

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร (Information Exposure Theory)
3. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory)
4. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)
5. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร บุคคลแต่ละคนจะเปิดรับสื่อหนึ่งๆ จะพิจารณาว่าสื่อหนึ่งๆ มีเนื้อหาของสารที่ได้รับ จะให้ประโยชน์อย่างไรต่อตนเอง และสนองความต้องการเป็นที่พึงพอใจต่อตนเองได้มากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญ

แคทซ์ และคณะ¹ ได้อธิบายถึงการให้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น มีจุดกำเนิดทางสังคมและจิตวิทยาที่มาจากความต้องการ สิ่งนี้จะก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือจากแหล่งสารอื่น อันจะนำไปสู่รูปแบบต่างๆ ของการมีโอกาสรับสารจากสื่อมวลชน และก่อให้เกิดผลในแง่ของความพึงพอใจ สามารถสนองความต้องการที่จำเป็น และผลอื่นๆ ที่ตามมา

¹Katz E. Blumler, Jay G. Blumler, and Michael Gurevith, “Utilization of Mass communication by individual,” in The Use of Mass Communications Current Perspective (Beverly Hills: Sage Publication, 1974), pp. 19-31.

แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ² เป็นการศึกษาผู้รับสารนั้น ที่อาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่แทนที่จะตอบคำถามว่า สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง” เอกลักษณะเด่นๆ ของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นก็คือ นักวิจัยจะให้ความสนใจต่อ “ตัวผู้รับสาร/ใช้สาร” (Media Users) มากกว่า “ตัวสาร” (Media/Content) แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อดังนี้

1. ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน ส่วนใหญ่เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์

2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายประสงค์ที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal-Oriented Activity)

3. การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียว หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่นๆ แหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งของสื่อมวลชนไปโดยปริยาย

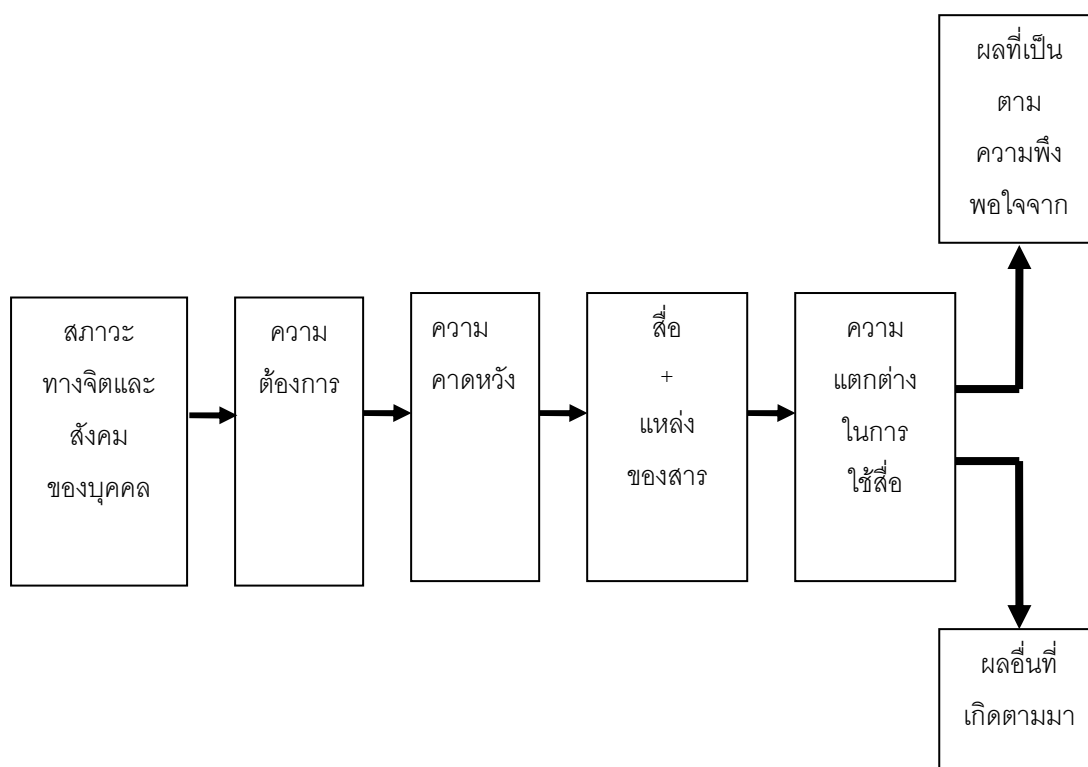
4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

จากหลักการทั้ง 4 ประการนี้ แปรรูปลอกมาเป็นกรอบของกระบวนการแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด ได้ดังนี้

²กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 4

(กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ Higher Press, 2547), น. 375-377.

แผนภาพที่ 2.1
แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน



ที่มา : เรื่องเดียวกัน, น. 376.

แคลทซ์ (Katz)³ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจของสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้งสามนี้ ได้แก่

1. ลักษณะของความต้องการ (Mode) ประกอบด้วย

- ต้องการเพิ่มมากขึ้น
- ต้องการให้น้อยลง
- ต้องการให้ได้มา

2. ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอก (Connection) ประกอบด้วย

- การติดต่อเพื่อรับข่าวสารความรู้

³ เรื่องเดียวกัน, น. 377-378.

- การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- การติดต่อเพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคง และสถานภาพ
- การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึงในระดับต่างๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัวก่อนจนห่างออกไปเรื่อยๆ (Referent) ดังนี้

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียม ประเพณี
- โลก
- สิ่งอื่นๆ ที่มีอยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

นอกจากนี้ แม็กซ์เวล และเบ็คเกอร์⁴ ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ โดยเน้นการดำรงชีวิตในดังต่อไปนี้

1. มนุษย์ต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง และสภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว

2. มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อสภาพหรือเหตุการณ์รอบตัว

3. มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น

4. มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. มนุษย์ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

⁴Maxwell E. Combs, and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1979), pp. 47-49.

นักวิชาการต่างๆ ที่สนใจศึกษาและพัฒนาแนวคิด ตลอดจนงานวิจัยสนับสนุนแนว
ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ ต่างพัฒนาข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญดังนี้ Palmgreen Wenner
and Raylurn⁵

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร กระตือรือร้น
2. การใช้สื่อจึงมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันกันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. ลักษณะต่างๆ ของผู้รับสารจะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสื่อ
5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ
6. เนื้อหาของสื่อไม่สามารถทำนายรูปแบบความพึงพอใจได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความต้องการ
ความพึงพอใจแตกต่างกันช่วงเวลาหรือสถานการณ์
8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือ
สถานการณ์ทางสังคมที่มีส่วนใหญ่ให้เกิดพฤติกรรม的开รับสื่อขึ้น

แมคควอล แดนนิส (McQuail Denis)⁶ ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสาร
ต้องการจากการใช้สื่อมวลชน ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. ความต้องการข่าวสาร สารสนเทศ (Information)
 - 1.1 ติดตามเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว สภาพ
ปัจจุบันของสังคมและโลก
 - 1.2 แสวงหาข้อแนะนำการปฏิบัติ หรือแสวงหาความคิดเห็น และทางเลือกในการ
ตัดสินใจ
 - 1.3 สนองความต้องการอยากรู้อยากเห็น และความสนใจทั่วไป
 - 1.4 เรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
 - 1.5 สร้างความรู้สึกมั่นคงจากความรู้ที่ได้จากสื่อมวลชน

⁵Philip Lawrence, Palmgreen A.Wenner, and J.D.Rayburn, "Gratification
Discrepancies and News Program Choice," in Media Gratifications Research : Current
Perspective (New York: Sage, 1986), pp. 276-296.

⁶Denis McQuail, Mass Communication Theory : An Introduction, 3rd ed. (Great
Britain: J.W. Arrowsmith Ltd., 1983), p. 83.

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล (personal Identity)
 - 2.1 แสวงหาแรงเสริม (Reinforcement) แก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - 2.2 แสวงหาตัวแบบทางพฤติกรรม
 - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ
 - 2.4 เข้าใจตนเองอย่างถ่องแท้
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Integration and Social Empathy)
 - 3.1 เข้าใจสถานการณ์แวดล้อมของบุคคลอื่นในสังคม
 - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และได้รับการยอมรับจากสังคม
 - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.4 ใช้เป็นเพื่อน แทนเพื่อนในชีวิตจริง
 - 3.5 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
 - 3.6 ช่วยให้ผู้สามารถติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง (Entertainment)
 - 4.1 หลีกหนี หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
 - 4.2 ผ่อนคลาย
 - 4.3 ได้รับวัฒนธรรมที่แท้จริงตามธรรมชาติ
 - 4.4 ความเพลิดเพลินทางสุนทรีย์ (Aesthetic Enjoyment)
 - 4.5 ใช้เวลาให้หมดไป
 - 4.6 ปลดปล่อยอารมณ์

ลีนา ลิมอภิชาติ⁷ กล่าวถึงปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับสารที่ควรคำนึงถึง เพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพไว้ ดังนี้

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว การรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย
 - 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
 - 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตน
 - 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่

⁷ลีนา ลิมอภิชาติ, “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร,” (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 29-30.

1.4 ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ เพศ วัย การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ

2.1 Myer and Myers⁸ กล่าวว่า วัย หรือ อายุ จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่าง ในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่ออายุมากขึ้น

และปรมะ สตะเวทิน⁹ ได้กล่าวว่า นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกัน มักจะมีความต้องการสื่อต่างๆ แตกต่างกัน ดังนั้นอายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการ

2.2 Wiio, Goldhabers and Yates¹⁰ ได้กล่าวว่า เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่ส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวนั้นด้วย

2.3 การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะพบได้ตั้งแต่การแปลความ การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ หรือ แม้แต่ความรู้ ความสามารถในการใช้สื่อ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารต่างกันไป

2.4 ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่ารวมทั้งภูมิหลังของครอบครัว เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ และความเป็นอยู่ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร

⁸ Michele Tolela Myers, and Gail E. Myers, Managing by Communication : An Organizational Approach (Tokyo: Mc Graw-Hill Kogakusha. Ltd, 1982), p. 5.

⁹ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. 106.

¹⁰ O.A. Wiio, G.M. Goldhaber, and M.P. Yates, "Organization Communication Research : Time for Refelction," in Communication Yearbook 4 (New Jersey: International Communication Association, 1980) , p. 87.

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารที่ดีได้กว่า ดังคำที่กล่าวว่าเราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. Evans¹¹ ให้ความคิดเห็นว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

ผู้ให้บริการจะมีความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภทจากเว็บไซต์รถยนต์ และนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้นแค่นั้นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหาข่าวสารที่สามารถให้ความครบถ้วนจนสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการได้และมีความเกี่ยวข้องกับการผลประโยชน์ของตนในเรื่องของการนำไปตัดสินใจซื้อ อีกทั้งถ้าช่องทางหรือสื่อที่ข่าวสารนั้นถูกส่งมาเป็นช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือ มีความสะดวกในการเปิดรับ และสามารถนำไปอ้างอิงได้ ผู้ให้บริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อการสื่อสารมากยิ่งขึ้นและเลือกที่จะเปิดรับ

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีนี้มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ว่าผู้ให้บริการจะได้รับการใช้ประโยชน์ จากข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์รถยนต์เป็นอย่างไร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร (Information Exposure Theory)

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ให้ความสนใจที่ผู้รับสาร (Audience) โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อตนเอง (Active) ในส่วนของทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสารก็เช่นกัน มุมมองจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไร ก็ตามผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่

¹¹ John W. Evans, “Alienation and Learning in a Hospital Setting,” in American Sociology Review (December 1962):772-782.

แตกต่างกันไปในแต่ละคน โดยกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Processes) นี้เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วย¹²

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งหนึ่งแหล่งใดจากที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจของตน โดยผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเห็นความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดกับความรู้สึกของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ยุพา สุภากุล¹³ กล่าวว่า การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดใดขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ประชาชนในชนบทมักจะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นหลัก เพราะสามารถจัดหาเครื่องรับวิทยุได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

2. การเลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม (Convenience Preferences) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อที่ได้ตามที่สะดวก ทั้งทางด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสารและสื่อบุคคล เป็นต้น

¹²พีระ จิระโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช, 2540), น. 636-639.

¹³ยุพา สุภากุล, การสื่อสารมวลชน (เชียงใหม่: โรงพิมพ์คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2534), น. 124-125.

3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบว่าบุคคลที่อายุเคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ ก็มักจะไม่สนใจสื่อชนิดอื่น

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของสื่อหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดีกว่า ราคาย่อมเยา และสามารถนำติดตัวไปได้ในทุกหนทุกแห่ง เป็นต้น

5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งขึ้นอยู่กับ การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media Exposure)

นอกจากนี้ ชแรมม์ (Schramm)¹⁴ ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารดังนี้

1. ประสบการณ์ที่ต่างกันจะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไป
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนอง
3. จุดประสงค์ของตน
4. ภูมิหลังที่ต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
5. การศึกษาและสภาพแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาสาร
6. ความสามารถในการรับสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน

7. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
 8. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
 9. ทัศนคติเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ
- จากองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า การเลือกเปิดรับสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของคุณบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประสบการณ์ การศึกษา ความรู้ ความสนใจ หรืออื่นๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ล้วนแต่เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการใช้สื่อและการใช้ประโยชน์รวมถึงความคาดหวังของผู้รับสารที่ต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม

¹⁴Wilbur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication (Chicago: Ran McNally College Publishing Company, 1973), p. 121-122.

จากแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารนี้ ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย เพื่อชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรม的开รับสารจากการใช้เว็บไซต์รถยนต์ ว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการใช้ประโยชน์ และความคาดหวังอย่างไร

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory)

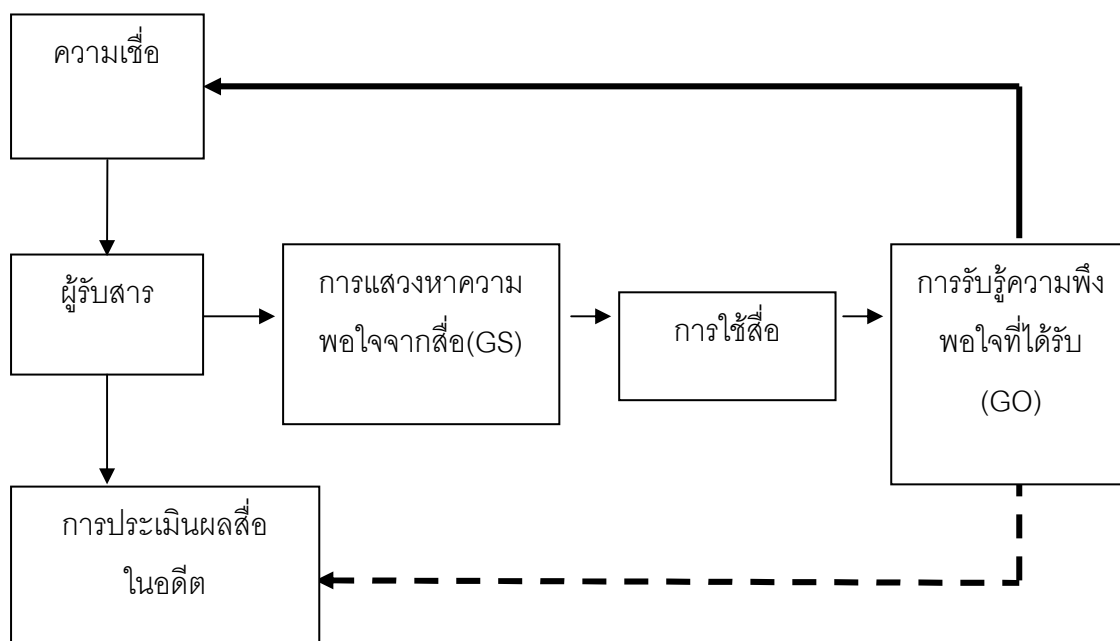
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีหนึ่งที่พัฒนาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ ซึ่งใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมด้วยหลักการเดียวกันและเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทางทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ซึ่งเน้นใช้สื่อสารเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผล ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ นักวิชาการสื่อสาร จึงได้แนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและผู้รับสารสามารถเลือกทางเลือกของเขาได้

ดังที่ได้กล่าวข้างต้นแล้วว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีที่มุ่งศึกษาความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อนั้นจะเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลบวกแก่ผู้รับสารลักษณะใดบ้าง เช่น การดูละครก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนาน บันเทิง การดูข่าวก็ได้รางวัลเป็นข้อมูล เป็นต้น รางวัลที่เกิดตามมาจากกาใช้หรือเปิดรับสื่อนั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (Value) แก่ผลลัพธ์แบบต่างๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร จึงเปิดอ่านหน้าละครในหนังสือพิมพ์ก่อนจะอ่านข่าว เป็นต้น โดยผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratification)

พาล์มกรีน และเรเบิร์น (Palmgreen and Rayburn)¹⁵ ได้นำแนวคิดทฤษฎีนี้มาแสดงเป็นแบบจำลองเพื่อให้เข้าใจง่าย ดังนี้

¹⁵ Philip Palmgreen, and J.D. Rayburn, “Merging Uses and Gratifications and Expectancy Value Theory,” in *Communication Research and International Quarterly* (Beverly Hill: Sage, 1984), pp. 537.

ภาพที่ 2.2
แสดงโครงสร้างแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 385.

พาล์มกรีน และเรเบิร์น ได้อธิบายแผนภาพข้างต้นว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสารเกิดมาจากการทำงานผสมผสานระหว่าง การรับรู้ว่าเขาจะได้รับผลประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อและความชื่นชอบส่วนตัว (Value) ที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดหวังไว้ว่าจะเกิดขึ้น และในแบบจำลองนี้พาล์มกรีน และเรเบิร์น ได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังจะได้รับความพอใจ (การแสวงหาความพึงพอใจ Gratification Sought – GS)” และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง (Gratification Obtained- GO)” ในกรณีที่ความพึงพอใจที่ได้รับ (GO) มีค่ามากกว่า ความพึงพอใจที่แสวงหา (GS) กล่าวคือ ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก ในทำนองเดียวกันหากเป็นกรณีที่ ความพึงพอใจที่แสวงหา (GS) มีค่าน้อยกว่า ความพึงพอใจที่ได้รับ (GO) ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน

ผู้ใช้บริการเว็บไซต์รถยนต์ยอมนมีความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างดีที่สุด ความคาดหวังนั้นจะประสบความสำเร็จสมหวังหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลภายหลังที่ได้เข้าไปใช้บริการในเว็บไซต์

รดยนต์แล้ว ซึ่งในที่นี้ผู้ศึกษาต้องการทราบถึงความคาดหวังที่มีอยู่หลังการใช้งานในเว็บไซต์ รดยนต์ ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไปถึงว่าเว็บไซต์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เหมาะสมหรือไม่และผู้ให้บริการเว็บไซต์มีความคาดหวังเป็นอย่างไร

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารอธิบายว่า คนเราจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเน การเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่ได้รับ (reward value) เช่น การได้รับข่าวสาร หรือความบันเทิงที่ต้องการกับการลงทุนลงแรง (expenditures) เช่น การลงทุนลงแรงซื้อหา หรือแสวงหาเพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสาร และพันธะผูกพัน (liabilities) ที่ตามมา ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับมีมากกว่าการลงทุนลงแรง หรือการใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจ บุคคลนั้นย่อมแสวงหาข่าวนั้น (information seeking) แต่ถ้าประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อสารนั้น (information ignoring)

แอทกิน (Charles K. Atkin)¹⁶ นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน กล่าวว่า ถ้าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากเท่าใด ก็จะมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น และก็จะมีความรู้เท่าทันกับสภาพแวดล้อม เท่าทันสื่อมากขึ้น เมื่อใดที่บุคคลต้องเปลี่ยนสภาวะแวดล้อมหรือต้องตกอยู่ในสภาวะที่ไม่แน่นอน ก็ย่อมต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น เพื่อต้องการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ เพื่อสร้างความมั่นใจ

ชแรมม์ (Schramm)¹⁷ เน้นว่า การแสวงหาข่าวสารจะเป็นไปตามหลักที่ใช้ ความพยายามในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารให้น้อยที่สุด (Effort Required) แต่สามารถบรรลุเป้าหมายที่คาดหวังไว้ได้ (Expectation of Reward)

1. แบบแผนของสารสนเทศ (Information Pattern) พิจารณาด้านเนื้อหาสาระของข่าวสาร เช่น ประเภทของเนื้อหาที่ต้องการ
2. แบบแผนของการใช้สื่อ (Usage Pattern) พิจารณาด้านตัวสื่อประเภทต่างๆ

¹⁶Charles K. Atkin, "New Model for Mass Communication," in Communication Research (New York: Free press, 1973), p. 220.

¹⁷W. Schramm, and W.E. Porter, Men Women Messages and Media (New York: Harperd Row Publishing, 1973), p. 34.

การศึกษาค้นคว้าได้ใช้ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมาเป็นกรอบ เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาลักษณะการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ลักษณะของเนื้อหาที่ผู้รับสารมีความสนใจ และต้องการที่จะได้รับจากเว็บไซต์รถยนต์ของผู้ใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในการดำรงชีวิตของคนในสังคม ซึ่งเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมมาเป็นสังคมข่าวสาร โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ ที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อบุคคลและต่อสังคมอย่างมากมา โดยการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อบุคคลภายนอก เช่น ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษา เทคโนโลยี การเมือง และปัจจัยภายในของปัจเจกบุคคล เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ บุคลิกภาพ ความเชื่อ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรม การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ

แนวคิดของแมคลูฮาน (Mc Luhan) แห่งสำนัก Toronto¹⁸

แมคลูฮาน (MC Luhan) มองว่าเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ สื่อทุกชนิด (Media) คือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of Experience) เริ่มตั้งแต่จดหมายที่ทำให้เราสามารถจะพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษรจนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบสื่อเสียง โทรศัพท์ทำให้มองเห็นได้ยืนกับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว

โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมาก จนราวกับว่าทำให้คนจำนวนมากสามารถจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (Space) ภายในเวลาที่รวดเร็ว (Time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์นับเป็นหมื่นๆ ไมล์ (Space) ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริง (Real Time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและ

¹⁸Marshall McLuhan, and Quentin Fiore, The medium is the message

(New York: Random House, 1967), p. 96.

กาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว

สำหรับความสนใจเรื่องสื่อกับประสบการณ์ของมนุษย์นั้น จุดเด่นของแมคลูฮาน (Mc Luhan) อยู่ที่ว่าเขาไม่สนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์อย่างไร” (How We Experience) หากพูดในภาษาการสื่อสารก็คือ แมคลูฮาน (Mc Luhan) ไม่ได้สนใจ “เนื้อหาข่าวสาร” (Content) หากแต่สนใจ “รูปแบบของสื่อ” (Form/Media) ดังที่อยู่ในข้อสรุปสั้นๆ ของเขาที่ว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว” (Medium is The Message) เนื่องจาก แมคลูฮาน (Mc Luhan) คิดว่าเพียงแค่การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว

นอกจากนี้ แมคลูฮาน (Mc Luhan) ได้อธิบายคุณลักษณะของสื่อแต่ละชนิดจะสามารถสร้างผลกระทบให้เกิดกับการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์ ปัจจุบันในยุคสังคมข่าวสาร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ มีการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยีคมนาคม และเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการสื่อสารมากขึ้น และยังช่วยลดอุปสรรคในเรื่องของระยะทาง และระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร พร้อมทั้งสามารถติดต่อสื่อสารหรือโต้ตอบระหว่างกันแบบการสื่อสารสองทาง (Two way communication)

แนวคิดโรเจอร์ E.Rogers : Soft Technology Determinism

โรเจอร์ (E.Rogers) มีความคิดพื้นฐานว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบวกผลกับปัจจัยอื่นๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม” กล่าวคือโรเจอร์ (Rogers) เห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยนี้ก็ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยอื่นๆ

โรเจอร์ (Rogers) ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ¹⁹

1. ลักษณะตอบโต้ของสื่อ (Interactivity) แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้ระหว่างสองฝ่ายจะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลและเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้องกับลักษณะ “โต้ตอบอย่างฉับพลัน

¹⁹กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 385.

ทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail Computer-conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. ลักษณะรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชน (Individualize/Demassified) จะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกัน ในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ได้ตามกาลเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ เช่น การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกดูรายการดูได้เอง (Pay-per-view) แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนด้วยตนเองในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ใดก็ได้

3. ลักษณะ คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ (Asynchronous nature of new communication) คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว เช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวต่อเนื่องกันยาวๆ ที่เดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง นอกจากนั้นยังหมายความว่าถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย

โรเจอร์ (Rogers) กล่าวเสริมว่า ลักษณะทั้ง 3 ประการนี้จะมีความหมายในสังคมที่เรียกว่าสังคมข่าวสาร ซึ่งมีคุณสมบัติที่เด่นๆ อยู่ 2 ประการ คือ

1. กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสินค้าประเภท “บริการ” จะมีความสำคัญมากกว่ากิจกรรมการผลิต เพราะฉะนั้น ในการขายอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ เพียงการขายตัวสินค้าที่เป็นอุปกรณ์ยังไม่สำคัญเท่ากับการบริการต่างๆ ที่จะทำให้หลังการขายแล้ว

2. ในสังคมเช่นนี้ ข่าวสารจะเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าแทนเงินทุน และเครื่องจักรดังเช่นสมัยก่อน เพราะฉะนั้นบุคลากรที่ทำงานกับข่าวสาร หรือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารก็จะกลายเป็นส่วนเลี้ยวที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจและของสังคม

จากแนวคิดผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาสื่ออินเทอร์เน็ต ในรูปแบบเว็บไซต์มาใช้ในการศึกษาการใช้ประโยชน์ ความคาดหวัง เนื่องจากเว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถทำให้มนุษย์เกิดประสบการณ์เกี่ยวกับโลกจากการรับรู้สัมผัสที่หลากหลาย ตามที่แม็คลูฮาน (Mc luhan) ได้กล่าวถึงข้างต้น ทำให้เกิดช่องทางในการทำให้ผู้คนที่อยู่คนละที่ สามารถติดต่อสื่อสารกับคนทั้งโลกได้อย่างเสรีและรวดเร็ว และเว็บไซต์เป็นสื่อใหม่ที่ได้รับการนิยมนิยมอย่างมากท่ามกลางสื่อต่างๆ มากมายที่ให้ผู้รับสารได้เลือก อีกทั้งเว็บไซต์ยังเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งกับผู้รับสารที่มีบทบาทรุก (Active Receiver) กล่าวคือผู้รับสารสามารถเลือกใช้ และควบคุมได้ตามความ

ต้องการของตนเอง และสามารถเปิดรับในเวลาใดก็ได้ บ่อยครั้งเพียงใดก็ได้ และสามารถเลือกเนื้อหา หรือส่วนที่ตนเองสนใจ โดยได้ใช้คุณสมบัติต่างๆ ของสื่ออินเทอร์เน็ตมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรพิน จิรวัดมนศิริ²⁰ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโทศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนระดับปริญญาโทในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางด้านอื่นๆ และการใช้ประโยชน์ทางการศึกษา ส่วนการได้รับประโยชน์ทางการศึกษาพบว่านักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนได้รับประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน และการได้รับประโยชน์เพื่อการศึกษาค่อนข้างมาก โดยเห็นว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นฐานข้อมูลการศึกษาที่กว้างและหลากหลาย ตลอดจนทำให้เกิดการเรียนรู้และศึกษาได้ด้วยตนเอง ส่วนผลประโยชน์ที่ได้รับส่วนน้อยอยู่ก็คือ การนำมาใช้อ้างอิงในการวิจัยหรือรายงาน สำหรับผลการศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือทางอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน โดยให้ความเชื่อมั่นในสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก โดยทั้งสองกลุ่มเห็นว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสืบค้นที่มีความน่าเชื่อถือในแง่ของความรู้ความสามารถ และความคล่องตัวของสื่อ

วรภัทร จตุชัย²¹ ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการสุ่มตัวอย่างนักศึกษามาจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่านักศึกษาเปิดเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตเพื่อดูข่าวสารทางวิชาการเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เพื่อดูข่าวสารอื่นๆ ความบันเทิง เปิดเมล์ และทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต นักศึกษามีการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏในภาพรวมระดับปาน

²⁰อรพิน จิรวัดมนศิริ, “การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโทศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนระดับปริญญาโทในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ

²¹วรภัทร จตุชัย, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2548), น. บทคัดย่อ

กลางโดยใช้ประโยชน์ตามลำดับ คือ ด้านวิชาการ ด้านสังคมและบันเทิง นักศึกษามีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏในภาพรวมระดับมาก โดยพึงพอใจตามลำดับ คือ ด้านเนื้อหา ด้านโครงสร้างของเว็บไซต์ ด้านเทคนิคที่ใช้ และด้านการใช้น้ำจอ

ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม²² ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงพยาบาลยอนินิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ใช้การวิจัยเชิงสำรวจยอนินิตศึกษาระดับปริญญาตรี และโท ที่ใช้บริการระบบเว็บไซต์เว็บ ที่อยู่ในสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ยอนินิตศึกษามีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านส่งเสริมการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารด้านการขายตรง โดยข้อมูลข่าวสารที่มีระดับความต้องการเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การมีตัวอย่างภาพยนตร์ให้ชม ตารางเวลาฉายภาพยนตร์ของแต่ละโรงแบบวันต่อวัน เนื้อเรื่องย่อของภาพยนตร์ที่เข้าฉาย การมีภาพนิ่ง จากภาพยนตร์ให้ชม และตารางเวลาฉายภาพยนตร์ล่วงหน้า 1 สัปดาห์ ยอนินิตศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อเว็บไซต์โรงพยาบาลยอนินิต นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการจัดตั้งเว็บไซต์โรงพยาบาลยอนินิตนั้นเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ส่วนด้านบริการการจองตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ตนักศึกษากลุ่มใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการและเป็นการเพิ่มยอดขายได้

จรินทร์ ธนาศิลปกุล²³ ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ท่าพระจันทร์และศูนย์รังสิต โดยสุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการศึกษาค้นพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ มากที่สุดซึ่งข่าวสารที่นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ต้องการรับทราบส่วนใหญ่ คือ การลงทะเบียน

²²ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม, “ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงพยาบาลยอนินิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น. บทคัดย่อ

²³จรินทร์ ธนาศิลปกุล, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ

ตรวจสอบการลงทะเบียน แจ้งสำเร็จการศึกษา และตรวจสอบผลการเรียน อีกทั้งมีปัญหาที่พบโดยส่วนใหญ่คือ การรอมผลของข้อมูล และการถ่ายโอนของข้อมูลต่างๆ มีความล่าช้า ซึ่งทำให้เกิดการเสียเวลา นอกจากนี้ยังพบว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ดังกล่าว ไม่เพียงพอกับความต้องการใช้งานอีกด้วย

ธนพงษ์ ผลิตาจรศักดิ์²⁴ ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับเว็บไซต์การปฏิรูปการศึกษาของครูระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าครูส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์การปฏิรูปการศึกษาในระดับปานกลาง โดยกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ดังกล่าวเพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ เกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษามาก รองลงมาคือใช้เพื่อค้นหาเอกสาร สิ่งพิมพ์ ที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูปการศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและครูส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ทราบข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษามากกว่าถูกต้องชัดเจน และทันเหตุการณ์ และได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิรูปทางการศึกษาตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะว่าเว็บไซต์การปฏิรูปการศึกษานี้ควรปรับปรุงด้านความชัดเจนและทันสมัยของข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกี่ยวกับการปฏิรูปทางการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูล ที่แสดงในเว็บไซต์การปฏิรูปการศึกษา และมีปัญหาที่พบโดยส่วนใหญ่ คือ อินเทอร์เน็ตล่าช้า

ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแนวทางในการศึกษา เรื่อง การใช้ประโยชน์ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์รณคดีในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเว็บไซต์เป็นนวัตกรรมใหม่ที่เป็นช่องทางการสื่อสาร และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อบุคคล และต่อสังคม ในปัจจุบันผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น ผู้รับสารจึงมีทางเลือก และมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การแสวงหาข่าวสาร และการเลือกสรรข้อมูลข่าวสารได้สะดวก รวดเร็วมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่จะนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด

²⁴ธนพงษ์ ผลิตาจรศักดิ์, “การเปิดรับเว็บไซต์การปฏิรูปการศึกษาของครูระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ