผลการสำรวจของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) พบว่าในปี พ.ศ. 2548 มีคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 6.97 ล้านคน และเมื่อย้อนไปดูสถิติในปีที่ผ่านมา จะพบว่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2550)

อินเทอร์เน็ตกลายเป็นที่รู้จักและกลายเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจจากสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น สื่อดังกล่าวเหล่านี้พยายามเพิ่มช่องทางการส่งสารด้วยการรวบรวมสื่อเดิมของตนเองเข้าด้วยกันเป็นเทคโนโลยีที่

ได้รับความนิยมนอย่างมากในขณะนี้ ซึ่งเรียกว่า การหลอมรวมสื่อ (convergence) ทำให้ปัจจุบันไม่สามารถแบ่งแยกบริการเหล่านี้ออกจากกันได้ สื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่างเพิ่มช่องทางการสื่อสารด้วยการสร้างเว็บไซต์ของตนเองขึ้นมา จึงเกิดเป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์หรือเว็บไซต์นิตยสาร โดยคาดหวังว่าจะได้เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น นิตยสารออนไลน์ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบของการนำเสนอทั้งทางด้านเนื้อหาและบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะของสื่อมัลติมีเดียที่ผสมผสานข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ตลอดจนนำเอาระบบโต้ตอบกับผู้ใช้ (interaction) ผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้มากกว่านิตยสารฉบับเล่ม (วิไลวรรณ ธรรมจริยาพงศ์, 2550, หน้า 22)

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยมีการปรับตัวในยุคดิจิทัล โดยผู้ประกอบการสื่อต่างปรับตัวเปิดเว็บไซต์ข่าวสารออนไลน์ แม้ก่อนหน้านี้อสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศค่อนข้างไม่ยอมรับกับกระแสดิจิทัลมากนัก เพราะส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับแนวคิดที่ว่า การเสนอข่าวสารในรูปแบบออนไลน์จะเป็นภัยคุกคามสำคัญที่สุดต่อสื่อกระดาษ คือ อาจทำให้คุณค่าของหนังสือแบบกระดาษหมดไป ความกังวลว่าคนจะเริ่มหันไปอ่านหนังสือออนไลน์ และส่งผลให้ยอดขายหนังสือกระดาษลดลง (แสงสุรีย์ อินทเดช, 2550, หน้า 9)

อนาคตสื่อสิ่งพิมพ์อาจกลายเป็นเพียงประวัติศาสตร์ ดังนั้นการผลิตวารสารอิเล็กทรอนิกส์เป็นทางออกที่ดีในวงการสื่อสิ่งพิมพ์ ข้อดีของวารสารอิเล็กทรอนิกส์นอกจากเป็นการแก้ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตให้ลดลงแล้ว ยังช่วยตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยอีก ปัจจุบันวารสารอิเล็กทรอนิกส์มีหลายรูปแบบซึ่ง ดิจิทัล แมกกาซีน (digital magazine) เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์อีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ผลิตนิตยสารสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ดิจิทัล แมกกาซีน ชื่อเรียกวารสารอิเล็กทรอนิกส์ชนิดหนึ่ง ซึ่งอยู่ในกระบวนการพิมพ์สารสนเทศสามารถอ่านออนไลน์ได้ หรืออยู่ในรูปแบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเผยแพร่ผ่าน CD-ROM หรือ เวิลด์ไวด์เว็บ ซึ่งวารสารอิเล็กทรอนิกส์ยังรวมถึง วารสาร จดหมายข่าว หนังสือทำเนียบ คู่มือ ระเบียบ (สุริทอง ศรีสะอาด, 2547, หน้า 36)

การเกิดขึ้นของ ดิจิทัล แมกกาซีน นอกจากจะส่งผลกระทบต่อวงการสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวงการหนังสือ คือ เครื่องอ่านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-reader) เป็นอุปกรณ์ที่ใช้งานร่วมกับหนังสือไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยเมื่อต้นปี 2553 บริษัท แอปเปิล คอมพิวเตอร์ (Apple Computer Inc.) ผู้ผลิตนวัตกรรมล้ำสมัย และเป็นที่ยอมรับของผู้ชื่นชอบเทคโนโลยีทั่วโลก อาทิเช่น คอมพิวเตอร์แมคอินทอช (macintosh) เครื่องฟังเพลงไอพอด (iPod) โทรศัพท์ไอโฟน (iPhone) ได้เปิดตัวแท็บเล็ตพีซี หรือไอแพด (iPad) คอมพิวเตอร์พกพาหน้าจอสัมผัสขนาด 9.7 นิ้ว เป็นคอมพิวเตอร์ที่สามารถฟังเพลง เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงด้วยหน้าจอสัมผัส มีลูกเล่นและแอปพลิเคชันเทียบเท่าโทรศัพท์ไอโฟน (iPhone) เป็นเครื่องอ่านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างธุรกิจใหม่คือ ร้านหนังสือออนไลน์ (iBookStore) ที่สามารถซื้อหนังสือออนไลน์ (e-book) ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อหนังสือที่เป็นกระดาษ อาจเป็นต้นเหตุให้หนังสือพิมพ์ นิตยสารต้องสร้างรูปแบบและวิธีการนำเสนอเป็นแบบ interactive คือ สามารถในการโต้ตอบกับสิ่งพิมพ์ได้ เช่น video clip ฝากข้อคิดเห็นถึงบรรณาธิการ โดยได้รับการตอบกลับในแทบจะทันที (อดิศร เตื่อนทรานนท์, 2553, หน้า 46)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย เนื่องจากยังไม่มีการศึกษาที่แน่ชัดว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน จึงอาจทำให้ ดิจิทัล แมกกาซีน ในประเทศไทยไม่เติบโตเท่าที่ควร เพราะผู้ผลิตไม่ได้รับข้อมูลที่แน่ชัดเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา นิตยสารให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการพัฒนาสื่อในอนาคตอย่าง ดิจิทัล แมกกาซีน และเป็นประโยชน์ต่อวงการสื่อสารมวลชนของไทยในด้านการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบของ ดิจิทัล แมกกาซีน ให้มีประสิทธิภาพและทัดเทียมกับ ดิจิทัล แมกกาซีน ทั่วโลก รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการของผู้อ่านให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อตอบปัญหานำการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้อ่าน คิจิตัล แมกกาซีน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาเนื้อหาของ คิจิตัล แมกกาซีน ที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษารูปแบบของ คิจิตัล แมกกาซีน ที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย
5. เพื่อศึกษาประโยชน์ที่สมาชิกนิตยสารในประเทศไทยจะได้รับจากการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของผู้อ่าน คิจิตัล แมกกาซีน แตกต่างกัน มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทยต่างกัน
2. พฤติกรรมการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน แตกต่างกัน มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทยต่างกัน
3. เนื้อหาของ คิจิตัล แมกกาซีน แตกต่างกันมีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทยต่างกัน
4. รูปแบบของ คิจิตัล แมกกาซีน แตกต่างกันมีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทยต่างกัน
5. ประโยชน์ที่ผู้อ่านได้รับแตกต่างกันมีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทยต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้อ่าน ดิจิทัล แมกกาซีนที่เป็นสมาชิกของ นิตยสารจำนวน 3 เล่ม ได้แก่ Display Egazine, The Golf e-Magazine, TSD e-Magazine ซึ่งเป็นผู้อ่านที่อยู่ในประเทศไทย ระยะเวลาที่แจกแบบสอบถามอยู่ในช่วงเดือน พฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2553

นิยามศัพท์เฉพาะ

ดิจิทัล แมกกาซีน (digital magazine) หมายถึง นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ มีรูปแบบการจัดเก็บไฟล์เป็นดิจิทัล สามารถเรียกดูซ้ำได้โดยไม่จำเป็นต้องเชื่อมต่อกับระบบ อินเทอร์เน็ต มีรูปแบบคล้ายสิ่งพิมพ์นิตยสาร สามารถพลิกหน้ากระดาษได้เสมือนจริง ซึ่งแตกต่างจากนิตยสารออนไลน์ที่ต้องเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตตลอดเวลาจึงจะสามารถเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาต่าง ๆ ในเล่มได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ 4 ด้านที่มีผลต่อการศึกษานี้ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านลักษณะประชากร ปัจจัยด้านเนื้อหา ปัจจัยด้านรูปแบบ และปัจจัยด้านประโยชน์ที่ผู้อ่านได้รับจากการอ่าน

ลักษณะประชากร หมายถึง เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ของผู้อ่าน

เนื้อหา หมายถึง ลักษณะเนื้อหาของ ดิจิทัล แมกกาซีน เช่น ความเหมาะสม ความหลากหลาย ความถูกต้อง เป็นต้น

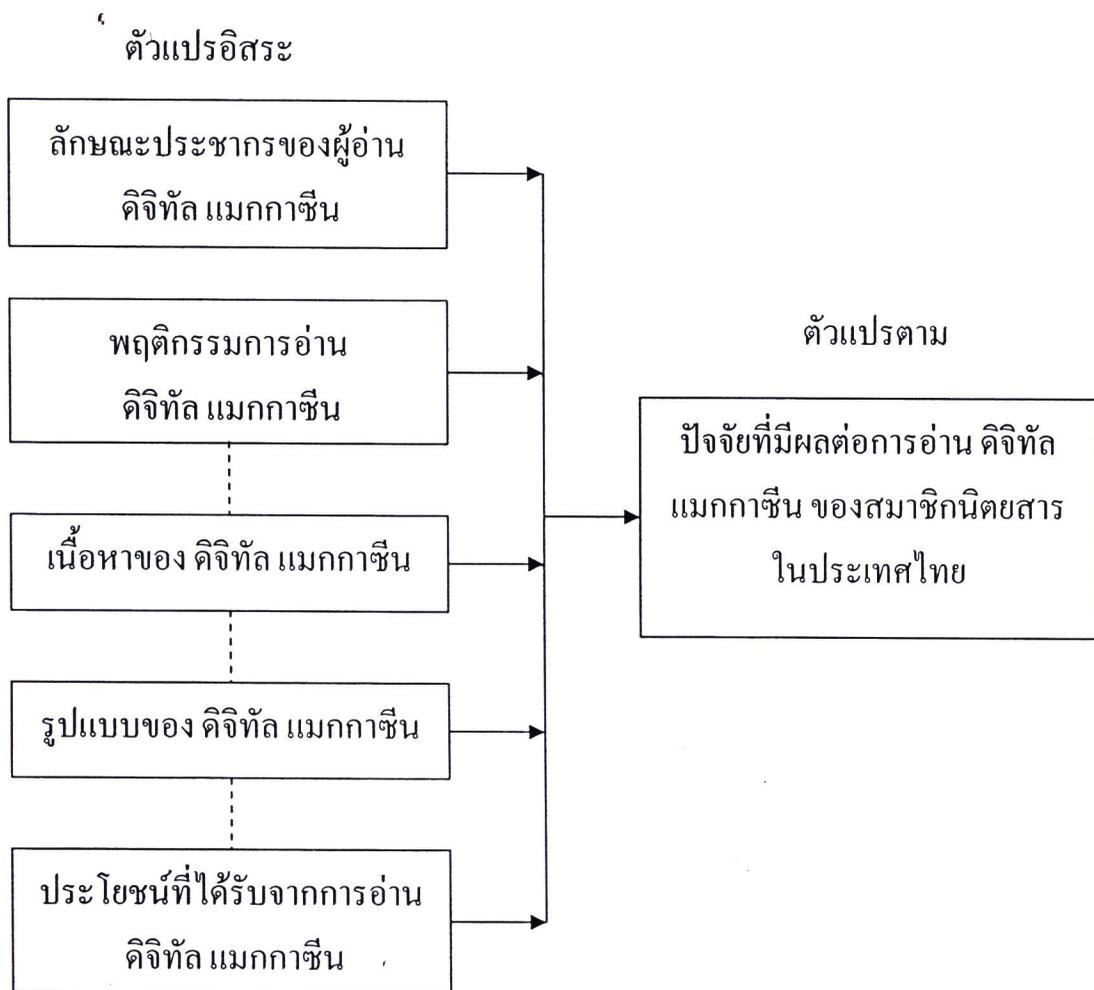
รูปแบบ หมายถึง การออกแบบนิตยสารให้ดึงดูดน่าสนใจ และอ่านง่าย

ประโยชน์ที่ผู้อ่านได้รับจากการอ่าน ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ถูกต้อง สามารถใช้อ้างอิงได้ ตรงกับความสนใจ ได้รับความบันเทิง และความสะดวก และรวดเร็วในการดาวน์โหลดนิตยสาร

การอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน หมายถึง ลักษณะของการอ่าน ความถี่ในการอ่าน และระยะเวลาที่ใช้ในการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน

คอลัมน์ใหญ่ หมายถึง คอลัมน์หลักของนิตยสารแต่ละเล่ม ซึ่งมีปริมาณเนื้อหา มากกว่าคอลัมน์อื่นๆ ไป อาจเป็นเนื้อหาที่โปรยในหน้าปกหรือไม่ใช่ก็ได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ผลิต ดิจิทัล แมกกาซีน สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาเนื้อหา รูปแบบวิธีการนำเสนอ และประโยชน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้อ่าน
2. ผลการวิจัยจะนำมาเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการผลิต ดิจิทัล แมกกาซีนในอนาคต
3. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนา ดิจิทัล แมกกาซีน ในประเทศไทย รวมทั้งเป็นแนวทางในการศึกษาด้านเนื้อหา การออกแบบและประโยชน์ของ ดิจิทัล แมกกาซีนไทย ให้กับวงการสื่อสารมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป