บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์อุทยานแห่งชาติผืนป่ามรดกโลกไทย” นี้ ผู้ศึกษาดำเนินการศึกษาทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. หลักในการออกแบบเว็บไซต์
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. หลักในการออกแบบเว็บไซต์

การสร้างเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องมีการจัดเตรียมข้อมูล ออกแบบหน้าเว็บเพจต่างๆ ให้มีรูปแบบที่สวยงาม สามารถใช้งานได้ง่าย และมีความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล การออกแบบเว็บไซต์จึงมีความสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้อีก ดังที่ ดวงพร เกี๋ยงคำ และวงศ์ประชา จันทร์สมวงศ์ (2546: 26) ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี

1.1 การออกแบบ

1.1.1 ***ควรมีจุดเด่นหรือมีเอกลักษณ์*** เนื่องจากเว็บไซต์แต่ละแห่งมีเป้าหมายที่แตกต่างกันเช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ที่เน้นทางด้านธุรกิจ จะต้องหาจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่มีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ผู้เข้ามาใช้บริการสามารถจดจำภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์เฉพาะของหน่วยงานนั้นๆ ได้

1.1.2 ***ควรมีการจัดวางข้อมูลที่เรียบง่าย*** เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสามารถอ่านเนื้อหาที่อยู่ภายในแต่ละเว็บเพจได้ง่าย สบายตา การจัดวางข้อมูลภายในเว็บไซต์ต้องไม่ซับซ้อน มีการจัดหมวดหมู่ให้กับข้อมูล ภาพกราฟิก ตัวอักษรอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้เข้ามาใช้บริการสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการใช้งานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

1.1.3 ***ควรมีการจัดระบบข้อมูลที่ดี*** เนื่องจากรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มข้อมูลจะมีผลต่อความสะดวกในการใช้งานของผู้เข้ามาใช้บริการ ระบบข้อมูลที่มีโครงสร้างดีจะช่วยเพิ่มความชัดเจนให้กับเนื้อหา

1.2 โครงสร้างหลักของระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์

โครงสร้างหลักของระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ แบบลำดับขั้น (Hierarchy) แบบข้อความหลายมิติ (Hypertext) และแบบฐานข้อมูล (Database model) โครงสร้างแต่ละแบบจะมีจุดเด่นและจุดด้อยแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามการออกแบบโครงสร้างของระบบข้อมูลจะขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหาภายในเว็บไซต์นั้นๆ เป็นหลัก ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นเราสามารถใช้โครงสร้างรูปแบบเดียวกันทั้งหมด หรืออาจใช้โครงสร้างมากกว่า 1 รูปแบบภายในเว็บไซต์เดียวกันก็ได้ ไม่มีข้อกำหนดตายตัว แต่เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะใช้โครงสร้างทั้ง 3 รูปแบบร่วมกัน

ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544: 79) ได้กล่าวถึงการจัดระบบข้อมูลภายในเว็บไซต์ว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของเว็บไซต์ เนื่องจากโครงสร้างระบบข้อมูลมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาระบบนำทาง โดยปกติข้อมูลในแต่ละลำดับขั้นจะมีความสำคัญอย่างใกล้ชิดกับรายการในระบบนำทาง นอกจากนั้นชื่อของกลุ่มข้อมูลต่างๆ ก็จะเป็นตัวกำหนดชนิด และลักษณะของข้อมูลภายในกลุ่มนั้นๆ ด้วย การจัดระบบข้อมูลในเว็บไซต์อาจยึดหลักการของ แบบแผนระบบข้อมูล (Organizational schemes) ก็ได้ ซึ่งเป็นการกำหนดลักษณะพื้นฐานของข้อมูลภายในกลุ่มเดียวกัน ในชีวิตประจำวันเราอาจได้สัมผัสกับแบบแผนการจัดระบบต่างๆ โดยไม่รู้ตัว เช่น การค้นหาเบอร์โทรศัพท์จากสมุดโทรศัพท์ หรือการเลือกซื้อของในห้างสรรพสินค้าที่มีการแบ่งหมวดหมู่สินค้าที่แตกต่างกันไป เป็นต้น แบบแผนระบบข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ

1) แบบแผนระบบข้อมูลแบบแน่นอน (Exact organizational schemes) เกิดจากการแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มที่แน่นอนไม่มีการเหลื่อมล้ำของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม ระบบข้อมูลชนิดนี้ยัง แบ่งออกเป็น ระบบข้อมูลตามตัวอักษร (Alphabetic) ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดระบบพื้นฐานของพจนานุกรม สารานุกรม สมุดโทรศัพท์ ห้องสมุด และดัชนีที่อยู่ด้านหลังหนังสือ สิ่งเหล่านี้ล้วนใช้ประโยชน์จากการลำดับตัวอักษรในการจัดเรียงข้อมูล แต่วิธีนี้มีข้อด้อยคือ สิ่งที่อยู่ใกล้เคียงกันอาจไม่มีความสัมพันธ์กันแต่อย่างใด ระบบข้อมูลตามลำดับเวลา (Chronologic) เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับข้อมูลบางประเภทที่มีความสัมพันธ์กับเวลา เช่น ข่าว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และรายการโทรทัศน์ ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอข้อมูลตามลำดับเวลาระบบข้อมูลตามพื้นที่ (Geographic) ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ยกตัวอย่างเช่น ข่าว พยากรณ์อากาศ เศรษฐกิจ การเมือง หรือการปกครอง

2) แบบแผนระบบข้อมูลแบบไม่แน่นอน (Ambiguous organization schemes) เกิดจากการแบ่งข้อมูลโดยไม่มีการกำหนดที่แน่นอน ระบบข้อมูลชนิดนี้มีความยากในการออกแบบ การดูแล และการใช้งาน อย่างไรก็ตามระบบข้อมูลชนิดนี้กลับมีความสำคัญและเป็นที่นิยมใช้มากกว่า เนื่องมาจากผู้เข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่รู้แน่ชัดถึงสิ่งที่ตนกำลังค้นหา หรืออาจรู้เพียงบางส่วนแต่ไม่แน่ใจ ในระบบข้อมูลชนิดนี้มีการรวบรวมข้อมูลตามลักษณะที่คล้ายกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งในกระบวนการค้นหาข้อมูล ผู้เข้ามาใช้บริการสามารถเรียนรู้รายละเอียดของสิ่งที่ตนกำลังค้นหาเพิ่มขึ้นได้ ตามจำนวนครั้งในการค้นหา เปรียบเสมือนกับการค้นหาข้อมูลโดยใช้คำที่มีความหมายที่กว้างก่อน และผลของการค้นหาทำให้รู้ถึงสิ่งที่มีความหมายเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเรื่อยๆและสามารถนำข้อมูลนั้นๆ มาใช้ค้นหาต่อเพื่อค้นหาข้อมูลให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการมากที่สุด อุปสรรคของการค้นหาข้อมูลแบบนี้ คือ ต้องใช้เวลานานและอาจจะต้องทำการค้นหาหลายครั้งจึงจะพบข้อมูลที่ต้องการจริงๆ ระบบข้อมูลแบบไม่แน่นอนสามารถแบ่งย่อยออกเป็นระบบข้อมูลตามหัวข้อ (Topic) ซึ่งเป็นระบบข้อมูลที่นิยมใช้กันมาก โดยจะทำการกำหนดหัวข้อต่างๆ ให้สื่อความหมายและเข้าใจได้ง่าย มีขอบเขตไม่กว้างหรือแคบจนเกินไประบบข้อมูลตามผู้เข้ามาใช้บริการ (Audience specific) ในกรณีที่มีกลุ่มผู้เข้ามาใช้บริการที่ชัดเจน และเข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ เราสามารถแบ่งข้อมูลออกเป็นพวกๆ ตามความสนใจของผู้เข้ามาใช้บริการแต่ละกลุ่มได้ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุดระบบข้อมูลตามการทำงาน (Task oriented) การจัดระบบข้อมูลแบบนี้เป็นการแบ่งเนื้อหาและการทำงานต่างๆ ให้อยู่ในรูปของกระบวนการ หน้าที่ และงานย่อย ในปัจจุบันเว็บไซต์ที่ใช้การจัดระบบข้อมูลแบบนี้มีน้อยมาก เนื่องจากข้อมูลในเว็บไซต์ส่วนใหญ่มักจะเป็นเนื้อหามากกว่ากระบวนการทำงาน

ระบบข้อมูลแบบจำลอง (Metaphor driven)

การจัดระบบข้อมูลในลักษณะนี้มักใช้กับการแนะนำสิ่งใหม่ๆ โดยจะทำการเชื่อมต่อความสัมพันธ์กับสิ่งที่ผู้เข้ามาใช้บริการคุ้นเคยอยู่ ในขั้นนี้เราสามารถใช้แบบจำลองการจัดระบบ (Organization metaphor) เพื่อช่วยให้ผู้เข้ามาใช้บริการเข้าใจสิ่งใหม่ได้ดีและชัดเจนขึ้น การใช้งานระบบข้อมูลแบบนี้ข้อสำคัญต้องแน่ใจว่าแบบจำลองที่เลือกมาใช้นั้นเป็นสิ่งที่คุ้นเคยต่อผู้เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่แล้ว

3) แบบแผนระบบข้อมูลแบบผสม (Hybrid schemes) เป็นการนำแบบแผนระบบข้อมูลแบบแน่นอน และแบบไม่แน่นอนมารวมกันเพื่อจัดทำเว็บไซต์ เช่นเดียวกันกับโครงสร้างระบบข้อมูล การออกแบบเว็บไซต์ในปัจจุบันไม่มีการนำแบบแผนระบบข้อมูลแบบใดแบบหนึ่งมาใช้ในการออกแบบแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากมีข้อมูลที่หลากหลาย ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์ควรแยกส่วนแบบแผนระบบข้อมูลที่แตกต่างกันให้อยู่กันคนละที่ และควรทำให้มีลักษณะที่

แตกต่างกัน และควรมีการเลือกใช้สีภายในเว็บไซต์ให้เหมาะสม ทศพล กนกนุวัตร์ (2544: 49) และ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544: 205) ได้กล่าวถึงการเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากสีมีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกของผู้เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์จึงควรเลือกสีหรือโทนสีให้เหมาะสม โดยสีที่แตกต่างกันจะให้ความหมายและความรู้สึกที่แตกต่างกันด้วย ความหมายและความรู้สึกของสีที่ใช้สามารถสรุปได้ดังนี้

สีแดง หมายถึง พลัง อำนาจ ความรัก ความอบอุ่น

สีน้ำเงิน หมายถึง ความซื่อสัตย์ ความมั่นคง ความปลอดภัยความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความหวัง มีน้ำใจ

สีเขียว หมายถึง ธรรมชาติ สุขภาพ ความยินดี ความอบอุ่นความแข็งแรง ความหวัง ความภักดี ความอุดมสมบูรณ์ความกระฉับกระเฉง ความเป็นอมตะ

สีเหลือง หมายถึง ความสดใส ร่าเริง ความหวัง ความอบอุ่นความสง่างาม ธรรมะปรัชญา ความสุข ความสมหวัง

สีฟ้า หมายถึง ความอ่อนโยน ความนุ่มนวล ความหวัง ความสงบ ความเที่ยงตรง

สีม่วง หมายถึง ความสูงส่ง ความซื่อสัตย์ ความสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ ความรอบรู้

สีส้ม หมายถึง ความเข้มแข็ง กระตือรือร้น ความมั่นคงความสมดุล ความอบอุ่น ความเจริญ ความเป็นเพื่อน ความมีชีวิตชีวา หรูหรา

สีน้ำตาล หมายถึง ความเรียบง่าย ความสะดวกสบาย ความความมั่นคง ความเชื่อถือ ความมีเกียรติ ความเติบโตเต็มที่

สีเทา หมายถึง ความสุภาพ ความสงบเสงี่ยม ความมั่นคงความไว้วางใจ

สีขาว หมายถึง ความบริสุทธิ์ ความไร้เดียงสา ความรักความฉลาด ความสงบเสงี่ยม ความเรียบง่าย ความสะอาดความเคารพนับถือ ความนอบน้อมถ่อมตน ความเที่ยงตรงความดี

สีดำ หมายถึง อำนาจ ความฉลาด ความเป็นเลิศ ความสุขุมความรอบคอบ ความตั้งใจ ความมั่นคง ความเป็นทางการ

สีสันภายในหน้าเว็บไซต์ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อการดึงดูดความสนใจของผู้เข้ามาใช้บริการ เนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่ผู้เข้ามาใช้บริการมองเห็น และเป็นสิ่งที่ใช้กำหนดบรรยากาศและความรู้สึกโดยรวมของเว็บไซต์ สีถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเว็บไซต์ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเลือกตัวอักษร รูปภาพ การเชื่อมต่อ สีพื้นหลัง และรูปภาพพื้นหลัง การเลือกใช้สีที่เหมาะสมจะช่วยในการสื่อความหมายของเนื้อหา และเพิ่มความสวยงามให้กับหน้า

เว็บเพจ ในทางกลับกัน การเลือกใช้สีที่ไม่เหมาะสมอาจสร้างความยากลำบากในการอ่านหรือรบกวนสายตาผู้เข้ามาใช้บริการ รวมไปถึงการสื่อความหมายที่ไม่ถูกต้องเช่นกันควรเลือกใช้ตัวอักษรให้เหมาะสม เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เว็บไซต์ดูทันสมัยน่าเชื่อถือ สนุกสนานมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตัวหนังสือแต่ละลักษณะจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังที่ ฐิตารัตน์ รัชตะวรรณ (2547: 16) ได้กล่าวถึงลักษณะของตัวอักษรและความรู้สึกที่สื่อออกมาในรูปแบบต่างๆ ดังนี้ ตัวหนังสือแบบมีเชิง (Serif) ให้ความรู้สึกของความคลาสสิก ดูเก่าแก่และค่อนข้างเป็นทางการตัวหนังสือแบบไม่มีเชิง (San serif) ให้ความรู้สึกเรียบง่าย มีความทันสมัยและอ่านง่ายตัวหนังสือแบบลายมือ (Script) ให้ความรู้สึกสนุกสนานเป็นกันเองไม่เป็นทางการ มักใช้กับคำโฆษณาสั้นๆตัวอักษรแบบมีหัว มักใช้กับบทความยาวๆ เพราะอ่านง่ายเช่น หนังสือเรียน หนังสือวิชาการตัวอักษรแบบไม่มีหัว ตัวหนังสือแบบนี้อ่านค่อนข้างยาก มักใช้กับข้อความสั้นๆ แต่ให้ความรู้สึกที่ทันสมัยควรมีระบบนำทางที่มีประสิทธิภาพ ระบบนำทางในเว็บไซต์ที่ดีจะสามารถนำผู้เข้ามาใช้บริการไปยังข้อมูลที่ตนกำลังค้นหาได้สะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ทุกทิศที่ไปจะต้องมีเครื่องหมายติดตามเพื่อให้ผู้เข้ามาใช้บริการสามารถเลือกที่จะเข้าไปใช้บริการได้ตรงจุดที่สนใจอย่างสะดวก และยังสามารถย้อนกลับไปยังหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์นั้นๆ ได้

ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544: 94) ได้แบ่งระบบนำทางสำหรับใช้ในเว็บไซต์ออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้ระบบนำทางแบบลำดับขั้น (Hierarchy) เป็นระบบนำทางแบบพื้นฐานที่เว็บไซต์ส่วนใหญ่มักใช้กัน การที่โฮมเพจหน้าหนึ่งมีการเชื่อมโยงไปยังโฮมเพจหน้าอื่นๆ ภายในเว็บไซต์นั้นก็ถือว่าเป็นลำดับขั้นอย่างหนึ่ง แต่เนื่องจากข้อจำกัดในการเคลื่อนที่ได้เฉพาะในแนวตั้ง หรือแนวบน-12 ล่าง (จากหน้าหลักไปยังหน้าย่อยถัดลงไปหรือย้อนกลับขึ้นมา) ระบบนำทางแบบนี้จึงต้องอาศัยระบบนำทางแบบอื่นๆ มาใช้งานร่วมเพื่อทำให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิมระบบนำทางแบบครอบคลุม (Global) หรือแบบตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ เป็นระบบนำทางที่ช่วยเสริมข้อจำกัดของระบบนำทางแบบลำดับขั้น ทำให้สามารถเคลื่อนที่ได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอนอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งเว็บไซต์ โดยปกติแล้วระบบนี้จะถูกใช้เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าหลักของเว็บไซต์ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของป้ายนำทางที่วางไว้ด้านบนหรือด้านล่างสุดของเว็บไซต์ก็ได้โดยปกติป้ายนำทางที่อยู่ด้านบนจะทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการมองเห็นได้ทันทีโดยไม่ต้องเปลี่ยนภาพไปไหน และยังช่วยชี้แนะให้ผู้เข้ามาใช้บริการรู้ถึงข้อมูลส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว ในกรณีที่ผู้เข้ามาใช้บริการต้องการไปยังส่วนอื่นๆ ของเว็บไซต์ก็สามารถทำได้ทันที ส่วนป้ายนำทางที่อยู่ด้านล่างสุดนั้น ผู้เข้ามาใช้บริการจะเห็นก็ต่อเมื่ออ่านเนื้อหาภายในเว็บเพจนั้นๆ จนมาถึงตอนท้ายแล้ว ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสะดวกถ้าเนื้อหาภายในเว็บเพจนั้นมีความยาวมาก ทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการไม่ต้องย้อนกลับไป

ด้านบน ดังนั้นป้ายนำทางแบบครอบคลุมจะอยู่ด้านล่างหรือด้านบนนั้นขึ้นอยู่กับความยาวของเนื้อหาและความเหมาะสมเป็นหลัก

ระบบนำทางแบบเฉพาะที่ (Local) สำหรับเว็บไซต์ที่มีความซับซ้อนมาก นอกจากจะใช้ระบบนำทางแบบครอบคลุมแล้ว อาจต้องใช้ระบบนำทางแบบเฉพาะที่เข้ามาช่วยด้วย โดยเฉพาะในกรณีที่มีบางส่วนของเว็บไซต์ที่ต้องการระบบนำทางซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น หัวข้อย่อยของเนื้อหาที่อยู่ภายใต้ส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์ ระบบนำทางแบบนี้จะช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

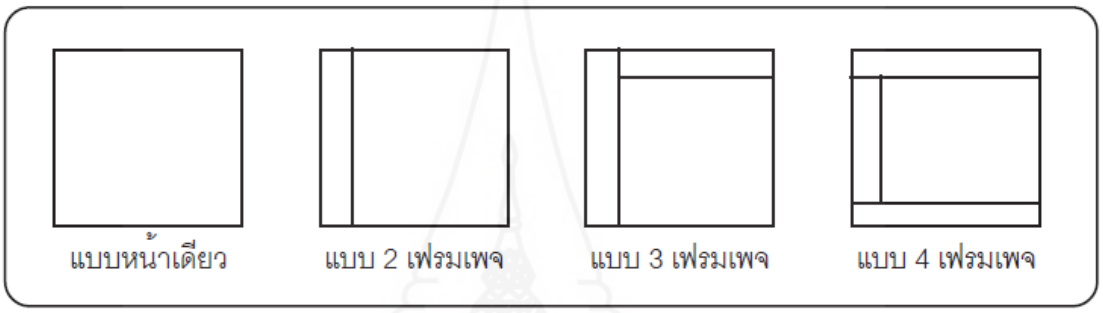
ระบบนำทางเฉพาะส่วน (Ad hoc) เป็นระบบนำทางเฉพาะส่วนตามความจำเป็นของเนื้อหา นั่นคือ การเชื่อมโยงของคำหรือข้อความที่น่าสนใจไปยังรายละเอียดเกี่ยวกับคำนั้นๆเพิ่มเติม ขณะเดียวกันก็ไม่รบกวนการอ่านของผู้เข้ามาใช้บริการทั่วไปที่ไม่ต้องการข้อมูลอย่างละเอียดแต่มีข้อเสีย คือ ผู้เข้ามาใช้บริการมักจะมองข้ามการเชื่อมโยงเหล่านี้ได้ง่ายเมื่อมีการอ่านผ่านอย่างรวดเร็วควรเลือกชนิดของรูปภาพที่เหมาะสม

ฐิตารัตน์ รัชตะวรรณ (2547: 13) ได้กล่าวถึงชนิดของรูปภาพที่นิยมใช้กันบนเว็บไซต์ว่า จะต้องเป็นแฟ้มรูปภาพ (Image file) ที่มีขนาดเล็ก เพื่อที่จะแสดงผลในเว็บเพจได้อย่างรวดเร็ว ขนาดของแฟ้มรูปภาพที่เหมาะสมควรมีขนาด 20-40 กิโลไบต์ (Kilobyte) แฟ้มรูปภาพที่สามารถบีบอัด (Compress) ได้มาก ได้แก่ แฟ้มรูปภาพที่มีการจัดรูปแบบ (Format) เป็น GIF, JPEG และ PNG โดยแฟ้มรูปภาพแต่ละรูปแบบจะมีความแตกต่างกันดังนี้ GIF (Graphics Interchange Format) เป็นการจัดรูปแบบที่ใช้บันทึกรูปภาพที่มีรายละเอียดน้อย หรือมีลักษณะเป็นลายเส้น เช่น ภาพเคลื่อนไหว (Animation) หรือภาพสัญลักษณ์เป็นต้น แฟ้มรูปภาพที่มีการจัดรูปแบบในลักษณะนี้สามารถแสดงสีได้เพียง 256 สี แต่คุณภาพของแฟ้มรูปภาพที่ได้นั้นจะมีการสูญเสียรายละเอียดน้อยถึงน้อยมาก นอกจากนี้ยังสามารถแสดงรูปภาพในลักษณะโปร่งแสง (Transparent) ได้อีกด้วย การจัดรูปแบบของแฟ้มรูปภาพลักษณะนี้จะเหมาะกับการทำภาพเคลื่อนไหว (GIF Animation) ภายในเว็บเพจ JPEG (Joint Photographic Export Group) เป็นการจัดรูปแบบแฟ้มรูปภาพที่มีความละเอียด เช่นภาพที่มีจำนวนสีมากๆ หรือภาพถ่าย (Photo) ภาพธรรมชาติ เป็นต้น เนื่องจากแฟ้มรูปภาพแบบ JPEG นั้น สามารถแสดงสีได้ถึง 16.7 ล้านสี จึงสามารถแสดงรายละเอียดที่มีอยู่ในรูปภาพได้ดีกว่า แต่ถ้าหากมีการบีบอัดแฟ้มรูปภาพมากจนเกินไป ก็อาจทำให้เกิดการสูญเสียรายละเอียดของรูปภาพอย่างเห็นได้ชัดได้ PNG (Portable Network Graphic) เป็นการจัดรูปแบบแฟ้มรูปภาพที่มีความสามารถในการถูกบีบอัดภาพได้มากกว่าแฟ้มรูปภาพแบบ GIF ประมาณ 30% โดยแฟ้มรูปภาพที่ถูกบีบอัดแล้ว จะยังคงมีคุณภาพเทียบเท่าเดิม และมีการแสดงผลได้เร็วกว่าแฟ้ม

รูปภาพแบบ GIF นอกจากนี้ยังสามารถแสดงสีได้ถึง 16 ล้านสี และทำรูปภาพในลักษณะโปร่งแสงได้อีกด้วย

1.3 หลักในการออกแบบเว็บไซต์

สำหรับการออกแบบเว็บเพจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรออกแบบโฮมเพจให้เป็นแบบหน้าเดียว โดยมีรูปแบบของเมนูเป็นแบบตัวอักษร ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมของเมนูควรอยู่ด้านซ้ายของเว็บเพจ และไม่จำเป็นต้องมีเมนูในทุกหน้าของเว็บเพจ



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างโฮมเพจแบบต่างๆ

ส่วนตัวอักษรนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารูปแบบของตัวอักษรหัวเรื่องและของเนื้อหาควรแตกต่างกัน โดยตัวอักษรหัวเรื่องควรเป็นแบบหัวกลม เช่น แบบ AngsanaUPC ขนาด 18 พอยต์ และการจัดตำแหน่งที่เหมาะสมของหัวเรื่องควรอยู่ตรงกลาง สำหรับขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ เนื้อหากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าควรเป็นแบบ Ms Sans Serif หรือ Tahoma ขนาด 14 พอยต์ และการจัดแนวข้อความที่เหมาะสม ควรจัดแนวให้ชิดขอบซ้าย-ขวา และความยาวของเว็บเพจขึ้นอยู่กับเนื้อหาในการนำเสนอการใช้สีของตัวอักษรนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าจำนวนที่เหมาะสมต่อ 1 เว็บเพจ คือ 1-3 สี โดยถ้าใช้สีพื้นในการนำเสนอแล้ว ส่วนใหญ่เลือกตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีขาว และจำนวนภาพหรือกราฟิกที่เหมาะสมต่อ 1 เว็บเพจ คือ 1-3 ภาพ โดยส่วนใหญ่ได้มาจากการกราดภาพ (scan)ในกรณีที่ต้องการแสดงภาพหรือกราฟิกที่มีความคมชัดและมีรายละเอียดภาพมาก กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า หากต้องการนำเสนอภาพในลักษณะนี้ควรใช้ภาพย่อ (thumbnail) ในการนำเสนอส่วนการใช้ภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบเว็บเพจนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเร้าความสนใจมากกว่าที่จะเน้นความสำคัญของเนื้อหาแบบหน้าเดียว แบบ 2 เฟรมเพจ แบบ 3 เฟรมเพจ แบบ 4 เฟรมเพจ

สำหรับองค์ประกอบต่างๆ ที่จำเป็นในการทำเว็บไซต์ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรใส่ชื่อและอีเมลของเว็บมาสเตอร์และทีมงาน รองลงมาคือ สมุดเยี่ยม (guestbook) การสืบค้นข้อมูล

(search engine) ตามลำดับ ส่วนการสนทนาผ่านเครือข่าย (chat) ถูกจัดให้อยู่ในลำดับสุดท้ายในการทดสอบเว็บไซต์ โปรแกรมค้นผ่านที่ถูกใช้ทดสอบมากที่สุดคือ Internet Explorer ส่วนการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์นั้น กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแนะนำผ่านโครงการ SchoolNet มากที่สุดรองลงมาคือบอกต่อกับคนรู้จัก แนะนำผ่านเว็บไซต์อื่นๆ หรือใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น จุลสารของโรงเรียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ด้านการปรับปรุงเว็บไซต์ (update) ส่วนใหญ่ปรับปรุงทุกๆ 4-7 วันและงบประมาณในการทำเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้งบประมาณส่วนตัว และทีมงาน เพื่อจัดทำเว็บไซต์

พันจันทร์ ธนวัตนเสถียร (2549: 5-11)ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบเว็บไซต์ไว้ดังนี้

1) การกำหนดขนาดของเว็บไซต์แบบ 800 x 600 พิกเซล (pixels) ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานที่ใช้กับจอคอมพิวเตอร์ได้ทุกขนาด

2) ขนาดของเว็บไซต์แบบ 1,024 x 768 พิกเซล (pixels) ซึ่งขนาดแบบนี้กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีราคาถูกมาก ดังนั้นผู้ใช้ไปใช้จอที่มีขนาดใหญ่ขึ้นด้วย การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์มีอยู่ 3 รูปแบบ คือ

(1) การออกแบบหน้าเว็บไซต์ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหามากๆ เป็นการออกแบบเว็บไซต์ที่มีการนำเสนอเนื้อหามากกว่ารูปภาพ โดยจะใช้โครงสร้างของตารางเป็นหลักเพื่อใส่ข้อความแบบหน้าสารบัญ และรูปภาพที่เป็นชิ้นเล็กๆ ได้

(2) ออกแบบหน้าเว็บไซต์ที่เน้นภาพกราฟิกเป็นหลัก เป็นการออกแบบเว็บไซต์ที่มีภาพกราฟิกที่สวยงามถูกจัดวางไว้หน้าโฮมเพจ

(3) ออกแบบหน้าเว็บไซต์ทีมีทั้งภาพและเนื้อหา เป็นการออกแบบผสมผสานกันทั้งภาพกราฟิกและข้อความประกอบภาพกราฟิก

3) การออกแบบแถบเนวิเกชั่นบาร์ (navigation bar) มีหลักการออกแบบดังนี้

(1) กำหนดเว็บเพจ และแถบ เนวิเกชั่น (navigation)ให้มีความเรียบง่ายและสื่อสารได้อย่างชัดเจน

(2) กำหนดให้เว็บเพจแต่ละหน้ามีปุ่มหรือข้อความที่สามารถลิงค์กลับไป-มาระหว่างหน้าแรก หรือหน้าต่อไปได้

(3) การออกแบบเว็บเพจแต่ละหน้าควรให้มีการโต้ตอบกับผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อไปยังหน้าเว็บเพจใหม่ที่ต้องการได้

(4) ในส่วนของแถบ เนวิเกชั่น(navigation) สามารถระบุตำแหน่งให้ผู้เยี่ยมชมรู้ว่าขณะนี้กำลังอยู่ในหัวข้อเพจหน้าไหนแล้ว

(5) ออกแบบเว็บเพจในแต่ละหน้าสามารถลิงค์ข้อมูลส่งถึงกันได้หมดทุกหน้า

(6) สร้างแถบ เนวิเกชั่น(navigation)ให้มีการค้นหาได้ง่าย และเห็นได้อย่างชัดเจน

(7) การออกแบบเว็บเพจให้เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น ใช้ตัวอักษรหรือภาพกราฟิกที่เป็นแบบเดียวกันตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไม่สับสน

4) การออกแบบปุ่มเนวิเกชั่น (navigation) มีหลากหลายรูปแบบแล้วแต่ความเหมาะสมต่อการใช้งาน มีรูปแบบ ดังนี้

(1) การออกแบบปุ่มซึ่งมีรูปทรงที่หลากหลาย ความเหมาะสมของเนื้อหาที่ต้องการได้

(2) สร้างเป็นข้อความลิงค์ ซึ่งเป็นตัวอักษรที่สามารถกำหนดเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจต่างๆ ได้

(3) สร้างเป็นภาพกราฟิกแอนิเมชั่น (graphic animation) เป็นภาพที่มีการเคลื่อนไหวที่น่าดึงดูดต่อการใช้งานเป็นอย่างมาก

(4) สร้างเป็นชุดเรียงต่อกัน ซึ่งอาจเรียงกันในแนวนอน หรือแนวตั้งก็ได้ หรือเป็นแนวอื่นๆ ตามความต้องการ

(5) สร้างเป็นตัวอักษรผสมกับภาพเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆกล่าวคือการออกแบบเว็บไซต์นั้นจะประสบความสำเร็จ จะต้องมีการออกแบบที่มีจุดเด่น

มีการจัดวางข้อมูลที่เรียบง่าย ควรสร้างโครงสร้างเป็นแบบลำดับขั้น มีการใช้สีตัวอักษรที่อ่านสบายตาหรือเลือกสีโทนที่เหมาะสม และควรที่จะใช้หนังสือที่อ่านง่าย หรืออาจจะนำรูปภาพเข้ามานำเสนอในเว็บไซต์เพื่อทำให้เว็บไซต์น่าสนใจยิ่งขึ้น

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์

1.4.1 โปรแกรม (จันทร์พันธ์ ธนวัฒน์เสถียร, 2549: 4)

1) โปรแกรมที่ใช้ออกแบบตกแต่งเว็บไซต์ที่นิยมใช้กันในปัจจุบันนี้ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ที่ใช้สร้างภาพกราฟิกต่างๆ ในการตกแต่งเว็บไซต์

2) โปรแกรมที่ใช้สร้างเว็บเพจ และจัดหาองค์ประกอบบนหน้าเว็บในปัจจุบันผู้ผลิตโปรแกรมได้สร้างโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ เพื่อช่วยให้สร้างเว็บไซต์อย่างง่ายๆ โดยผู้ทำเว็บเพียงแค่นำภาพ และข้อความที่ต้องการมาวางบนหน้าเว็บเพจได้เลย และโปรแกรมสำเร็จรูปยังมีลูกเล่นในการใส่เสียง หรือภาพเคลื่อนไหวได้ด้วย

1.4.2 โครงสร้างระบบข้อมูลในเว็บไซต์ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544)

โครงสร้างระบบข้อมูลในเว็บไซต์ (organizational structure) คือรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มข้อมูล ซึ่งมีผลต่อความสะดวกสบายในการท่องเว็บของผู้ใช้ระบบข้อมูลที่ดีจะช่วยเพิ่มความชัดเจนให้กับเนื้อหาโดยสร้างหลักของระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์มี 3 รูปแบบ

1) โครงสร้างระบบข้อมูลแบบลำดับขั้น (hierarchy) ระบบแบบลำดับขั้นเป็นระบบโครงสร้างที่ดีเนื่องจากมีการวางกลุ่มกันอย่างชัดเจนทำให้ผู้ใช้เข้าใจโครงสร้างเว็บที่ซับซ้อนได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2) โครงสร้างระบบข้อมูลแบบไฮเปอร์เท็กซ์ (hypertext) โดยโครงสร้างระบบนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ รายการหรือกลุ่มข้อมูลที่ถูกลิงค์ กับ ลิงค์ที่เชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น เมื่อ 2 ส่วนนี้รวมกันจะเกิดเป็นระบบเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ตัวอักษร ข้อมูล รูปภาพ เสียง หรือภาพยนตร์ โดยการเชื่อมเป็นไปตามลำดับชั้นข้อมูล หรือ ไม่ตามลำดับข้อมูล หรือทั้งสองอย่างรวมกัน

3) โครงสร้างข้อมูลแบบฐานข้อมูล (database model) โดยข้อมูลจะถูกจัดอยู่ในรูปแถวและคอลัมน์ด้วย กฎเกณฑ์บางอย่างที่มีการกำหนดไว้ การนำฐานข้อมูลมาใช้จะทำให้ช่วยในการหาข้อมูลในเว็บไซต์ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

1.5 ขั้นตอนในการพัฒนาเว็บไซต์

1.5.1 เตรียมเนื้อหาที่จะนำเสนอ ก่อนอื่นต้องมีเป้าหมายก่อนว่าจะทำเว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องอะไรและเนื้อหาต่างๆมีอะไรบ้างแล้วจัดเตรียมสิ่งต่างๆซึ่งหมายถึงข้อความ ภาพประกอบ เสียงและอื่นๆ

1.5.2 ออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ ว่าต้องการให้มีลักษณะเป็นอย่างไรเช่นจะมีการแบ่งเฟรมหรือไม่สีของ Background และตัวอักษรเป็นสีอะไรจะจัดวางอะไรไว้ตรงส่วนไหนจะมี Link ที่ใดบ้างและแต่ละ Link เชื่อมโยงไปหาส่วนใดเป็นต้น

1.5.3 เขียนและทดสอบลงมือเขียน โดยใช้โปรแกรมสำหรับเขียนเว็บไซต์แล้วทำการทดสอบการแสดงผลและ Link ต่างๆ ว่าเชื่อมโยงได้ถูกต้องหรือไม่ในขั้นตอนนี้ถ้ามีปริมาณข้อมูลมากและมีการเชื่อมโยงที่ซับซ้อนก็จะใช้เวลาค่อนข้างมากเพราะต้องคอยปรับแก้อยู่เรื่อยๆ

1.5.4 ลงทะเบียนชื่อเว็บไซต์และจัดหาพื้นที่เก็บข้อมูลสำหรับการสร้างเว็บไซต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพจะมีชื่อเว็บไซต์ตามตัวอย่างดังนี้ Login: 1450100241 จะมีชื่อเว็บไซต์ว่า http://tulip.bu.ac.th/~1440320115 เนื้อที่ในการจัดทำเว็บไซต์จะมีพื้นที่ 10 MB

1.5.5 นำเว็บไซต์ที่สร้างขึ้น Upload ขึ้น Server และตรวจสอบความเรียบร้อยคือการคัดลอกข้อมูลจากเครื่องของเราไปเก็บไว้ในเครื่อง Server ซึ่งการคัดลอกนี้เรียกว่าUpload โดย

ใช้โปรแกรมสำหรับการUpload เช่นโปรแกรม CuteFtp, WS_FTP (โปรแกรม Dreamweaver มีความสามารถนี้อยู่แล้ว)

1.5.6 ประกาศให้โลกรับรู้เมื่อตรวจสอบความเรียบร้อยแล้วก็ถึงคราวที่จะชักชวนให้ผู้คนมาชมเว็บไซต์ของเราโดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆเช่นแลก Link กับเว็บไซต์อื่นๆ ฝากข้อความชักชวนไว้ตามกระดานข่าวต่างๆหรือจะเพิ่มชื่อเว็บไซต์ของเราให้กับแหล่งรวมข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตอย่าง Yahoo

1.6 ข้อแนะนำในการทำเว็บไซต์ (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2546)

1.6.1 การเลือกเนื้อหาเว็บไซต์ถือเป็นส่วนสำคัญในการเริ่มต้นทำเว็บไซต์ทั้งการจัดโครงสร้างและความนิยมของเว็บไซต์สำหรับผู้เริ่มต้นซึ่งไม่แน่ใจว่าจะเลือกหัวข้อใดควรเริ่มต้นจากการสำรวจตัวเองว่าชอบหรือสนใจสิ่งใดมากที่สุดหรือมีความรู้เชี่ยวชาญด้านใดมากที่สุด

1.6.2 โครงสร้างของเว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายสำคัญคือการที่จะทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ได้อย่างเป็นระบบประการแรกต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของประเภทของผู้เข้าเยี่ยมชมเพราะผู้เยี่ยมชมแต่ละประเภทก็จะค้นหาข้อมูลที่แตกต่างกันดังนั้นสิ่งที่ควรจะทำก็คือการจัดกลุ่มของข้อมูลโดยให้รวมหัวข้อย่อยต่างๆให้อยู่ในหัวข้อหลักโดยมีจุดมุ่งหมายให้ จำนวนข้อหลักน้อยที่สุด นอกจากนี้การจัดไฟล์และไดเร็กทอรี่ก็จะช่วยให้การดูแลรักษาและการตรวจสอบความผิดพลาดของเว็บไซต์ง่ายยิ่งขึ้นเช่นการจัดไฟล์รูปภาพไว้ที่เดียวกันหรือจัดเว็บไซต์ที่เป็นเรื่องเดียวกันไว้ในไดเร็กทอรี่เดียวกันเป็นต้น

1.6.3 สามารถดูเว็บไซต์ได้ในหลายบราวเซอร์การทำเว็บไซต์ควรจะทำเพื่อให้สามารถดูได้จากทุกๆVersion ของ Software ต่างๆไม่ว่าจะเป็น Netscape Communicator Internet Explorer หรืออื่นๆการทำให้ทุกคนดูได้นี้ถือว่าเป็นการขยายฐานของผู้เข้าเยี่ยมชม

1.6.4 ความเร็วในการโหลดเว็บไซต์สำหรับหน้าแรกของเว็บไซต์ไม่ควรให้โหลดข้อมูลช้าปัจจัยที่จะกระทบต่อความเร็วได้แก่ขนาดของรูปภาพที่ใช้จำนวนของรูปภาพที่ใช้และปริมาณของตัวอักษรที่อยู่บนหน้านั้นๆอนึ่งความเร็วในการโหลดเว็บไซต์อาจอยู่ที่ Server ที่เว็บไซต์นั้นๆอยู่ว่ามีความสามารถสูงเพียงใดขนาดของรูปภาพที่ใช้ควรจะมีขนาดไม่เกิน 20-30K ต่อรูปส่วนประเภทของรูปนั้นควรเป็น GIF หรือ JPEG ถ้าขนาดของรูปภาพใหญ่เกินไปอาจตัดแบ่งให้ขนาดเล็กลงและใช้ตารางช่วยในการจัดรูปภาพนั้นๆ

1.6.5 ความง่ายในการค้นหาข้อมูลปัจจัยหลักนั้นขึ้นอยู่กับโครงสร้างของเว็บไซต์ตั้งแต่ตอนแรกที่มีการจัดโครงสร้างและจัดกลุ่มของข้อมูลนอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆอีกเช่นการมี Navigator Bar หรือแถบนำทางในทุกๆหน้าของเว็บไซต์และถ้าสามารถให้บริการ Search และ Sitemap ได้ก็จะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ค้นหาข้อมูลได้ง่ายยิ่งขึ้น

1.6.6 ตัวอักษร, ฉากหลังและสีสำหรับรูปแบบที่นิยมใช้คือตัวอักษรสีดำบนฉากหลังขาว ถ้าต้องการกำหนดประเภทของตัวอักษรควรใช้ที่เป็นสากลนิยมเช่นในกรณีภาษาอังกฤษอาจใช้ Arial หรือTimes News Roman เป็นต้นส่วนภาษาไทยอาจใช้ MS Sans Serif การเลือกใช้ตัวอักษรภาษาไทยนั้นต้องระวังเป็นพิเศษเพราะในกรณีที่เครื่องผู้เยี่ยมชมไม่มีตัวอักษรนั้นๆอาจทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมไม่สามารถอ่านตัวอักษรได้เลย

1.6.7 รูปภาพมีใช้กันอยู่ 2 ประเภทคือ GIF หรือ JPEG หนึ่งในหลักการพิจารณาการใช้ประเภทเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดคือจำนวนสีของรูปภาพนั้นๆถ้าเป็นภาพแต่งหรือภาพถ่ายที่มีสีมากๆก็ควรใช้ไฟล์ประเภท JPEG แต่ถ้าเป็นเพียงปุ่มหรือป้ายที่มีสีไม่มากก็ควรใช้ GIF พร้อมกับพิจารณาเรื่องขนาดของไฟล์ด้วยอนึ่งควรจะมีการคะเนขนาดของรูปภาพที่จะใส่บนเว็บไซต์ก่อนเพื่อจะได้ใช้ขนาดและอัตราส่วนที่พึงพอใจมากที่สุด

1.6.8 ส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้ของเว็บไซต์เช่นหัวข้อที่เกี่ยวกับผู้จัดทำอาจเป็นประวัติความเป็นมาและ/หรือข้อมูลปัจจุบัน (About us) เหล่านี้ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้เข้าเยี่ยมชมและเพิ่มเติมเกี่ยวกับแถบนำทาง Search Sitemap และยังมีหัวข้ออื่นๆอีกเช่นข้อเสนอแนะ (Feedback) คำถามที่ถูกถามบ่อย (FAQ - Frequently Asked Questions)

1.6.9 ก่อนที่จะนำเว็บไซต์ Upload ไปยัง Server ควรจะมีการทดสอบโดยใช้ทั้ง Netscape Communicatorและ Internet Explorer เพื่อดูความเร็วในการโหลดว่าช้าหรือเร็วเพียงใด Link ทั้งภายในและภายนอกถูกต้องหรือไม่รูปภาพถูกต้องหรือไม่พิสูจน์อักษรและอ่านข้อมูลเพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลต่างๆถูกต้อง

1.6.10 หลังจากที่เว็บไซต์ Publish ถ้าเป็นไปได้ควรทดสอบเหมือนกับที่ทดสอบก่อนที่จะ Publish เพื่อความแน่ใจอีกครั้งนอกจากการทดสอบแล้วสิ่งที่จะต้องกระทำหลัง Publish คือการสำรวจปรับปรุงและดูแลรักษาเว็บไซต์เมื่อพบความคิดดีๆที่อาจนำมาปรับปรุงเว็บไซต์ได้ก็ควรจะจดบันทึกไว้ถ้าเป็นการแก้ไขนิดหน่อยก็ควรทำการแก้ไขทันทีแต่ถ้าเป็นการแก้ไขที่ต้องใช้เวลานานควรรอสักระยะรวบรวมสิ่งที่ต้องการแก้ไขทั้งหมด

กล่าวโดยสรุปแล้วการสร้างเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องมีการจัดเตรียมข้อมูล ออกแบบหน้าเว็บเพจต่างๆ ให้มีรูปแบบที่สวยงาม สามารถใช้งานได้ง่าย และมีความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล การออกแบบเว็บไซต์จึงมีความสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้อีก ซึ่งมีหลักการออกแบบในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การออกแบบ ควรมีจุดเด่นหรือมีเอกลักษณ์ มีการจัดวางข้อมูลที่เรียบง่าย มีการจัดระบบข้อมูลที่ดี และ 2) โครงสร้างหลักของระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ แบบลำดับขั้น แบบข้อความหลายมิติ และแบบฐานข้อมูล (โครงสร้างแต่ละ

แบบจะมีจุดเด่นและจุดด้อยแตกต่างกันไป สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกประเด็นในการวิเคราะห์รูปแบบเว็บไซต์ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ 1) รูปแบบของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบการนำเสนอ โครงสร้างหลักของระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์ สี กราฟิกภาพนิ่ง/เคลื่อนไหว/แอนิเมชั่น เสียง และตัวอักษร และ 2) เนื้อหาของเว็บไซต์

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญที่ตัวผู้รับสาร (Audience) มากกว่าตัวข่าวสาร ทฤษฎีนี้มองว่า ผู้รับสาร(Audience) มีบทบาทอย่างกระตือรือร้นในฐานะผู้กระทำ (Active) ในการที่จะใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้รับหรือผู้ถูกกระทำ (Passive) จากสื่อเพียงด้านเดียว เพราะฉะนั้นความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่มีทิศทางจากเนื้อหาข่าวสาร (Massage) ไปสู่ผล (Effect) แต่เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่ว่า ผู้รับสาร (Audience) นำสาร (Massage) ไปใช้ประโยชน์และการใช้ประโยชน์นั้น (Usage) เป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการของผล (E.Katz, J.G.Blumer and M.Gurevitch, 1974: 11-35) ทฤษฎีนี้อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่(Functional perspective) การวิเคราะห์เชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์สังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่หรือแบบวงจร ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจจะอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการ (needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลจะมีที่มาต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการทุกๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่าน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่างเช่น ความต้องการข่าวสารข้อมูล หรือการเปิดรับสื่อมวลชนอาจเป็นธรรมชาติมนุษย์ที่ต้องการชดเชยบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น เช่น ความต้องการมีติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้น การบริโภคสื่อมวลชนจึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนเองอยู่อย่างปกติ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534: 65) การศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชน โดยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เริ่มต้นเป็นครั้งแรก เมื่อแฮร์โซก (Herzog, 1994: 349 – 353) ได้

ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังละครวิทยุภาคกลางวันและพบความพึงพอใจ 3 ชนิดที่มีความสัมพันธ์กับการฟังละครวิทยุ นั่นคือ การปลดปล่อยทางอารมณ์ การคิดเพ้อฝันและการได้รับคำแนะนำ การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อและเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตนนอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของซัคแมน (Suchman) ที่ศึกษาในเรื่องเหตุจูงใจในการฟังเพลงคลาสสิคจากวิทยุกระจายเสียง รวมทั้งวูฟเฟ่และฟิสเก (Wolfe&Fiske) ที่ศึกษาถึงพัฒนาการความสนใจชมการ์ตูน ของเด็กประกอบกับเวลานั้นการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารเริ่มส่อเค้าให้เห็นว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมุติฐานไว้ ตัวอย่างเช่น คาร์เซิลเฟล (Kazarfeld) และสแตนตั้น (Stantun) (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534: 85) พบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาเมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกแต่เดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น การค้นพบในครั้งนี้ทำให้นักวิชาการการสื่อสารเริ่มมองว่า ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองตอบความต้องการของตน ทำให้การวางแนวคิดใหม่เชื่อถือว่า ในการสื่อสารนั้น ผู้รับสารคือ ตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลักได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังขึ้นการศึกษาการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจในระยะแรกนั้นขาดความต่อเนื่องในทางทฤษฎีเนื่องจากถูกกำหนดโดยเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือเจ้าของวิทยุกระจายเสียงที่ต้องการทราบถึงแรงจูงใจของผู้รับสารเพื่อจะสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้นเอง

อย่างไรก็ตาม การวิจัยในเรื่องนี้ได้เริ่มพัฒนามากขึ้นในปลายปี ค.ศ. 1950 และต่อเนื่องถึง 1960 โดยการศึกษาในระยะนี้จะเน้นที่การศึกษาตัวแปรทางสังคมและทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นตัวแปรก่อนที่จะเกิดการบริโภคสื่อ ยกตัวอย่าง เช่น ชแรมม์ (Schramm) ไลเล่ (Lyle) และปาร์เกอร์ (Parker) (Schramm,W., J. Lyle and E.Parker, 1961: 350-353) ได้พบว่า การใช้โทรทัศน์ของเด็กได้รับอิทธิพลจากความสามารถทางสติปัญญาของแต่ละบุคคล และความสัมพันธ์ของเด็กกับพ่อแม่และสิ่งอื่นๆ กรีนเบิร์กและโดมินิค) (Greenberg&Dominick)ได้ศึกษาถึงเหตุผลของการเลือกชมโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า การที่บุคคลตัดสินใจเลือกรับชมโทรทัศน์เนื่องจากเหตุผลต่างๆ เช่น เพื่อการเรียนรู้ เพื่อที่จะได้ทราบความเป็นไปของผู้อื่น เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาเป็นต้น ต่อมา กรีนเบิร์ก (Greenberg) ได้ศึกษาถึงโครงสร้างและความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ของนักเรียนในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ พบว่า เหตุผลที่เด็กๆ เลือกชมโทรทัศน์มีดังต่อไปนี้

1) เพื่อฆ่าเวลาหรือใช้เวลาว่าง (To pass time)

2) เพื่อให้ลืมปัญหาหรือเบี่ยงเบนความสนใจ (To forget, as a means of diversion)

3) เพื่อการเรียนรู้สิ่งต่างๆ (Top learn about things)

4) เพื่อการเรียนรู้ตนเอง (To learn about myself)

5) เพื่อการกระตุ้นหรือเสริมความคิดตนเอง (For arousal)

6) เพื่อการผ่อนคลาย (For relaxation)

7) เพื่อการสมาคมหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น (For companionship)

8) เพื่อเป็นงานอดิเรก (As a habit) (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

ในปี ค.ศ. 1973 แคทซ์ (Katz) และคณะ (อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534: 76 –97) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยสำรวจความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาสื่อเนื้อหาความพึงพอใจที่บุคคลได้รับขั้นพื้นฐานและเป็นความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ โดย แคทซ์ (Katz) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้นโดยนำเอาองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ได้แก่

1) ลักษณะของการต้องการ (Mode) คือ

(1) ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น

(2) ต้องการให้ลดลงต้องการให้ได้มา

2) จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก (Connection) คือ

(1) การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้

(2) การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์

(3) การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ

(4) การติดต่อเพื่อเชื่อมโยง

3) บุคคลหรือสื่อภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ (Referent) ได้แก่

(1) ตนเอง

(2) ครอบครัว

(3) เพื่อนฝูง

(4) สังคม รัฐบาล

(5) ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม

(6) โลก

(7) สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ แคทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ(Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ เพื่อที่จะชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้จากนั้น แคทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ได้นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของแต่ละบุคคล (Individual's Needs Salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ ได้แก่ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย

นอกจากนี้ แคทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ยังได้วัดระดับความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ โดยใช้วิธีคล้ายคลึงกัน คือ สร้างมาตรวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตราวัดความพอใจ เช่น โทรทัศน์สามารถช่วยตอบสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกได้อย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย นอกจากนี้ยังถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ให้ความพอใจตามที่ต้องการแล้วมีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านี้ได้ผลของการวิจัยพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ อาทิ ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่างๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษ ซึ่งไม่ค่อยติดต่ออย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่นๆจะเห็นว่า สื่อมีประโยชน์สูงในการตอบสนองความต้องการ นอกจากนั้น แคทซ์ (Katz) และคณะยังพบว่า

สื่อมวลชนช่วยในการสนองความต้องการที่จะหนี (Escape) จากสภาพเป็นจริงได้และคนที่ให้ความสำคัญต่อความต้องการรักษาสถานภาพของรัฐให้มั่นคง มักจะเห็นว่าสื่อช่วยในการสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดีเมื่องานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสิ้นลง แคทซ์ และคณะ (Katz and others, 1973) ได้ให้คำอธิบายสรุปแบบแผนของการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสารไว้ ดังนี้

การศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจที่มีต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งก่อให้เกิด (3) การคาดหวังใน (4) สื่อมวลชนและแหล่งที่มาของสารซึ่งนำไปสู่ (5) ความแตกต่างในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (7) และผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อนองค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ตามที่ แคทซ์ (Katz) และคณะได้กล่าวมา (Katz, E.Blumer,. J.G. and Gurevitch, 1973: 20)

ความคิดรวบยอดว่าด้วยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแบบจำลองที่แคทซ์ (Katz) และคณะ (Katz and others, 1973) สร้างขึ้นอธิบายได้ดังนี้ คือสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วยดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้าย คือ ความพอใจที่ได้รับจากสื่อที่ต่างกันออกไปแบบจำลองนี้สามารถอธิบายให้เห็นสภาพได้ชัดเจนขึ้น โดยยกตัวอย่างดังนี้ บุคคลผู้หนึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชน โดยเลือกดูรายการข่าวจากโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ นิตยสารที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการ คือ เป็นคนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกๆ วัน ก็อาจมีผลอื่นๆ ตามมา นอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิรโสภณ, 2535: 635) แคทซ์ (Katz, 1973) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ทางสังคมกับการแสวงหาความพึงพอใจของบุคคลว่า บุคคลที่มีโอกาสติดต่อกับสังคมน้อย เป็นโสด หย่าร้าง หรือเป็นแม่บ้านซึ่งใช้เวลาว่างส่วนมากอยู่บ้านคนเดียว มักจะแสวงหาความสัมพันธ์ทดแทนโดยใช้สื่อ

มีจุดกำเนิดทางสังคมและจิตวิทยาความต้องการจำเป็นต่างๆซึ่งยังไม่เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งอื่นๆ จากสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆกันของการมีโอกาสได้รับสารจากสื่อมวลชนการได้รับความพึงพอใจสนองความต้องการที่จำเป็นผลที่ตามมาอื่นๆ อีก ซึ่งบางทีก็เป็นผลที่ไม่ได้เจตนาอย่างไรก็ตาม ในอีกระดับหนึ่ง เป็นเรื่องค่อนข้างยากที่จะจำกัดความสัมพันธ์ดังกล่าวลงไปอย่างเฉพาะเจาะจง แคทซ์ (Katz) กล่าวว่า เท่าที่มีผู้ศึกษาไว้พอสรุปได้ 5 ประการ ดังนี้

1) สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งหรือวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการผ่อนคลายแรงกดดันโดยการใช้สื่อ

2) สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนักถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสาร ซึ่งข่าวสารนั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ

3) สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริงของบุคคลที่จะสนองความต้องการต่าง ๆ ลดลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น

4) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว

5) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษา

ค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้อย่างไรก็ตาม แคทซ์ (Katz, 1973) สรุปว่าการศึกษาสื่อมวลชนตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้มีข้อตกลงเบื้องต้นคือ

1) มนุษย์จงใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2) การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดหมาย

3) สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้

4) มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจหรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ

5) มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

อิริค โรเซนเบิร์ก (Erik Rosengren) นักสังคมวิทยาชาวสวีเดน อ้างอิงถึงลำดับขั้นของความจำเป็นตามที่มาสโลว์ได้แสดงไว้ Rosengren ยืนยันว่าระดับความต้องการที่สูงกว่า (ความต้องการพวกพ้อง ความรัก การยอมรับ และการกระทำให้สำเร็จด้วยตนเอง) ได้แก่ ความต้องการที่ตรงกันที่สุดของแบบจำลอง ว่าด้วยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบกันความต้องการในระดับที่ต่ำกว่า (ความต้องการความปลอดภัยและความต้องการทางจิตวิทยา)

ความต้องการจำเป็นพื้นฐานบางประการของมนุษย์ในระดับที่ต่ำกว่าและสูงกว่า โดยมีปฏิสัมพันธ์กันชุดต่างๆ ที่ประกอบกันของลักษณะภายนอกและภายในตัวบุคคล และยังมีโครงสร้างของสังคมที่แวดล้อม รวมทั้งโครงสร้างของสื่อมวลชน ผลลัพธ์เป็นชุดต่างๆ ของปัญหาแต่ละปัญหา ตามที่บุคคลได้รู้สึกรุนแรงมากหรือน้อย และทางแก้ปัญหาเหล่านี้ตามที่ได้รับรู้ การประกอบกันของปัญหาและวิธีแก้ปัญหาจะทำให้เกิดแรงจูงใจต่างๆ ในอันที่จะพยายามแสวงหาการได้รับความพึงพอใจหรือจะมีผลลัพธ์เป็นพฤติกรรมการแก้ปัญหารูปแบบต่างๆ ของการบริโภคสื่อมวลชน และรูปแบบต่างๆ ของพฤติกรรมอื่นๆ ทั้งสองประเภทของพฤติกรรมที่ให้รูปแบบต่างๆ ของการได้รับความพึงพอใจหรือการไม่ได้รับความพึงพอใจ และอาจมีผลกระทบต่อชุดต่างๆ ที่ประกอบกันของลักษณะภายนอกและภายในตัวบุคคล และในที่สุดมีผลถึงโครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้างอื่นๆ ทางสังคม การเมือง วัฒนธรรมและเศรษฐกิจในสังคม

นอกจากนี้ ทิพย์วรรณ แสวงศรี (2546: 35) ได้นำความคิดรวบยอดอันว่าด้วยปัญหา ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างความต้องการจำเป็นชนิดต่างๆ ลักษณะของปัจเจกบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมเข้ามาพิจารณา โรเซนเบิร์ก (Rosengren) ได้ให้ข้อสังเกตได้ว่า “ปัญหา” และ “ความต้องการจำเป็น”สองสิ่งนี้ต้องไม่นำไปสับสนกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดของปัญหาเหล่านี้จะแตกต่างไปกันระหว่างปัจเจกบุคคลต่างๆ วิธีการแก้ปัญหาก็เช่นเดียวกัน ปัจเจกบุคคลแต่ละคนก็จะแลเห็นช่องทางแตกต่างกันไป

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนได้แก่ แมคบอมค์ (McCombs) และเบคเกอร์ (Becker) (1979) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลเพื่อตอบสนองความต้องการของตนโดยเน้นเรื่องการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไปว่า

1) มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveilance) โดยการติดตามและสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าเหตุการณ์ที่ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2) มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบตัว

3) มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุยและสนทนา(Discussion)โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าจะนำไปใช้ในการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่นๆ ในชีวิตประจำวัน

4) มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

5) มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6) มนุษย์ต้องการความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อผ่อนคลายความเครียด

ต่อมา กิบแพค (Kippax) และเมอร์เรย์ (Murray) (อ้างถึงใน ทิพย์วรรณ แสวงศรี, 2546: 37) ได้ศึกษาถึงความต้องการใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อของชาวออสเตรเลีย การศึกษาครั้งนี้พัฒนาจากรูปแบบการศึกษาของ แคทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ของ แมคไคว์ (McQuail) และคณะ (1972) และของ โรบินสัน (Robinson) (1972) โดยได้เพิ่มเรื่องการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อเข้าไป จุดประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษาพบว่า

1) ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ

ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพื่อคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ ตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2) คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

3) จากประเภทของสื่อที่ศึกษา พบว่า โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ รวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย ส่วนหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4) กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของกิบแพค (Kippax) และเมอร์เรย์ (Murray) (อ้างใน สมชาติ ยรรยงสติมั่น, 2545: 42) สรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อด้วยการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคืองานของลอร์เลน เอ เวนเนอ (Lawrence A. Wenner) (อ้างใน สมชาติ ยรรยงสติมั่น, 2545: 42) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1) Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ประโยชน์เพื่อข่าวสารทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

2) Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่นการนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3) Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่ออ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว นำมาเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4) Para-orientations Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งไม่พึงพอใจอย่างอื่น

สำหรับความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้น บลูมเลอร์ (Blumler)(อ้างใน สมชาติ ยรรยงสติมั่น, 2545: 42) ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1) ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกหนีงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

2) มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่นหรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น

3) เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตนเอง เป็นต้น

4) ติดตามข่าวสาร (Surveillance)

จากผลการวิจัยในเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจของนักวิจัยหลาย ๆ ท่านโจเซฟ อาร์ โดมินิค (Joseph R Dominick, 1993: 48-53) ได้นำมาจัดกลุ่มการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1) เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักคือ ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง

2) เพื่อความหลากหลาย (Diversion) คือ เพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

(1) เพื่อกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น และเพื่อลดความเบื่อหน่าย

(2) เพื่อการผ่อนคลาย (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหนีจากสภาวะกดดัน (Pressures) และปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน

(3) เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ (Emotional Release) เช่นการดูหนังสยองขวัญ หรือการดูหนังรันทด เหล่านี้ล้วนเป็นการปล่อยอารมณ์ทั้งสิ้น

3) เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคมและแสดงถึงความผูกพันต่อผู้อื่นซึ่งแสดงออกได้ดังนี้

(1) การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจทำการเปิดรับสื่อเพื่อที่ต้องการความทันสมัย โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น ซึ่งผู้รับสารอาจจะมีการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ๆ ทั้งนี้เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน

(2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) จากสภาพสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้า แต่ปัจเจกชนกลับรู้สึกโดดเดี่ยวในสังคม ดังนั้นปัจเจกชนจึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรืออย่างน้อยก็มีการใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาเพื่อน ดังนั้นจะเห็นได้จากปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ในสังคมอาศัยสิ่งพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา

4) เพื่อการหลีกเลี่ยง (Withdrawal) ในบางครั้งบุคคลใช้สื่อเพื่อสร้างสิ่งขวางกั้นระหว่างตัวเองกับผู้อื่นหรือ กับกิจกรรมอื่นๆ เช่น สื่อช่วยให้คนหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จะต้องทำ เช่น การที่เด็กไม่ยอมทำการบ้านจนกว่ารายการโทรทัศน์จะจบหรือการที่บุคคลใช้สื่อเป็นกันชน (Buffer Zone) ในการที่พ้นจากการรบกวนของผู้อื่น เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์บนเครื่องบิน เหล่านี้เป็นต้น

พลามกิน (Plamgreen) และคณะ (อ้างถึงใน ทิพย์วรรณ แสวงศรี, 2546: 39) ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจและสรุปไว้ดังนี้

1) ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสารและมีความกระตือรือร้น

2) การใช้สื่อจึงมีเป้าหมายโดยตรง

3) สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ

4) ลักษณะต่างๆ ของผู้รับสารที่จะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสื่อ

5) การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ

6) เนื้อหาของสื่อไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้ถูกต้องเสมอไป

7) ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความต้องการความพึงพอใจแตกต่างในช่วงของเวลาหรือสถานการณ์

8) ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีส่วนให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อขึ้น

สำหรับในประเทศไทยนั้น สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้กล่าวถึงเหตุผลที่ทำให้ประชาชนบริโภคสื่อมวลชนว่า มีเหตุผลอยู่ 4 ลักษณะคือ

1) เพื่อรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารมีความต้องการสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ คือ การที่มนุษย์ยอมรับว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลไกของสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมโดยการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ รูปแบบของข่าวความรู้ และความบันเทิง

2) เพื่อความหลากหลาย (Diversion) ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างออกไป เช่น

(1) การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

(2) การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไปหรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันลง

(3) การหย่อนอารมณ์ (Emotional Release) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความบันเทิงไม่ว่าในลักษณะใดๆ ทั้งนี้เพื่อแสวงหาการหย่อนอารมณ์โดยตรง

3) เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4) การผละสังคม (Withdraw) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือการสมาคม เช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อที่จะได้ไปชมโทรทัศน์หรือการอ่านนิตยสารบนรถไฟหรือบนเครื่องบินเพื่อหลีกเลี่ยงความรำคาญจากคนรอบข้าง เป็นต้น

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่ง แมคไคว์ (McQuail) และคณะได้สร้างไว้ และได้ปรับปรุงขึ้นใหม่ให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1) ความต้องการสารสนเทศ

(1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

(2) เป็นเครื่องมือแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ

(3) สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ

(4) ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

(5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2) ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

(1) ให้แรงเสริมค่านิยมส่วนบุคคล

(2) ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

(3) แสดงออกร่วมกับค่านิยมของบุคคลอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)

(4) มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3) ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

(1) มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของบุคคลอื่น

(2) แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ

(3) นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

(4) ใช้แทนเพื่อน

(5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาทสังคม

(6) สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4) ความต้องการความบันเทิง

(1) การหลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

(2) การผ่อนคลาย

(3) ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ

(4) ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป

(5) ปลดปล่อยอารมณ์

(6) เป็นการกระตุ้นทางเพศ

กล่าวโดยสรุปแล้วทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญที่ตัวผู้รับสาร(Audience) มากกว่าตัวข่าวสาร โดยความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้นสามารจำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ความเพลิดเพลิน มนุษยสัมพันธ์ เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และติดตามข่าวสาร และเหตุผลที่ทำให้ประชาชนบริโภคสื่อมวลชนว่า มีเหตุผลอยู่ 4 ลักษณะคือ เพื่อรับรู้ เพื่อความหลากหลาย เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม การผละสังคม และในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำชุดตัวแปรของ ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) มาศึกษาเรื่องของการใช้ประโยชน์จากนิตยสารวัยรุ่น ดังนี้

1) ด้านข่าวสาร

(1) เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ

(2) เพื่อเพิ่มข้อมูลข่าวสารให้กับตนเอง

(3) เพื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อกับผู้อื่น

2) ด้านความรู้

(1) นำไปพัฒนาตนเองให้ก้าวทันผู้อื่นและเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง

(2) นำไปใช้เพื่อตอบสนองความสนใจและความต้องการ

(3) นำไปใช้เพื่อให้เกิดความสร้างสรรค์

3) ด้านข้อคิดเห็นและการตัดสินใจ

(1) นำไปใช้สนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(2) นำไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

(3) นำไปใช้ปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิต

4) ด้านความบันเทิง
   (1) ทำให้รู้จักการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
   (2) นำไปผ่อนคลายความตึงเครียด
   (3) ใช้เพื่อการเสี่ยงโชคและตามหารางวัล
5) ด้านการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
   (1) นำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบการเรียน
   (2) นำไปเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ทันสมัย
   (3) นำไปใช้เพื่อให้บุคคลรอบข้างยอมรับ
   (4) นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม

3. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ชาร์ลส์ เค อัทคิน (Charles k. Atkin, 1973: 208) ได้กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper J.T., 1960: 19 – 25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็น

ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

ส่วน พีระ จิระโภณ (2547: 252) กล่าวว่า ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับข่าวสาร ข่าวสารต่างๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดมีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ทั้งหมด ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสารเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ทัศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ที่เสนอโดยเฟสติงเจอร์ (Festinger) นั้นกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน เฟสติงเจอร์ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

อย่างไรก็ดี ทฤษฎีที่ว่าด้วยการเลือกเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมนี้บางครั้งต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย เช่น เราอาจจะพบว่าผู้นิยมพรรคการเมืองพรรคหนึ่งชอบไปฟังการปราศรัยหาเสียงของพรรคการเมืองฝ่ายตรงกันข้าม พฤติกรรมเช่นนี้อาจเป็นเพราะ

บุคคลผู้นั้นต้องการรับรู้ข้อมูลจากฝ่ายตรงกันข้าม เพื่อเป็นประโยชน์ในการปกป้องความเชื่อของตนเองได้ หรืออาจจะเป็นเหตุผลอื่น เช่น เพื่อความสนุกสนานบันเทิง หรือเพราะสนใจในเรื่องนั้นเป็นพิเศษ เป็นต้น แต่โดยทั่วไปแล้วในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการที่ทำให้เราพบว่าคนบางคนเลือกอ่านหนังสือพิมพ์มติชน คนบางคนเลือกอ่านคมชัดลึก ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ตลอดจนความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้และเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองชั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เช่น การลอยตัวของค่าเงินบาท บางคนอาจจะมองว่ามีผลดี บางคนอาจจะเห็นว่ามีผลเสียมากกว่า เป็นต้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า งานวิจัยเก่าแก่ของออลพอร์ตและโพสต์แมน (Allport G.W. and Postman L., 1974) ที่มีการอ้างถึงกันบ่อยก็คือ การศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ซึ่งพบว่าผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่นๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำมาถ่ายทอดต่อ ตัวอย่างที่เรามักจะพบในชีวิตประจำวันเสมอ เช่น การที่เราดูภาพยนตร์ หรือรายการวิทยุโทรทัศน์ หรือฟังรายการวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวหนังสือพิมพ์แล้วนำไปบอกต่อกับผู้อื่น เรามักจะเลือกจดจำข่าวสารบางส่วนแล้วนำมาไปเล่าเฉพาะที่เราสนใจ หรือเราต้องการเท่านั้น ดังนั้นการสื่อสารมวลชน เช่น การโฆษณาหรือการรณรงค์ในเรื่องต่างๆ อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และเบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Needs) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วนขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531: 23 – 26) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับ - ส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชแรมม์ กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effect) และผลที่จะได้ (Promise of Reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่นๆ อีก เช่น ประสบการณ์ที่ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ คือ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544: 13 – 14)

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างกันโรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เชยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะ สตะเวทิน, 2532: 99 อ้างใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540: 135) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ เช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินกว่าที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้

กล่าวโดยสรุปว่า การเปิดรับข่าวสารมีความจำเป็นต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม โดยกระบวนการเลือกรับข่าวสาร ประกอบด้วย 4 ขั้นคือ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้น ประกอบด้วย ความต้องการ ทัศนคติและค่านิยม เป้าหมาย ความสามารถ การใช้ประโยชน์ ลีลาในการสื่อสาร สภาวะ ประสบการณ์ และนิสัย

4. ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ

ประวัติความเป็นมาของมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติประกอบด้วย 1) มรดกโลก นิยามความหมาย 2) ขั้นตอนและวิธีการพิจารณาขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก 3) หลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลก 4) มรดกโลกทางธรรมชาติในประเทศไทย ได้แก่ (1) ประวัติความเป็นมาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ และ (2) ประวัติความเป็นมาทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

4.1 มรดกโลก นิยามและความหมาย

มรดกโลก (World Heritage) หมายถึง มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเป็นเลิศในระดับสากล เมื่อได้รับการยอมรับให้เป็นแหล่ง “มรดกโลก” แล้ว ไม่ว่าจะตั้งอยู่ในขอบเขตดินแดนของประเทศใด ถือได้ว่าเป็นมรดกของมนุษยชาติทั้งปวงในโลก

มรดกโลก ยังเป็นมรดกอันทรงคุณค่าที่มนุษย์ได้รับจากอดีต ได้ใช้และภาคภูมิใจในปัจจุบัน และถือเป็นพันธกรณีในการทำนุบำรุงดูแลรักษา เพื่อมอบให้เป็นมรดกอันล้ำค่าแด่มวลมนุษยชาติในอนาคต มรดกโลก แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ มรดกโลกทางวัฒนธรรม (World Cultural Heritage) และมรดกโลกทางธรรมชาติ (World Natural Heritage)

อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ หรือเรียกสั้นๆ ว่า “อนุสัญญาคุ้มครอง มรดกโลก” (The World Heritage Convention) เป็นความตกลงระหว่างรัฐภาคี (States Parties) ในการยอมรับและให้ความร่วมมือในการดำเนินการต่างๆ เพื่อการคุ้มครองและอนุรักษ์แหล่ง มรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติทั้งที่มีอยู่ในประเทศตนและประเทศอื่น ให้ดำรงอยู่เป็นมรดกของมวลมนุษยชาติตลอดไป

วัตถุประสงค์สำคัญของอนุสัญญาฯ คือการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในการคุ้มครอง และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติให้ดำรงคุณค่าความโดดเด่นเป็นมรดกของมวลมนุษยชาติ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตตลอดไป

พันธกรณีของรัฐภาคี ได้แก่ การกำหนดนโยบายและวางแผนแม่บทเพื่อการอนุรักษ์และจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ การกำหนดมาตรการเพื่อการศึกษาวิจัย การปกป้องคุ้มครองการอนุรักษ์และการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ และละเว้นการดำเนินการใดๆ ที่อาจจะทำลายมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติของรัฐภาคีอื่นๆ ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม แต่จะสนับสนุนและช่วยเหลือรัฐภาคีอื่น ในการศึกษาวิจัยและปกป้องคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติในประเทศนั้นๆ

อนุสัญญาฯ ฉบับนี้ ได้รับการรับรองจากรัฐสมาชิกขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่ง สหประชาชาติหรือยูเนสโก (UNESCO) ในการประชุมใหญ่สมัยสามัญครั้งที่ 17 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2515 โดยอนุสัญญาฯ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2518 เป็นต้นมา

4.2 ขั้นตอนและวิธีการพิจารณาขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก

การนำเสนอแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติเพื่อให้บรรจุไว้ใน "บัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลก" (World Heritage List) จะกระทำได้โดยรัฐบาลแห่งประเทศภาคีสมาชิกผู้มีอำนาจอธิปไตยเหนือแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาตินั้นๆ เท่านั้น

ประเทศที่ต้องการเสนอชื่อสถานที่ในประเทศของตน ให้ได้รับการพิจารณาขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ขั้นตอนแรกจะต้องจัดทำบัญชีรายชื่อสถานที่ที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติทั้งหมดภายในประเทศของตน บัญชีนี้เรียกว่า “บัญชีรายชื่อเบื้องต้น” (Tentative List) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะมีเพียงสถานที่ที่มีชื่ออยู่ในบัญชีนี้เท่านั้นที่จะมีสิทธิได้รับการเสนอชื่อ ขั้นต่อมาประเทศนั้นๆ จะต้องเลือกรายชื่อสถานที่ที่ต้องการเสนอชื่อ มาจากบัญชีรายชื่อเบื้องต้นเพื่อจัดทำเป็น “แฟ้มข้อมูล” (Nomination File) โดยทางศูนย์มรดกโลกอาจให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการจัดทำแฟ้มข้อมูล

แฟ้มข้อมูลจะถูกตรวจสอบและพิจารณาจากองค์กรที่ปรึกษา ได้แก่ “สภาระหว่างประเทศว่าด้วยโบราณสถานและแหล่งโบราณคดี” (The International Council on Monuments and Sites หรือ ICOMOS) และ “ศูนย์ระหว่างชาติว่าด้วยการศึกษา การอนุรักษ์ และปฏิสังขรณ์สมบัติทางวัฒนธรรม” (The International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of the Cultural Property หรือ ICCROM) ในส่วนของมรดกทางวัฒนธรรมและ “สหภาพการอนุรักษ์โลก” (The World Conservation Union หรือ IUCN) ในส่วนของมรดกทางธรรมชาติ

เมื่อได้พิจารณาข้อมูลการประเมินคุณค่าที่องค์กรที่ปรึกษาได้นำเสนอแล้ว คณะกรรมการบริหาร (World Heritage Bureau) จะมีมติเป็นข้อเสนอแนะ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการมรดกโลกพิจารณาตัดสินต่อไป

คณะกรรมการมรดกโลก (World Heritage Committee) จะมีการประชุมร่วมกันปีละหนึ่งครั้ง ในการประชุมสมัยสามัญประจำปี เพื่อตัดสินว่าสถานที่ที่มีการเสนอชื่อแห่งใดบ้างที่สมควรได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก

4.3 หลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลก

มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่ได้รับการประเมินคุณค่าให้เป็นแหล่งมรดกโลก จะต้องมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อ ตามหลักเกณฑ์มาตรฐาน (World Heritage Criteria) ดังต่อไปนี้

4.1.1 หลักเกณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Criteria)

1) เป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์

2) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวน และภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งได้เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งหรือบนพื้นที่ใด ๆ ของโลกซึ่งทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

3) เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว

4) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ

5) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของวัฒนธรรมมนุษย์ ขนบธรรมเนียมประเพณี แห่งสถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งเสื่อมสลายได้ง่ายจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมตามกาลเวลา

6) มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ หรือมีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์

4.1.2 หลักเกณฑ์ทางธรรมชาติ (Natural Criteria)

1) เป็นตัวอย่างที่เด่นชัดของการเป็นตัวแทนในวิวัฒนาการสำคัญต่างๆ ในอดีตของโลก เช่น ยุคสัตว์เลื้อยคลาน ยุคน้ำแข็ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาความหลากหลายทางธรรมชาติบนพื้นโลก

2) เป็นตัวอย่างที่เด่นชัดในการเป็นตัวแทนของขบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทางธรณีวิทยา หรือวิวัฒนาการทางชีววิทยา และปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่กำลังเกิดอยู่ เช่น ภูเขาไฟ เกษตรกรรมขั้นบันได

3) เป็นแหล่งที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์หายากหรือสวยงามเป็นพิเศษ เช่น แม่น้ำ น้ำตก ภูเขา

4) เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของชนิดสัตว์ และพันธุ์พืชที่หายากหรือที่ตกอยู่ในสภาวะอันตราย แต่ยังคงสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งรวมถึงระบบนิเวศอันเป็นแหล่งรวมความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ที่ทั่วโลกให้ความสนใจด้วย

ประเทศไทยได้เข้าร่วมให้สัตยาบันต่ออนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก เมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2530 มีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นหน่วยงานประสานงานระดับชาติของอนุสัญญาฯ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการฯ โดยมีกรมศิลปากร และกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการดูแลแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ตามลำดับ

4.4 มรดกโลกทางธรรมชาติในประเทศไทย

ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติในประเทศไทย

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ปางสีดา ทับลาน ตาพระยา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงรัก ได้ลงทะเบียนเป็นมรดกโลกภายใต้ชื่อ "ป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่" ในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 29 เมื่อปี พ.ศ. 2548 ที่เมืองเดอร์บัน ประเทศแอฟริกาใต้ โดยผ่านข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลก ดังนี้

เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ โดยยูเนสโกได้เสนอข้อเสนอแนะตามมาอีก 7 ข้อ ที่ควรจะปรับปรุงหลังจากได้ลงทะเบียนเป็นมรดกโลก ได้แก่

1) ให้มีการจัดระบบการจัดผืนป่าทั้งหมดแบบบูรณาการ ไม่ใช่แยกจัดแบบต่างคนต่างดูแลเหมือนเช่นที่ผ่านมา

2) รัฐบาลต้องสนับสนุนงบประมาณ และทรัพยากรบุคคล เพื่อการบริหารจัดการพื้นป่าอย่างเต็มที่

3) ดูแลนโยบายและการปฏิบัติให้สอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน

4) ต้องให้การส่งเสริมการสำรวจ และวิจัยสถานภาพของป่า และสัตว์ป่าอย่างจริงจัง

5) จะต้องหาหนทางเชื่อมผืนป่าต่างๆเข้าด้วยกัน โดยการเชื่อมต่อกับป่าอนุรักษ์ในกัมพูชา

6) ต้องหาทางแก้ปัญหาถนนที่ตัดแยกผืนป่าออกจากกัน โดยจะต้องศึกษา และหามาตรการให้ผืนป่าเชื่อมต่อกันภายในปี พ.ศ. 2550

7) ดำเนินกิจกรรมที่เสริมสร้างความร่วมมือจากชาวบ้าน และชุมชนในการอนุรักษ์ผืนป่า เพื่อเป็นหลักประกันในสถานภาพมรดกโลก

ประเทศไทยได้รับความเห็นชอบให้ขึ้นบัญชีแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติ รวม 2 แห่ง ได้แก่ ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (พ.ศ. 2548) และทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง (พ.ศ. 2534) (สมาคมอนุรักษ์สัตว์ป่า (WCS) ประเทศไทย, 2548)

4.4.1 ประวัติความเป็นมาผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เกิดจากการรวมกันของ 5 พื้นที่อนุรักษ์ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน อุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติตาพระยา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ มีพื้นที่รวม 3,845,082.53 ไร่ หรือ 6,152.13 ตารางกิโลเมตร โดยผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีพื้นที่คาบเกี่ยวกับจังหวัดนครนายก นครราชสีมา ปราจีนบุรี บุรีรัมย์ สระบุรี และสระแก้ว

ในอดีตผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มีสภาพป่าที่รกทึบ มีสัตว์ป่าขนาดใหญ่อยู่อย่างชุกชุม แต่หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการพัฒนา ผืนป่าถูกแผ้วถางเปลี่ยนเป็นพื้นที่เพาะปลูก ประกอบกับการตัดถนนมิตรภาพผ่าใจกลางป่า ได้ทำให้ผืนป่ายิ่งถูกทำลายมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามในวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2505 ป่าเขาใหญ่ก็ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งนับเป็นจุดรากฐานการอนุรักษ์ธรรมชาติในประเทศไทยที่ก่อตัวเป็นรูปร่างอย่างชัดเจน และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบัน ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ก็ยังคงปกคลุมไปด้วยชนิดป่าอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นป่าดงดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าดิบเขา ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และทุ่งหญ้า ซึ่งก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์และความชุ่มชื้นสูง กลายเป็นต้นกำเนิดของแหล่งน้ำที่สำคัญหลายสาย เช่น แม่น้ำนครนายก แม่น้ำบางปะกง แม่น้ำปราจีนบุรี ลำพระเพลิง และลำตะคอง นอกจากนี้ ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ยังเป็นป่าอนุรักษ์ที่ยังคงมีสัตว์ป่าอาศัยอย่างชุกชุม โดยมีรายงานการพบช้างป่า (Elephas maximus) ไม่น้อยกว่า 250-300 ตัว เสือโคร่ง (Panthera tigris) นกเงือกกรามช้าง (Aceros undulatus) นกกก (Buceros bicornis) และจระเข้น้ำจืด (Crocodylus siamensis) ซึ่งมีรายงานการพบอย่างน้อย 2 ตัว ที่อาศัยอยู่ในแหล่งน้ำจืดกลางป่าลึกของอุทยานแห่งชาติปางสีดา เป็นต้น

มรดกโลก ป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ เป็นมรดกโลกแหล่งที่ 5 ของไทย และเป็นอันดับที่ 2 ของมรดกทางธรรมชาติไทย ได้รับการลงทะเบียนเป็นมรดกโลกเมื่อวันที่ 10-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ณ เมืองเดอร์บัน ประเทศแอฟริกาใต้ ประกอบไปด้วย อุทยานแห่งชาติ 4 แห่ง และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอีก 1 แห่ง กินพื้นที่อยู่ใน 6 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว และบุรีรัมย์ มีพื้นที่รวมทั้งสิ้นราว 3,874,863 ไร่ หรือ 6,155 ตาราง

กิโลเมตร ถูกเรียกว่าเป็น ผืนป่าตะวันออก ซึ่งเปรียบเทียบกับผืนป่าตะวันตก ในเขตจังหวัดตาก และรอบๆ สถานที่ที่ได้ลงทะเบียนเป็นมรดกโลก ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน อุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติตาพระยา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่

ป่าดงพญาไฟ

แหล่งมรดกโลกผืนนี้ตั้งอยู่บนเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งแต่ก่อนเป็นป่าดงดิบที่ทึบหนา มีสัตว์มากมาย ทั้งเสือ กระทิง และช้าง ชุกชุมไปด้วยไข้มาเลเรีย ไม่มีถนนหนทางตัดฝ่าผืนป่า ดั่งเช่นในปัจจุบัน การเดินทางจากกรุงเทพ ไปภาคอีสานนั้น จึงยากลำบากอย่างยิ่ง หลายคนต้องเสียชีวิตด้วยไข้ป่า หรือสัตว์ป่า จนไม่ค่อยจะมีใครกล้าเข้ามาในดินแดนแถบนี้ ผู้คนจึงตั้งชื่อให้ผืนป่าแห่งนี้ว่า ป่าดงพญาไฟ

ป่าดงพญาเย็นนั้น ได้ถูกกล่าวขึ้นเป็นครั้งแรก ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว จากหลักฐานจากบทพระนิพนธ์ของสมเด็จกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เรื่อง เที่ยวตามทางรถไฟ ได้ทรงเล่าถึงป่าดงพญาไฟไว้ว่า

“ดงพญาไฟนี้ เป็นช่องสำหรับข้ามไปมา ระหว่างเมืองสระบุรีกับมณฑลนครราชสีมาแต่โบราณ ไปได้แต่โดยเดินเท้า จะใช้ล้อเกวียนหาได้ไม่ ด้วยทางต้องเดินตามสันเขาบ้าง ตามไหล่เขาบ้าง คนเดินตามปกตินั้นตั้งแต่ตำบลแก่งคอย ต้องค้างคืนในป่านี้ถึง 2 คืน ถึงจะพ้น”

“สมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเคยพระราชดำริไว้ว่า ไม่ควรเรียกดงพญาไฟเพราะให้คนครั่นคร้าม จึงทรงกราบทูลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขอให้เปลี่ยนชื่อจาก ดงพญาไฟ เป็นดงพญาเย็น แต่คนหลายๆคนก็ยังคงเรียกว่า ป่าดงพญาไฟอยู่ดั่งเดิม”

หลังจากมีการสร้างทางรถไฟ และถนนมิตรภาพ จากภาคกลางไปสู่ภาคอีสาน ดงพญาไฟก็ถูกผ่าออกทันที ผู้คนเริ่มที่จะอพยพเข้าไป แล้วถากถางป่าทำไร่ทำนา โดยเฉพาะบริเวณ ฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา นับตั้งแต่นั้นมา ป่าที่เคยดุร้ายดงพญาไฟก็ได้กลายมาเป็นป่าที่ต้องอยู่เงียบๆ ป่าดงพญาเย็นอย่างสมบูรณ์ตั้งแต่นั้นมา

ตำบลเขาใหญ่

เมื่อราว 70-80 ปีก่อน ชาวบ้านจากบ้านท่าชัย และบ้านท่าด่าน จังหวัดนครนายก อพยพมาบุกเบิกพื้นที่ทำกันบริเวณริมหนองขิง กลางผืนป่าเขาใหญ่ อันเป็นทำเลที่ดี มีน้ำอุดมสมบูรณ์ ถากถางเพื่อทำไร่พริก และนาข้าว เมื่อเห็นว่าสถานที่นี้ดี ก็กลับไปชวนญาติๆตามขึ้นมาถากถาง จนกลายมาเป็นชุมชนกลางป่าที่มีราว 40 หลังคาเรือน ยิ่งเวลาผ่านไป ก็ยิ่งมีชาวบ้านจากจังหวัดรอบๆยิ่งขึ้นมาถากถางมากขึ้น จนพื้นที่ราว 18,750 ไร่ หรือราว 30 ตารางกิโลเมตร ถูกถากถางไป

ในราวปี พ.ศ. 2465 ชุมชนนี้ได้ขออนุญาตจัดตั้งเป็น ตำบลเขาใหญ่ ขึ้นกับอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ชื่อ เขาใหญ่ จึงเริ่มต้นขึ้นตั้งแต่นั้นมา ทั้งที่ไม่มียอดเขาแห่งใดที่มีชื่อคำว่าเขาใหญ่เลย มีแต่ เขาเขียว เขาร่ม เขาแหลม และเขาสามร้อยยอดเท่านั้น

ด้วยเหตุที่ว่าตำบลเขาใหญ่นี้อยู่กลางใจป่า ไม่มีถนนที่สามารถเข้าไปได้อย่างสะดวก จึงทำให้ชุมชนนี้กลายเป็นบ้านป่าเมืองเถื่อน กลายเป็นแหล่งซ่อนสุมของเหล่าโจรผู้ร้าย ดังนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2475 ทางจังหวัดนครนายก จึงได้ส่งคนนามว่า ปลัดจ่างมาปราบกวาดล้างโจรบนเขาใหญ่ และก็สามารถปราบได้ โดยใช้เวลานับเดือน แต่ตัวปลัดนั้นก็ต้องมาเสียชีวิตด้วยไข้ป่า ผู้คนจึงเชิดชูด้วยความกล้าหารของท่าน พวกเขาจึงการสร้างศาลเจ้าพ่อเขาใหญ่ขึ้น เป็นศาลที่ให้ผู้คนกราบไหว้มาจนถึงปัจจุบัน

เมื่อปราบปรามโจรเสร็จ ทางจังหวัดนครนายกเห็นว่าหากปล่อยให้มีการตั้งตำบลเหมือนเดิม นานเข้าก็จะกลายเป็นชุมโจรอีก จึงได้สั่งให้อพยพชาวบ้านกว่า 1,000 คนลงมายังพื้นราบ และสั่งให้ยกเลิกตำบลเขาใหญ่ ปล่อยให้กลายเป็นทุ่งหญ้ารกร้าง และป่าให้เห็นดั่งเช่นให้เห็นปัจจุบันอย่างเดิม

อุทยานแห่งชาติแห่งแรก

ในปี พ.ศ. 2502 จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้เดินทางไปตรวจราชการในบริเวณดังกล่าว ท่านได้มีโอกาสนั่งเฮลิคอปเตอร์สำรวจป่าและปรากฏว่าจอมพลสฤษดิ์ได้ห่วงกับการทำลายป่าซึ่งมีมากขึ้นทุกวัน ท่านจึงมีคำสั่งให้ทางกระทรวงเกษตรและกระทรวงมหาดไทยร่วมกันสำรวจเพื่อจัดตั้งให้เป็นอุทยานแห่งชาติ และได้ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อปี พ.ศ. 2505 ซึ่งนับว่าเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของไทย

มรดกโลก

แหล่งมรดกโลกเขาใหญ่ ดงพญาเย็นนั้น เป็นผืนป่าที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง โดยมีสภาพป่าแบบต่างๆ ตั้งแต่ ป่าดงดิบ ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณ และทุ่งหญ้า

พื้นที่ตรงผืนป่าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่นั้น เคยได้รับการเสนอชื่อขึ้นไปครั้งหนึ่งแล้วเมื่อปี พ.ศ. 2533 แล้ว ซึ่งในขณะนั้นได้เสนอแหล่งธรรมชาติอีก 3 แหล่งสู่ที่ประชุมองค์การยูเนสโกเพื่อพิจารณา คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง และอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และปรากฏว่า เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง ได้รับลงทะเบียนเป็นมรดกโลกเพียงแห่งเดียว ด้วยเหตุที่ว่าอุทยานแห่งชาติที่เหลือทั้ง 2 แห่งนั้น เล็กเกินไป และยังมีนโยบายที่แม่แน่นอนและไม่เพียงพอ

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งที่มีชนิดพันธุ์ของพืช และสัตว์ที่ไม่สามารถพบได้ที่อื่นเป็นจำนวนมาก โดยในจำนวนพืชราว 15,000 ชนิดที่พบในประเทศไทย สามารถพบในแหล่งมรดกโลกนี้ถึง 2,500 ชนิด มีพืชเฉพาะผืนป่านี้ถึง 16 ชนิด มีสัตว์ป่ากว่า 800 ชนิด สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม 112 ชนิด สัตว์เลื้อยคลาน สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำกว่า 209 ชนิด นกกว่า 392 ชนิด และเงือก 4 ชนิด ใน 13 ชนิดที่พบในประเทศไทย

4.4.2 ประวัติความเป็นมาทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ห้วยขาแข้ง มีพื้นที่รวม 4,015,087 ไร่ หรือ 6,424.14 ตารางกิโลเมตร จัดเป็นพื้นที่อนุรักษ์ที่เป็นแกนกลางของกลุ่มป่าตะวันตก ซึ่งเป็นผืนป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางชีวภาพสูงสุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย นอกจากนี้ผืนป่าตะวันตกยังเป็นผืนป่าอนุรักษ์ที่มีอาณาเขตกว้างใหญ่ที่สุดของประเทศ และของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผืนป่าตะวันตกเกิดจากการผนวกรวมเขตอนุรักษ์ถึง 17 แห่ง เข้าเป็นผืนป่าขนาดใหญ่ ประกอบด้วย 11 อุทยานแห่งชาติ และ 6 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า มีพื้นที่รวม 11,706,586 ไร่ หรือ 18,730.54 ตารางกิโลเมตร ทอดตัวตามแนวเทือกเขาถนนธงชัยและตะนาวศรี โดยมีพื้นที่คาบเกี่ยวใน 6 จังหวัด ได้แก่ ตาก กาญจนบุรี กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี และสุพรรณบุรี สำหรับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ห้วยขาแข้ง มีรายงานการพบสัตว์ป่าที่ถูกคุกคามหลายชนิด เช่น ควายป่า (Bubalus bubalis) วัวแดง (Bos javanicus) สมเสร็จ (Tapirus indicus) แมวลายหินอ่อน (Pardofelis marmorata) เสือโคร่ง (Panthera tigris) นกเงือกคอแดง (Aceros nipalensis) และนกยูง (Pavo muticus) เป็นต้น

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและห้วยขาแข้ง ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ในปีพุทธศักราช 2534 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้งนับเป็นสถานที่ธรรมชาติแห่งแรกของประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียออกเฉียงใต้ที่ได้เป็นมรดกโลก โดยมีคุณสมบัติการเป็นมรดกโลกตรงตามหลักเกณฑ์ข้อที่ (8) (9) และข้อที่ (10) ดังนี้

ข้อที่ (8) เป็นตัวอย่างที่เด่นชัด ในการเป็นตัวแทนของขบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ทางธรณีวิทยา หรือวิวัฒนาการทางชีววิทยา และปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่กำลังเกิดอยู่ เช่น ภูเขาไฟ เกษตรกรรมขั้นบันได

ข้อที่ (9) เป็นแหล่งที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์หายากหรือสวยงามเป็นพิเศษ เช่น แม่น้ำ น้ำตก ภูเขา

ข้อที่ (10) เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของชนิดสัตว์และพันธุ์พืชที่หายาก หรือที่ตกอยู่ในสภาวะอันตราย แต่ยังคงสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งรวมถึงระบบนิเวศอันเป็นแหล่งรวมความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ที่ทั่วโลกให้ความสนใจด้วย

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและห้วยขาแข้ง ได้รับการยกย่องให้เป็นผืนป่าอันยิ่งใหญ่และมีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทย ประกอบด้วยผืนป่าอนุรักษ์ 3 แห่ง ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรด้านตะวันตก เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าด้านตะวันออก และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ครอบคลุมพื้นที่กว้างใหญ่ถึง 6,222 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,888,750 ไร่ อยู่ภายในเขต จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดตาก จังหวัดกาญจนบุรี นับเป็นป่าอนุรักษ์ที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ที่สุดของประเทศ

อาณาเขตของผืนป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและห้วยขาแข้งทอดยาวอยู่บนแนวเทือกเขาถนนธงชัยเชื่อมต่อกับตอนเหนือของเทือกเขาตะนาวศรี พื้นที่ส่วนใหญ่จึงเป็นภูเขาสลับซับซ้อนและต้นธารของแควใหญ่และแควน้อย ซึ่งเป็นลำน้ำสาขาของแม่น้ำแม่กลอง

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง นับเป็นผืนป่าอนุรักษ์ขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาณาเขตอันกว้างใหญ่หลายล้านไร่ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่านานาชนิดและความหลากหลายของพืชพันธุ์ ทำให้ผืนป่าแห่งนี้ชุกชุมด้วยสัตว์ป่าน้อยใหญ่ และเป็นถิ่นอาศัยซึ่งสัตว์ป่าสามารถสืบทอดเผ่าพันธุ์ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ป่าทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าหลายชนิด ซึ่งประกอบด้วยสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมมีมากกว่า 120 ชนิด นก 401 ชนิด สัตว์เลื้อยคลาน 90 ชนิด สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ 41 ชนิด ปลา 107 ชนิด สัตว์หลายประเภทเป็นสัตว์หายาก และกำลังถูกคุกคาม จากการศึกษาสำรวจสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่อาศัยอยู่ในผืนป่าแห่งนี้มีจำนวนถึงร้อยละ 33 ของจำนวนสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่พบได้ในแผ่นดินทางเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในจำนวนสัตว์ป่าที่กล่าวถึงทั้งหมด มีถึง 28 ชนิด ที่ถูกจัดว่าเป็นสัตว์หายากและกำลังถูกคุกคามของโลก ประกอบด้วยสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม 15 ชนิด นก 9 ชนิด และสัตว์เลื้อยคลาน 4 ชนิด เช่น ควายป่า เสือโคร่ง เสือดำ เสือลายเมฆ วัวแดง กระทิง สมเสร็จ เลียงผา หมาใน ชะนีมือขาว ลิงอ้ายเง้ียะ นกยูงไทย นกเงือกคอแดง เป็นต้น

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและห้วยขาแข้ง เป็นผืนป่าภายใต้พระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พุทธศักราช 2503 (ปรับปรุงแก้ไขปีพุทธศักราช 2535) ซึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการคุ้มครองสัตว์ป่าที่นับวันจะลดจำนวนลงไปเรื่อยๆ กฎหมายฉบับนี้จึงมีความเข้มงวดยิ่งกว่ากฎหมายป่าไม้ฉบับอื่นๆ หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการโดยตรง คือ สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารูปแบบและการนำเสนอเว็บไซต์ด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้เลือกบางส่วนมานำเสนอ ดังต่อไปนี้

ลีออง (Leong), สแตนเนอร์ (Stanners) และฮวง (Huang) (2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องคุณลักษณะเว็บไซต์และเหตุผลที่ใช้เว็บไซต์ในการนำเสนอ พบว่า เว็บไซต์สามารถนำเสนอรายละเอียดที่ครบถ้วน และมีลักษณะคล้าย Direct mail เว็บไซต์ เป็นสื่อที่นำเสนอย่างตรงไปตรงมาและมีเหตุผล เว็บไซต์สะดวกและรวดเร็ว เว็บไซต์ช่วยส่งเสริมสื่อหลักอื่นๆ เช่น การโฆษณาในทีวีและนักโฆษณาเองไม่ควรใช้เว็บไซต์ในการโฆษณาเป็นหลัก จากการศึกษางานวิจัยที่กล่าวมา การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ต่างๆ พบว่า ในเว็บไซต์ต่างๆ มีการให้ความรู้ในเชิงข่าว มีการปรับปรุงสถานะให้มีความเป็นปัจจุบัน มีการใช้ภาพที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอ และสีที่ใช้ในโทนเรียบ และเย็น เป็นสีหลักในการสร้างเว็บไซต์ ส่วนมากจะใช้สีของตัวอักษรเป็นสีน้ำเงิน ตัวอักษรที่ใช้ในรายละเอียดในเว็บไซต์มีอย่างหลากหลาย เช่น Tahoma 10 -14 พอยต์ (point) และ Sans Serif ขนาด 10 พอยต์ (point) และมีการนำเสนอในเว็บออกเป็นการนำเสนอแบบลำดับขั้น

คอร์กวนกา (Korgaonka) และวูลิน (Wolin) (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบเว็บไซต์และการทำการโฆษณาเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ กล่าวโดยสรุปว่า การออกแบบเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีการทดลองกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะได้มีการออกแบบเนื้อหาให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้

คลายเด (Clyde, 2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง เว็บไซต์ห้องสมุดประชาชน 50 แห่งและเว็บไซต์ห้องสมุดโรงเรียน 50 แห่ง ใน 13 ประเทศ เพื่อเปรียบเทียบเนื้อหาของเว็บไซต์ พบว่าเนื้อหาเว็บไซต์ส่วนใหญ่ มีการติดต่อทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่อยู่ ห้องสมุด การเชื่อมโยงไปยังทรัพยากรสารนิเทศเกี่ยวกับท้องถิ่น วันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด การเชื่อมโยงไปยังรายการทรัพยากรสารนิเทศของห้องสมุด การเชื่อมโยงไปยังโฮมเพจหน่วยงานเฉพาะด้านภายในท้องถิ่นและการเชื่อมโยงไปยังโปรแกรมค้นหาส่วนเนื้อหาเว็บไซต์ห้องสมุดโรงเรียน นอกจากนี้เว็บไซต์ห้องสมุดที่มีประสิทธิผลนั้นจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

แมคมิลแลน (McMillan, 2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง The Microscope and the Moving Target : The Challenge of Applying Content Analysis to the World Wide Web จากการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเครือข่ายเวิลด์ไวด์เว็บ พบว่าเทคนิคการวิเคราะห์

เนื้อหาสามารถนำมาใช้กับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็ว และยังพบว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเนื้อหาเว็บไซต์ ให้เป็นปัจจุบัน

สิวลี อยู่สำราญ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาบนสื่ออินเทอร์เน็ตของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย” โดยศึกษาประเภทของข้อมูลที่นำเสนอและรูปแบบที่นำเสนอ โดยสืบค้นจากเว็บไซต์โรงแรมจำนวน 143 แห่งและบันทึกข้อมูลลงในแบบวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิเคราะห์ พบว่า เว็บไซต์โรงแรมส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงแรมและเพื่อการพาณิชย์ รองลงมาคือเพื่อส่งเสริมการขายและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยข้อมูลส่วนใหญ่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกการจองห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลจำนวนผู้เข้าชม และรายละเอียดห้องพัก รูปแบบการนำเสนอแบบภาพเคลื่อนไหวในหัวข้อส่งโปสการ์ดมากที่สุด รองลงมา คือ อัตราแลกเปลี่ยน การรายงานสภาพอากาศ และการเสนอราคาเหมาตามลำดับ รูปแบบ และรองลงมาคือเสียงเพลงประกอบและป๊อปอัพ (Popup) สีพื้นหลังส่วนใหญ่เป็นสีขาว ส่วนภาษาที่ใช้พบว่ามีการใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด ส่วนภาษาที่ให้เลือกรองลงมาคือ ภาษาไทย ญี่ปุ่น จีน และเยอรมันตามลำดับ และมีการปรับปรุงข้อมูลโดยระบุวันที่ปรับปรุงข้อมูลในข่าวกิจกรรมของโรงแรม

ณรงค์ชัย เพลิดเพลิน (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดประเภทใบปลิวของบริษัท เทสโก้ โลตัส สาขาชลบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปลิวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อใบปลิวของห้างเทสโก้ โลตัส ในด้านรูปลักษณ์ของสื่อใบปลิวยิ่งมีการเปิดรับสื่อใบปลิวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจในด้านเนื้อหา การใช้ภาษา และความพึงพอใจโดยรวม 2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุไม่มีผลทำให้พฤติกรรมเปิดรับสื่อใบปลิวแตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปลิวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้มีผลทำให้ความพึงพอใจในการใช้สื่อใบปลิวของห้างเทสโก้ โลตัส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นันทนา ศรีสุข (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ พบว่า นักศึกษาร้อยละ 34.8 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากประกาศทั่วไปเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง รองลงมา นักศึกษาร้อยละ 28.9 ติดตามอ่านข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จาก

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง โดยร้อยละ 72.3 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ ตามลำดับ 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจขององค์ประกอบในด้านต่างๆ ของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลาง 3) การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาระบุว่าทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ ได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่างๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา

ปรุฬห์ อรรถนาถ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Young Creative Traveller ประเภทสื่ออินเตอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) จากสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Young Creative Traveller ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ คณะ และภาควิชาต่างกัน มีผลทำให้ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Young Creative Traveller ประเภทสื่ออินเตอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่างกัน 2) จากสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Young Creative Traveller ประเภทสื่ออินเตอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นในด้านความถี่ หรือระยะเวลาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Young Creative Traveller ประเภทสื่ออินเตอร์เน็ต

ปิยเนตร ขาวโต (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ไดอารีออนไลน์ : www.catcha.co.th” โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา การสังเกต และการสัมภาษณ์ เพื่อต้องการศึกษาบทบาทของไดอารีออนไลน์ ในรูป 2 รูปแบบ คือ ศึกษาบทบาทจากข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์ และสัมภาษณ์ผู้บันทึก ผลการศึกษาพบว่า ไดอารีออนไลน์มีบทบาทเป็นพื้นที่การปฏิสัมพันธ์ บันทึกประสบการณ์ตอบสนองจินตนาการณ์ของผู้บันทึกต้องการจะเป็น ซึ่งการกระทำต่างๆ มีความหมายที่ซ่อนอยู่ คือความต้องการให้ผู้คนในสังคมยอมรับตนซึ่งเป็นสังคมของคนที่ชอบอะไรเหมือนๆ กัน ต้องการเป็นผู้นำทางความคิด ต้องการให้ผู้คนรับรู้และตอบสนองในเรื่องที่คนประสบ ทั้งเรื่องดีใจ เสียใจ ภูมิใจ และต้องการกำลังใจ

ชูชาติ สิงห์เปี่ยม (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและการปฏิบัติสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ชายรักชาย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิเคราะห์เนื้อหาและสัมภาษณ์ เชิงลึก โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเว็บไซต์ชายรักชาย จำนวน 5 เว็บไซต์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ทุกเว็บไซต์ชายรักชายจะมีลักษณะร่วมอยู่ 5 ประการ คือ กระดานข่าว การโพสรูปแสดงตัว การเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์

ชายรักชายอื่นที่ได้รับความนิยมในระดับสูง ห้องสนทนา และสถานีเพลง รูปแบบเว็บไซต์พบว่า การพาดหัวใช้ภาษาไทย และภาษาอังกฤษสีอักษรที่ใช้ในการพาดหัวนิยมใช้สีขาวพื้นหลังเปลี่ยนไปเรื่อยๆ โดยพาดหัวจะสื่อความหมายทางบวก คือ ความสดใส สบาย มั่นคง อบอุ่น ความหมายทางบวกคือ ความสดใส สบาย มั่นคง อบอุ่น แบบอักษรมักใช้ Angsana New และ Cordia New ขนาด 8- 24 พอยต์ (point) ภาพประกอบการ โฆษณาจะมีการใช้ลักษณะพิเศษ เพื่อดึงดูดความสนใจ โครงสร้างเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นแบบลำดับขั้น สีส่วนใหญ่ใช้สีโทนอ่อน เสียงมีเพียงเว็บเดียวที่มีเสียงประกอบภาพการ์ตูนเคลื่อนไหว สาเหตุที่เลือกชมเว็บไซต์ชายรักชาย คือ เพื่อความบันเทิง สร้างความสัมพันธ์ ข่าวสารและความรู้ การปฏิสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านห้องสนทนา อิเล็กทรอนิกส์เมลล์ การตั้งและตอบกระทู้ การโหวดและโพสรูป

ทิพวรรณ ประสิทธิ์แสงอารีย์ (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “เนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์หน่วยงานราชการไทย” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ดูแลเว็บไซต์ โดยเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม 10 อันดับแรก ประจำปี 2547 ผลการวิเคราะห์พบว่าทั้ง 10 แห่งนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน บริการของหน่วยงานความรู้และข้อมูลการดำเนินงานของหน่วยงาน และยังมีระบบสืบค้นข้อมูลภายในเว็บไซต์และเชื่อมโยงออกไปยังเว็บไซต์ภายนอก มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์และมีการปรับปรุงข่าวประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ด้านรูปแบบมีการใช้สีโทนเย็นเป็นหลักที่ใช้สีน้ำเงินมากที่สุด ตัวอักษรที่ใช้เป็นรายละเอียดเป็นแบบ Sans Serif ขนาด 10 พอยต์ (point) ตัวอักษรกราฟิกเป็นแบบ Times New Roman 12 พอยต์ (point)โครงสร้างเว็บไซต์เป็นแบบลำดับขั้นทั้งหมด

พัสกร โศภีรักษ์ (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “นโยบายเนื้อหาและรูปแบบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือ คือแบบสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ แบบประเมินเว็บไซต์ และแบบวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบเว็บไซต์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริหารต้องการให้เว็บไซต์เป็นสื่อหรือช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เป็นศูนย์บริการข่าวสารและสืบค้นข้อมูลต่างๆ ให้บุคคลทั้งภายในและภายนอก โดยข้อมูลที่ได้นั้นต้อง รวดเร็ว ถูกต้อง ทันสมัย มีความเป็นสากล และยังใช้เผยแพร่ผลงานทางวิชาการ องค์ความรู้ข่าวสารที่มีประโยชน์ในแวดวงการศึกษา และเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยโครงสร้างเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นแบบเรียงลำดับเนื้อหา รองลงมาคือ เรียงลำดับขั้น แบบตาราง และแบบใยแมงมุมตามลำดับ ตัวอักษรใช้แบบ Ms Sans, Angsana New, Cordia New, Angsana UPC, Cordia UPC สีที่ใช้คือ สีน้ำเงิน เทา ขาว และแดง เป็นส่วนใหญ่ ตัวอักษรที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นแบบหนา

ศรีสุดา รามเกียรติศักดิ์ (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “นโยบาย รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์นิตยสารผู้หญิง” เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยใช้การสัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ของนิตยสารผู้หญิงแบบเจาะลึก และวิเคราะห์เนื้อหาทางเว็บไซต์ 5 เว็บไซต์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่การจัดทำเว็บไซต์มีนโยบายเพื่อขยายช่องทางในการประชาสัมพันธ์นิตยสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้นตลอดจนเผยแพร่บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์นิตยสารผู้หญิงผ่านเว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้อักษร Tahoma 10 -14 พอยต์ (point) มักใช้รูปเคลื่อนไหวและตัวอักษรเคลื่อนไหว สีที่ใช้พื้นหลังส่วนใหญ่เป็นสีขาวแต่สีประกอบแตกต่างกันส่วนภาพมีหลากหลายบางเว็บมีภาพเคลื่อนไหวด้วย โครงสร้างเว็บไซต์เป็นแบบเส้นตรงผสมกับแบบลำดับขั้น ประเภทเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นคอลัมน์ประจำ เรื่องทั่วไป การสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงใน แวดวงสังคม โดยเสนอรูปภาพพร้อมรายละเอียดประกอบเล็กน้อยส่วนสาระเนื้อหาส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหาร รองลงมาเป็นความงาม เคล็ดลับการรักษาความงามด้วยตนเอง แฟชั่นและเครื่องประดับ

สุกฤดิ กระต่ายจันทร์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติแหลมสน ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติแหลมสนมากที่สุด ได้แก่ การมีโอกาสมาพักผ่อนร่วมกับเพื่อนและครอบครัว

ชลธิชา เพ่งพินิจ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัย พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมีความพึงพอใจแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 5,000-15,000 บาท และมีอาชีพเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่าง แต่นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุระดับการศึกษา

รายได้ และอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

กิจจา ฉลาดพจนพร (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาเว็บไซต์เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร มีรูปแบบการนำเสนอเป็นแบบสื่อผสมในรูปบทความ เนื้อหาเป็นการให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสาร และการผลักดันให้เกิดการรณรงค์ ตามลำดับ ส่วนองค์กรรัฐบาล มีรูปแบบการนำเสนอเป็นบทความจากภาครัฐและยังไม่มีการนำสื่อผสมต่างๆ มาใช้เนื้อหาเป็นการให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสาร และการผลักดันให้เกิดการรณรงค์ ตามลำดับ ส่วนองค์กรเอกชน มีรูปแบบการนำเสนอเป็นแบบสื่อผสม สามารถเคลื่อนไหวได้และเว็บไซต์ดูน่าสนใจมากขึ้นโดยเสนอในรูปข่าวและข้อเท็จจริงเนื้อหาให้เป็นความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสาร และการผลักดันให้เกิดการรณรงค์ตามลำดับ 2) รูปแบบของเว็บไซต์ทุกเว็บไซต์ แยกหัวข้อภาวะโลกร้อนออกมาเป็นหัวข้อหลัก ในรูปบทความที่ให้ แยกหัวข้อภาวะโลกร้อนออกมาเป็นหัวข้อหลัก ในรูปบทความที่ให้ข่าวสารและข้อเท็จจริงมากกว่าข้อคิดเห็น โครงสร้างหน้าเว็บแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนการใช้งาน และส่วนการจัดวางโครงสร้าง เว็บไซต์เป็นแบบลำดับขั้น การใช้สีทุกเว็บไซต์มีพื้นหลังสีขาว แต่มีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน รูปภาพเป็นภาพสี่เหลี่ยมมีหลากหลายขนาดในการนำเสนอ ตัวอักษรที่เป็นหัวข้อใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะหนา ส่วนในรายละเอียดใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นตัวพื้นปกติ และมีการใช้การนำเสนอแบบเคลื่อนไหว และการนำเสนอแบบสื่อผสมโดยเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอเป็นแบบเคลื่อนไหวและการนำเสนอแบบสื่อผสมมากที่สุด เว็บไซต์องค์กรภาคเอกชนกลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ตามลำดับ ส่วนกลุ่มองค์กรรัฐบาลยังไม่มีการนำเสนอสื่อผสมแบบเคลื่อนไหวมาใช้ด้านการปฏิสัมพันธ์ กลุ่มเว็บไซต์ขององค์กรรัฐบาลมีการจัดทำเว็บบอร์ดและมีที่อยู่ที่ติดต่อได้อย่างชัดเจน ส่วนองค์กรเอกชนให้ความสำคัญกับความเห็นของผู้เยี่ยมชม ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้และอีเมล์ สำหรับ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ให้ความสำคัญกับอีเมล์ ด้านประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอทั้งสามกลุ่มมีการนำเสนอเนื้อหาเชิงให้ความรู้มากที่สุด รองลงมาคือการให้ข้อมูลข่าวสารและการผลักดันให้เกิดการรณรงค์ ตามลำดับ

ปรีดา แซ่เล้า (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจากการที่ญาติ หรือเพื่อแนะนำมา สาเหตุที่มาท่องเที่ยว คือต้องการพักผ่อนหย่อนใจ มีความถี่ในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 2–4 ครั้ง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมา

ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ระหว่าง 1,001 –5,000 บาท และพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิลสา ผู้มีโชคชัย (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งเรียนรู้ พระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งเรียนรู้พระราชวังสนามจันทร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งเรียนรู้พระราชวังสนามจันทร์แตกต่างกันตามอายุ และระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่แตกต่างกันตามเพศ อาชีพ และจำนวนครั้งที่เคยเข้าชมโบราณสถานอื่น 3อันดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อพระที่นั่งฯ และพระตำหนักต่างๆ ภายในพระราชวังสนามจันทร์ พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อพระที่นั่งพิมานปฐม เป็นอันดับ 1

สุภัคษร เรืองฉิม (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ ผลการศึกษา ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก คือ สถานที่มีความสะอาดปลอดภัย มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ด้านการบริการ คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสัตว์ มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ และมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี

ชาญวิทย์ ฐิติเจริญศักดิ์ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสวนสัตว์นครราชสีมากล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในด้านอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สามารถวิเคราะห์การบริการในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้อย่างชัดเจนงานวิจัยนี้มุ่งที่จะนำแนวคิดเรื่องความพึงพอใจมาศึกษาเพื่อนำมาพัฒนาพร้อมทั้งแก้ไข