

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ศึกษาและนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ดังนี้

1. ทฤษฎีกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process Theory)
2. ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism Theory)
3. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion Theory of Innovation)
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process Theory)

การเปิดรับข่าวสาร ถือว่าเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และประสบการณ์ของมนุษย์ในการใช้ชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารจะกระทำอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่ง แคลปเปอร์ (Klapper)¹ ได้อธิบายถึงกระบวนการรับข่าวสาร (Selective Process) ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตนเอง ทั้งนี้เพื่อนำมาแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน ดังนั้นการเลือกเปิดรับบุคคลจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตน

¹Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp.19-26.

2. การเลือกตามความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตน และพยายามเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน

3. การเลือกรับรู้ และเลือกตีความ (Selective Attention and Selective Interpretation) บุคคลจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจำเนื้อหาสาระของสารเฉพาะที่ต้องการจะเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และพยายามจะลืมในส่วนที่ต้องการจะลืม ดังนั้น ความต้องการและการเลือกรับสารของแต่ละบุคคล จะส่งผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันไป โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของตน

จอห์น เมอร์ริล และราล์ฟ โลเวนไทีน² (John C. Merrill and Ralph L. Lowenitein) ได้แสดงความคิดเห็นว่า บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเนื่องจากแรงผลักดันจากภายใน คือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า มนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เพราะมักจะเกิดความรู้สึกสับสน กังวล วิตก หวาดกลัว ดังนั้นมนุษย์จึงชอบที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์ ซึ่งถ้าหากไม่สามารถติดต่อกับตัวบุคคลได้โดยตรงก็มักจะใช้สื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์เพราะธรรมชาติของมนุษย์มักจะอยากรู้อยากเห็นในทุกสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของ ความคิด การกระทำ นอกจากนี้พฤติกรรมการอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ อาจเป็นความอยากรู้อยากเห็นในแง่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ใด ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจจะเป็นผลกระทบต่อผู้อื่นด้วย

² John C. Merrill and Ralph L. Lowenitein, Media Message and Men (New York: Longman, 1971), pp. 28-29.

3. ประโยชน์ที่ตนเองสามารถใช้สอย โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารมนุษย์จึงต้องการแสวงหาข่าวสารและมักจะใช้ข่าวสารเพื่อสร้างประโยชน์ต่อตนเอง เช่น ทำให้ความคิดของตนบรรลุผลเพื่อเสริมความเด่นของตน และทำให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ปลอดภัย รวมทั้งได้รับข่าวสารที่ทำให้ตนเกิดความบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะของตน เมื่อผู้รับข่าวสารแต่ละคนเปิดรับสื่อ มักจะพิจารณาจากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ในงานวิจัยของ แม็คลอยด์ (MeLeod)³ ได้ระบุว่า ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) มี 2 ชนิด คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ

แม็คลอยด์ กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่าง และการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้คำตอบที่วัดได้จากเวลาที่ใช้สื่อจึงไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักจะให้เหตุผลที่ไม่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้จึงได้มีการวัดตัวแปรในการเปิดรับสื่อโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านหนังสือพิมพ์ในหน้าการศึกษา วัดความถี่ของการเปิดรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

จากทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ผู้รับสารจะเลือกรับสารและแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามความต้องการของตน ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารมาเป็นกรอบในการศึกษาการเปิดรับโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของประชากรอายุระหว่าง 18-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของแม็คลอยด์ มาเป็นดัชนีในการวัด

³จ้าวรรณ กิตตินราภรณ์, “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต “เวิลด์ ไวด์ เว็บ” (World Wide Web: WWW) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. 13.

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มประชาชนวัย 18-24 ปี ได้แก่ จำนวนครั้งที่เปิดรับต่อสัปดาห์

นอกจากนี้ จะนำแนวคิดของจอห์น เมอร์ริลล์และราล์ฟ โลเวนทีน มาเป็นดัชนีในการวัดวัตถุประสงค์ของการเปิดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของประชากรอายุระหว่าง 18-24 ปี

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด

(Communication Technology Determinism Theory)⁴

การศึกษาตามหลักของทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดนั้น แมคคว (D. Mcquail) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่น ๆ ของแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีนี้เอาไว้ดังนี้

- เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกคน
- เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างของสังคมแต่ละอย่าง
- ขั้นตอนของการผลิต และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
- การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ

แนวคิดพื้นฐานของ แมคลูแฮน (Mc Luhan) ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ สื่อทุกชนิด (Media) คือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of Experience) เริ่มตั้งแต่จดหมายที่ทำให้เราสามารถพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบเสียง โทรทัศน์ทำให้มองเห็นได้ยิบ และเกือบจะสัมผัสกับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว แมคลูแฮน (Mc Luhan) กล่าวว่าโดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมาย จนราวกับว่าทำให้คนจำนวนมากสามารถที่จะรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (Space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (Time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริง (Real Time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้าน

⁴กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547), น. 153-166.

ระยะทางและกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว

อัลเทอด้ และ สโนว์ (Altheide & Snow) แบ่งรูปแบบการสื่อสารแยกย่อยออกเป็น 5 มิติ คือ

1. รูปแบบของผัสสะแห่งประสบการณ์ (Sense of Experience) ได้แก่การวิเคราะห์ว่า รูปแบบของสื่อแต่ละชนิดจะสร้างประสบการณ์แบบใดให้แก่ผู้รับสาร เช่น เมื่อผู้รับสารเปิดรับฟังเสียงเพลงจากวิทยุ ประสบการณ์จากสื่อเสียงจะเป็นแบบหนึ่ง จินตนาการจากการฟังจะเป็นแบบหนึ่ง แต่เมื่อเพลงนั้นถูกนำไปร้องในรูปแบบของมิวสิควิดีโอ รูปแบบประสบการณ์ก็จะกลายเป็นสื่อภาพและเสียงไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนั้นผัสสะแห่งประสบการณ์ยังหมายความว่า รูปแบบของสื่อนั้นได้ดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมหรือผูกพันมากน้อยเพียงใด

2. รูปแบบของเนื้อหา อัลเทอด้ และ สโนว์ (Altheide & Snow) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบเนื้อหาเป็นแบบต่าง ๆ เช่น เป็นเนื้อหาเป็นแบบต่าง ๆ เช่น เป็นเนื้อหาประเภทสมจริงหรือจินตนาการ (Realism/Fantasy) มีความหมายหลากหลายอย่างไร (Polysemy) รูปแบบเนื้อหาเป็นแบบเปิดหรือปิด (Open/Closed Content) กล่าวคือเปิดโอกาสให้ผู้รับได้ตีความอย่างหลากหลายหรือกำหนดความหมายที่แน่นอนเอาไว้อยู่

3. รูปแบบการใช้รหัส ได้แก่การวิเคราะห์รูปแบบของสื่อที่ถูกนำมาใช้ว่าข่าวสารและความหมายที่อยู่ในสื่อนั้นถูกใส่รหัสมากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น มีการใช้ภาพหรือใช้ตัวอักษรหรือใช้เสียงบรรยาย ในกรณีของการใช้ภาพ ถ้าใช้ภาพถ่ายเฉย ๆ กับการใช้ภาพถ่ายแล้วมีคำบรรยายประกอบภาพอยู่อย่างได้ ก็หมายความว่าในกรณีหลังจะมีการใช้รหัสมากกว่ากรณีแรก

4. รูปแบบของบริบทการใช้สื่อ (Context of Use) เนื่องจากบริบทของการใช้สื่อเป็นส่วนเกี่ยวข้องสำคัญของประสบการณ์ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นมิติของกาลหรือเทศะก็ตาม เช่น การใช้สื่ออยู่ที่บ้าน (คอมพิวเตอร์) กับการใช้สื่ออยู่นอกบ้าน (การไปดูหนัง) การใช้สื่อแบบปัจเจก (อ่านหนังสือ) กับการใช้สื่อแบบกลุ่ม (ดูโทรทัศน์ร่วมกับครอบครัว) เป็นต้น ดังนั้นจึงควรสนใจบริบทของการสื่อสารในฐานะประสบการณ์แบบต่าง ๆ ของมนุษย์

5. รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่ง-ผู้รับจะเป็นแบบการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ซึ่งหมายความว่า ผู้ส่งจะเป็น

ผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสาร หรือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) เช่น ลักษณะโต้ตอบกันได้ (Interactive) ของสื่อสมัยใหม่ ซึ่งสื่อนี้ยังระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายในกระบวนการสื่อสารจะผลัดเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้รับและผู้ส่งพร้อมทั้งสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน

จากทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด พบว่าเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้บุคคลสามารถสื่อสารกันได้โดยปราศจากกฎเกณฑ์ด้านเวลาและระยะทางทำให้เกิดการสื่อสารกันได้ในรูปแบบที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนิสัยและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีนี้เป็นกรอบความคิดในการศึกษารูปแบบการเปิดรับเนื้อหาต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion Theory of Innovation)

การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่กลุ่มบุคคลอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันมีผลต่อโครงสร้างและวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด โรเจอร์ส (Everette M. Rogers) นักวิชาการชาวอเมริกัน ให้ความหมายคำว่า การแพร่กระจาย หรือ "Diffusion" คือ กระบวนการ ซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางในช่วงเวลาหนึ่งระหว่างสมาชิกต่าง ๆ ที่อยู่ในระบบสังคม (Diffusion is the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social systems) โรเจอร์ส อธิบายทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (The Diffusion Theory of innovation) ว่า การรับนวัตกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด ขึ้นอยู่กับบุคคล ระบบสังคม ระบบสื่อสารนวัตกรรม และระยะเวลา คือ

1. การรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคล ผู้ตัดสินใจรับนวัตกรรมหรือไม่รับนวัตกรรม บางคนรับเร็ว บางคนรับช้า แม้จะอยู่ในสังคมหรืออยู่ในชุมชนเดียวกันก็ตาม คนที่มีภาวะนวัตกรรมสูง (high innovativeness) ก็จะได้รับนวัตกรรมเร็ว กลายเป็นนวัตกรรม (innovators) หรือกลุ่มที่รับนวัตกรรมเร็ว หรือแม้เป็นชนกลุ่มใหญ่ผู้รับนวัตกรรมเร็ว ในขณะที่ผู้มีภาวะนวัตกรรมต่ำ (low innovativeness) ถ้าไม่เป็นประเภทชนกลุ่มใหญ่ผู้รับนวัตกรรมช้า ก็เป็นผู้ล่าหลัง (laggards) ไปเลย การรับนวัตกรรมจึงขึ้นอยู่กับบุคคลด้วยเหตุนี้

2. การรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับระบบสังคม ระบบสังคมประเภทต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการจะรับหรือไม่รับนวัตกรรม หรือรับเร็วรับช้าด้วย ทฤษฎีแบ่งสังคมออกเป็นสองประเภท สองชั่วปลาย คือ สังคมสมัยใหม่ชั่วหนึ่ง สังคมโบราณหรือสังคมประเพณีอีกชั่วหนึ่ง สังคมสมัยใหม่จะรับนวัตกรรมเร็วและรับปริมาณมากกว่าสังคมแบบประเพณี ทั้งนี้เพราะสังคมสมัยใหม่มีระบบค่านิยมและบรรทัดฐานสังคมในลักษณะที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคมให้เจริญรุดหน้า (โดยเฉพาะทางวัตถุ) ดังนั้นเมื่อมีอะไรใหม่มา ก็สนับสนุนให้รับมาทดลองใช้ในสังคม ในขณะที่สังคมประเพณีไม่มีระบบค่านิยมและบรรทัดฐานสังคมเช่นนี้ จึงไม่สนับสนุนการรับนวัตกรรม

3. การรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับการสื่อสาร กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้ายคือ การรับหรือไม่รับนวัตกรรม หัวใจของกระบวนการก็คือ การกระทำระหว่างกันของมนุษย์ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ทำไมการสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อการรับนวัตกรรม ถ้าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งผ่านนวัตกรรม เป็นผู้นำความคิดหัวก้าวหน้า (cosmopolite opinion leaders) กับบุคคลสมาชิกชุมชนผู้หนุ่มแน่นและการศึกษาสูงในชั้นทดลองของกระบวนการแพร่ นวัตกรรม การรับนวัตกรรมก็จะเร็ว หากเป็นกรณีความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ ความคิดหัวก้าวหน้าแต่สมาชิกชุมชนหัวล้าหลัง การรับนวัตกรรมก็ช้าหรืออาจไม่มีการรับนวัตกรรมเลยก็ได้

4. การรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับตัวนวัตกรรม ลักษณะของนวัตกรรมมีส่วนกำหนดระยะเวลา หรือการรับหรือไม่รับนวัตกรรม ทฤษฎีนี้จะระบุว่านวัตกรรมมีปัจจัยที่จะต้องพิจารณา 5 ประการที่จะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับ รับเร็วหรือช้า คือ 1) ความได้เปรียบของนวัตกรรม 2) การเข้ากับสังคมวัฒนธรรมได้ 3) ความสลับซับซ้อนของนวัตกรรม 4) ความสามารถในการทดลองใช้ และ 5) ความเข้าใจง่ายของนวัตกรรม นวัตกรรมที่มีลักษณะทางบวดย่อมจะแพร่หลายง่าย ในขณะที่นวัตกรรมที่มีลักษณะทางลบมักขายไม่ค่อยจะออก เพราะ 1) ไม่ดีกว่าของเดิม 2) เข้ากับสังคมวัฒนธรรมไม่ได้หรือได้ไม่ดี 3) มีโครงสร้างซับซ้อน 4) ไม่สามารถทดลองใช้ได้ และ 5) เข้าใจได้ยาก

5. การรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับระยะเวลา ระยะเวลา หรือ ตัวเวลาเองมีอิทธิพลต่อการรับหรือไม่รับนวัตกรรมเท่าที่มีการวิจัยมาแล้ว เวลาก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า ภาวะนวัตกรรม (Innovativeness) อันเป็นเครื่องแสดงระดับหรือประเภทของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสูง บางคนมีต่ำ บุคคลบางคนเลยกลายเป็นนวัตกรรม หรือผู้ล้าหลังตามระยะเวลาที่รับนวัตกรรมและแน่นอนว่า ในการที่บุคคลจะตัดสินใจรับหรือไม่รับนวัตกรรม เขาจะต้องใช้เวลาพิจารณานวัตกรรมระยะหนึ่ง หากไม่มีเวลาเขาคงตัดสินใจไม่ได้ เวลาจึงมีความสำคัญต่อการรับนวัตกรรมด้วย

ในด้านของสังคมการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นก็เป็นผลมาจากปัจจัยทางสังคม เช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงในระบบการผลิตเป็นระบบอุตสาหกรรมได้ทำให้คนในครอบครัวต้องออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น เวลาจึงเป็นสิ่งมีค่าสำหรับทุกคน เครื่องใช้ไม่สอยในบ้านจึงถูกประดิษฐ์ขึ้นเพื่อสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อาทิ หม้อหุงข้าวไฟฟ้า เครื่องล้างจาน เต้าไมโครเวฟ ระบบเครื่องปรับอากาศอัตโนมัติ โทรศัพท์ ฯลฯ อันเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยทุ่นเวลาสำหรับทุกคน นอกจากนั้น ระบบการสื่อสารของมนุษย์เราจะเริ่มขยายเครือข่ายมากยิ่งขึ้น เป็นผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร แต่เป็นลักษณะการสื่อสารแบบไม่ต้องพบตัว นับแต่โทรศัพท์จนถึงโทรศัพท์แบบเห็นภาพ ซึ่งมีผลดีในเรื่องการประหยัดเวลาการเดินทางในการพบปะกัน แต่มีผลในทางลบ ในการแยกตัวเองเป็นเอกเทศของมนุษย์ เกิดสังคมแบบต่างคนต่างอยู่มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากสังคมในยุคปัจจุบันที่เป็นสังคมที่ต้องการข่าวสารข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจ นับแต่การเลือกซื้อสินค้า บริการ จนถึงการบริหารกิจการงานต่าง ๆ เทคโนโลยีการสื่อสาร อาทิ โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ คอมพิวเตอร์ ดาวเทียม ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น นอกจากเป็นปัจจัยที่มีผลในทางบวก อันเป็นปัจจัยในการสร้างความเจริญเติบโตให้สังคมแล้ว อีกด้านหนึ่งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ยังมีผลกระทบต่อบริบทสังคมในทางลบที่เป็นลูกโซ่ตามมาด้วย

จากทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมพบว่า เมื่อสังคมมีการพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ตัว คือ ปัจเจกบุคคล ระบบสังคม การสื่อสาร นวัตกรรม และระยะเวลานั้น มีผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลเปลี่ยน โดยเฉพาะนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีนี้มาอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต⁵

เมื่อร้อยปีเศษมาแล้ว มาร์โคนีได้ส่งสัญญาณวิทยุ เป็นคลื่นแพร่กระจายออกไปในอากาศได้สำเร็จ หลังจากนั้นก็มีการพัฒนาเครื่องรับวิทยุ ทั้งแบบ เอเอ็ม เอฟเอ็ม (AM FM) ใช้กันทั่วโลก ต่อมาก็มีการพัฒนาวิธีการส่งสัญญาณโทรทัศน์ ทำให้มีการรับชมข่าวสารผ่านทางระบบทีวี จนปัจจุบันเกือบทุกบ้านมีวิทยุ โทรทัศน์ กันหมด หลังจากปี ค.ศ. 1990 การประยุกต์ใช้

⁵ ยืน ภูสุวรรณ, "วิทยุ ทีวีบนอินเทอร์เน็ต,"

<<http://www.school.net.th/library/snet1/network/it4.htm>>, 22 พฤษภาคม 2551.

ไฮเปอร์เท็กซ์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เริ่มขึ้น มีการจัดการข้อมูลข่าวสารไว้บนเครื่องเซิร์ฟเวอร์ ผู้ใช้อยู่บนเครื่องลูกข่ายที่เรียกว่า ไคลเอนต์ (Client) มีโปรแกรมเชื่อมโยงที่เรียกว่า บราวเซอร์ บราวเซอร์ติดต่อกับเครื่องเซิร์ฟเวอร์ ด้วยโปรโตคอลมาตรฐาน ที่ชื่อ http การประยุกต์ไฮเปอร์เท็กซ์ ได้ขยายวงกว้างขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นเครือข่ายข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่า เวิลด์ไวด์เว็บ (WWW) เมื่อเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้พัฒนาให้ก้าวหน้ามากขึ้น การใช้งานข้อมูล ข่าวสารเหล่านี้ ก็ก้าวเข้าสู่มิติมีเดีย มีการเก็บข้อมูลรูปภาพ เสียง และวิดีโอ (Video) การเก็บข้อมูลเสียงและวิดีโอในยุคแรกยังเป็นเพียงการเก็บไว้ในเซิร์ฟเวอร์ เมื่อเครื่องที่เป็นไคลเอนต์ต้องการใช้ข้อมูล ก็มีการติดต่อมายังเครื่องให้บริการ การโอนย้ายข้อมูลก็เกิดขึ้น โดยวิธีการคัดลอกแฟ้มเหล่านั้นผ่านเครือข่ายมายังผู้ใช้ เมื่อคัดลอกมาได้ครบจึงเริ่มแสดงผล ลักษณะการใช้งานจึงเป็นวิธีการโอนย้ายไฟล์ มิได้เป็นการส่งกระจายแบบเวลาจริง เทคโนโลยีการบีบอัดข้อมูล ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น จนสามารถบีบอัดข้อมูลเสียง และวิดีโอ ให้มีขนาดเล็กลงได้ การบีบอัดข้อมูลให้เหลือน้อย ทำให้ส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายที่มีข้อจำกัดทางด้านปริมาณข้อมูลต่อวินาทีลงไปได้ เพราะหากผู้ใช้ติดต่อเครือข่ายด้วยโมเด็มผ่านสายโทรศัพท์ ปริมาณข้อมูลต่อวินาทีที่รับส่งได้ยังอยู่ในกรอบจำกัด เช่น รับส่งได้สูงสุดเพียง 28.8 กิโลบิตต่อวินาที เมื่อข้อมูลเสียงหรือวิดีโอได้รับการบีบอัดลงจึงทำให้การสื่อสารผ่านสายไปบนอินเทอร์เน็ตมีความเป็นไปได้มากขึ้น จนในปัจจุบันการส่งสัญญาณเสียงแบบออนไลน์ ที่เป็นที่ยอมรับบนอินเทอร์เน็ตคือ ระบบ real audio การส่งวิดีโอบนอินเทอร์เน็ต เหมือนการกระจายสัญญาณทีวีบนเครือข่าย เราเรียกระบบนี้ว่า video live ระบบ เช่น สัญญาณจากสถานีวิทยุจริง หรือรับสัญญาณวิดีโอจากสถานีส่ง หลังจากนั้นจะแปลงสัญญาณนั้นให้เป็นข้อมูลแบบดิจิทัล พร้อมทำการบีบอัดให้เล็กลง เพื่อส่งไปยังเครื่องผู้ใช้ เครื่องผู้ใช้จะต้องมีโปรแกรม real audio player ซึ่งประกอบติดตั้งเข้ากับโปรแกรมบราวเซอร์ เมื่อผู้ใช้ติดต่อไปยังเซิร์ฟเวอร์ ก็จะเปิดช่องสื่อสารระหว่างกัน เครื่องบริการที่เป็นเซิร์ฟเวอร์จะส่งข้อมูลให้อย่างต่อเนื่อง จนกว่าจะเลิกการติดต่อ แต่เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายที่มีสภาพแบ่งกันใช้งาน ไม่สามารถกำหนดคุณภาพของการรับส่งโดยตรงได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการรับสัญญาณแบบออนไลน์ต่อเนื่อง ดังนั้นทางเครื่องไคลเอนต์ ซึ่งต้องสร้างบัฟเฟอร์ในหน่วยความจำไว้ เพื่อว่าบางขณะข้อมูลที่ส่งมาขาดหาย ข้อมูลในบัฟเฟอร์ยังรองรับการใช้งานได้ชั่วขณะหนึ่ง เพื่อให้สัญญาณต่อเนื่อง โดยปกติหากับสัญญาณเสียง จะมีการกำหนดช่องสื่อสารที่ต่อเนื่องขนาด 16 กิโลบิตต่อวินาที ดังนั้นถ้าช่องสื่อสารจริงมีความจุมากกว่านี้ ก็จะทำให้การรับสัญญาณเสียงที่ต่อเนื่องเหมือนฟังวิทยุได้ ทำนองเดียวกัน หากับสัญญาณวิดีโอ ช่องสัญญาณจะต้องมีความจุมากกว่า โดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 23-30 กิโลบิตต่อวินาที ถ้าได้ความเร็วสูงกว่านี้ก็จะทำให้

ภาพต่อเนื่อง แต่หากได้ความเร็วต่ำกว่านี้ภาพจะขาดเป็นช่วง ๆ เครื่องให้บริการ real audio และ video live ทุกเครื่องจะมีข้อจำกัดจำนวนเครื่องลูกที่ติดต่อมา ทั้งนี้เพราะแถบกว้างของช่องสื่อสารมีจำกัด ผนวกกับขีดความสามารถของคอมพิวเตอร์ก็จำกัด สถานีให้บริการที่พบเห็นกันบนเครือข่ายขณะนี้ยังจำกัดจำนวนอยู่ที่ 60-240 สายสัญญาณ ดังนั้นหากมีผู้นิยมใช้บริการกันมาก ข้อจำกัดนี้จะต้องได้รับการพัฒนา แต่เนื่องจากการติดตั้งสถานีบริการทำได้ง่าย จึงเชื่อแน่ว่าจะมีผู้ตั้งสถานีบริการ real audio และ video live กันมาก การตั้งสถานีจะมีอยู่ในโฮมเพจ ทุกโฮมเพจสามารถใส่ข้อมูลแบบมัลติมีเดียสำหรับเป็นสื่อไว้ใช้ติดต่อกัน ร้านค้าอาจมีสถานีวิทยุสำหรับโฆษณาขายสินค้า มีสถานีส่งวิดีโอเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นสินค้า ปัญหาที่สำคัญคือ audio และ video live ประกอบด้วยเครื่องให้บริการที่เรียกว่า เซิร์ฟเวอร์ เครื่องให้บริการนี้รับสัญญาณเสียงโดยตรงจากแหล่งสัญญาณเสียง ความต้องการใช้เครือข่ายจะมากขึ้นอีกมาก จนทำให้ถนนของข้อมูลข่าวสารไม่สามารถรองรับได้ พัฒนาการทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เรียกว่า Information Highway จึงต้องพัฒนาให้มีปริมาณการรับส่งข้อมูลได้มาก เชื่อแน่ว่าโครงสร้างพื้นฐานของประเทศกำลังได้รับการปรับปรุงเพื่อให้ระบบวิทยุและทีวีบนเครือข่ายเป็นจริงได้ โครงสร้างการสื่อสารของประเทศหลายโครงการกำลังรองรับอยู่ ข่ายการสื่อสารด้วยแถบกว้างที่สามารถส่งข้อมูลในปริมาณมากคงจะมีให้เห็นในเร็ววันนี้ real audio และ video live เป็นบทพิสูจน์บทเริ่มต้นถึงความเป็นไปได้ในการตั้งสถานีวิทยุ และโทรทัศน์บนเครือข่าย และจะทำให้มีจำนวนสถานีเหล่านี้เป็นหมื่นเป็นแสนสถานีได้ ที่สำคัญคือ ข่าวสารจะเป็นแบบไร้พรมแดน ที่รัฐบาลเองก็ไม่สามารถควบคุมได้อีกต่อไปแล้ว เพราะจะมีผู้ตั้งสถานีบนเครือข่ายกันมาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” นอกจากจะใช้แนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นสำหรับสร้างกรอบความคิดและอธิบายปรากฏการณ์ตามผลการศึกษาแล้ว ผู้ศึกษายังได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย⁶ ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ในปี 2547 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 และใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 15 ครั้งต่อสัปดาห์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0 โดยในแต่ละครั้งกลุ่มเป้าหมายจะใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อครั้งน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3 นอกจากนี้ ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า สถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตในวันธรรมดามากที่สุด คือ ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 75.5 และสถานที่ที่ใช้น้อยที่สุดคือโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 0.5 โดยช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ 18.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.4 และช่วงเวลาที่ใช้น้อยที่สุดคือ 00.00 – 00.03 น. คิดเป็นร้อยละ 0.3 ส่วนสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตในวันหยุดมากที่สุดคือ ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 81.0 น. และสถานที่ที่ใช้น้อยที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และช่วงเวลาที่ใช้น้อยอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดคือ 03.01-06.00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.7

ศราวุธ พันธุวงศ์⁷ ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การรู้จักและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ไทยของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ในปี 2546 พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่รู้จักและการจัดประเภทเว็บไซต์ข่าวและสื่อถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมา ประเภทเว็บไซต์บันเทิง คิดเป็นร้อยละ 50.2 และประเภทเว็บไซต์เกมส์ คิดเป็นร้อยละ 46.7 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการเปิดรับเว็บไซต์ หรือสนองความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศ ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้กับบุคคล และความต้องการความบันเทิง

⁶มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย, “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

⁷ศราวุธ พันธุวงศ์, “พฤติกรรมการเปิดรับ การรู้จักและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ไทยของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

ปริญญา สุวปรีชาภาส⁸ ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรม MSN : กรณีศึกษาเฉพาะนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ในปี 2550 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็น เพศหญิง มากกว่า เพศชาย กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 และมีรายรับ 3,001-6,000 บาทต่อเดือน เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โปรแกรม MSN 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน โดยมากใช้งานที่บ้าน/ที่พักอาศัย และปัจจัยที่ส่งผลให้ใช้งานโปรแกรม MSN คือต้องการได้พบปะพูดคุยกับเพื่อน ๆ ผ่านทางโปรแกรม ต้องการรับส่งไฟล์งาน หรือ รูปภาพต่าง ๆ นอกจากนี้การใช้ประโยชน์จากโปรแกรม MSN ของกลุ่มตัวอย่างยังแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการศึกษา เกี่ยวกับการรับส่งไฟล์ และรายงานต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมา มีความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับการแจ้งข่าวสารการศึกษากับผู้สนทนา และลดภาระในการนัดพบเมื่อทำงานกลุ่ม การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้/การวิจัย/การศึกษา การประยุกต์ใช้เพื่อความสะดวกสบายในการศึกษาวิจัย

คมสันต์ เสรีภาพงศ์⁹ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ซินบอร์ด์แบรอนด์ อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด ให้สัมภาษณ์ในหนังสือนิตยสารผู้จัดการว่า การตัดสินใจเปิดบริการ IPTV ที่มีชื่อเต็ม ๆ ว่า Internet Protocol TV หรือ ทีวีอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างเนื้อหาที่จะมารองรับกับบริการอินเทอร์เน็ตเทอร์โบ ของบริษัท ซีเอส คอมมิวนิเคชั่น เป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ซึ่งใช้เทคโนโลยี Broadband ความแตกต่างของเทคโนโลยี Broadband อยู่ที่ขีดความสามารถที่มีความเร็วในการรับส่งภาพเคลื่อนไหว ที่เป็นวิดีโอ ภาพยนตร์ หรือแม้แต่การทำ วิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ งานนี้ซินบอร์ด์แบรอนด์ จึงต้องทำตัวเป็นหนึ่งในสถานีโทรทัศน์ รวบรวมเนื้อหาจากสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ มาเผยแพร่บนเว็บไซต์ของซินบอร์ด์แบรอนด์เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสรายการที่แตกต่าง หากไม่มีเนื้อหาให้รับชมโอกาสที่บริการบรอดแบรอนด์จะเป็นที่นิยมจะเป็นเรื่องยาก ดังนั้นช่องรายการที่บรรจุอยู่บนเว็บไซต์ ซินบอร์ด์แบรอนด์ จะแบ่งออกเป็น 6 ประเภทรายการ

⁸ปริญญา สุวปรีชาภาส, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรม MSN : กรณีศึกษาเฉพาะนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. บทคัดย่อ.

⁹ไพเราะ เลิศวิราม, “ทีวีบนอินเทอร์เน็ต,” <<http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=2447>>, 22 พฤษภาคม 2551.

ช่องแรก เป็นรายการจากฟรีทีวี 3, 5, 7, 9, NBT และ TPBS แต่จะสามารถดูรายการที่แพร่ภาพไปแล้ว กลับมาดูใหม่ได้ อย่างไรก็ตามจะต้องขึ้นอยู่กับฐานข้อมูลของรายการที่เก็บอยู่ด้วยว่าจะสามารถย้อนหลังไปได้ขนาดไหน

ช่องรายการที่ 2 คือ iP-Learning เป็นช่องรายการเปิดให้สถาบันการศึกษาและบุคลากรในวิชาชีพต่าง ๆ โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และรายการ E-Learning ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ออกอากาศอยู่บนระบบโครงสร้างพื้นฐานเดียวกัน

ช่องรายการที่ 3 คือ iP-Training เป็นกลุ่มรายการฝึกอบรมด้วยหลักสูตรต่าง ๆ เช่น หลักสูตรสอนเล่นดนตรี หลักสูตรสอนทำอาหาร

ช่องรายการที่ 4 คือ iP-Pay per View รายการภาพยนตร์ที่เพิ่งออกจากโรงมาใหม่ ๆ

ช่องรายการที่ 5 คือ iP-Entertainment เป็นกลุ่มรายการความบันเทิง กลุ่มรายการวาไรตี้ต่าง ๆ ทั้งเพลง ละคร

ช่องรายการที่ 6 คือ iP-Sport เป็นรายการกีฬาโอลิมปิกเฉพาะจากต่างประเทศที่ไม่เหมือนใคร เช่น กอล์ฟ และรายการทีวีจากแมนยูทีวี

จากผลงานวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตระยะเวลา และเนื้อหาข้อมูลในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย และนอกจากนี้ยังใช้อธิบายถึงเนื้อหารายการต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร”