

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการสหกิจศึกษาเรื่อง “กระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษ” ของบริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) โดยมีจุดประสงค์ในการผลิตสื่อกิจกรรมพิเศษและเผยแพร่ผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คของบริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) จึงมุ่งศึกษากระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษให้มีความน่าสนใจสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดการสื่อสารยุคดิจิทัล (Communication Model in digital Age)
- 2.2 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.4 แนวคิดในการสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษ

2.1 แนวคิดการสื่อสารยุคดิจิทัล (Communication Model in digital Age)

ปัจจุบันสื่อใหม่ถือเป็นการสื่อสารที่มีรูปแบบการสื่อสารใหม่ ๆ เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มส่วนขยายทางการสื่อสารเปิดโอกาสให้มนุษย์สามารถนำเสนอเรื่องราวความรู้สึกนึกคิดตลอดจนความคิดเห็นได้อย่างเสรีบนพื้นที่ส่วนตัวหรือโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนที่มีพื้นที่เสมือนจริงได้จนขยายเป็นเครือข่ายสังคม แบบออนไลน์ (Social Networking) สร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้หลากหลายทั้งการตอบกลับในเวลาต่อมาและโต้ตอบแบบทันทีทันใด (Real Time Interaction) อย่างไรก็ตามผลลัพธ์แห่งการเปลี่ยนแปลงอาจไม่ใช่เพียงแค่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารของมนุษย์ที่ได้รับอิทธิพลจากการพัฒนารูปแบบการสื่อสารใหม่ๆอีกด้วย การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ทำให้บทบาททางการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงด้วยการทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสารจากเดิมที่ผู้รับสารจะต้องรอเวลาในการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อดั้งเดิมบทบาททางการสื่อสารของผู้รับสาร (Receiver) อยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม (Passive Receiver) แต่ด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามความต้องการทั้งด้านเวลาสถานที่รวมถึงความสนใจ ผู้รับสารสามารถเข้าถึงและแสวงหาข้อมูลด้วยตนเองทำให้บทบาทของผู้รับสารเป็นไปในลักษณะของการแสวงหาข้อมูลหรือเป็นผู้เลือกมากกว่าผู้ตาม (Active Audience) หรือ เรียกว่าเป็นผู้แสวงหา

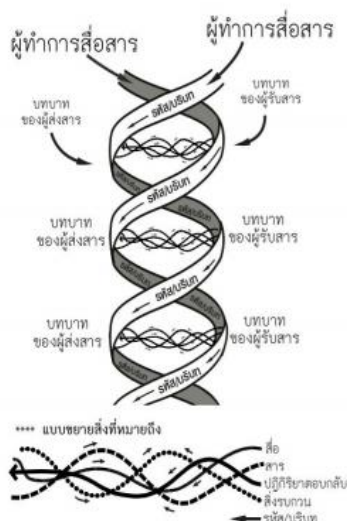
หรือเลือกข้อมูลที่โดยเสรี (Active Seeker) อย่างไรก็ตามเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปมนุษย์ก็จะตอบรับการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นด้วยพฤติกรรมวัฒนธรรมและค่านิยมเช่นกัน นับเป็นพลวัตแห่งการเปลี่ยนแปลงที่เป็นปัจจัยในการพัฒนาซึ่งกันและกันไม่สามารถตัดปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งออกไปได้ ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคมมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นทางเลือกในการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ รูปแบบการสื่อสารพฤติกรรมในการสื่อสารรวมไปถึงวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปสอดคล้องกับวลีของ มาร์แชล แมคลูฮัน ที่ว่า “Medium is the message : สื่อเป็นตัวกำหนดแนวทางการสื่อสารของมวลมนุษยชาติ” (วรวิทย์ อ่อนน่วม,2555:2)

องค์ประกอบหลักของแบบจำลองการสื่อสารประกอบด้วย (เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์,2553:1)

- | | |
|--------------------|-----------|
| 1. ผู้ทำการสื่อสาร | 4. ตัวสาร |
| 2. รหัส | 5. บริบท |
| 3. ตัวสื่อ/ช่องทาง | |

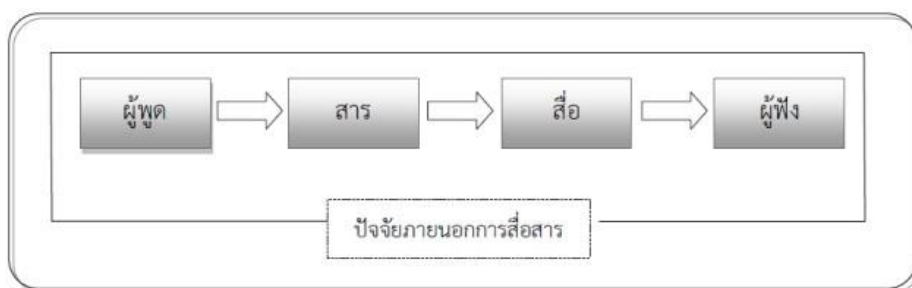
ทั้ง 5 องค์ประกอบดังกล่าวนี้ให้พิจารณาในเรื่องของบทบาทที่ทั้ง 5 องค์ประกอบสวมอยู่

จากองค์ประกอบทั้งหมดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เมื่อนำมาประกอบเป็น โครงสร้างของแบบจำลองได้นำเสนอไว้ในแผนภาพที่ 1 ลักษณะของแบบจำลองมีลักษณะที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงสร้างของ DNA ของมนุษย์ที่ค้นพบโดยเจมส์ วัตสัน กับ ฟรานซิส คริก (James D. Watson and Francis H.C. Crick: DNA Model,www.wikipedia.com)

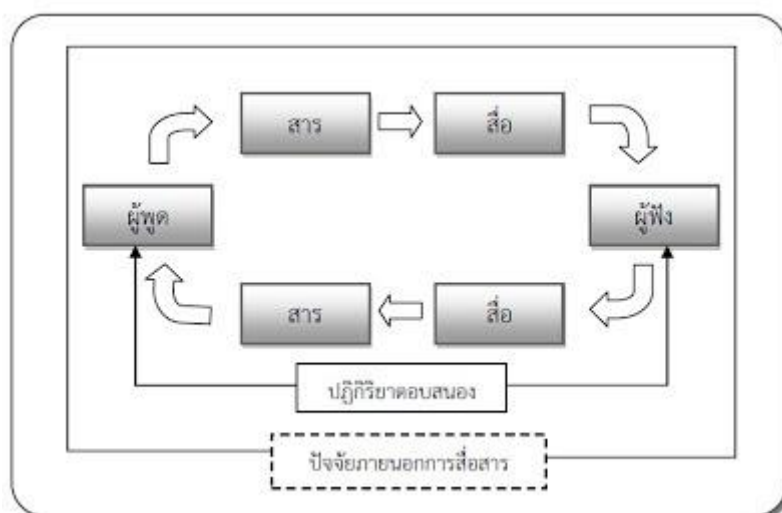


ภาพที่ 2.1 ภาพแบบจำลองการสื่อสารยุคดิจิทัล

จากการที่ได้ศึกษาแนวคิดสื่อดิจิทัลหรือสื่อใหม่ (New Media) แล้วได้เห็นว่าสื่อในยุคดิจิทัลนั้นมีความสำคัญในทุก ๆ เรื่องไม่ว่าจะเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเผยแพร่หรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจได้อย่างอิสระรวมถึงมีผลต่อการผลิตและเผยแพร่สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษของบริษัทต่าง ๆ ก็ได้นำแนวคิดสื่อใหม่นี้มาใช้ในการผลิตสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพและยังสามารถสร้างความผูกพันอันดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องกิจกรรมพิเศษของบริษัทต่าง ๆ ได้อีกด้วยและสื่อใหม่นี้ประชาชนยังสามารถแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจที่จะโต้ตอบก็สามารถที่จะทำได้ง่ายได้ด้าย เพราะฉะนั้นสื่อใหม่นี้ถือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่ผู้รับสาร มีการตอบสนองและมีปฏิริยาตอบกลับไปยังผู้ส่งสาร สามารถโต้ตอบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ ซึ่งแตกต่างจากสื่อเก่าในสมัยก่อนที่ผู้รับสารไม่สามารถมีการตอบสนองหรือมีปฏิริยาตอบกลับไปยังผู้ส่งสารได้โดยที่เรียกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ผู้ส่งเป็นผู้ให้ข่าวสารอย่างเดียว มีอิทธิพลต่อผู้รับเพียงฝ่ายเดียวโดยผู้รับไม่มีโอกาสได้โต้ตอบหรือ ชักถามข้อสงสัยใด ๆ



ภาพที่ 2.2 ภาพการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication)



ภาพที่ 2.3 ภาพการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

2.2 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์

พื้นฐานการเกิด Social Media ก็มาจากความต้องการของมนุษย์หรือคนเราที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดงเนื้อหาอย่างเดียวนบุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า web application ซึ่งก็คือเว็บไซต์ที่มีแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่างๆ ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้นผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Facebook , Line Application และ Twitter โลกออนไลน์หรือโลกไซเบอร์เป็นโลกที่ไร้พรมแดนกัน ถ้าทุกคนในโลกใบนี้สามารถเข้าไปในโลกออนไลน์ได้ก็จะทำการเชื่อมโยงได้ถึงกันทั่วทุกมุมโลกเลยทีเดียว แต่การที่จะเชื่อมโยงโลกออนไลน์นั้นได้จะต้องมีจุดที่เชื่อมโยงนั้นด้วยแต่ถ้าไม่มีจุดเชื่อมโยงก็ไม่สามารถที่จะเข้าถึงเว็บไซต์หรือข้อมูลได้เลยโลกออนไลน์นี้มีความสำคัญกับคนในยุคปัจจุบันมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามความเจริญของเทคโนโลยี นี่คือตลาดใหม่ของโลกธุรกิจในยุคนี้ ทุกธุรกิจในประเทศต่าง ๆ ที่เจริญก้าวหน้า ต่างก็หลั่งไหลเข้าสู่ในโลกออนไลน์กันมากขึ้น แต่การที่จะเข้ามาสู่ในโลกออนไลน์หรือสังคมออนไลน์นั้นได้ ต้องมีความรู้ความเข้าใจพอสมควร จึงจะสามารถประสบความสำเร็จในโลกออนไลน์หรือสังคมออนไลน์นี้ได้

ดังนั้นบริษัทต่าง ๆ จึงได้นำแนวคิดการใช้สื่อออนไลน์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจขององค์กรหรือดำเนินกิจกรรมที่สำคัญต่าง ๆ ที่จะทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยการใช้แนวคิดการเชื่อมโยงการเข้าถึงเว็บไซต์หรือข้อมูลในโลกออนไลน์เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายหรือประชากรอื่น ๆ ทั่วไปเพราะคนในปัจจุบันให้ความสำคัญกับโลกออนไลน์เป็นอย่างมากจึงสามารถทำให้องค์กรที่ใช้แนวคิดการใช้สื่อออนไลน์ดำเนินธุรกิจหรือดำเนินกิจกรรมประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดไว้ว่าจะเป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึงในระยะเวลาอันสั้น หรือ การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร รวมถึงสามารถที่จะรับรู้การโต้ตอบหรือการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ทั้งหมดนี้เกิดจากการใช้แนวคิดการใช้สื่อออนไลน์ทั้งสิ้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจุบันนี้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากทำให้ต้องคิดไตร่ตรองคัดเลือกผลงานให้ออกมาตอบโจทย์ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งปัจจัยที่จะทำให้ผลงานมีคุณภาพต้องทำให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.3.1 ทำให้เกิดการพูดถึง

การทำให้เกิดการบอกต่อเกิดการพูดถึง หรือ กลายเป็นกระแสโดยสื่อออนไลน์จะไม่มี ความน่าเชื่อถือและมีความน่าสนใจสอดแทรกเนื้อหาที่จะสื่อออกมาพร้อม ๆ กับความบันเทิง หรือ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน

2.3.2 ทำให้ง่ายที่สุด

การทำสื่อออนไลน์ออกมาให้เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนเพื่อให้ผู้ที่ได้เข้าถึงทราบถึงเนื้อหาที่เรา จะสื่อสารออกมา

2.3.3 เน้นหรือโฟกัสแค่เรื่องเดียว ใ้เนื้อหาที่มีความชัดเจน

ความชัดเจนเป็นอีกจุดที่สำคัญ เพราะหากผู้เข้าถึงไม่เข้าใจถึงสิ่งที่เราต้องการจะสื่อก็เท่ากับ ว่าสื่อออนไลน์ของเราล้มเหลวซึ่งวิธีการแก้ไขนั้น คือ ควรจะเน้นให้เห็นชัดเจนเฉพาะเรื่องที่สำคัญ ๆ เท่านั้น โฟกัสให้เข้าใจได้ชัดเจนว่าต้องการสื่อถึงอะไร เพื่ออะไร ให้ตรงประเด็นที่สุด

2.3.4 น่าติดตาม

อรรถรสในการเข้าถึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้ผู้เข้าถึงรู้สึกสนุกโดยมีการสื่อสารแบบ ไม่น่าเบื่อทำให้ผู้เข้าถึงอยากติดตามต่อไป

2.4 แนวคิดในการสร้างผลงานสื่อออนไลน์

ความคิดสร้างสรรค์ถือเป็น ปรากฏการณ์ที่บุคคลสร้างสรรค์ ” สิ่งใหม่ ” อาทิ ผลผลิต การแก้ปัญหา นวัตกรรม หรืองานศิลปะ ฯลฯ ซึ่งมีคุณค่า การจะดีความเกี่ยวกับ ” ความใหม่ ” ขึ้นอยู่กับผู้สร้างสรรค์หรือสังคม หรือแวดวงที่สิ่งใหม่นั้นเกิดขึ้น การประเมินคุณค่าก็ในทำนองเดียวกัน คุณสมบัติที่มักใช้ในการตีความ “ ความใหม่ ” ประกอบด้วย สิ่งประดิษฐ์ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน สิ่งประดิษฐ์ที่อาจปรากฏอยู่ที่อื่น แต่มีผู้สร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยอิสระ การคิดวิธีดำเนินการใหม่ ปรับกระบวนการผลิตเข้าสู่ตลาดที่แตกต่างออกไปคิดวิธีการใหม่ในการแก้ไขปัญหาเปลี่ยนแนวคิดที่แตกต่างจากผู้อื่น (เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์, 2553:1)

ดังนั้นก่อนที่จะลงมือสร้างผลงานสื่อออนไลน์กิจกรรมพิเศษสักเรื่องจะต้องผ่านกระบวนการคิดวางแผนมาอย่างรอบคอบ ไม่ใช่แค่สร้างขึ้นมาแล้วก็นำไปเผยแพร่โดยไม่มีความคิดให้ดีก่อนที่จะเผยแพร่ เพราะปัญหาที่มักเกิดขึ้นเสมอก็คือการที่ไม่เข้าถึงเนื้อหาที่ถ่ายทอดมาและไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรม ในที่นี้ขอแนะนำแนวคิดในการทำงานสร้างผลงานสื่อออนไลน์กิจกรรมพิเศษอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการขององค์กรและประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะได้ไม่เกิดการผิดพลาดหลังจากการเผยแพร่สื่อออนไลน์กิจกรรมพิเศษ โดยมีลำดับแนวคิดของงานสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษเบื้องต้น ดังนี้

2.4.1 กระบวนการคิด

สิ่งแรกที่เราควรเรียนรู้ก่อนการสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษ ก็คือการคิดถึงกิจกรรมที่จะสร้างขึ้นว่าจะสร้างสื่อกิจกรรมพิเศษอะไร และ สอดคล้องกับข่าวสารขององค์กรในปัจจุบันหรือไม่เพราะการสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษจำเป็นที่จะต้องสอดคล้องกับข่าวสารขององค์กรในปัจจุบันเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ร่วมสนุกกับกิจกรรมพิเศษขององค์กรและเป็นช่องทางในการรับรู้ข่าวสารขององค์กรในปัจจุบันอีกด้วย

2.4.2 วัตถุประสงค์

ในการสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษจำเป็นที่จะต้องมีการวัตถุประสงค์ประกอบขึ้นมาเพื่อให้เห็นถึงภาพงานที่จะสร้างรวมถึงการออกแบบองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นการวางรูปภาพต่าง ๆ การวางข้อความตัวอักษรที่จะทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเข้าใจง่าย

2.4.3 การใช้โปรแกรมในออกแบบ

หลังจากการวาดภาพประกอบแล้วก็จะเป็นขั้นตอนในการลงมือสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษโดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์อย่าง โปรแกรม Adobe photoshop ในการจัดวางรูปภาพต่างๆ ให้สวยงามเหมาะสมกับกิจกรรมรวมไปถึงการสร้างส่วนประกอบต่างๆ ที่สำคัญกับสื่อกิจกรรมพิเศษ และ โปรแกรม Adobe illustrator ในการสร้างตัวอักษรต่างๆ ที่จำเป็นในสื่อกิจกรรมพิเศษ

2.4.4 การตรวจสอบสื่อกิจกรรมพิเศษ

ในการสร้างผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษเมื่อมีการสร้างสื่อกิจกรรมพิเศษเสร็จสิ้นแล้วสิ่งที่สำคัญ คือ การให้ผู้จัดการฝ่ายผลิตสื่อกิจกรรมพิเศษเป็นผู้ตรวจสอบก่อนที่จะเผยแพร่สู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

2.4.5 การเผยแพร่สื่อกิจกรรมพิเศษ

ขั้นตอนการเผยแพร่สื่อกิจกรรมพิเศษนั้นเป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากผ่านการตรวจสอบจากผู้จัดการฝ่ายผลิตสื่อกิจกรรมพิเศษเรียบร้อยแล้วจึงจะสามารถนำผลงานสื่อกิจกรรมพิเศษไปเผยแพร่สู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายและใช้งานได้ทันที