

Video Streaming: บริบทของภาพยนตร์ออนไลน์ ในวัฒนธรรม (ดิจิทัล) ศึกษา

สราววุฒิ ทองศรีคำ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

กรุงเทพมหานคร 10210

อีเมลล์: sarawut.thong@gmail.com

บทคัดย่อ

นับแต่ก้าวแรกของภาพยนตร์ที่กำเนิดในฐานะสิ่งประดิษฐ์หรือของเล่นสำหรับชนชั้นสูง โดยโทมัส แอลวา เอดิสัน (Thomas Alva Edison) มาจนถึงพี่น้องตระกูลลูมิแอร์ (Lumiere) ได้พัฒนาเครื่องฉายภาพยนตร์ซึ่งนับเป็นจุดแรกของวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม ภาพยนตร์ได้ผ่านการต่อสู้และต่อรองกับวัฒนธรรมการชมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย จนมาถึงยุคการปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) ที่มีการแปลงข้อมูลจากสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) ให้กลายเป็นภาษาตัวเลข ภาพยนตร์เองก็ได้เปลี่ยนระบบจากฟิล์มมาสู่ไฟล์ ปัจจุบันการมาถึงของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ได้ทำให้เกิดแนวความคิดเรื่อง Big Data และ Cloud ข้อมูลต่างๆเปรียบเสมือนกลุ่มก้อนเมฆขนาดใหญ่ที่มีจำนวนมากลอยอยู่ในอากาศ ซึ่งได้มีการนำมาใช้งานในหลายรูปแบบรวมถึงการให้บริการ Video Streaming หรือวีดิทัศน์แบบสายธาร อันนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์อีกครั้งหนึ่ง ผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าบทความงานวิชาการต่าง ๆ ที่ทำให้เห็นถึงพลวัตของปรากฏการณ์นี้ โดยแบ่งประเภทของการศึกษาออกเป็น 4 มิติคือ 1. มิติของกระบวนการทำงานของ Video Streaming ในเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศ 2. มิติของการประยุกต์ใช้ในเชิงการศึกษา 3. มิติของการนำระบบและแนวคิดสร้างเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอคลิปวิดีโอ และ 4. มิติในเชิงธุรกิจและการตลาด โดยสรุปได้ว่าในประเทศไทยนั้น ได้มีการศึกษาเรื่อง Video Streaming ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันแล้ว 4 ยุคสมัย โดยยุคที่ 1 นั้นเป็นการศึกษาในแนวทางเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ต่อมาในยุคที่ 2 เป็นการ

ศึกษาในเรื่องผลกระทบของสื่อ (Media Impact) ตามทฤษฎีกระสุนปืน (Magic bullet theory) ในยุคที่ 3 เป็นการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) และในยุคที่ 4 การศึกษาได้มุ่งไปสู่ทิศทางทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนววิพากษ์ โดยใช้แนวคิดของ Antonio Gramsci เรื่องการครองอำนาจนำ (Hegemony) ที่ใช้ในการศึกษาผู้รับสารนั่นเอง

คำสำคัญ: วิดีทัศน์แบบสายธาร, วัฒนธรรมการชมภาพยนตร์, ภาพยนตร์

Video Streaming: In the cultural context of digital film online

Sarawut Thongsrikam

The Faculty of Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok,

Thailand, 10210

E-mail: sarawut.thong@gmail.com

Abstract

Since the movie has been invented, it has been introduced as the elite invention by Thomas Alva Edison till Lumiere brothers has developed an optical film which marks the beginning of the movie culture. The film has been fought and negotiated with the culture of the ordinary people in each period until the digital revolution. The data has conversion from traditional media into the number of language. The film has transit from film system to film files. Currently, the high-speed internet leads to big data and cloud concept. The information's like a cloud which is a large number of floating in the air. It has been used in many way including providing video streaming and bringing a cultural change to watch movies again. The researcher has researched in various academic articles that define the dynamics of this phenomenon. It has been categorized into four of dimensions. For example, the dimension of video streaming of information technology, application-oriented of education, the system and the creation of a website by video clips and marketing of business. In conclusion, Thailand has studied video streaming already in four periods of times. Consequently, It is the first study of technology determinism after that has study on the media impact and also study of a magic bullet

theory, using and gratifications and the lastly focus on the critical concept theory by Antonio Gramsci results in hegemony power used in their receiver.

Keywords: Video Streaming, Culture of watching Cinema, Films

บทนำ: พัฒนาการของวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์

“ภาพยนตร์มีผลทำให้วัฒนธรรมด้านการใช้เวลาว่างของผู้คนเปลี่ยนโฉมหน้าไป แต่เดิมเมื่อว่างจากการงานและ ต้องการพักผ่อนหาความบันเทิง ผู้คนในสหรัฐซึ่งก็คงจะเหมือนในประเทศอื่น ๆ จะมีรูปแบบการใช้เวลา ว่างด้วยการเที่ยวตามบ้านเพื่อนฝูง ไปเที่ยวตามสวนสาธารณะหรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แต่ ทว่าเมื่อเกิดภาพยนตร์ขึ้นมา การไปดูหนังได้เข้ามาแทนที่กิจกรรมอย่างอื่นๆ” กาญจนา แก้วเทพ (2549)

นับแต่ก้าวแรกของภาพยนตร์ที่กำหนดในฐานะสิ่งประดิษฐ์หรือของเล่นสำหรับชนชั้นสูง โดยโทมัส แอลวา เอดิสัน ที่คิดค้นเครื่องฉายภาพยนตร์ที่เรียกว่า Kinetoscope ซึ่งดูได้ครั้งละหนึ่งคน และต้องดูในลักษณะ “ถ้ำมอง” (Peep-Show) จนกระทั่งพี่น้องตระกูลลูมิแอร์ (Lumiere) ได้พัฒนาเครื่องฉายภาพยนตร์ให้สามารถฉายขึ้นจอขนาดใหญ่สำหรับดูพร้อมกันหลายคน และได้เปิดให้สาธารณชนชมเป็นครั้งแรกที่ห้องใต้ถุนของร้าน Grand Cafe ในกรุงปารีส เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 1895 นับเป็นจุดแรกของวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์อย่างในปัจจุบัน (เยวอนันท์ เชนฐรัตน์, 2534)

ภาพยนตร์ได้ผ่านการต่อสู้และต่อรองกับวัฒนธรรมการชมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย นับแต่การมาถึงของโทรทัศน์ เครื่องเล่นวีดีโอ จนมาถึงยุคการปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) ในช่วงทศวรรษ 1990 ที่มีการแปลงข้อมูลจากสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) อย่างหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ให้กลายเป็นภาษาตัวเลข สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ในส่วนของภาพยนตร์เองก็ได้เปลี่ยนแปลงระบบจากฟิล์มมาสู่ไฟล์ ซึ่งทำให้วัฒนธรรมในการผลิตและชมภาพยนตร์เปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ ผู้ชมสามารถทำสำเนา แบ่งปัน และ Download ภาพยนตร์กันได้ อย่างง่ายดายและใช้เวลาไม่นาน

ปัจจุบัน การมาถึงของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ได้ทำให้เกิดแนวความคิดเรื่อง Big Data ที่หมายถึงปริมาณข้อมูลจำนวนมากมหาศาล ซึ่งโครงสร้างข้อมูลของระบบฐานข้อมูลไม่สามารถจัดเก็บได้ และยังมีอัตราการเพิ่มขึ้นของข้อมูลอย่างรวดเร็ว ทั้งยังมีความหลากหลายของรูปแบบข้อมูล เช่น ข้อความ รูปภาพ วีดีโอและเสียง ซึ่งมีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกัน (Dumbill, 2012) ข้อมูลต่างๆเหล่านี้เปรียบเสมือนกลุ่มก้อนเมฆ (Cloud) ขนาดใหญ่ที่มีจำนวนมากที่รวมกันอยู่ ซึ่งได้มีการนำมาใช้งานในหลายรูปแบบรวมถึงการให้บริการ Video Streaming

ปรากฏการณ์ Video Streaming ในประเทศไทยนั้น ในปีพ.ศ. 2558 ได้เกิด ผู้ให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์ หรือ Video on-demand โดยผ่านการ Streaming อย่างถูกลิขสิทธิ์ไม่ต่ำกว่าสิบล้าน รวมถึงในลักษณะผิดลิขสิทธิ์อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่ต้องการความสะดวกสบาย และไม่สามารถอดทนรอคอยกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้อีกต่อไป การชมภาพยนตร์ทาง Video Streaming นี้ ผู้ชมสามารถที่จะชมภาพยนตร์ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก ง่ายดาย และทันที

ผู้เขียนจึงได้สนใจตั้งคำถามถึงวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ของผู้ชมที่เปลี่ยนไป จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทั้งนี้ผู้เขียนจึงได้เริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรม ของไทยถึงพัฒนาการในยุคเริ่มแรกของ Video Streaming ว่าเป็นมาอย่างไรบ้าง จากนั้น จึงสำรวจแนวทางในการศึกษาที่มีต่อ Video Streaming ว่ามีการศึกษาในแนวทางไหน มาแล้วบ้าง เพื่อที่จะค้นหาช่องว่างขององค์ความรู้เพื่อต่อยอดการศึกษาที่มีต่อ Video Streaming อันจะเป็นเทคโนโลยีที่จะมีผลต่อวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ต่อไป

Video Streaming

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันทำให้บริการ Video Streaming ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ ด้วยแนวคิดที่ตอบสนองกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนสมัยใหม่ ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และไม่อดทนต่อการรอคอย ประกอบกับความเร็วของ อินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้ช่องทางการดูภาพยนตร์ออนไลน์ หรือ Video Streaming เป็นช่องทางที่เข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ดีการชมภาพยนตร์ผ่านทาง Video Streaming นั้น เพิ่งเป็นสิ่งที่เกิดใน ประเทศไทยได้ไม่นาน ในภาคธุรกิจที่ให้บริการอย่างถูกลิขสิทธิ์เต็มรูปแบบที่เป็นผู้บุกเบิก แรก ๆ อย่าง Doonung.com หรือ Hollywood HD ก็เพิ่งดำเนินการและโฆษณา ประชาสัมพันธ์ได้ประมาณ 2 ปี ดังนั้นในวงวิชาการไทยจึงยังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง นี้โดยตรง

จากการสำรวจและทบทวนวรรณกรรมของผู้เขียนนั้นได้ค้นพบว่าการศึกษเกี่ยวกับ Video Streaming ในไทยนั้น ได้มีมาเกินกว่าทศวรรษแล้ว โดยในยุคแรกๆจนถึงปัจจุบัน จะเป็นการศึกษาในแง่มุมที่เกี่ยวกับระบบและกระบวนการทำงานของ Video Streaming

ในเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศและที่นำมาประยุกต์ใช้กับระบบการศึกษา ต่อมาในยุคหลัง ๆ จะเริ่มมีงานที่ศึกษาเกี่ยวกับ Video Streaming ที่มีการประยุกต์ในแง่มุมอื่น ๆ เช่น การแยกมาศึกษาเว็บไซต์ที่ใช้หลัก Video Streaming ในการทำงานผ่านคลิป์วิดีโอ เช่น youtube.com และในช่วงไม่กี่ปีหลังดูจะมีงานวิจัยในไทยที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์ผ่านทาง Video Streaming อยู่เพียงงานเดียวเท่านั้นคือ “ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” ของฐิติภา จุลเสนีย์ ในปี 2553 แต่เป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งในเชิงภาพรวมธุรกิจภาพยนตร์ ดังนั้นผู้เขียนจึงจะขอลำดับพัฒนาการของการศึกษาเรื่อง Video Streaming ในประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

1. งานศึกษาในแง่มุมกระบวนการทำงานของ Video Streaming ในเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. งานศึกษาในแง่มุมการนำ Video Streaming มาประยุกต์ใช้ในเชิงการศึกษา
3. งานศึกษาในแง่มุมการนำระบบ Video Streaming ไปสร้างเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอคลิป์วิดีโอ เช่น youtube.com
4. งานศึกษาในแง่มุม Video Streaming ในเชิงธุรกิจและการตลาด

วรรณกรรมปริทัศน์ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับ Video Streaming

1. งานศึกษาในแง่มุมกระบวนการทำงานของ Video Streaming ในเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศ

งานวิจัยชิ้นแรกในแง่มุมนี้ได้แก่เรื่อง “ระบบการจัดการวีดิทัศน์ตามประสงค์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” ของ สุพรรณนิการ์ ประไพย์ (2545)

มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการจัดการวีดิทัศน์ตามประสงค์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ให้เกิดประโยชน์ต่อการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของวีดิทัศน์ต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ใช้ โดยแนวคิดที่นำมาใช้นั้นได้แก่ รูปแบบการเรียนการสอนทางไกลระบบการกระจายภาพและเสียงผ่านเครือข่าย วีดิทัศน์ตามประสงค์ (Video on Demand) เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) เทคโนโลยีวินโดวมีเดีย (Window Media Technology) ฐานข้อมูลเว็ลด์ไวด์เว็บ การรักษาความปลอดภัย ภาษาที่ใช้การพัฒนาระบบ

ผู้วิจัยได้สร้างระบบ Video Streaming โดยเลือกใช้ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows 2000 Server และระบบฐานข้อมูลใช้ Microsoft SQL 2000 Server ส่วนโปรแกรมภาษาใช้ PHP และในส่วนของการทำงานได้ใช้โปรแกรม Netscape และ Internet Explorer โดยในระบบนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียน ค้นหา และจัดการวิดีโอไฟล์ได้ โดยแบ่งการทำงานเป็นส่วนผู้ดูแลและผู้จัดการระบบ ส่วนการทดสอบระบบได้ทดสอบสองช่วงคือ Alpha Testing และ Beta Testing และได้คำตอบว่าระบบวิดีโอที่พัฒนาตามประสงค์นี้มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี และสามารถนำไปใช้การจัดการวิดีโอที่ดีเป็นอย่างดี

งานวิจัยในขั้นที่สองคือเรื่อง “การวิเคราะห์และศึกษาประสิทธิภาพไฟล์วิดีโอบนเทคโนโลยี 3จีและไวไฟฮอตสปอต กรณีศึกษาวิดีโอสตรีมมิ่ง ประเภทวิดีโอออนดีมานด์” ของกฤษฎ พลไพธรรม (2554)

มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานและความละเอียดของไฟล์วิดีโอที่มีผลกระทบต่อการรับชม Video Streaming บนบริการเทคโนโลยี 3 จี และ ไวไฟฮอตสปอต รวมไปถึงประเภทของไฟล์ที่มีผลกระทบต่ออัตราการโหลดบนเว็บไซต์ youtube โดยแนวคิดที่นำมาใช้นั้นได้แก่ ยุคที่สาม (3G: 3 Generation) ไวไฟ-ฮอตสปอต (Wi-Fi Hotspot) วิดีโอสตรีมมิ่ง (Video Streaming) ประเภทของไฟล์วิดีโอ (Video File Format)

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงทดลอง โดยทดสอบประสิทธิภาพระบบอินเทอร์เน็ต 3G และ Wi-Fi Hotspot ระหว่างสองผู้ให้บริการคือ AIS และ TRUE โดยแบ่งพื้นที่ทดสอบ 4 พื้นที่ในกรุงเทพฯ และแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา และยังได้ทดสอบวิดีโอสตรีมมิ่ง โดยแบ่งเป็นไฟล์วิดีโอ 4 ประเภท และ 4 ความละเอียดในการอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์ youtube ว่าแบบใดเหมาะสมกับการใช้งานบนเทคโนโลยี 3G และ Wi-Fi Hotspot โดยคำตอบของงานวิจัยชิ้นนี้คือค่า Download ใช้ และ Upload สูงสุดเป็นของเครือข่าย TRUE Wi-Fi และ TRUE CELL ส่วนประเภทของไฟล์วิดีโอไม่มีผลต่อการ Upload และความละเอียดที่เหมาะสมกับการรับชมผ่าน Video Streaming คือ 480p

จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับ Video Streaming ในแง่มุมของระบบและกระบวนการทำงานเชิงเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งสองชิ้นนี้นั้น เกิดขึ้นห่างกัน 9 ปี โดยงานวิจัยชิ้นแรกทำขึ้นเมื่อปี 2545 และงานวิจัยชิ้นที่สองทำขึ้นในปี 2554 แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยี Video Streaming นั้น ภายในเวลา 9 ปีมีพัฒนาการอย่างไร กล่าวคือในปี 2545 นั้น ผู้วิจัยยังเพิ่ง

เริ่มทดสอบและพัฒนาระบบ Video Streaming ในช่วงแรกๆ ที่เริ่มมีการส่งสัญญาณวิดีโอผ่านอินเทอร์เน็ต จากที่เคยส่งผ่านกันทางสายเคเบิลใยแก้วในการเรียนการสอนทางไกลหรือประชุมวิดีโอทางไกล (Video Conference) เท่านั้น โดยผู้รับต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านทางสายแลน และคุณภาพของวิดีโอที่ได้เป็นเพียงไฟล์วิดีโอขนาดเล็กเท่านั้น ภายในเวลา 9 ปี ได้มีการพัฒนาจนสามารถส่งสัญญาณวิดีโอทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้รับสามารถรับสัญญาณได้ทาง Smartphone หรืออุปกรณ์รับ 3G ผ่านซิมมือถือ หรือจุดกระจายสัญญาณฮอตสปอต ตามสถานที่ต่าง ๆ และคุณภาพวิดีโอที่ได้ยังเป็นไฟล์ขนาดใหญ่ ความคมชัดสูง และยังสามารถ Upload ได้จาก Smartphone อีกด้วย

แต่อย่างไรก็ดีในส่วนแนวคิดและวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยก็ยังคงคล้ายกัน ตรงที่ต้องการทดสอบและพัฒนาระบบ Video Streaming ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดตามยุคสมัยของเทคโนโลยีที่กำหนด ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับ Video Streaming ในยุคแรกนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโดยตรง ซึ่งเป็นแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ที่สนใจด้านการผลิต ด้านที่เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งเมื่อนำมาใช้กับสื่อสารมวลชนแล้ว ก็จะมีหมายถึงความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) โดย D.McQuail 1994 (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 254 - 255) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่นๆของแนวคิดนี้ไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
2. เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมของแต่ละสังคม
3. ขั้นตอนของการผลิต และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
4. การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ

2. งานศึกษาในแง่มุมมองการนำ Video Streaming มาประยุกต์ใช้ในเชิงการศึกษา

งานวิจัยชิ้นแรกในแง่มุมมองนี้คือเรื่อง “การพัฒนาระบบเผยแพร่สารสนเทศแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง ผ่านอินเทอร์เน็ตในสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์” ของเกรียงไกร จุลหงษ์ (2548)

มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบเผยแพร่สารสนเทศแบบวีดีโอสตรีมมิ่งผ่านอินเทอร์เน็ตในสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และศึกษาความพึงพอใจของผู้ดูแลระบบ ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบเผยแพร่สารสนเทศแบบวีดีโอสตรีมมิ่ง โดยแนวคิดที่นำมาใช้นั้นคือ การให้บริการวีดีโอสตรีมมิ่ง ส่วนประกอบสำคัญของระบบการจัดเก็บและสืบค้นสารสนเทศ ประเภทของวีดีโอสตรีมมิ่ง กระบวนการสร้างวีดีโอสตรีมมิ่ง โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาเผยแพร่ Metadata

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบโดยแนวคิดกระบวนการพัฒนาแบบ SDLC ซึ่งเป็นกระบวนการทำงาน 7 ขั้นตอนของสารสนเทศ และแบ่งระบบการทำงานของ Video Streaming เป็นสองส่วน ได้แก่ส่วนจัดเก็บและสืบค้นโดยใช้โปรแกรม MySQL และส่วนที่ส่งเป็นระบบเผยแพร่สัญญาณวีดีโอผ่านอินเทอร์เน็ต แบบ Multicast IP และได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ดูแลระบบ ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ใช้บริการ ต่อระบบ Video Streaming โดยคำตอบของงานวิจัยชิ้นนี้คือระบบเผยแพร่สารสนเทศแบบ Video Streaming ที่พัฒนาขึ้นมาสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่สารสนเทศแบบ Video Streaming ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นที่น่าสนใจของผู้ดูแลระบบ ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ใช้บริการ งานวิจัยในชิ้นที่สองของง่ามนี้คือเรื่อง “การพัฒนาวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมความมีจิตสาธารณะของนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” ของพงศ์ศักดิ์ บัวจะมะ (2555)

มีวัตถุประสงค์คือเพื่อผลิตสื่อวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ส่งเสริมความมีจิตสาธารณะ และความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต โดยแนวคิดที่นำมาใช้คือ วิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต จิตสาธารณะ และความพึงพอใจ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการผลิตวิดิทัศน์หรือภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมการมีจิตสาธารณะ กล่าวคือเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมวัยรุ่นกลุ่มหนึ่งที่ช่วยเหลือสังคม เช่น เก็บเศษขยะริมทะเล ปลูกต้นไม้ เป็นต้น และได้นำภาพยนตร์ดังกล่าว Upload ขึ้นเว็บไซต์ youtube.com และให้กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาชม แล้วทำแบบทดสอบความมีจิตสาธารณะ และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อวิดิทัศน์หรือภาพยนตร์นี้ โดยคำตอบที่ได้คือวิดิทัศน์หรือภาพยนตร์เรื่องนี้ส่งเสริมความมีจิตสาธารณะในระดับมีคุณภาพมาก และผลของความมีจิตสาธารณะของผู้ชมสูงกว่าก่อนรับชม และความคิดเห็นต่อด้านต่าง ๆ ของวิดิทัศน์หรือภาพยนตร์เรื่องนี้อยู่ในระดับมากที่สุด

จากงานวิจัยในแง่ของการนำ Video Streaming มาประยุกต์ใช้ในเชิงการศึกษา ทั้งสองเรื่องนี้ ในแง่พัฒนาการของการศึกษาของ Video Streaming ที่นำมาประยุกต์ใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนนั้น เริ่มมีการพัฒนาขึ้น จากงานวิจัยในช่วงแรกๆหลายชิ้นที่มุ่งไปที่ระบบและกระบวนการทำงานของ Video Streaming ที่ให้สถาบันต่างๆนำไปใช้เป็นสื่อการสอนควบคู่ไปกับความพึงพอใจของผู้เรียน นั้น ได้เริ่มมีการพัฒนาเป็นคู่มือเนื้อหาของ Video Streaming และผลกระทบของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหาในแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชน อาจเรียกได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับ Video Streaming ในยุคที่สองนี้ เป็นการศึกษาถึงผลกระทบของสื่อตามทฤษฎีกระสุนปืน (Magic bullet theory) หรือเข็มฉีดยา เป็นแนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า การปล่อยหรือฉีดเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารแบบใดแบบหนึ่งเข้าไปยังผู้รับสารทุกกลุ่มที่เปิดรับสารด้วยวิธีเดียวกัน และสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์โดยตรงและฉับพลันเช่นเดียวกับลักษณะของเข็มฉีดยา หรือการเปรียบเทียบข่าวสารคือกระสุนปืนที่ถูกยิงไปทะลุทะลวงเข้าสู่ความคิดและจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งสามารถชี้แจงใจหรือโน้มน้าวผู้รับสารหรือสังคมโดยรวมได้

3. งานศึกษาในแง่การนำระบบ Video Streaming ไปสร้างเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอคลิปวิดีโอต่าง ๆ เช่น youtube.com

งานวิจัยชิ้นแรกในแง่เรื่องนี้คือเรื่อง “แรงจูงใจ พฤติกรรม และผลกระทบของวิดีโอคลิปออนไลน์” ของพิมพ์พร พุฒิสาร (2553)

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มผู้ใช้วิดีโอคลิปออนไลน์จากเว็บไซต์ Youtube โดยแนวคิดที่ใช้คือ แรงจูงใจ การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ สื่อวิดีโอคลิปออนไลน์ youtube เนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้ พฤติกรรมการใช้สื่อ ผลกระทบของสื่อ ลิขสิทธิ์ สิทธิส่วนบุคคล

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงลักษณะของผู้ใช้เว็บไซต์ Youtube โดยดูถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมเลือกใช้สื่อวิดีโอคลิปออนไลน์ พฤติกรรมในการใช้วิดีโอคลิปออนไลน์ และผลกระทบของสื่อวิดีโอคลิปออนไลน์จากมุมมองของผู้ชม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 400 คน โดยคำตอบของงานวิจัยนี้พบว่าผู้ชมใช้วิดีโอคลิปออนไลน์เพื่อตอบสนองแรงจูงใจด้านความต้องการความบันเทิงและด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เข้าใจเหตุการณ์และสิ่งต่างๆรอบตัวมากที่สุด และปัจจัยด้านคุณลักษณะของสื่อที่ทำให้ผู้ชมใช้วิดีโอคลิป

ออนไลน์คือ การเปิดโอกาสให้ผู้ชมเลือกชมเฉพาะเนื้อหาที่ต้องการได้ ชมซ้ำได้ เนื้อหาวิดีโอมีความหลากหลาย มีเนื้อหาที่ไม่สามารถหาจากสื่ออื่นได้ ด้านภาพวิดีโอที่มีคุณภาพสูง ภาพสวยช่วยให้เข้าใจข้อมูลง่ายขึ้น และด้านความสะดวกที่ผู้ชมไม่ต้องเสียเงินเพิ่มจนถึงค้นหาข้อมูลได้ง่าย

ผู้ชมชาวไทยเริ่มใช้ Youtube ในช่วง 1-2 ปีแรกที่ Youtube เปิดให้บริการ มีผู้อัพโหลดเพียงร้อยละ 10.3 และพบว่าผู้ชมชาวไทยใช้ Youtube ในฐานะคลังข้อมูลวิดีโอ มีการใช้ Youtube เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นหรือใช้ในฐานะเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อย ในด้านการนำวิดีโอไปแบ่งปันต่ออยู่ในระดับปานกลาง ผู้ชมมีการนำวิดีโอไปแบ่งปันต่อที่เว็บไซต์อื่นเช่น Facebook Hi5 หรือตามเว็บบอร์ดและนำไปพูดคุยต่อกับผู้อื่น เนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือมิวสิควิดีโอและเพลง ส่วนในด้านผลกระทบต่อผู้ชมมองว่าสื่อวิดีโอออนไลน์มีผลกระทบต่อตนเองและสังคมในด้านบวกมากกว่าด้านลบและมีอิทธิพลต่อสังคมมากกว่าตนเอง

ในงานวิจัยชิ้นที่สองในแง่มุมนี้คือเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ยูทูปของนิสิต นักศึกษากับความพึงพอใจต่อศิลปินนักร้อง” ของวรรัตน์ ทัพพิมล (2556)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้คือเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ Youtube ของนิสิตนักศึกษากับความพึงพอใจต่อศิลปินนักร้อง โดยแนวคิดที่ใช้คือ แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication: CMC) เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (Online Social Network) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) การตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing)

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ Youtube ของนิสิตนักศึกษากับความพึงพอใจต่อศิลปินนักร้อง ในลักษณะพฤติกรรมติดตามผลงานเพลง ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อศิลปิน และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านการปริมาณการเปิดรับสื่อจากเว็บไซต์ Youtube ระหว่างนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน โดยคำตอบของงานวิจัยนี้พบว่า นิสิต นักศึกษาเพศหญิงมีพฤติกรรมด้านปริมาณการเปิดรับยูทูปเพื่อการชมคลิปเพลงหรือติดตามผลงานเพลงของศิลปิน นักร้องในปริมาณมากกว่าเพศชาย และประเภทของมหาวิทยาลัยกับรายได้ของนิสิต นักศึกษานั้น มีผลต่อพฤติกรรมด้านปริมาณการเปิดรับ Youtube ของนิสิต นักศึกษา อีกทั้งยังพบว่า พฤติกรรมด้านการใช้ประโยชน์จาก Youtube ของนิสิต นักศึกษาในการติดตามผลงานเพลง

ของศิลปินนักร้องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อศิลปินนักร้อง กล่าวคือ เมื่อนิสิต นักศึกษามีการใช้ประโยชน์จาก Youtube ในการชมคลิปวิดีโอเพลงมาก ก็จะมี ความพึงพอใจต่อศิลปินนักร้องที่พวกเขาติดตามมากตามไปด้วย

จากงานวิจัยในแง่มุมมองการนำระบบ Video Streaming ไปสร้างเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอคลิปวิดีโอต่าง ๆ เช่น youtube.com ทั้งสองเรื่องนี้นั้นจะเห็นว่า มีพัฒนาการ คู่ขนานไประหว่างโลกความเป็นจริงและโลกวิชาการ กล่าวคือในด้านโลกแห่งความเป็นจริง นั้นระบบ Video Streaming ได้ถูกนำไปปรับใช้เพื่อให้บริการวิดีโอต่าง ๆ กับผู้ใช้ทาง อินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆกัน และในรูปแบบที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือการนำแนวคิด Video Streaming นี้ไปใช้กับเว็บไซต์ Youtube.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เปิดบริการให้ผู้ใช้สามารถ อัปโหลดและเผยแพร่วิดีโอแก่ผู้ใช้ทั่วไปได้ ซึ่งปรากฏการณ์นี้ ในโลกวิชาการได้สนใจและนำ มาศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ กัน โดยจะสังเกตได้ว่ายุคที่สามที่มีการศึกษาเรื่อง Video Streaming นี้ ได้ขยายมุมมองไปยังเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ที่ต่างกับการศึกษาสองยุคแรกที่เน้นเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) และเรื่องผลกระทบของสื่อ (Media Impact Theory) หรือทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory)

4. งานศึกษาในแง่มุม Video Streaming ในเชิงธุรกิจและการตลาด

งานวิจัยชิ้นแรกในแง่มุมนี้คือเรื่อง “ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ผ่านการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” ของฐิตาภา จุลเสนีย์ (2553)

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านการ ดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ต และเพื่อศึกษาผลกระทบของการดาวน์โหลดภาพยนตร์ผ่าน อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เพื่อทราบถึงความต้องการการบริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ต และผลกระทบที่มีต่อช่องทางในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อื่นๆ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง E-Commerce E-Payment ทรัพย์สินทางปัญญา พฤติกรรม ผู้บริโภค การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ระบบธุรกิจโรงภาพยนตร์

ผู้วิจัยได้หาคำตอบโดยการใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจาก ผู้ผลิตภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปแบบ DVD และ VCD และผู้ใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีความสนใจในธุรกิจนี้ โดยคำตอบของงานวิจัยนี้พบว่า

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการการบริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากยังมีพฤติกรรมการใช้สื่อ DVD และ VCD เป็นส่วนใหญ่ และมีความชอบในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เป็นอย่างมาก พฤติกรรมการชมและดาวน์โหลดสื่อ เพลง ละคร คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์มีมาก แต่พฤติกรรมการซื้อสิ่งบันเทิงข้างต้นกลับตรงกันข้าม ลักษณะของผู้ใช้บริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นวัยรุ่น ระบบการบริการที่เหมาะสมคือ ระบบการชมภาพยนตร์ออนไลน์ (Streaming) ประเภทภาพยนตร์ที่ต้องการชมมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ตลก (Comedy) ด้านผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในช่องทางอื่น ๆ พบว่าปัจจุบันการบริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตยังไม่ส่งผลกระทบต่อใด ๆ แต่ถือว่าเป็นช่องทางใหม่ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในการขยายตลาด และการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์และผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจนี้มั่นคงยิ่งขึ้นคือ 1) โครงสร้างของระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ 2) ผู้ให้บริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ต (Content provider) 3) ราคาในการใช้บริการและความน่าสนใจของภาพยนตร์ที่นำมาให้บริการ 4) การไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ที่นำมาให้บริการมักเป็นภาพยนตร์เก่า หรือภาพยนตร์แบบ Direct to DVD ภาพยนตร์ทุนต่ำ หรือภาพยนตร์จากค่ายภาพยนตร์อิสระ ในอนาคต ถ้าคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งพื้นฐานในชีวิตประจำวัน การบริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตอาจส่งผลกระทบต่อศูนย์เช่า และผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปแบบ DVD และ VCD อย่างแน่นอน

ในงานวิจัยเรื่องที่สองในแง่มุมนี้คือเรื่อง “การใช้ยูทูปกับการสื่อสารการตลาดของค่ายภาพยนตร์ GTH” ของจิตติกร สุทธิสินทอง (2556)

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เว็บไซต์ Youtube เป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบใหม่ของค่ายภาพยนตร์ GTH และ การใช้และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ Youtube ของค่ายภาพยนตร์ GTH โดยใช้แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ การตลาดและสื่อสารการตลาด การใช้และความพึงพอใจ การเปิดรับสื่อ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ปรากฏในเว็บไซต์ Youtube ของค่ายภาพยนตร์ GTH และในงานวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามโดยสำรวจการเปิดรับสื่อ และ การใช้และความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อเว็บไซต์ Youtube ของ

ค่ายภาพยนตร์ GTH โดยคำตอบของงานวิจัยนี้พบว่า GTH ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบไวรัล เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทางคลิป์วิดีโอใน เว็บไซต์ YouTube และแบ่งปันคลิป์ไปยังเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ทั้งทาง Facebook และ Twitter ทำให้เกิดการแพร่กระจายของคลิป์ต่อกันไปเป็นวงกว้าง เป็นไปตามลักษณะของ Viral Marketing หรือที่เรียกว่า กระบวนการแพร่ไวรัส และพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้รับชมคลิป์วิดีโอมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับสูง และการรับชมคลิป์วิดีโอก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือรับชมภาพยนตร์ของทางค่ายภาพยนตร์ GTH

จากงานวิจัยในแง่มุม Video Streaming ในเชิงธุรกิจและการตลาด ทั้งสองเรื่องนี้นั้นจะเห็นได้ว่าในทางวิชาการได้เริ่มมีการศึกษาที่ขยายขอบเขตของการศึกษาในเรื่อง Video Streaming มาสู่บริบทธุรกิจและการตลาด ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจว่าการสื่อสารการตลาดคือการส่งซ้ำ ส่งถึง ๆ ซึ่งในทางทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนววิพากษ์แล้ว ผู้เขียนสังเกตว่าเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดของ Antonio Gramsci เรื่องการครองอำนาจนำ (Hegemony) มาใช้ ซึ่งเป็นการสื่อสารของสื่อมวลชนในลักษณะใช้อำนาจผ่านกลไกต่าง ๆ เพื่อครอบครองความคิด โน้มน้าว และทำให้เกิดการยอมรับ เพื่อก่อให้เกิดความยินยอมพร้อมใจ และได้รับการสนับสนุน โดยที่ผู้ที่ได้รับสารนั้นไม่ทราบหรือตระหนักว่าได้ถูกครอบครองความคิดไปแล้ว (วัชรพล พุทธิรักษา, 2550) และในงานวิจัยเรื่องความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (2553) นั้นแสดงให้เห็นว่าในวงการวิชาการได้เข้ามาศึกษาถึงเรื่อง Video Streaming ในส่วนของธุรกิจภาพยนตร์เป็นครั้งแรกแล้ว แม้จะเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งในการศึกษาแนวโน้มธุรกิจการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ตของงานวิจัยชิ้นนั้น ก็ตาม ซึ่งเป็นไปตามปรากฏการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริง ที่การรับชมภาพยนตร์ผ่านทาง Video Streaming เริ่มเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในประเทศไทย

บทสรุป

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในแวดวงวิชาการในประเทศไทยนั้น ได้มีการศึกษาเรื่อง Video Streaming ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันแล้ว 4 ยุคสมัย โดยได้ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร 4 กระแสหลัก โดยยุคที่ 1 นั้นเป็นการศึกษาในเรื่องระบบและกระบวนการสร้างสื่อ Video Streaming ซึ่งเป็นการศึกษาในแนวทางเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism)

ที่สนใจด้านการผลิต ด้านที่เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งเมื่อนำมาใช้กับสื่อสารมวลชนแล้ว ก็จะหมายถึงความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) ต่อมาในยุคที่ 2 ได้มีการประยุกต์ Video Streaming มาพัฒนาเป็นสื่อการเรียนการสอน แนวทางการวิจัยจึงเน้นไปที่เนื้อหาของ Video Streaming และผลกระทบของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหานั้น ซึ่งเป็นการศึกษาในเรื่องผลกระทบของสื่อ (Media Impact) ตามทฤษฎีกระสุนปืน (Magic bullet theory) ซึ่งเชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลและทรงพลังกับผู้รับสารมากพอที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมได้ ต่อมาในยุคที่ 3 เมื่อเกิดปรากฏการณ์เว็บไซต์ youtube.com ได้นำระบบและกระบวนการทำงานของ Video Streaming มาใช้จนได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก การศึกษาในเรื่อง Video Streaming จึงได้เปลี่ยนแปลงมาสู่เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ของผู้รับสาร และในปัจจุบันในทางธุรกิจได้นำ Video Streaming มาใช้รับใช้ จนกลายเป็นกลยุทธ์หนึ่งในทางการตลาดที่สำคัญ ดังนั้นในยุคที่ 4 หรือปัจจุบัน การศึกษาจึงได้มุ่งไปสู่บริบทการสื่อสารการตลาด ซึ่งในทางทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนววิพากษ์เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดของ Antonio Gramsci เรื่องการครองอำนาจนำ (Hegemony) ที่ใช้ในการศึกษาผู้รับสารนั่นเอง

สรุปได้ว่าจากแนวทางการศึกษาเรื่อง Video Streaming ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้นได้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ต่างๆมากมาย แต่กลับยังไม่มีการศึกษาที่เกี่ยวกับบริบทของผู้ชมหรือผู้รับสารในการรับชมภาพยนตร์ผ่านทาง Video Streaming ผู้เขียนจึงได้เห็นถึงช่องว่างของความรู้ที่จะนำแนวคิดทฤษฎีสายวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) มาศึกษาผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อยอดแนวทางในการศึกษาวิจัยปรากฏการณ์ Video Streaming ซึ่งถือได้ว่าเป็นยุค Post Download ที่กลายเป็นวัฒนธรรมในการชมภาพยนตร์ที่มีผลกระทบต่อผู้คนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษ พลไพธรรม (2554). การวิเคราะห์และศึกษาประสิทธิภาพไฟล์วีดีโอ บนเทคโนโลยี 3 จี และไวไฟฮอตสปอต กรณีศึกษาวิดีโอสตรีมมิ่ง ประเภทวิดีโอออนดีมาน. ปัญหาพิเศษ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ (2547). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์. เลิฟ แอนด์ ลิฟ, กรุงเทพฯ
- กาญจนา แก้วเทพ (2549). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. บริษัทเอ็ดิสันเพรสโปรดักส์ จำกัด, กรุงเทพฯ
- เกียรียงไกร จุลหงษ์ (2548). การพัฒนาระบบเผยแพร่สารสนเทศแบบวิดีโอสตรีมมิ่งผ่านอินเทอร์เน็ตในสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. การศึกษาอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ฐิตาภา จุลเสนีย์ (2553). ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านการดาวน์โหลดทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ
- ฐิติกร สุทธิสินทอง (2556). การใช้ยูทูปกับการสื่อสารการตลาดของค่ายภาพยนตร์ GTH. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- พงศ์ศักดิ์ บัวจะมะ (2555). การพัฒนาวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมความมีจิตสาธารณะของนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- พิมพ์พร พุฒิสาร (2553). แรงจูงใจ พฤติกรรม และผลกระทบของวีดีโอคลิปออนไลน์. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ
- เยาวนันท์ เชษฐรัตน์ (2534). ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์. รุ่งแสงการพิมพ์, กรุงเทพฯ.

- วรรัตน์ ทัพพิมล (2556). พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ยูทูปของนิสิตนักศึกษากับความพึงพอใจต่อศิลปินนักร้อง. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- วัชรพล พุทธิรักษา (2550). แนวความคิดการครองอำนาจนำ (Hegemony) ของกรัมสกี (Gramsci) : บททดลองเสนอในการอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองไทย, กรุงเทพฯ.
- สุพรรณิการ์ ประไพย์ (2545). ระบบการจัดการวีดิทัศน์ตามประสงค์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. สารนิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- Dumbill, E. (2012). What is big data. An introduction to the big data landscape. [online] <http://strata.oreilly.com/2012/01/what-is-big-data.html>.