

## หน้า Home ใหม่ ชาวจึงเลย

สิ่งแรกที่ทุกคนคงเห็นเหมือนกันคือ ธีมสีที่เปลี่ยนเป็นสีขาวล้วน ([ตามแนวทางของ Messenger v4 ที่เริ่มใช้ตั้งแต่ปีที่แล้ว](#)) เหลือสีน้ำเงินให้เห็นเพียงแค่ไอคอนตัว f (ที่เปลี่ยนเป็นวงกลมแทนสี่เหลี่ยม) ที่มุมขวามบนเท่านั้น

โครงสร้างของหน้าเพจเวอร์ชันเดสก์ท็อปปยังคงคล้ายกับเวอร์ชันปัจจุบัน แต่ขยายเมนูชื่อดังด้านซ้ายมือให้เป็น sidebar เต็มรูปแบบ, ด้านขวามือยังเป็น sidebar แถบรายชื่อเพื่อน (Contacts) โดยเพิ่มขนาดให้ใหญ่ขึ้นเช่นกัน

ส่วนของ Stories ย้ายมาอยู่ด้านบนบนของ News Feed โดยใช้ดีไซน์แบบเดียวกับแอปเวอร์ชันมือถือ เรียกว่าง่าย ๆ ว่าทุกอย่างได้รับการขยับเน้นความสำคัญมากขึ้น ในขณะที่ News Feed ถูกลดความสำคัญลง

## แล้วอนาคตของ News Feed จะเป็นเช่นไร?

ทิศทางของ Facebook ในปี 2019 ที่ประกาศออกมา แสดงให้เห็นชัดว่าบริษัทต้องการกำจัดจุดอ่อน (ที่เคยเป็นจุดแข็งมาตลอด) นั่นคือโมเดลของ News Feed หรืออย่างน้อยก็ลดความสำคัญลง

ที่ผ่านมา โมเดลธุรกิจของ Facebook ยืนอยู่บนแนวคิดที่เน้นปริมาณ ไม่ว่าจะเป็นส่งเสริมให้เราไปมีเพื่อนเยอะๆ โพสต์เยอะๆ กดไลค์เยอะๆ มีแฟนเพจเยอะๆ เพราะยิ่งคนโพสต์เยอะ อ่านเยอะ ยิ่งอยู่บน Facebook นาน ยิ่งมีโอกาสทำเงินจากโฆษณาเยอะตามไปด้วย

แนวคิดที่เน้นปริมาณอาจใช้การได้ในยุคเริ่มต้นของโซเชียล แต่เมื่อเวลาผ่านไป เราก็เห็นผลกระทบด้านลบตามมามากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเป็นส่วนตัว ความรุนแรง ความเกลียดชัง ข่าวดปลอม และเนื้อหาไม่เหมาะสมต่างๆ ที่อาศัยอัลกอริทึมของ Facebook ที่อิงกับความนิยม จำนวน และ engagement จนสร้างปัญหาให้ Facebook อย่างหนักในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมา

ถึงแม้ Facebook ไม่ได้ประกาศอะไรเกี่ยวกับ News Feed หรือโมเดลการโพสต์แบบเดิม แต่เราก็น่าจะพอคาดเดาได้ว่า Facebook กำลังจะหาโมเดลอื่นมาทดแทน เพื่อการันตีว่าผู้ใช้เหล่านี้จะยังอยู่บนแพลตฟอร์มของ Facebook ต่อไปในอนาคต อย่างน้อยไม่ชอบการโพสต์บนหน้าโปรไฟล์ของตัวเอง

ก็ขอให้ใช้ไฟเจอร์แซทหรือสนทนาในกลุ่มปิดก็ยังดี

แถมสร้างปัญหาน้อยกว่าด้วย



## ลานกลางเมือง vs ห้องนั่งเล่น

Mark Zuckerberg เริ่มต้นงาน F8 2019 ว่าเขาต้องการสร้าง "privacy-focus social platform" โดยเขา

เปรียบเทียบเรื่องพื้นที่ (space) ว่าโลกเรามีพื้นที่สาธารณะ (public space) เช่น ลานกลางเมืองที่ใครๆ ก็มาใช้งานได้ และพื้นที่ส่วนตัว (private space) อย่างห้องนั่งเล่นในบ้านของแต่ละคน ซึ่งในโลกดิจิทัล เราต้องการพื้นที่ทั้งสองแบบเพื่อใช้งานในบริบทที่ต่างกัน

เขายกตัวอย่างตลอด 15 ปีที่ผ่านมาของบริษัท Facebook เน้นการสร้างลานกลางเมืองที่ผู้คนจำนวนมากๆ มาพบเจอกัน แต่เมื่อโลกเปลี่ยนไป การอยู่ในโลกโซเชียลที่มีคนจำนวนมากๆ อาจทำให้เราสูญเสียตัวตนในโลกส่วนตัวไป เช่น ไม่กล้าพูดหรือแชร์ในสิ่งที่เราทำเฉพาะในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักกลุ่มเล็กๆ ผลคือคนหันไปใช้วิธีการสื่อสารผ่านแชท, Stories, หรือการพูดคุยในกลุ่มขนาดเล็กมากขึ้น

นี่จึงเป็นภารกิจใหม่ของเขาในการสร้าง Digital Living Room เพื่อให้คนสื่อสารกันอย่างสะดวกใจมากขึ้น เขายกตัวอย่างในระยะยาวแล้ว โซเชียลแบบปิดจะสำคัญกว่าโซเชียลแบบเปิดด้วยซ้ำ



ASPOSE  
Your File Format APIs

## Groups

ในขณะที่การแชทเป็นการสื่อสารกันระหว่างครอบครัวหรือเพื่อนสนิท (friends) ยังมีการสื่อสารที่ใหญ่ขึ้นอีกระดับคือ Groups ซึ่งเป็นชุมชนขนาดเล็ก (communities) ของคนที่มีความสนใจร่วมกัน แต่ยังไม่ไปถึงระดับของ public แบบ Facebook ของเดิม

แนวทางของ Facebook จึงเป็นการออกแบบ UI ใหม่หมด และยกระดับความสำคัญของ Groups ให้มากขึ้นกว่าเดิมมาก เพื่อจูงใจให้คนมาใช้งาน Groups มากขึ้นนั่นเอง

Facebook ยังประกาศฟีเจอร์ใหม่ให้ Groups มากมาย ตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่มประเภทต่างๆ เช่น กลุ่มคนเล่นเกมเดียวกัน จะได้ฟีเจอร์ห้องแชทย่อยภายในกลุ่มที่คุยเฉพาะประเด็นที่ตัวเองสนใจ (ตัวอย่างคือเทคนิคการเล่นของตัวละครตัวเดียว ไม่ต้องแชทคุยกับผู้เล่นตัวละครอื่น แต่ยังอยู่ในกลุ่มเดียวกัน), กลุ่มซื้อขายของจะเพิ่มฟีเจอร์กดจ่ายเงินได้ในตัว หรือฟีเจอร์ประกาศหางานในกลุ่มคนหางาน เป็นต้น

Mark Zuckerberg ประกาศในงานว่าตอนนี้มีผู้ใช้ฟีเจอร์ Groups จำนวนอย่างน้อย 400 ล้านคนแล้ว ถึงแม้จะยังไม่เยอะมากเมื่อเทียบกับผู้ใช้งาน Facebook ทั้งหมด 2 พันล้านคน แต่การดัน Groups แบบสุดตัวก็น่าจะช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้ได้อีกมาก

