

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อใหม่ของศิลปินท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเพลงคำเมือง” ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารของศิลปินท้องถิ่นผ่านเฟซบุ๊กและกระบวนการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมเพลงคำเมืองของศิลปินท้องถิ่น ซึ่งในบทนี้ ผู้วิจัยจะทำการทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสารและทิศทางการกระจายข่าวสาร
2. ทฤษฎีบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน
3. แนวคิดเรื่องสื่อพื้นบ้าน เพลงคำเมือง และศิลปินเพลงคำเมือง
4. แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New Media)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสาร และทิศทางการกระจายข่าวสาร

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ ดังนี้

จอร์จ เอ มิลเลอร์ : เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

จอร์จ เกร็บเนอร์ : เป็นการแสดงกิริยาสัมพันธ์ทางสังคมโดยใช้สัญลักษณ์และระบบสาร

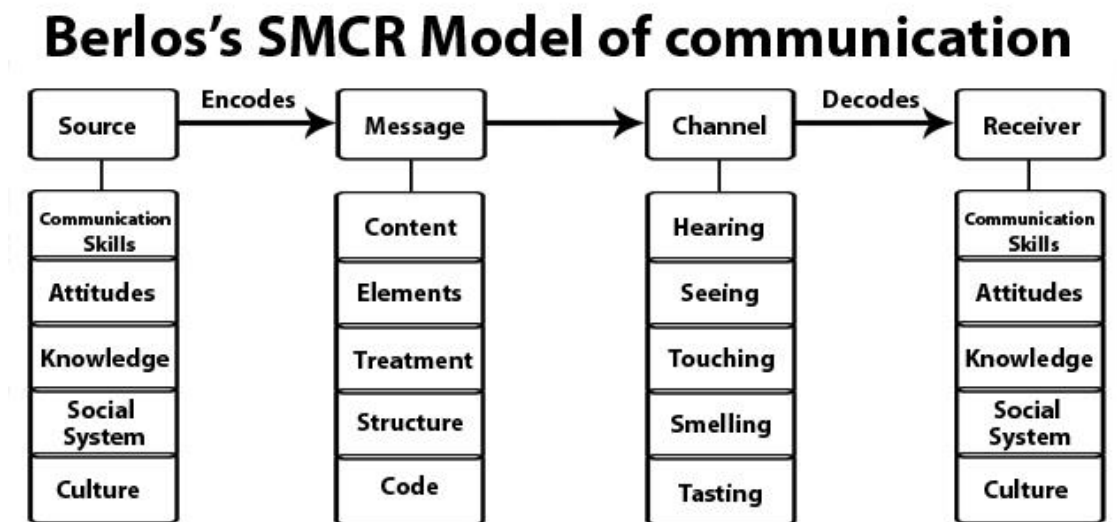
วิลเบอร์ ชเรมส์ : เป็นการมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2537) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Massage) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปขงความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้และประสบการณ์ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งสาร หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้ระหว่างบุคคล เน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้เมื่อปี ค.ศ.1960



ภาพที่ 2.1 แสดงการแบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล

กระบวนการของการสื่อสาร (Communication Process) ประกอบด้วย

1. ผู้ส่งสาร หรือแหล่งข่าว (Sender or Source) หมายถึง ต้นทางของข้อมูลข่าวสาร
2. ข่าวสาร (Message) หมายถึง ข้อเท็จจริง แนวความคิด ทักษะคติ หรือข้อมูลที่ต้องการจะถ่ายทอดออกไป เพื่อให้เกิดความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ แก่ผู้รับสาร
3. ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) หมายถึง ช่องทางที่ผู้รับสารเลือกใช้เพื่อส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้รับสารได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยในการสื่อสารจะกำหนดสื่อหรือเครื่องมือที่เหมาะสมกับสภาพแห่งการสื่อสาร
4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร และเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วผู้รับสารก็มักจะมีปฏิกิริยาสะท้อนกลับ (Feedback) กลับมาสู่ผู้ส่งสาร อาจจะเป็นลักษณะเห็นด้วย คล้อยตาม หรือไม่เห็นด้วย และในบางครั้งอาจจะส่งกลับมาในรูปแบบของการเสนอความคิดเห็นก็ได้

รูปแบบการสื่อสาร

รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่นักวิชาการใช้เป็นหลักในการจำแนก สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การจำแนกรูปแบบการสื่อสารตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ

1.1 การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One Way Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ให้ข่าว โดยฝ่ายรับสารไม่มีโอกาสโต้ตอบ หรือซักถามในสารนั้นๆ การติดต่อสื่อสารประเภทนี้มักจะเป็นคำสั่ง ข้อกำหนด หรือนโยบายที่จะต้องทำตามโดยไม่มีข้อแม้ และอยู่ในรูปแบบของลายลักษณ์อักษรมากกว่าคำพูด และมีลักษณะเป็นทางการ

1.2 การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้รับสารมีการตอบสนอง และมีปฏิกริยาป้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร โดยหลักการแล้วการสื่อสารแบบนี้ผู้รับมักถามซ้ำ หรือทำให้ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีการปรึกษาหารือกัน ซึ่งก็จะช่วยให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่ในบางโอกาสการสื่อสารแบบนี้ทำให้ไม่มีระเบียบ มีการขัดจังหวะ แสดงอารมณ์ ใช้เวลามาก และผู้ส่งอาจถูกวิพากษ์วิจารณ์จากผู้รับซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นได้ (ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน, 2548)

2. การจำแนกรูปแบบการสื่อสารตามช่องทางเดินของสาร แบ่งออกเป็น 4 แบบ

2.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่ส่งจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารส่วนใหญ่เป็นการติดต่อสื่อสารที่เป็นพิธีการ และมักจะเป็นการสื่อสารทางเดียว เช่น การออกคำสั่ง การแจ้งนโยบาย เป็นต้น

2.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารที่เต็มไปด้วยพิธีรีตอง การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ได้แก่ การเสนอความคิดเห็นหรือซักถาม การเสนอผลงาน ฯลฯ ไปยังระดับกลางและระดับสูงต่อไป มักเป็นการสื่อสารแบบทางการ

2.3 การติดต่อสื่อสารในระนาบเดียวกัน (Horizontal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกกับสมาชิก หรือหัวหน้ากับหัวหน้า ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจ สะดวก รวดเร็ว และมักเป็นการสื่อสารสองทาง คือ มีการพูดคุยโต้ตอบกันทั้งสองฝ่าย ทำให้เกิดความสนิทสนม ส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยกัน

ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ (Two-Step Flow Theory)

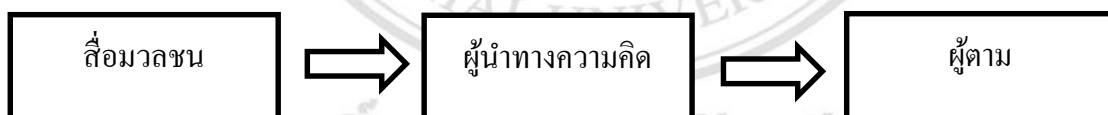
การสื่อสารสองจังหวะ ถูกค้นพบโดยนักสังคมวิทยาชื่อ พอล ลาซาร์สเฟลด์ (Paul F. Lazarsfeld) เมื่อปี ค.ศ. 1944 ทฤษฎีนี้กล่าวว่า การกระจายข่าวสารเกิดขึ้นสองจังหวะ จากสื่อมวลชนไปถึงผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) จังหวะหนึ่ง แล้วจากผู้นำทางความคิดไปถึงประชาชน

ทั่วไป หรือกลุ่มผู้ติดตาม(Follower) อีกจังหวัดหนึ่ง สื่อมวลชนแทบจะไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดหรือครอบคลุมความคิดของผู้รับสารได้โดยตรง ดังนั้น ผู้นำทางความคิดจะมีการเปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มผู้ติดตาม ทำให้ผู้นำทางความคิดจะคอยติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนอย่างใกล้ชิด และจะตีความข่าวสารเหล่านั้น โดยอาจเพิ่มเติมความคิดของตนเองเข้าไปในข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ด้วยเช่นกัน ผู้นำความคิดมีบทบาทในการกระจายข่าวสาร และจะทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างสื่อมวลชนกับกลุ่มผู้ติดตาม ส่วนกลุ่มผู้ติดตามนั้นจะเป็นกลุ่มที่คอยรับข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว หรือเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารที่เฉื่อยชาไม่ตื่นตัว (Passive Recipients)

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม การติดต่อสื่อสารกันจึงเป็นไปในรูปของเครือข่าย (Interpersonal Network) ดังนั้น สื่อสารมวลชนจึงต้องทำหน้าที่เป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารเข้าไปยังบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของสมาชิกในสังคม แต่ปัจจุบันคำพังเพยผู้นำความคิด ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิด (Personal Influence) นั้นจะเกิดขึ้นได้ และมีอิทธิพลเพียงพอในยุควิทยุคข่าวสารไร้พรมแดนจะต้องมีองค์ประกอบของสื่อ (Media) ผสมเข้าไปด้วย โดยเฉพาะสื่อที่อยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีการสื่อสาร

จะเห็นว่าจุดเด่นของการสื่อสารสองจังหวัด ก็คือ ได้พิจารณาถึงความจริงที่ว่ามนุษย์ไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่มีการติดต่อสื่อสาร และมีสัมพันธ์กับคนอื่นในลักษณะเป็นกลุ่มปฐมนิคม คือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้ก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (Interpersonal Network)

แบบจำลองการสื่อสารสองจังหวัด (Two-Step Flow Model)



จากแนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสาร จะเห็นว่าการสื่อสารนั้นจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสารได้ส่งข้อความไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่ง อาจจะเป็นการสื่อสารจากข้างบนลงสู่ข้างล่าง จากข้างล่างสู่ข้างบน หรืออาจจะเป็นการสื่อสารในระดับเดียวกัน

ทฤษฎีการไหลไปของข่าวสารหลายขั้นตอน (multi step flow theory or multistage interaction)

แม้ว่าทฤษฎีที่สองมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจถึงกระบวนการอิทธิพลทางด้านบุคคลแต่ก็ยังมีข้อผิดพลาดหลายประการ ในส่วนของการไหลไปของข่าวสาร และทิศทางของอิทธิพลอันเกิดจากผู้รับและผู้ส่งข่าวสาร โดยมีเหตุผล3ประการคือ

1. ผู้ตามไม่ใช่เป็นผู้เกี่ยวข้องวางเฉยอย่างที่เข้าใจ แต่เขาอาจเป็นผู้เริ่มต้นสอบถามหาข้อมูล รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นที่ไม่ได้เรียกร้องอีกด้วย

2. ผู้ให้ข้อมูลข่าวสารในขณะเดียวกัน ยังเป็นผู้รับข่าวสารด้วย นั่นคือ ผู้นำทางความคิดได้รับอิทธิพลมาจากผู้ตามด้วย เช่นเดียวกัน หรือ ในทางกลับกัน ผู้แสวงหาข้อมูลจากผู้อื่น ก็จะให้ข้อมูลต่อผู้อื่นด้วยนั่นเอง อิทธิพลของการไหลไปของ WOM จึงเป็นไปในลักษณะ 2 ทิศทาง ระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสาร

3. ผู้นำทางความคิดไม่ใช่เป็นเพียงผู้เดียวที่รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้ตามก็ได้รับอิทธิพลมาจากโฆษณาด้วยเหมือนกัน ยิ่งไปกว่านั้นผู้นำทางความคิด ก็ไม่อาจจะควบคุมการไหลไปของข่าวสารจากสื่อมวลชนได้ทั้งหมดที่จะส่งผ่านไปยังกลุ่มผู้ตาม เพราะยังมี ผู้รวบรวมข้อมูล (gatekeeper or information gatherers) ทำหน้าที่พิจารณาตัดสินใจว่าข้อมูลที่ได้รับจากสื่อมวลชนควรส่งผ่านไปยังกลุ่มผู้รับหรือไม่อีกต่อหนึ่ง ผู้รวบรวมข้อมูลจะแตกต่างจากผู้นำทางความคิด คือ จะทำหน้าที่แนะนำความคิดและข้อมูลให้กลุ่มรับรู้ แต่อาจจะไม่มีอิทธิพลต่อกลุ่ม

จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยจึงได้หยิบมาใช้เพื่อวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏขึ้นในเฟซบุ๊กที่ศิลปินท้องถิ่นได้ใช้เพื่อสื่อสารกับผู้ติดตาม โดยจะวิเคราะห์ว่าใครเป็นผู้ส่งสาร สารที่ถูกส่งออกไปมีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร แล้วตัวผู้รับสารนั้นมีปฏิกิริยาต่อสารที่ได้รับอย่างไร อีกทั้งผู้รับสารนั้นมีการส่งต่อสารไปยังที่อื่นอีกหรือไม่ ซึ่งหากว่ามีการส่งต่อสารไปยังที่อื่น ก็เท่ากับว่าได้มีการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการส่งเสริมเพลงคำเมืองได้

2.2 ทฤษฎีบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน

ในปี ค.ศ.1948 Harold D. Lasswell ได้อธิบายแบบจำลองการสื่อสารไว้ว่า กระบวนการติดต่อสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่ง (Who) พูดอะไร (Say What) โดยใช้ช่องทางไหน (In which Channel) ไปถึงใคร (To Whom) และส่งผลอย่างไรบ้าง (With What affect) และกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ในหนังสือ “The Structure and Function Communication” ดังนี้

1. สื่อมวลชนเป็นผู้เฝ้าระวังและตรวจสอบ สังคมและการเมือง คือ การสอดส่องและติดตามเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมมารายงานให้สมาชิกในสังคมได้ทราบ การเฝ้าระวังสังคมนั้น ก็ตรงกับ หน้าที่นี้ก็คือตรงกับหน้าที่ของการ “แจ้งให้ทราบข่าวสาร” (to inform) กล่าวคือ สื่อมวลชนคอยดูว่ามีเหตุการณ์ หรือ เรื่องราวอะไรเกิดขึ้นในสังคมที่ผู้รับความรู้ สื่อมวลชนก็เลือกมานำเสนอ มีการกลั่นกรองข่าวสารตามองค์ประกอบของข่าวมานำเสนอ

2. สื่อมวลชนเป็นผู้ประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ของสังคมให้อยู่รวมกันได้ หมายถึงหน้าที่ในการติดตาม ศึกษาเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในสังคมอย่างถี่ถ้วน แล้วนำมาชี้แจงเพื่อช่วยทำให้คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่แตกต่างกัน เข้าใจกัน อยู่ร่วมกันในสังคมเดียวกันได้ด้วยความสงบ

เรียบร้อย หน้าทีในการประสานส่วนต่างๆ นี้ ตรงกับหน้าทีในการ “วิพากษ์วิจารณ์” สิ่งต่างๆ เหตุการณ์ต่าง ๆ ทีสำคัญในสังคมพร้อมเสนอแนะวิธีการแก้ไขให้เกิดผลดีต่อสังคม ซึ่งอาจหมายถึง หน้าทีในการชักจูง โน้มน้าวใจในการสื่อสารหน้าทีนี้ยังตรงกับการให้ “แสดงความเห็น” คือเปิด โอกาสให้คนที่มีความคิดต่างกันได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ให้เกิดความเข้าใจ เกิดการ แก้ปัญหา นำสังคมไปสู่การพัฒนาได้

3. สื่อมวลชน “ถ่ายทอดมรดกทางสังคม” หมายถึง หน้าทีในการเผยแพร่ถ่ายทอด หรือสืบ ทอดความรู้ ค่านิยม ทัศนคติ และบรรทัดฐานของสังคมจากยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่ง เพื่อให้วิทยาการ ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีของสังคมนั้นๆ คงอยู่ตลอดไป ซึ่งหน้าทีนี้ตรงกับหน้าที “การให้ การศึกษา” สอดคล้องกับ Mcquail (1994) ทีกล่าวถึงหน้าทีของสื่อมวลชนไว้ในหนังสือ “Mass Communication Theory” ประการหนึ่ง คือ การทำหน้าทีสืบทอดวัฒนธรรม (Continuity) เป็นการทำให้ หน้าทีสืบทอดวัฒนธรรม ให้คงอยู่ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น เช่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมกระแสหลักของสังคม เสริมสร้างค่านิยมพื้นฐานของสังคม

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2541) ได้เสนอความสำคัญของระบบสื่อสารมวลชน จำแนกตามพันธกิจ ของสื่อทีมีต่อสังคม ประการหนึ่งคือ การเป็นสื่อกลางของงานศิลปวัฒนธรรม เป็นแหล่งพัฒนาและ สร้างสรรค์ศิลปะและระบบสัญลักษณ์ใหม่ๆ ทางวัฒนธรรม สื่อมวลชนเป็นผู้นำแฟชั่น ค่านิยม วิถีชีวิต และระสนิยมทางศิลปะ

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีบทบาทและหน้าทีสื่อมวลชนมาเป็นกรอบในการสร้างตารางเก็บรวบรวม ข้อมูลเพื่อศึกษาว่าศิลปินท้องถิ่นได้มีการใช้สื่อใหม่เพื่อสื่อสารกับผู้รับสารในรูปแบบใดบ้าง บทบาท และหน้าทีของสื่อทีปรากฏในเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อใหม่ทีศิลปินท้องถิ่นเลือกใช้มีลักษณะอย่างไร

2.3 แนวคิดเรื่องสื่อพื้นบ้าน วัฒนธรรมเพลงคำเมืองและศิลปินเพลงคำเมือง

สื่อพื้นบ้าน

การสื่อสารของชาวบ้านในอดีตทีมักเรียกกันในปัจจุบันว่า สื่อพื้นบ้าน สื่อพื้นเมือง หรือสื่อ ประเพณี(Folk Media) นั้น นับว่าเป็นสิ่งทีมีบทบาททางสังคมทีสำคัญยิ่งในหลายๆด้านและทีสำคัญ ทีสุดก็คือสื่อพื้นบ้านเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างดุลยภาพให้แก่ชุมชนอีกด้วย

สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2527 : 17) กล่าวว่า สื่อบ้านมิได้หมายถึงการแสดงละครเท่านั้น แต่ หมายถึงรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับกลุ่มคน หรือกลุ่มคนกับกลุ่ม คนทีได้ประพฤติดิปฏิบัติสืบทอดกันมาจนกลายเป็นเป็นความเคยชินเป็นประเพณีขึ้นและครอบคลุมถึง ประเพณีเรื่องภาษา ท่าทาง การแต่งกาย เครื่องใช้ ทีประชาชนในสังคมหนึ่งกำหนดความหมายที แน่นนอนเอาไว้ให้เป็นทีเข้าใจตรงกันอีกด้วย

สมควร กวียะ (2529: 8) กล่าวว่า สื่อพื้นบ้านคือวัฒนธรรมที่ได้รับการสร้างสรรค์และสั่งสมมาแต่อดีต กลายเป็นเครื่องมือที่รับส่งและเก็บข่าวสารที่เป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ปรากฏให้เห็นในรูปของคำพูด ข้อเขียน ข้อเขียน บทเพลง คนตรี และการละเล่น หัตถกรรม สถาปัตยกรรม พิธีการ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรือแม่กระทั่งชีวิต

ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า สื่อพื้นบ้านหมายถึง รูปแบบของการสื่อสารทางวัฒนธรรมที่ได้รับการสั่งสมและสืบทอดมาอย่างเป็นระบบ และก่อให้เกิดเป็นการสื่อสารที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในสังคม เช่น ประเพณี การละเล่นและพิธีกรรมต่าง ๆ

กาญจนา แก้วเทพ (2541: 121) กล่าวถึงบทบาทของสื่อพื้นบ้านว่า สื่อพื้นบ้านมีบทบาทดังนี้

1. ให้ความบันเทิง ซึ่งเป็นหน้าที่หลักและหน้าที่พื้นฐานของสื่อพื้นบ้าน ไม่ว่าจะปรับเปลี่ยนไปเพื่อการอื่นอย่างใดก็ตาม หน้าที่นี้จะคอยติดตามสื่อประเพณีไปอยู่เสมอ ลักษณะความบันเทิงของสื่อพื้นบ้านมีหลายรูปแบบ เช่น ผ่อนคลายอารมณ์ การหยอกล้อ การสร้างอารมณ์ขัน ตลอดจนความบันเทิง ประเทืองอารมณ์ผสมกับบำรุงปัญญาไปพร้อมๆ กัน

2. การแจ้งข่าวสารหรือการรายงานสภาพสถานะแวดล้อม เช่น การเล่นหนังตะลุง แม้จะเล่นเรื่องที่เคยเล่นตามแบบฉบับ แต่สื่อประเพณีเหล่านี้จะมีที่ว่างสำหรับสอดแทรกเหตุการณ์ปัจจุบันลงไปเช่นเดียวกับเพลงลูกทุ่ง เช่น หนังตะลุงจะสอดแทรกเรื่องสงครามระหว่างอเมริกากับอิรักลงไปในเรื่องจนได้

3. การให้การศึกษา เป็นหน้าที่หลักพื้นฐานอีกประการหนึ่งของสื่อประเพณี มิติของการศึกษานั้นมีอยู่หลากหลาย เช่น

- การศึกษาให้ความรู้ทั่วไปเรื่องศาสนา เป็นโลกทัศน์หลักของชุมชนชาวบ้านนั้น มิติด้านศาสนาเป็นแกนหลักของชุมชนในการหล่อหลอมสมาชิก ดังนั้นสื่อพื้นบ้านทุกชนิดจะต้องเอาการเอางานในการอบรมสั่งสอนเรื่องศาสนา ด้วยการแนะนำหลักการต่างๆ ให้รู้จักและเข้าใจ

- การอบรมจริยธรรมเป็นการเฉพาะ อันเป็นการประยุกต์หลักศาสนามาใช้ในการจัดการกับความสัมพันธ์ทางสังคมให้เป็นไปในทางที่พึงปรารถนา เช่น หลักความกตัญญู หลักอิทธิบาท การให้อภัยขอโทษ เป็นต้น

- การชี้แนะปฏิบัติ อันเป็นการศึกษาที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมมากที่สุด เพราะลงไปสู่ภาคปฏิบัติของแต่ละบุคคล เช่น การประพฤติของสตรี การประกอบสัมมาชีพ การฝึกตนเอง

4. การแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ไปจนกระทั่งวิพากษ์วิจารณ์สังคมเป็นองค์ประกอบที่มีสีสันของสื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้าน ซึ่งสื่อมวลชนมักจะแสดงบทบาทไม่ได้หรือแสดงได้อย่างจำกัด เนื่องจากสื่อมวลชนต้องทำงานอยู่ภายในกรอบหรืออยู่ภายใต้เงื่อนไขกดดันอื่นๆ องค์ประกอบนี้ช่วย

อธิบายว่า เหตุใดประชาชนจึงชื่นชอบสื่อพื้นบ้านหลายประเภทเช่น หนังสือดั่งที่มีบทบาทวิพากษ์วิจารณ์การเมืองหรือรัฐบาล เป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของประชาชน

5. การทำหน้าที่เป็นตัวประสานความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกลุ่มต่างๆ ที่มีความแตกต่างทางด้าน เพศ เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ศาสนา ตัวอย่างเช่น รองเงื้งเป็นการละเล่นที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างคนพุทธและคนมุสลิม งานประเพณีแห่ไม้ค้ำโพธิ์ที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านจากหลายๆ หมู่บ้าน เป็นต้น

จุมพล รอดคำดี และคณะ (2527:1) กล่าวถึงสื่อพื้นบ้านว่า “สื่อพื้นบ้าน” เป็นสื่อที่นิยมของประชาชนได้ดีกว่าสื่อสมัยใหม่ และมีราคาถูก ในแง่ต้นทุนการผลิต เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอยู่แล้ว ส่วนใหญ่ใช้ในด้านบันเทิง ดังนั้นการสอดแทรกเนื้อหาในงานพัฒนา ถ้าหากทำได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในแผนพัฒนามากที่สุด นอกจากนี้ สยาม พาร์มาร์ (อ้างถึงใน จุมพล รอดคำดี 2527: 3) กล่าวถึงข้อดีของสื่อพื้นบ้านว่า

1. สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่หาง่าย
2. สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับมวลชนทั่วประเทศ และแสดงออกทางอารมณ์ได้มากกว่าการใช้เหตุผลในเชิงวิชาการ
3. สื่อพื้นบ้านสามารถดัดแปลงการแสดงผลได้หลายรูปแบบเพื่อสนองความต้องการในด้านการสื่อสารกับมวลชนทุกหมู่เหล่า
4. สื่อพื้นบ้านเป็นของท้องถิ่นและมีชีวิต สามารถสร้างความสามัคคีในกลุ่มผู้ฟังหรือผู้ดูได้ดีกว่าสื่อมวลชนสมัยใหม่
5. สื่อพื้นบ้านสามารถปรับตัวเข้ากับเนื้อหาใหม่ได้เสมอ
6. สื่อพื้นบ้าน เป็นสิ่งที่ชื่นชอบแก่คนทุกเพศทุกวัย
7. สื่อพื้นบ้าน เป็นสื่อที่มีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนสมัยใหม่

เพลงคำเมืองและศิลปินเพลงคำเมือง

เมื่อเอ่ยถึงเพลงคำเมือง คนส่วนใหญ่จะนึกถึงเพลงโฟล์คซองคำเมือง จรัส มโนเพ็ชรและสุนทรี

เวชานนท์ ที่เป็นที่รู้จัก และมีผลงานเพลงเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ เพลงคำเมืองพัฒนามาจากเพลงพื้นบ้านภาคเหนือที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ เช่น เพลงที่ไม่มีเนื้อร้องหรือเพลงบรรเลง เพลงที่มีเนื้อร้องแต่ไม่มีดนตรี เพลงมุขปาฐะ เพลงคำเมืองเริ่มจากการนำเพลงพื้นบ้านล้านนามาร้องและเล่นใหม่ หรือมีการแต่งเพลงขึ้นใหม่โดยใช้คำเมือง หรือภาษาถิ่นล้านนา จนพัฒนารูปแบบของเพลงคำเมืองที่แตกต่างกันไป เช่น เพลงโฟล์คซองคำเมือง เพลงลูกทุ่งคำเมือง เพลงสตริงคำเมือง

พรพรรณ วรรณ (2542 : 4757-4766) ได้อธิบายไว้ว่า เพลงคำเมือง คือเพลงที่มีเนื้อร้องเป็นภาษาถิ่นล้านนา ซึ่งกล่าวได้ว่ามีกำเนิดและพัฒนาการส่วนหนึ่งต่อเนื่องมาจากเพลงพื้นบ้าน เพลงคำเมือง อาจแบ่งตามรูปแบบได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. เพลงลูกทุ่งคำเมือง เพลงลูกทุ่ง เป็นเพลงที่มีการผสมผสานอย่างเหมาะสมระหว่างคุณลักษณะเพลงไทยเดิมและเพลงไทยสากล เป็นเพลงที่แพร่หลายและได้รับความนิยมมากในท้องถิ่นไทยทุกภาค มีผู้ให้ข้อสังเกตว่าเพลงลูกทุ่งอยู่ในความนิยมของชาวบ้านได้ ก็เพราะเชื้อลักษณะพื้นบ้านไว้ได้มากที่สุด สอดคล้องและเข้ากันได้กับชีวิตของชาวบ้าน ความนิยมเพลงลูกทุ่งในท้องถิ่นล้านนาก็เช่นเดียวกัน ชาวล้านนานิยมเพลงลูกทุ่งกันอย่างแพร่หลาย จนเกิดการพัฒนาไปสู่เพลงในลักษณะ “เพลงลูกทุ่งคำเมือง” ซึ่งเป็นเพลงที่ร้องด้วยภาษาท้องถิ่นในที่สุด

2. เพลงโฟล์คซองคำเมือง ประมาณต้นทศวรรษที่ 2520 ความนิยมในวงดนตรีลูกทุ่งคำเมืองเริ่มลดลง ในขณะเดียวกันหนุ่มสาววัยรุ่นซึ่งมีชีวิตอยู่ในเมืองและได้รับอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมจากตะวันตก เริ่มนิยมดนตรีแบบโฟล์คซองมากขึ้น จุดเริ่มต้นของ “โฟล์คซองคำเมือง” นั้นก็คือการที่มีผู้นำเอาเพลง “ลูกทุ่งคำเมือง” มาเล่นและร้องในสไตล์ของโฟล์คซอง มีการแต่งเพลงขึ้นใหม่โดยใช้ภาษาคำเมือง ตลอดจนนำเอาเพลงขอมมาขับร้องใหม่ โดยใช้กีตาร์เป็นเครื่องดนตรีประกอบ นั่นคือกำเนิดของเพลงแบบผสมครึ่งท้องถิ่นครึ่งตะวันตก ที่เรียกว่า “โฟล์คซองคำเมือง” ซึ่งได้รับความนิยมแพร่หลายต่อมา

3. เพลงสตริงคำเมือง ในช่วงที่เพลงโฟล์คซองกำลังได้รับความนิยมอยู่นี้ มีผู้ริเริ่มก่อตั้งวงดนตรีในลักษณะ “วงสตริงคำเมือง” ขึ้น โดยได้รับอิทธิพลจากวงดนตรีแนวป๊อป หรือเพลงสมัยใหม่ของทางตะวันตก วงที่ตั้งขึ้นเป็นวงแรกได้แก่ “วงนกแล” ซึ่งถือว่าเป็นวงดนตรีเด็กแนว “สตริงคำเมือง” ที่ได้รับความนิยมมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ในช่วงประมาณ พ.ศ. 2527

4. เพลงเมดเลย์คำเมือง เพลงเมดเลย์คำเมือง เป็นการนำเอาเพลงคำเมืองที่เคยได้รับความนิยมในอดีตมาบันทึกเสียงใหม่ในลีลาและท่วงทำนองที่เร้าใจในลักษณะของเพลง disco ผู้ที่บุกเบิกเพลงในแนวนี้นี้ ได้แก่ ออด (ไพศาล ปัญญา)

เพลงคำเมืองนอกจากเป็นเครื่องสะท้อนความเป็นชาวล้านนาผ่านภาษา ทำนองและดนตรีแล้วยังสะท้อนสภาพสังคม แนวความคิดของผู้ร้องให้คนได้รับรู้หรือสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นให้ผู้คนได้ตระหนัก แต่เพลงคำเมืองในระยะหลังจะเน้นความสนุกสนาน ไม่มีสาระ หรือกระตุ้นเตือนให้ผู้ฟังได้แง่คิดเกี่ยวกับสังคม ทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้การผลิตเพลงเป็นเรื่องที่ง่ายดาย ทำให้มีการผลิตเพิ่มมากมาย (ชนสวรรค์ เจริญเมือง อ้างถึงใน ปาริณา อภิชนาธง, 2552)

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระของ ปาริณา อภิชนาธง (2552) ที่ได้ศึกษากระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองยุคหลังจรัส มโนเพ็ชร ผลการศึกษาพบว่า ในยุคหลัง คือช่วงปี 2545 เป็นต้นมา เพลงคำเมืองมีลักษณะรูปแบบที่เปลี่ยนไปและมีกลุ่มรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น จากการสร้างสรรค์จากศิลปิน 2 กลุ่ม

คือ ศิลปินจากบริษัทท้องถิ่นหรือศิลปินอิสระและศิลปินที่สังกัดบริษัทระดับประเทศ นั่นคือ เพลงคำเมืองที่สร้างสรรค์จากกลุ่มศิลปินบริษัทท้องถิ่นหรือศิลปินอิสระ เช่น บริษัท คนเมืองเรคคอร์ด จำกัด ศิลปินล้านนาปาร์ตี้ อ้อม รัตนัง คำหล้า ธัญพร ที่จะแบ่งกลุ่มผลงานเพลงคำเมืองได้ ดังนี้

1. เพลงโฟล์คของคำเมือง ที่มีรูปแบบบทเพลง ดนตรี บุคลิกภาพศิลปินคล้ายคลึงกับจรัล มโนเพ็ชร-สุนทรี เวชานนท์ แต่กลับไม่ประสบความสำเร็จถึงระดับ จรัล มโนเพ็ชร-สุนทรี เวชานนท์
2. เพลงตลกคำเมือง เป็นบทเพลงที่มีบทร้อง สลับกับบทพูด เนื้อหาจะเน้นความสนุกสนาน เรื่องตลกขบขัน เรื่องเสียดสีสังคม บางเพลงมีเนื้อหาสองแง่สองง่ามบ้าง
3. เพลงลูกทุ่งคำเมือง เพลงที่มีวิธีการแต่งเพลงเป็นร้อยกรองและวิธีการร้องใช้ลูกคอรูปแบบเพลงลูกทุ่ง แต่ขับร้องเป็นคำเมือง เพลงลูกทุ่งคำเมืองนี้ได้รับความนิยมมากที่สุด
4. เพลงคำเมืองแบบสตริงคอมโบ เป็นเพลงคำเมืองที่มีจังหวะเร็ว และนำเสนอในรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตบนเวที เน้นการโชว์แดนเซอร์เซ็กซี่ จำหน่ายในรูปวีซีดีบันทึกการแสดงสดสำหรับกลุ่มศิลปินสังกัดค่ายเพลงในระดับประเทศ เช่น ฉัฐ กิตติสาร อาร์สยาม กระแต อาร์สยาม ไม้เมือง แกรมมี โกลด์ จะพบว่า ผลงานเพลงคำเมืองจะมีรูปแบบ ดังนี้

1. เพลงโฟล์คของเพื่อชีวิต คล้ายเพลงโฟล์คของคำเมืองของจรัล มโนเพ็ชร-สุนทรี เวชานนท์ ในยุคหลัง คือ ใช้ภาษาไทยกลางและไม่มีเนื้อหาวิถีชีวิตชาวล้านนา คงไว้แต่บุคลิกภาพและเครื่องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบชาวเหนือ
2. เพลงลูกทุ่งคำเมือง เป็นรูปแบบที่แพร่หลายมากที่สุด มีทั้งการสร้างทำนองขึ้นใหม่หรือใช้ทำนองซอพื้นเมือง ใช้ภาษาไทยกลางปนคำเมือง มีการแต่งกายที่ใช้ผ้าปักชาวเขาเพื่อแสดงถึงความเป็นชาวเหนือ
3. เพลงคำเมืองเพื่อชีวิต มีการใช้แนวดนตรีและเนื้อเพลงคล้ายเพลงเพื่อชีวิต

ในด้านกระบวนการสร้างสรรค์และผลิตเพลงคำเมือง พบว่า กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองระดับท้องถิ่นนั้น ไม่ต้องวางแผนการตลาด เนื่องจากทราบพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายท้องถิ่นอยู่แล้ว เพียงแต่คำนึงถึงจังหวะในการวางแผน วงการเพลงคำเมืองระดับท้องถิ่น มุ่งเน้น การสร้างความบันเทิงแก่ผู้ฟัง ทั้งในแง่ของการสร้างความสนุกสนานด้วยเพลงตลก สร้างความบันเทิงด้วยการแสดงที่มีแดนเซอร์แต่งกายล่อแหลมเต้นท่าเข้ายวน ซึ่งผู้ฟังท้องถิ่นก็นิยมจ้างงานนอกที่มีพฤติกรรมดังกล่าวพอสมควร นอกจากนี้ยังจัดรายการวิทยุชุมชนนิยมสร้างผลงานเพลงและเผยแพร่ในช่วงรายการของตนเอง แต่คุณภาพเพลง ดนตรีและการเรียบเรียงไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เพลงไม่มีคุณภาพ อย่างไรก็ตามแม้จะมีศิลปินอิสระบางกลุ่มที่สร้างสรรค์ผลงานเพลงคำเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้ริยความนิยมจากผู้ฟัง ทั้งนี้ศิลปินดังกล่าวยอมรับว่าไม่สามารถคาดหวังผลกำไรจากการสร้างผลงานได้ แต่ก็ถือเป็นการสร้างทางเลือกให้สังคม

จากแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมเพลงคำเมือง และศิลปินเพลงคำเมือง ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดนี้มาใช้อ้างอิงเพื่อจัดหมวดหมู่ประเภทศิลปินในการศึกษากลุ่มศิลปินท้องถิ่น ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้สามารถแบ่งประเภทกลุ่มศิลปินท้องถิ่นตามประเภทของผลงานเพลงได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ผลิตงานเพลงแนวลูกทุ่งคำเมือง และกลุ่มที่ผลิตงานเพลงแนวสตริงคอมโบ

2.4 แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New Media)

สื่อใหม่ (New Media) เป็นคำที่คุ้นหูในสังคมทุกวันนี้ เพราะว่าวิถีชีวิตของคนที่เปลี่ยนไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศ มนุษย์เราเกี่ยวข้องและต่างคุ้นเคยกับสื่อใหม่และสังคมออนไลน์ต่างๆ มากมาย เช่น อีเมลล์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ กูเกิล โลก เทคโนโลยีการสื่อสารที่กำลังผสมผสานกันอย่างรวดเร็วเพื่อก้าวไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เช่น การฟังเพลงในรูปแบบเดิมจากแผ่นซีดีเปลี่ยนมาอยู่ในรูปแบบของไฟล์เสียงที่ถูกบีบอัดให้มีขนาดเล็กแต่คุณภาพเสียงคงเดิมที่ผู้ฟังสามารถเปิดฟังผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือได้การผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสารได้ถูกสร้างรูปแบบขึ้นให้อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ แทบจะเรียกได้ว่าเราสามารถเสพสิ่งต่างๆ ได้จากอินเทอร์เน็ต

ศูนย์สารสนเทศการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เรื่อง สถิติคนไทยกับการใช้สื่อดิจิทัล ในปี พ.ศ.2557 พบว่า จากสถิติที่รวบรวมเกี่ยวกับการใช้งานสื่อ Social ในยุคปัจจุบันมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วจัดจ้าน โดยเฉพาะในประเทศไทยแล้วนั้นจากการวัดสถิติของ We are Social โดยก่อนหน้านี้ประเทศไทยมีการใช้งานสื่อฯ ดังกล่าวประมาณ 17 ล้านคน แต่ในปัจจุบันคาดการณ์แล้วว่ามีผู้ใช้สื่อประมาณ 30 ล้านคน ซึ่งการเติบโตอย่างต่อเนื่องนี้ได้แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมในการเข้าถึงความรู้และการใช้งานด้านเทคโนโลยีของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ เช่น ปริมาณการใช้งานที่เพิ่มขึ้นสูงกว่าจำนวนผู้ที่ลงทะเบียนใช้งานอินเทอร์เน็ตจริง เพราะหนึ่งคนสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าหนึ่งประเภท โดยรูปแบบการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจะมีทั้งที่ใช้งานผ่านบัญชีอินเทอร์เน็ตขององค์กรหรือสถานศึกษา ผ่านบัญชีอินเทอร์เน็ตของสมาชิก

พรจิต สมบัติพานิช(2547) กล่าวถึงรูปแบบของสื่อไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารด้วยหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ แลสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

2. สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. And Marshall D. P. 2003: 40-41)

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิก (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรรณสถิต, ผู้แปล, 2551)

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geographical Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยี

ดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว

ภิเชก (2553) ได้แยกองค์ประกอบคุณลักษณะของสื่อสังคมไว้ดังนี้

1. เป็นสื่อที่เผยแพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม ซึ่งมีรูปแบบคล้ายกับการสนทนาแบบปากต่อปากในอดีต เมื่อบุคคลพบเจอประเด็นน่าสนใจจะนำมาพูดคุยแลกเปลี่ยน แบ่งปันส่งต่อเนื้อหา (Content Sharing) กันต่อไป ดังเช่น ปรากฏการณ์ “ซูซาน บอยล์” จากการประกวดบริเทน ก๊อต แทเลนต์ ที่โด่งดังเพียงชั่วข้ามคืนจากยูทูป โดยเนื้อหาในสื่อสังคมอาจอยู่ในรูปแบบ ภาพ, เสียง หรือวิดีโอ

2. เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิม ที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One to Many) เป็นการสนทนาแบบผู้เข้าร่วมหลายคน (Many to Many) เมื่อการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นสังคม สิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นคือ การสนทนาแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นในประเด็นที่ผู้คนในสังคมมีความสนใจร่วมกัน เช่น วิทยากรวิจารณ์สินค้า, ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการต่างๆ, แลกเปลี่ยนกันเรื่องศิลปะ, ภาพยนตร์ หรือดนตรี โดยมีอิสระในเนื้อหาการสนทนาพ้นจากการควบคุม แม้แต่ตัวผู้ผลิตเนื้อหาขึ้นมาเอง

3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนบุคคลจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา จากเดิมบุคคลทั่วไปมีลักษณะเป็นเพียงผู้รับสาร โดยสื่อกระแสหลักเช่น โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ หรือ นิตยสาร ถือเป็นผู้ทรงอิทธิพลอย่างมากต่อเนื้อหาที่จะโน้มน้าวชักนำให้ผู้รับสารคล้อยตามโดยไม่มีโอกาสโต้แย้งชี้แนะ แต่สื่อสังคมทำให้บุคคลทั่วไปสามารถผลิตเนื้อหาและกระจายได้อย่างเสรี หากเนื้อหาของใครเป็นที่นิยมอย่างมากบุคคลนั้นจะกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ได้ทันที

ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดสื่อใหม่มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาว่าสื่อใหม่มีผลต่อการส่งเสริมผลงานเพลงคำเมืองของศิลปินท้องถิ่น โดยได้นำมาวิเคราะห์ถึงลักษณะของสื่อใหม่ที่ส่งผลดีต่อการส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินท้องถิ่น 3 ด้านด้วยกัน คือ การทำให้ศิลปินท้องถิ่นมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง และการสื่อสารที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของรูปแบบการสื่อสาร

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชา เทศธรณ (2555) ศึกษาเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินอิสระ” ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมผลงานเพลงของศิลปินอิสระ ศิลปินอิสระทดลองเผยแพร่ผลงานตัวอย่างให้กับกลุ่มเพื่อนศิลปินผ่านทางชาวเน็ตคลาวด์เพื่อรับความเห็นมาปรับปรุงผลงานในกระบวนการผลิตจริง ก่อนเผยแพร่ผ่านยูทูปโดยใช้เฟชบุ๊กและทวิตเตอร์ ช่วยส่งเสริมผลงานเพลงรวมทั้งประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กับผู้บริโภคศิลปินสามารถนำเสนอผลงานเพลงผ่านเว็บทำ คือ ยูทูเพลย์ และ สนุกคอตคอมเพื่อช่วยส่งเสริมผลงานเพลงได้อีกทางหนึ่งด้วย ระบบการใช้งานของเฟชบุ๊กแฟนเพจ และยูทูปมีการให้ข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคในการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาเพื่อนำมาปรับปรุงการผลิตผลงานเพลงต่อไป

การศึกษาของวิชา เทศธรณ สามารถนำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัย ในเรื่องการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมผลงานเพลง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มศิลปินอิสระที่ผลิตผลงานเพลงสตริง 3 วง ซึ่งต่างจากการศึกษาในครั้งนี้ ที่เลือกจะศึกษาจากศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่น

ศศิวิมล ชูแก้ว (2555) ศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟชบุ๊กของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย” ผลการศึกษาพบว่า เฟชบุ๊กของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยทำหน้าที่เสมือนเป็นช่องทางการสื่อสารสองทางระหว่างมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและสาธารณชน ที่สนใจรับข้อมูลข่าวสารผ่านการคลิก like เนื้อหาส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการสนทนาที่ใช้ภาษาไม่เป็นทางการ ผ่านการนำเสนอประเด็นของรายละเอียด ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และการพูดคุยทักทาย อีกทั้งใช้รูปแบบการสื่อสารแบบกึ่งทางการในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิกที่ติดตาม การพูดคุยใช้ลักษณะการสร้างความสัมพันธ์แบบที่น้องแสดงความเป็นมิตรซึ่งกันและกัน มีการใช้ภาษาแบบเป็นกันเอง ผู้ดูแลเว็บไซต์พยายามนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิก โดยพยายามให้ผู้เข้าชมติดตามเว็บไซต์และแลกเปลี่ยนพูดคุย

การศึกษาของศศิวิมล ชูแก้ว ได้ใช้อ้างอิงในการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารและวิธีการใช้เฟชบุ๊กในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลไปยังผู้ที่ติดตาม

ปาริณา อภิชนาง (2553) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองยุคหลังจรัล มโนเพ็ชร” ผลการศึกษาพบว่าหลังจาก จรัล มโนเพ็ชร เสียชีวิต (พ.ศ.2545-2551) เพลงคำเมืองมีกระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองสามารถแบ่งออกเป็นการสร้างสรรค์ระดับท้องถิ่น และการสร้างสรรค์ในระดับประเทศ ซึ่งในระดับท้องถิ่นนั้น ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นมีรูปแบบการเข้าสู่อาชีพ 2 แบบ คือ 1. ศิลปินที่สังกัดบริษัท 2. ศิลปินที่ไม่สังกัดบริษัทหรือศิลปินอิสระ รูปแบบในการสร้างสรรค์เพลงคำเมือง สามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบ คือ 1.เพลงโฟล์คซองคำเมือง 2.เพลงตลกคำเมือง 3.

เพลงลูกทุ่งคำเมือง 4. เพลงคำเมืองแบบสตริงคอมโบ โดยวงการเพลงคำเมืองระดับท้องถิ่นจะมุ่งเน้นการสร้างความเป็นกันเอง ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเพลงคำเมืองในระดับท้องถิ่นมี 6 ปัจจัย ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 2. ปัจจัยด้านสังคม 3. ปัจจัยด้านเนื้อหาเพลง 4. ปัจจัยด้านโอกาสและจังหวะในการวางแผน 5. ปัจจัยด้านอิทธิพลของสื่อ 6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการสื่อ

การศึกษาของปรีดา อภิชนางค์ ใช้อ้างอิงในเรื่องการจัดกลุ่มศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นและช่วยให้เห็นภาพกระบวนการสร้างสรรค์เพลงคำเมืองในยุคหลังจรัล มโนเพ็ชร จนนำมาซึ่งปัญหานำวิจัย “ศิลปินเพลงคำเมืองท้องถิ่นมีรูปแบบและกระบวนการใช้สื่อใหม่ส่งเสริมเพลงคำเมืองอย่างไร

กรอบแนวคิดงานวิจัย

