

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

ประวัติของอินเทอร์เน็ตนั้น เริ่มพัฒนามาจากเครือข่ายที่มีชื่อว่า อาร์พาเน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายใต้ความรับผิดชอบของหน่วยงานโครงการวิจัยขั้นสูง (Advanced Research Projects Agency) หรือเรียกชื่อย่อว่า ARPA ในสังกัดของกระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา (Department of Defense) เริ่มต้นเป็นเพียงเครือข่ายทดลองที่ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนงานวิจัยด้านการทหาร เนื่องจากความตึงเครียดทางการเมืองของโลกในยุคสงครามเย็นระหว่างค่ายคอมมิวนิสต์และค่ายประชาธิปไตย ย้อนกลับไปในปี พ.ศ. 2500 เมื่อสหภาพโซเวียตส่งดาวเทียมสปุตนิกขึ้นสู่วงโคจรรอบโลก ทางด้านสหรัฐก็ได้ก่อตั้งหน่วยงานอาร์พาขึ้น เพื่อพยายามผลักดันให้เทคโนโลยีด้านการทหารสหรัฐล้ำหน้าเหนือสหภาพโซเวียต กระทรวงกลาโหมสหรัฐได้วางโครงการสร้างโครงข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถในการติดต่อถึงกันอยู่ แม้ว่าบางส่วนของเครือข่ายอาจถูกตัดขาด เนื่องจากถูกโจมตีอย่างกะทันหันก็ตาม พัฒนาการของอาร์พาเน็ตได้ดำเนินการมาเป็นลำดับ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2512 มีการทดลองติดต่อคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อกันเป็นครั้งแรก ระหว่างมหาวิทยาลัย 4 แห่งในสหรัฐ คือ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียที่ลอสแอนเจลิส มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียที่ซานตา บาร์บารา สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด และมหาวิทยาลัยยูทาห์ ในปลาย พ.ศ. 2526 อาร์พาเน็ตถูกแบ่งออกเป็น 2 เครือข่าย คือเครือข่ายด้านการวิจัยและ

เครือข่ายด้านกองทัพ เครือข่ายด้านการวิจัยยังคงใช้ชื่ออาร์พานเน็ตอยู่เช่นเดิม ส่วนเครือข่ายของกองทัพมีชื่อใหม่ว่า มิลเน็ต (MILNET) และในช่วงต่อมาเครือข่ายอาร์พานเน็ตก็มีการปรับเปลี่ยนชื่อไปเป็นลำดับจากอาร์พานเน็ตเป็นเฟเดอรัล รีเสิร์ชอินเทอร์เน็ต และยังเปลี่ยนไปเป็น ทีซีพี/ไอพี อินเทอร์เน็ต จนกระทั่งในที่สุดกลายมาเป็นชื่อที่รู้จักกันแต่เพียงสั้น ๆ ในปัจจุบัน คือ อินเทอร์เน็ต¹

สำหรับในประเทศไทย² เริ่มติดต่อกับอินเทอร์เน็ตในลักษณะการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ หลังจากนั้นได้ขยายความร่วมมือในการดำเนินการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของ 4 หน่วยงาน คือ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม (MOSTE) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งชาตินีเซีย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยกิจกรรมในช่วงแรกคือ โครงการสารสนเทศห้องสมุด 13 มหาวิทยาลัย และบริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และในระยะต่อมาจึงเริ่มมีการเชื่อมโยงจากหน่วยงานและสถาบันต่าง ๆ อีกมากมายและขยายตัวกว้างจนกระทั่งมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ขึ้นเป็นแห่งแรก โดยมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญได้ตั้งบริษัท KSC ขึ้น และได้มีการเริ่มให้บริการจากภาครัฐในเวลาใกล้เคียงกันโดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ซึ่งทำให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา

แม้ว่าเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะถือกำเนิดมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1970 (ปี พ.ศ. 2512) แต่ทว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ตกลับเริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในช่วง 10 ปีต่อมาหลังจากนั้น ในฐานะเครือข่ายการสื่อสารของมหาวิทยาลัยที่นิยมใช้ในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น เช่น การสืบค้นข้อมูล การส่งและรับข้อมูล จนกระทั่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตจากการนำเสนอด้วยตัวอักษร (Text) มาเป็นนำเสนอด้วยภาพหรือกราฟิก (Graphics) ซึ่งทำให้นเนื้อหาที่น่าสนใจและทำให้มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นและมีลักษณะหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบเวิลด์ไวด์ เว็บ (World Wide Web: WWW.) การดาวน์โหลด (Download) ข้อมูลต่าง ๆ ในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และการสนทนากับบุคคลอื่น เช่น แชทรูม (Chat Room) เว็บบอร์ด (Web Board) หรือโปรแกรมการสนทนา MSN ซึ่งความสามารถในการผสมผสานการบริการที่หลากหลาย และบรรจุไปด้วยข้อมูลทุกชนิดในทุก

¹ วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ, เริ่มต้นใช้งานอินเทอร์เน็ต (กรุงเทพมหานคร: ซอฟต์แวร์ ปาร์ค จำกัด, 2543), น. 13-14.

² เรื่องเดียวกัน, น. 14-15.

รูปแบบอย่างมีประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตนี้เอง ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากยุคสังคมอุตสาหกรรมสู่ยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร ที่ข้อมูลข่าวสารกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมไม่ว่าจะเป็นการค้า การเมือง แม้แต่การดำเนินชีวิตในแต่ละวันก็ล้วนแล้วแต่ต้องการข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจ และยังทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในสังคมโลก

ปัจจุบัน เนื้อหาและบริการในอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้ในแทบทุกด้าน โดยอาจแบ่งบริการในอินเทอร์เน็ตออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้³

1. บริการด้านการสื่อสาร

1.1 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อรับ - ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก

1.2 รายชื่อกลุ่มสนทนา (Mailing List) เป็นกลุ่มสนทนาที่มีการติดต่อสื่อสารและส่งข่าวสารให้กับสมาชิกตามรายชื่อและที่อยู่ที่มี

1.3 กระดานข่าว (Usenet) เป็นกลุ่มผู้สนใจที่ต้องการติดต่อและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนอื่น ๆ ที่มีความสนใจในหัวข้อต่าง ๆ

1.4 การสนทนาออนไลน์ (Internet Relay Chat) ผู้ใช้บริการสามารถคุยโต้ตอบกับผู้ใช้อื่น ๆ ได้ในเวลาเดียวกัน สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและใช้สื่อประสมเพื่อประสิทธิภาพของการสนทนาที่ดียิ่งขึ้น

1.5 เทลเน็ต (Telnet) สามารถใช้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ระยะไกล โดยจำลองเครื่องคอมพิวเตอร์ที่กำลังใช้งานอยู่ ให้เป็นจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ระยะไกล เครื่องนั้น ช่วยประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการแสดงข้อความตัวอักษร (Text Mode)

2. บริการด้านข้อมูลต่าง ๆ

2.1 บริการขนถ่ายแฟ้มข้อมูลหรือโปรแกรม (File Transfer Protocol) สำหรับแลกเปลี่ยนไฟล์ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น สถิติ งานวิจัย เพลง ข่าวสารทั่วไป

2.2 โกเฟอร์ (Gopher) เป็นโปรแกรมประยุกต์ที่ให้บริการของการค้นหาข้อมูลจากเมนู (Menu-based Server) เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ หลายแหล่งได้

³ ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ (กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2544), น. 183-191.

2.3 อาร์ชี (Archie) ให้บริการค้นหาข้อมูลจากเครื่องแม่ข่ายที่เป็นอาร์ชีเซิร์ฟเวอร์ (Archie Server) ให้ผู้ใช้ค้นหาสถานที่ของข้อมูล เพื่อค้นหาข้อมูลโดยตรงจากสถานที่นั้น ๆ

2.4 WAIS (Wide Area Information Service) เป็นบริการจากศูนย์ข้อมูลที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้

2.5 VERONICA (Very Easy Rodent Oriented Net-wide Index to Computerized Archives) เป็นบริการที่รวบรวมข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

2.6 บริการเวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) เป็นบริการเครือข่ายโยงใยเชื่อมโยง มีการเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลที่กระจายอยู่ทั่วโลก การค้นหาข้อมูลสามารถทำได้สะดวก รวดเร็วโดยเข้าไปที่ตัวค้นหา (Search Engine) ค้นหาได้รูปแบบของข้อความและกราฟิก

จากบริการต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีทั้งบริการที่มีคุณสมบัติความสามารถในการสื่อสารเฉพาะหน้าของการสื่อสารแบบบุคคลและความสามารถในการสื่อสารไปสู่ผู้รับจำนวนมากเช่นเดียวกับสื่อมวลชน

E. Roger⁴ ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อใหม่ (การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์) กับรูปแบบการสื่อสารอย่างเดิม ๆ ที่มีอยู่ คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน ไว้ดังนี้

⁴ E. Roger อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: Higher Press, 2547), น. 161-162.

ตารางที่ 2.1

คุณลักษณะของสื่อใหม่เปรียบเทียบกับสื่อบุคคลและสื่อสารมวลชน

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (การสื่อสารระหว่างบุคคล มีเครื่องมือช่วย)	สื่อสารมวลชน
1. การไหลของข่าวสาร	- จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับ 2-3 คน	- จากผู้ส่งหลายคนสู่ผู้รับหลายคน	- จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับจำนวนมาก
2. ความรู้ที่แหล่งผู้ส่งมีต่อผู้รับสาร	- ผู้ส่งมีความรู้ต่อผู้รับในฐานะปัจเจกคนหนึ่ง	- ผู้ส่งมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับเนื่องจากระบบ Interactive	- ผู้ส่งที่ทำงานในองค์กรสื่อแทบไม่มีความรู้เรื่องผู้รับสารเลย
3. การแบ่งประเภทผู้รับสาร	- สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	- สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	- ต่ำ (เพราะข่าวสารเดียวกันจะถูกถ่ายทอดให้ทุกคน)
4. ระดับของการตอบโต้	- สูง	- สูง	- ต่ำ
5. ปฏิกริยาป้อนกลับ	- มีมากและฉับพลัน	- มีบ้างแต่ก็มีข้อจำกัด อาจฉับพลันหรือต้องรอ	- มีข้อจำกัดมากและล่าช้ามาก
6. ศักยภาพที่จะเก็บรักษาข่าวสาร	- ต่ำ	- ส่วนใหญ่จะสูงมาก	- บงสื่ออาจจะต่ำเช่นวิทยุ แต่บางสื่อสูง เช่นหนังสือ
7. ประเภทของเนื้อหา	- เน้นหนักไปทางเรื่องสังคม-อารมณ์	- ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม อารมณ์ เน้นเรื่องการทำงาน	- ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม อารมณ์
8. ลักษณะอวัจนภาษา	- มีการใช้มาก	- บางประเภทมีการใช้อวัจนภาษาค่อนข้างมาก	- สื่อมวลชนประเภทที่มองเห็นภาพจะมีการใช้อวัจนภาษามาก
9. การควบคุมการไหลของการสื่อสาร	- ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้เท่าเทียมกัน	- ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้เท่าเทียมกัน	- ผู้รับสารไม่สามารถควบคุมการสื่อสารได้
10. ลักษณะความเป็นส่วนตัว	- ต่ำ	- ตามปกติต่ำ	- สูง

สอดคล้องกับ อนุชา ทิรคานนท์⁵ ที่กล่าวถึงสื่อประเภทใหม่นี้ว่า สามารถรองรับความต้องการของสื่อสารได้ทั้งในฐานะสื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารกึ่งมวลชน ซึ่งการสื่อสารประเภทหลังนี้อุณาได้ให้เหตุผลว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเพียงสื่อกึ่งมวลชนมิใช่สื่อมวลชนเพราะว่า คุณลักษณะของสื่อสารมวลชนนั้นมีนักวิชาการอธิบายและเสนอไว้มาแล้วไม่ต่ำกว่า 70 ปี อาทิเช่น ชาร์ลส์ ไรท์ ซึ่งได้ประมวลคุณลักษณะของการสื่อสารมวลชนไว้กว้าง ๆ 3 ประการ คือ 1) เป็นการสื่อสารที่มุ่งไปที่กลุ่มผู้รับสารที่มีขนาดใหญ่ 2) สารที่นำเสนอเป็นแบบสาธารณะ นั่นคือ ให้ทั่วถึงคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน และเป็นสารที่ไม่มีความลึกซึ้งในรายละเอียด 3) ผู้ส่งสารนั้นมักดำเนินการจากแหล่งหรือองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ซับซ้อน ด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง แต่ทว่าสำหรับสื่อใหม่นั้น คุณสมบัติประการแรกในความสามารถในการสื่อสารที่กว้างไกล ข้ามขอบเขตทางภูมิศาสตร์ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก เข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วได้เป็นคุณสมบัติที่น่าจะทำให้สื่อดังกล่าวอยู่ในข่ายความเป็นสื่อมวลชน แต่คุณลักษณะประการที่สองและสามของสื่อมวลชนนั้นไม่อาจนำมาใช้กับสื่อใหม่ได้เลย เพราะในการสื่อสารมวลชนนั้น ความสัมพันธ์ระหว่าง “สื่อ” ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางกับ “ผู้รับสาร” นั้น เป็นความสัมพันธ์ที่ห่างไกลและไม่สมดุล โดยมากมักเป็นการสื่อสารทางเดียวที่ไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากนัก แต่สื่อใหม่สามารถเป็นตัวกลางในการสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้รับสารยังสามารถเป็นผู้กำหนดปริมาณ คุณภาพ และการไหลของข้อมูลข่าวสารได้ตามความต้องการ ส่วนการดำเนินการและการบริหารสื่อใหม่นั้น ก็ไม่จำเป็นต้องเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ไม่ต้องใช้งบประมาณมาก จึงเป็นคุณลักษณะที่ทำให้สื่อใหม่แตกต่างจากสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมโดยสิ้นเชิง และทำให้สถานภาพของสื่อใหม่จึงเป็นเพียงกึ่งสื่อมวลชน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตในความคิดหวังและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จึงจำเป็นต้องเข้าใจประวัติการกำเนิดขึ้นอินเทอร์เน็ต คุณลักษณะการสื่อสารแบบกึ่งมวลชน เพื่อนำไปสร้างเป็นตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษาได้สอดคล้องกับธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตได้มากที่สุด โดยเฉพาะคุณลักษณะความเป็นสื่อกึ่งมวลชนทำให้การตั้งค่าตัวแปรเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของ

⁵ อนุชา ทิรคานนท์, “สื่อใหม่...มิติใหม่ ในทฤษฎีเก่า,” วารสารศาสตร์,

1 (พฤศจิกายน 2547): 42-43.

อินเทอร์เน็ตนั้น จำเป็นจะต้องนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำหน้าที่ทั้งของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนมาประยุกต์ใช้

แนวคิดและทฤษฎีเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน

จากคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่เป็นทั้งในฐานะสื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคลระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารถึงมวลชน ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตในการวิจัยครั้งนี้ จึงจำเป็นต้องพิจารณาการทำหน้าที่ของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

โดยลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของแนวคิดเชิงหน้าที่ คือ จะเริ่มด้วยการวิเคราะห์ว่า “ปัจเจกหรือระบบนั้นเกิดสภาวะความขาดอะไร และมีความต้องการอะไร (needs) เมื่อเกิดความต้องการแล้ว มีปฏิกิริยาอะไรเกิดขึ้น ปฏิกิริยานั้นสามารถทำหน้าที่ทำหน้าที่ตอบสนองปัจเจกหรือระบบนั้นได้หรือไม่” หรืออาจกล่าวได้ให้ง่ายและชัดเจนขึ้นว่า ในขณะที่การอธิบายแบบที่เคยมีมามักจะย้อนหลังกลับไปหาสาเหตุหรือต้นกำเนิด (Cause) ของพฤติกรรม/เหตุการณ์ แต่สำนักหน้าที่นิยมกลับมองไปข้างหน้าเพื่อจะดูผลลัพธ์ (Consequence) ที่ตามมาหลังจากเกิดพฤติกรรม/เหตุการณ์นั้นเพื่อตั้งคำถามว่า “เหตุการณ์ทำหน้าที่ได้ดีหรือไม่”⁶

แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น ก็มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีหน้าที่นิยม ซึ่งมองว่าสังคม คือระบบหนึ่งซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานหรือระบบย่อยจำนวนหนึ่งยึดโยงกันอยู่และช่วยกันทำงานคนละอย่าง ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นต่อส่วนรวม การสื่อสารก็ถือเป็นเครื่องมือหรือหน่วยงานหน่วยหนึ่งที่มามีบทบาทหน้าที่ตอบสนองความจำเป็นทางสังคม

ในปี พ.ศ. 2523 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการที่เรียกสั้น ๆ ว่า “McBride Commission” ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญระดับโลก 16 คน ตีพิมพ์หนังสือชื่อ “Many Voice, One World” ซึ่งได้สังเคราะห์และวิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยในบทที่สองของหนังสือเล่มดังกล่าว ซึ่งมีชื่อว่า

⁶ กาญจนา แก้วเทพ, “ทฤษฎีการสื่อสารตามทัศนะของสำนักหน้าที่นิยม,” ใน ปรัชญานิติศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548), น. 233.

มิติร่วมสมัย (Contemporary Dimension) ซึ่งได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารจากจุดยืนของปัจเจกชน ไว้ดังนี้⁷

1. การให้ข่าวสาร (Information) ซึ่งหมายถึง การเก็บ การรวบรวม การประมวลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ในรูปของข่าว ข้อมูล รูปภาพ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็น เพื่อยังผลให้บุคคลเกิดความเข้าใจและมีปฏิริยาอย่างถูกต้องตามภาวะของบุคคล สภาพแวดล้อม ประเทศและสังคมนานาชาติ นอกจากนี้ยังช่วยนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม

2. การสังคมกรรม (Socialization) ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะสมาชิกของสังคม ช่วยให้เกิดความสำนึกในการอยู่ร่วมสังคมกับบุคคลอื่น ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจกันเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

3. การสร้างแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึงการกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพยายามและตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายของสังคม เช่น การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเลื่อมใสระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นพระประมุข เป็นต้น

4. การถกเถียงและอภิปราย (Debate and Discussion) คือการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในสังคมเพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลดีต่อส่วนรวม รวมทั้งการกระตุ้นให้สาธารณชนสนใจ และให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม ไม่ว่าจะเป็นระดับท้องถิ่น ระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ

5. การให้การศึกษา (Education) คือการสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญา อุปนิสัย ทักษะและสมรรถภาพของบุคคล ตลอดทุกช่วงเวลาของชีวิต

6. การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Promotion) หมายถึง การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรีย์ภาพ

7. การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือการถ่ายทอดผลงานทางละคร ฟ้อนรำ วรรณกรรม ดนตรี การละเล่น และศิลปะต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานรื่นเริงและพักผ่อนหย่อนใจ

8. การประสานสามัคคี (Integration) คือการให้บุคคล กลุ่ม และประชาชนได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิต

⁷ McBride's Commission อ้างถึงใน สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาท สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ, พิมพ์ครั้งที่ 6 (กรุงเทพมหานคร: โกสินทร์, 2547), น. 61-63.

นอกจากหน้าที่ของการสื่อสารที่สื่ออินเทอร์เน็ตควรนำมาเป็นที่ตั้งในการเป็นหน่วยงานหน่วยหนึ่งในสังคมแล้ว ยังควรพิจารณาถึงแนวคิดเรื่องการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอีกด้วย เนื่องจากการที่สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากจากทั่วทุกมุมโลกในเสี้ยววินาทีเดียวกัน ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตมีส่วนคล้ายคลึงกับสื่อมวลชนที่มีพื้นฐานในการติดต่อสื่อสารกับคนจำนวนมากในสังคมเช่นเดียวกัน

เดนิส แมคควอล (Denis McQuail) ได้วิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจว่า

เป็นการยากที่จะบอกว่าสื่อมวลชนกำลังทำหรือจะทำอะไรให้เกิดผลต่อสังคม กระบวนการสื่อสารมีหลายมิติ หลายปัจจัย ต้องใช้เวลายาวนานจึงจะพิสูจน์ได้ว่าการสื่อสารอะไรก่อให้เกิดผลอะไรต่อสังคม บทบาทหน้าที่อาจจะเป็นอดีตกาล ปัจจุบัน หรืออนาคตกาล แต่บทบาทหน้าที่มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นจริงอย่างนั้น (actual and concrete results as such) เป็นเพียงความประสงค์หรือเจตจำนง (purpose) ที่ฝ่ายต่าง ๆ อยากจะมันเกิดขึ้น ส่วนหนึ่งอาจจะเกิดขึ้นแล้วแต่อีกหลาย ๆ ส่วนอาจจะยังไม่เกิดขึ้น เช่นที่กล่าวกันว่า การสื่อสารมวลชนมีบทบาทหน้าที่ในการเสนอข่าวแก่มวลชน ความจริงแล้วอาจจะมีสื่อมวลชนบางส่วนข่าวบางข่าว และมวลชนบางส่วนเท่านั้นที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการกระทำตามคำกล่าวนั้น แต่ถ้าใครมากล่าวในทางตรงข้ามว่าการสื่อสารมวลชนไม่มีบทบาทหน้าที่ในการเสนอข่าวแก่มวลชนก็ต้องได้รับการคัดค้านจากทุกฝ่าย ทั้งนี้เพราะว่าทุกฝ่ายมีความประสงค์ที่จะให้เป็นอย่างนั้น ส่วนจะต้องทำมากหรือน้อย และได้ผลหรือไม่เพียงใด เป็นเรื่องที่จะต้องพูดกัน โดยอาศัยพื้นฐานปรัชญาเสรีภาพของสังคมนั้น ๆ รวมถึงการพิจารณาศึกษาเรื่องประสิทธิภาพสื่อในความเป็นจริงด้วย ดังนั้น บทบาทหน้าที่จึงเป็นเพียงความประสงค์ที่จะให้สื่อมวลชนทำอย่างนั้นอย่างนี้ตามเหตุผลอ้างอิงทางวิชาการหรือทางการเมือง⁸

⁸ Denis McQuail, อ้างถึงใน สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาท สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ, พิมพ์ครั้งที่ 6 (กรุงเทพมหานคร: โกสินทร์, 2547), น. 72-73.

แมคเคเวลยังได้กล่าวถึงทฤษฎีการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคม โดยกล่าวถึง ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ นักรัฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียงผู้หนึ่งซึ่งเป็นผู้เริ่มแนวคิดของหน้าที่หลักพื้นฐานของสื่อมวลชนว่าต้องเป็นไปตามระบบใหญ่ คือ การรักษาเสถียรภาพของสังคม โดยแบ่งหน้าที่ดังนี้⁹

1. สังเกตการณ์สภาพแวดล้อม (Surveillance of the Environment) สื่อมวลชนมีหน้าที่เฝ้าดูแลสอดส่องเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงภัยอันตรายที่อาจมีผลกระทบต่อสมาชิกของสังคมให้สังคมได้รับทราบ เพื่อจะได้มีปฏิกิริยาโต้ตอบได้ถูกต้อง

2. ประสานสัมพันธ์ส่วนต่าง ๆ ของสังคมให้รวมตัวกันอยู่ได้ (Correlation of the Parts of the society) ช่วยปรับสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ให้มีความเข้าใจซึ่งกันและกันและอยู่ร่วมกันในสังคมเดียวกันได้ด้วยความสะดวกสบายเรียบร้อยตามสมควร

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of Social Inheritance) คือการทำให้เกิดการสืบทอดวัฒนธรรม ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมและบรรทัดฐานไปยังอนุชนรุ่นหลัง

ต่อมา ชาร์ลส์ อาร์ ไวท์ (Charles R. Wright) ได้เพิ่มหน้าที่ของสื่อมวลชนอีก 1 ข้อ คือ

4. ให้ความบันเทิง (Entertainment) ถึงแม้ว่าจะเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง แต่ก็เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในแง่มุมใหม่ คือ การให้การพักผ่อน และลดความตึงเครียดจากสภาพต่าง ๆ ที่ประสบอยู่ในสังคม

ต่อมา เดนิส แมคเคเวล (Denis McQuail) ได้เพิ่มหน้าที่ของสื่อมวลชนอีก 1 ข้อ คือ

5. กระตุ้นเร้าและการผลักดัน (Mobilization) สื่อมวลชนมีหน้าที่กระตุ้นเร้าสังคมเพื่อพัฒนาให้เกิดผลประโยชน์ของชาติ ส่งเสริมประเด็นทางสังคมร่วมกัน เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ศาสนา สังคม

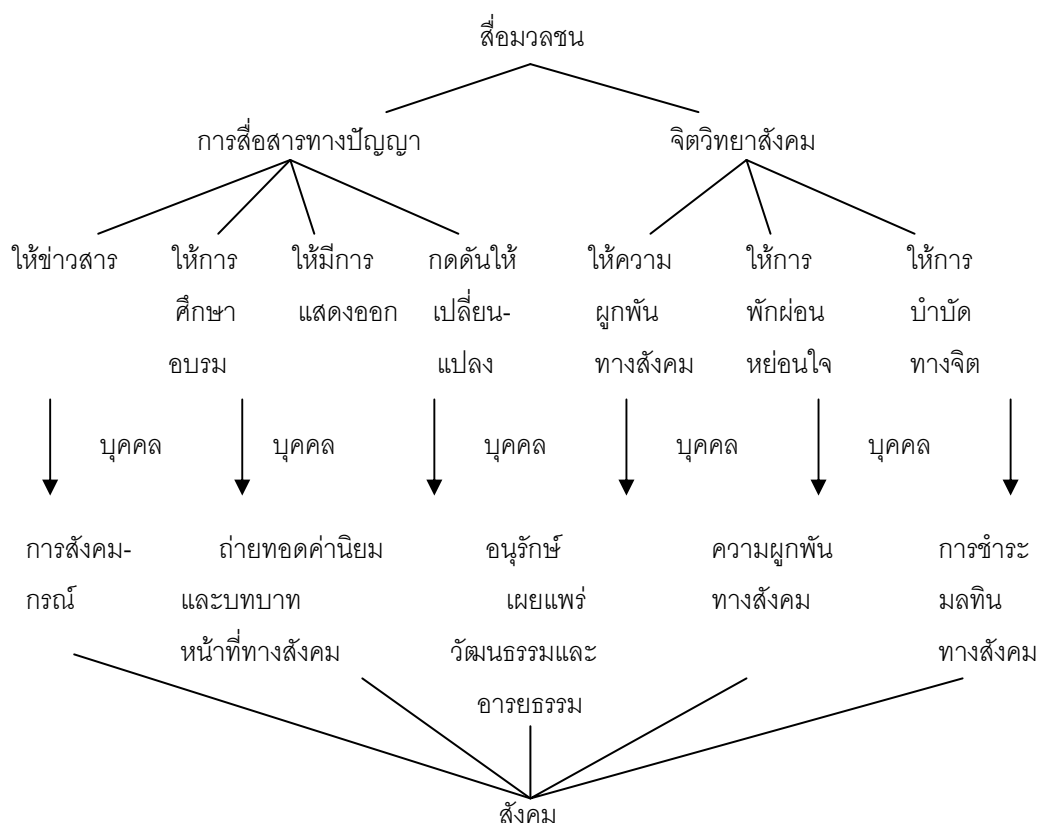
แนวคิดทฤษฎีเรื่องการทำหน้าที่นี้ ได้ถูกพัฒนาโดยนักวิชาการอีกเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น โรเจอร์ส คลอสส์¹⁰ (Roger Clausse) ได้สร้างแบบจำลองเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนขึ้นมา ดังนี้

⁹ Denis McQuail, McQuail's Mass Communication Theory, Fifth Edition (London: Sage Publication, 2005), pp. 97-98.

¹⁰ Roger Clausse อ้างถึงใน สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาท สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ, น. 79-81.

แผนภาพที่ 2.1

แสดงแบบจำลองบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชน



จากแบบจำลองสามารถอธิบายได้ว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนสามารถแบ่งออกได้เป็นสองด้านคือ บทบาทหน้าที่สื่อสารทางปัญญา (Intellectual Communication) และบทบาทหน้าที่ด้านจิตวิทยาสังคม (Psycho-Social Function) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่สื่อสารทางปัญญา ได้แก่

1.1 การให้ข่าวสาร ซึ่งรวมถึงข่าวประจำวันและข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ ฯลฯ

1.2 การให้การศึกษาระดับอุดม หมายถึง การเสนอข่าวสารและความรู้ที่มีระบบและกรรมวิธี เพื่อให้ผู้รับสารได้รับการศึกษาและอยู่ร่วมสังคมกับผู้อื่นได้ (Socialization) รวมถึงการถ่ายทอดค่านิยมและบทบาทหน้าที่ทางสังคมที่เป็นที่ยอมรับกัน อาจแบ่งเป็นข้อ ๆ คือ

1.2.1 การสร้างความคิดและความรู้สึก โดยการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมและอารยธรรม

1.2.2 การสร้างความคิดเห็น โดยการวิจารณ์เชิงอธิบายเหตุการณ์

1.2.3 การพัฒนาด้านอาชีพ โดยให้การศึกษาเกี่ยวกับวิชาชีพและการทำมาหากินอื่น ๆ

1.3 การแสดงออก หมายถึงการสร้าง การผลิต และการสอดใส่ค่านิยมและบทบาทหน้าที่ที่พึงกระทำลงไปในการคิดและกิจกรรม รวมทั้งการให้เหตุผลเพื่อเปลี่ยนแปลงความคิด ความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรม

1.3.1 การแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมและอายุธรรม

1.3.2 การแสดงออกซึ่งอุดมการณ์ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ประจำวัน

1.3.3 การใช้เหตุผล คือการโต้แย้งด้านความคิดเห็นเพื่อเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงหลักเหตุผลที่ประชาชนยึดมั่นมาแต่ดั้งเดิม

1.4 ความกดดัน หมายถึง ความพยายามที่จะสร้างหรือเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ทศนคติ หรือพฤติกรรม อาทิเช่น การโฆษณาสินค้าหรือการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง

2. บทบาทหน้าที่ทางจิตวิทยาสังคม ได้แก่

2.1 ความผูกพันทางสังคม หมายถึงการช่วยให้คลายเหงา ทดแทนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งลดน้อยลง ทำให้ได้รับความอบอุ่นจากการติดต่อกับเพื่อนมนุษย์ในรูปแบบใหม่

2.2 การพักผ่อนหย่อนใจ ช่วยทำให้ร่างกายและจิตใจได้พักผ่อนและมีกำลังขึ้นมาใหม่ หลังจากอ่อนเพลียและตึงเครียดจากการทำงาน

2.3 จิตบำบัด คือการรักษาเยียวยาภาวะไม่สบายต่าง ๆ ในความคิดจิตใจ เช่น ความโศกเศร้า ความผิดหวัง ทั้งนี้ด้วยการให้ข่าวสารที่อาจขัดแย้งทดแทนสิ่งที่ขาดไปหรือสิ่งที่อยากได้ หรือเพื่อลดหรือลบล้างความทุกข์ เพื่อชำระความขุ่นหมองที่เกิดจากสังคม หรือชะล้างความไม่สบายใจต่าง ๆ อันเกิดจากการติดต่อกับผู้อื่น

จากแบบจำลองเห็นได้ว่า มีโครงสร้างเริ่มต้นจากบทบาทหน้าที่ของสื่อที่มีต่อบุคคลก่อนแล้วจึงผ่านออกไปเป็นบทบาทหน้าที่ที่มีต่อสังคม และมีบทบาทหน้าที่ที่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ แมคเคเวลกล่าวไว้ 4 ประการ คือ การให้ข่าวสาร การแสดงออกทางความคิดเห็น การให้การศึกษา และการให้ความบันเทิง

การศึกษาเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตในครั้งนี้ จึงนำทั้งแนวคิดบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารและบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนที่กล่าวไปข้างต้นมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยแบ่งการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตออกเป็น

1. หน้าที่ในการรายงานข่าวสารความเป็นไปในสังคม
2. หน้าที่ในการให้ข้อมูล ความรู้
3. หน้าที่ในการเป็นช่องทางในการแสดงออกทางความคิดเห็น
4. หน้าที่ในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างคนในสังคม
5. หน้าที่ในการให้ความสะดวกสบายในวิถีชีวิต
6. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล

แนวคิดทฤษฎีเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลมีความเชื่อพื้นฐานว่า มนุษย์ทุกคนจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างระหว่างบุคคลนั้นไม่เพียงแต่ความแตกต่างกันทางร่างกาย แต่ยังรวมไปถึงความแตกต่างทางสติปัญญา ทางสังคม และทางอารมณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านั้นทำให้บุคคลแต่ละคนมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร

สอดคล้องกับคำกล่าวของ เดอฟลอร์ (DeFleur)¹¹ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมมาแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกันด้วย

ความแตกต่างระหว่างบุคคลนี้ มีความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารอย่างยิ่ง เนื่องจากการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสารนั้น ผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารได้ตรงตามความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการ การสื่อสารนั้นก็ประสบความสำเร็จ แต่ในทางตรงข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารหรือเข้าใจไม่ตรงความต้องการของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ล้มเหลว และพฤติกรรมการใช้สื่อและการทำความเข้าใจในเนื้อหาจากสื่อของบุคคลอาจมีสาเหตุมาจากสิ่งที่สะสมอยู่ในตัว

¹¹ DeFleur อ้างถึงใน พัทนี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรพันธ์ อนุวัชรวิวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพมหานคร: เบลโล่การพิมพ์ (1988), 2541), น. 211-212.

บุคคลนั้น ๆ ดังนั้น เมื่อบุคคลมีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมทั่วไปแตกต่างกัน ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมด้านการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ อีกด้วย ซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าวนั้น นอกจากจะหมายถึง การใช้ภาษาในการสื่อสาร ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ยังรวมถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ

กาญจนา แก้วเทพ¹² กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลไว้ว่า แม้คนที่อยู่ในสังคมเดียวกัน มีลักษณะร่วมกันบางประการ แต่คนแต่ละคนก็จะมีเอกลักษณ์ที่เป็นหนึ่งเดียวของตนเองที่ไม่มีใครเหมือน (แม้จะเป็นคู่แฝดก็ตาม) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้ได้ช่วยเปลี่ยนแปลงแนวคิดเดิมของการสื่อสารมวลชนแบบเดิมที่พยายาม “ออกแบบสารอันเดียวให้เหมาะกับทุกคน” (One Message Fits All) ว่าความพยายามดังกล่าวเป็นสิ่งที่เป็นไปได้เพราะคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน

ทั้งนี้ จากความแตกต่างดังกล่าวนี้ จึงเป็นเหตุผลพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารที่แตกต่างกันและอาจส่งผลไปถึงความแตกต่างในด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วย

ประมะ สตะเวทิน¹³ ได้กล่าวว่า ความแตกต่างทางลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร และผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ร่วมกันย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ดังกล่าว ได้แก่

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม (more liberal) ยึดถืออุดมการณ์กว่า (more idealistic) ใจร้อนกว่า (more impatient) และมองโลกในแง่ดี ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดเป็นอนุรักษนิยม (more conservative) มีความระมัดระวังมากกว่า (cautious) ตลอดจนโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง¹⁴ เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคเชื่อย่างต่าง ๆ มามากกว่า ทำให้มีความระมัดระวังในเรื่องของความคิด การกระทำ และการไว้วางใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ คนที่มีวัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่ง

¹² กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 211-214.

¹³ ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, (กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2529) น. 107-112.

¹⁴ Michael Bargoan, Approaching Speech/Communication. (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1974) , p. 58.

ต่าง ๆ ที่ต่างไปด้วย เช่น ลักษณะการใช้สื่อมวลชน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

2. เพศ (Gender) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิดเห็น ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน จากงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ ยังชี้ให้เห็นว่า เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้การศึกษาวิจัยในต่างประเทศ ยังพบว่า ผู้รับข่าวสารที่เป็นผู้ชายจะถูกโน้มน้าวใจได้ยากกว่าผู้รับข่าวสารที่เป็นผู้หญิง¹⁵

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ซึ่งมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน อาทิเช่น ผู้รับสารที่มีอาชีพแม่บ้านหรือขายของที่บ้านย่อมมีโอกาสใช้สื่อที่บ้าน แต่สำหรับผู้รับสารที่ออกไปทำงานนอกบ้าน สื่อที่ใช้ย่อมมีลักษณะเปลี่ยนไป¹⁶ หรือ ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. การศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่ต่างกัน นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่ไม่เท่ากันยังกำหนดระดับขั้นทางสังคมของบุคคล คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะการศึกษามีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ที่กว้างขวางขึ้น ทำให้คนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ

¹⁵ Schramm อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์, 2527), น. 166.

¹⁶ กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: แบรินด์เอจ, 2547), น. 218-219.

คนเหล่านี้จะใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

แม้คุณสมบัติภายนอกของกลุ่มผู้รับสารจะใกล้เคียงกัน แต่โครงสร้างภายในอาจแตกต่างกัน โดยขณะที่โครงสร้างภายนอกที่แตกต่างกันสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อที่แตกต่างกันแล้ว โครงสร้างภายในที่แตกต่างกันนั้นก็อาจเป็นผลโดยตรงมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชนหรืออิทธิพลทางอ้อมของสื่อมวลชนได้เช่นกัน

จากความสำคัญในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ โดยเลือกตัวแปร อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (ได้แก่อาชีพและรายได้) และการศึกษา ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ความคาดหวังและความพึงพอใจเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ

แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)¹⁷ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเน้นใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสาร ด้วยหลักการเดียวกันกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจด้วย คือ เน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและเหตุผลตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดที่จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสาร จึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือน ๆ กับคนอื่น ๆ

¹⁷ ยุกพล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 92.

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคต ที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร

แคทซ์¹⁸ ได้กล่าวถึงทฤษฎีนี้ว่า เป็นทฤษฎีที่มีมุมมองว่า ผู้รับสารเป็นผู้กระทำมากกว่าเป็นผู้ถูกกระทำ ผู้รับสารมีเป้าหมายที่จะสนองความพึงพอใจของตน โดยการสร้างความคาดหวัง (Expectation) ต่อสื่อและเนื้อหาสื่อเพื่อจะสนองความพึงพอใจและผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำเพื่อให้บรรลุความพึงพอใจนั้น

กาญจนา แก้วเทพ¹⁹ ได้กล่าวถึงแนวความคิดนี้ไว้ว่า แรงจูงใจในการใช้สื่อนั้นเกิดจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัล/ผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง เช่น ดูข่าวก็ได้รางวัลเป็น “ข้อมูล” ดูหนัง/ละคร ก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนานบันเทิง รางวัลที่เกิดตามมาจากการใช้/เปิดรับสื่อนั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่าหรือความชอบเป็นส่วนตัว แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้นเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่านจึงเปิดหน้าละครก่อนจะอ่านข่าว หรือในกรณีโทรทัศน์อาจจะกดรีโมทคอนโทรลเปลี่ยนจากช่องที่กำลังมีข่าวไปสู่ช่องที่มีละคร เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratification)

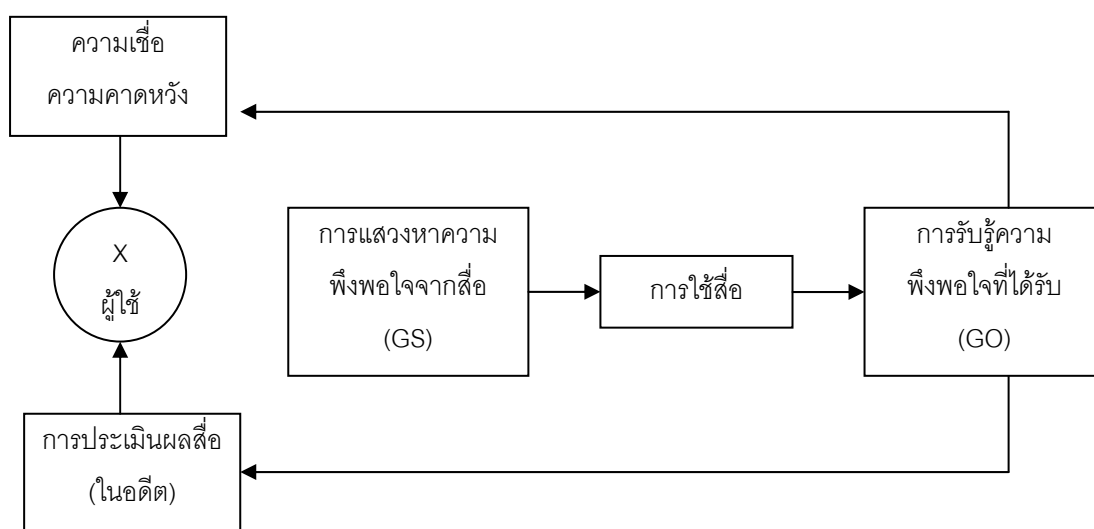
¹⁸ Katz and other in Galloway; John J.; and K. Louise Meek, “Audiences Uses and Gratification: An Expectancy Model,” Communication Research, 8 (October 1981): 435-449.

¹⁹ กาญจนา แก้วเทพ, การสื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 384-385.

สอดคล้องกับแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Value Paradigm) ของ พาล์มกรีน และเรเบิร์น²⁰ ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

แผนภาพที่ 2.2

แสดงแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



ที่มา: ดัดแปลงจาก Denis McQuail, McQuail's Communication Theory, Fifth Edition (London: Sage, 2005), p. 428.

จากแบบจำลองอธิบายได้ว่า การที่บุคคลจะค้นหาความพึงพอใจจากสื่อหนึ่ง ๆ นั้นมาจากความเชื่อ หรือความคาดหวัง ว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ เมื่อผสมผสานกับการประเมินค่าทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้นเป็นแรงจูงใจที่จะแสวงหาความพึงพอใจ ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อนั้น ๆ ทำให้ได้ได้รับความพึงพอใจ และเป็นผลย้อนกลับไปของความเชื่ออีกครั้ง

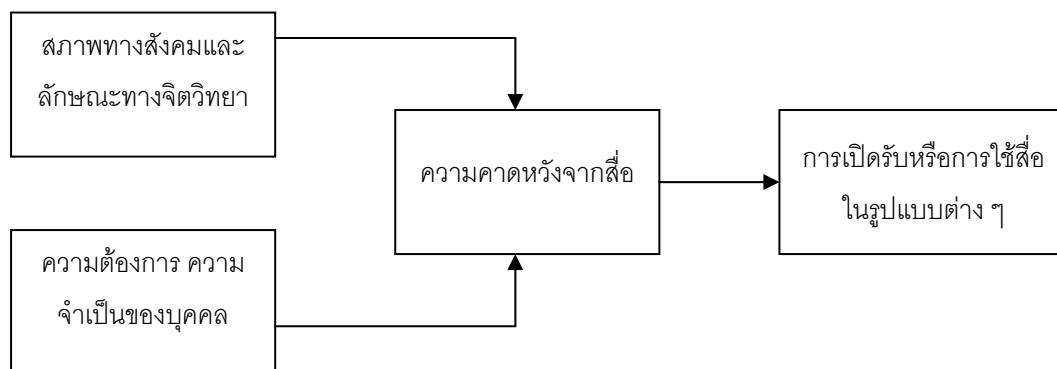
²⁰ Palmgreen and Rayburn, An Expectancy – Value Approach to Media Gratification (Beverly Hills, CA: Sage, 1985) cited by Denis McQuail, McQuail's Communication Theory, pp. 427-428.

นอกจากนี้ ในแบบจำลอง Palmgreen & Rayburn ได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ” (การแสวงหาความพึงพอใจ - Gratification Sought - GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง” (Gratification Obtained - GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากที่ได้ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร (ใช้ที่ไรไม่เคยผิดหวัง) ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนอกสนใจก็จะพลอยเพิ่มไปด้วย ในทำนองเดียวกัน หากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO

แคทซ์และคณะ²¹ ได้ทำการศึกษาและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการใช้สื่อโดยสร้างเป็นแบบจำลองไว้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2.3

แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์ความคาดหวังและพฤติกรรมการใช้สื่อ



จากแบบจำลองสามารถอธิบายได้ว่า iva การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใด ๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจหรือมีความคาดหวังต่อสื่อ นั้นก่อน ซึ่งปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสาร คือ

1. สภาพทางสังคมและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (The Social and Psychological Origins) ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันออกไป

²¹ Katz, Blumer and Gurevitch อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 89.

2. ความต้องการและความคาดหวังในการใช้สื่อ (Needs, Expectation of the Mass Media) ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไป

สรุปได้ว่า ลักษณะผู้ใช้สื่อที่แตกต่างกันทำให้เกิดความต้องการซึ่งนำไปสู่ความคาดหวังอันเป็นจุดมุ่งหมายที่มีอยู่ในใจต่อสื่อที่แตกต่างกัน และทำให้เกิดสื่อกำหนดการใช้สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

โดยในแง่การศึกษาเรื่องของการต้องการในการใช้สื่อนั้น นักวิชาการสื่อสารมวลชน แม็คคอมบส์ และ เบคเกอร์²² (McCombs and Becker) ได้อธิบายไว้ว่า บุคคลจะใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการของตนเอง ดังนี้

1. ความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้ทันสมัยและรู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ความต้องการตัวช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การใช้สื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการพูดคุยสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) การใช้สื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. ความต้องการการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. เพื่อต้องการความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับในประเทศไทย พรทิพย์ วรภิจโภาคาร²³ ได้กล่าวถึง ความต้องการของผู้รับสาร 4 ประการ คือ

²² Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, Using Mass communication Theory (Eaglewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1979), pp. 51-52.

²³ พรทิพย์ วรภิจโภาคาร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 290-291.

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน (Utilization) ผู้รับสารจะรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟังข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น หรืออ่านข่าวที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติ ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการรับข่าวสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารนั้นจะเป็นข่าวสารที่เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารนั้นได้มาด้วยความยากลำบากหรือความไม่สะดวก ผู้รับสารก็อาจไม่เปิดรับข่าวสารนั้นเลยก็ได้

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติมนุษย์ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำกรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องของความคาดหวังในการใช้สื่อมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความคาดหวังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่รายงานข่าวสารความเป็นไปในสังคมของอินเทอร์เน็ต
2. ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล ความรู้ของอินเทอร์เน็ต
3. ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ในการเป็นช่องทางในการแสดงออกทางความคิดเห็นของอินเทอร์เน็ต
4. ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างคนในสังคมของอินเทอร์เน็ต
5. ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ในการให้ความสะดวกสบายในวิถีชีวิต
6. ความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิงของอินเทอร์เน็ต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) นี้เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญกับกลุ่มของผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จึงกล่าวได้ว่า เป็นทฤษฎีที่เปลี่ยนคำถามของทฤษฎีสื่อสารมวลชนในอดีตว่า สื่อทำอะไร

กับเรา มาเป็น เราทำอะไรกับสื่อ (Ask not what media do to people, but ask what people do with media) โดยอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) ในมุมมองของผู้รับสารในฐานะปัจเจกบุคคล

โดยการศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนโดยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เริ่มต้นเป็นครั้งแรกเมื่อ เฮอริชอก (Herzog)²⁴ ศึกษาเกี่ยวกับความพอใจ ที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ในขณะเดียวกัน การศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารเริ่มส่อเค้าว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ ตัวอย่างเช่น ลาซาร์สเฟลด์ และ สแตนตัน (Lazarsfeld and Stanton) พบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกแต่เดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งการค้นพบครั้งนี้เป็นแนวให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่าผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยนไปสู่ความคิดที่ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้การวางแนวคิดใหม่ซึ่งถือว่า ในการสื่อสารนั้นผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก²⁵

การวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ ได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่ง เมื่อ Katz และคณะ²⁶ ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐานและความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานชิ้นแรกที่มีลักษณะเป็นการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) รวมทั้งยังเป็นต้นแบบของงานวิจัยในแนวนี้และเครื่องมือในการวัดที่ใช้ในการศึกษาต่อ ๆ มา ก็ยังคงเลียนแบบงานชิ้นนี้อยู่มาก กล่าวคือ Katz ได้ทำการวิจัยและสร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ องค์ประกอบทั้งสามนี้ได้แก่

²⁴ Herzog, 1944, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 85-92.

²⁵ ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 85.

²⁶ Katz and other, 1973, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 85-86.

1. Mode คือลักษณะของความ ต้องการ เช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
 - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ Katz และคณะ ได้นำมาสร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้น เป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองความพึงพอใจได้

นอกจากนี้ แคทซ์ และคณะ²⁷ ยังได้สรุปแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ดังนี้

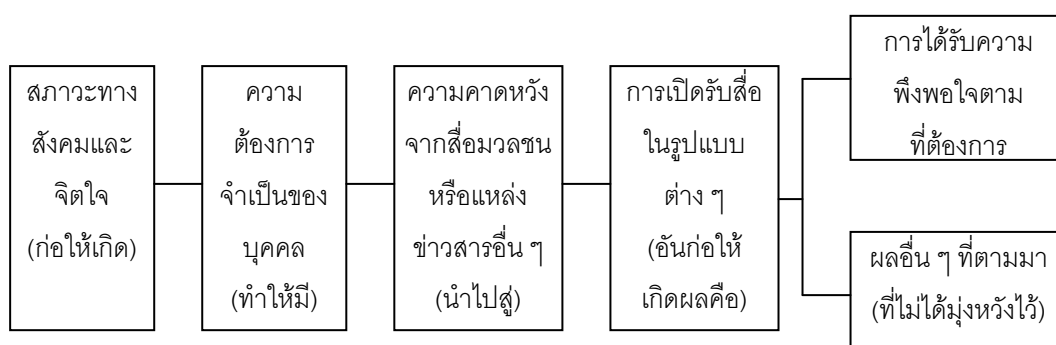
การศึกษากการใช้สื่อและการรับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคม และจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4)

²⁷ Jay G. Blumler and Elihu Katz, The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research (Beverly Hills: Sage Publications, 1974), cited by Denis McQuail and Sven Windahl. Communication Models for The Study of Mass Communications (London: Longman, 1993), pp. 133-134.

สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน ซึ่งสามารถสร้างเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.4

แสดงแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ



ที่มา: Denis McQuail and Sven Windahl. Communication Models for The Study of Mass Communications (London: Longman, 1993), pp. 134.

สอดคล้องกับ Wright²⁸ ที่ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของการศึกษาสื่อโดยไม่ได้มองเพียงว่า สื่อมีอิทธิพลต่อมนุษย์ แต่มองว่า มนุษย์ต่างหากที่ใช้สื่อสนองความพอใจของตน แท้ที่จริง คือ การมองดูหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร (Functional Approach) นั่นเอง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาประยุกต์ใช้ในการสร้างตัวแปรในศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อการทำหน้าที่ในการรายงานข่าวสารความเป็นไปในสังคมของอินเทอร์เน็ต
2. ความพึงพอใจต่อการทำหน้าที่ในการให้ข้อมูล ความรู้ของอินเทอร์เน็ต

²⁸ C. Wright, Mass Communication: A Sociological Perspective (New York: Random House, 1950), p. 153.

3. ความพึงพอใจต่อการทำหน้าที่ในการเป็นช่องทางในการแสดงออกทางความคิดเห็นของอินเทอร์เน็ต
4. ความพึงพอใจต่อการทำหน้าที่ในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างคนในสังคมของอินเทอร์เน็ต
5. ความพึงพอใจต่อการทำหน้าที่ในการให้ความสะดวกสบายในวิถีชีวิต
6. ความพึงพอใจต่อการทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิงของอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ²⁹ ทำการศึกษาเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร ด้วยการศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวในเวลาที่แตกต่างกัน (One Group Pretest – Posttest Design) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเริ่มต้นและศึกษาว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างจะมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ รวมทั้งศึกษาว่าพฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชนและพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในครอบครัวหลังจากการใช้อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนแปลงหรือไม่ โดยเลือกศึกษาเฉพาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 123 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลทั้งก่อนและหลังการใช้อินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้ระดับปานกลางคือ 2-3 วันต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาในการใช้ระดับปานกลางคือ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และนิยมใช้การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาคือ การสืบค้นหาข้อมูลด้วยไฮเปอร์เท็กซ์และการสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ที่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน ลดลงแต่ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชนไม่ลดลง และผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากมีความถี่และระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ลดลงแต่ความถี่และระยะเวลาในการชมโทรทัศน์และฟังวิทยุไม่ลดลง แต่ผู้ที่มีความถี่และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากไม่มีพฤติกรรมการสื่อสารระหว่าง

²⁹ น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ, “การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

บุคคลในครอบครัวลดลง ส่วนตัวแปรเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ต

ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์³⁰ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web Site) ของใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์, พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์, ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บไซต์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้โดยเฉลี่ย สัปดาห์ละ 5.52 ครั้ง และมีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยครั้งละ 2.44 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่มีการใช้บ่อยที่สุดคือช่วงระหว่างเวลา 20.01-24.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี สถานที่ที่ใช้เว็บไซต์มากที่สุดคือ บ้านและที่ทำงาน และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์โดยไม่เสียค่าบริการ ส่วนวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์พบว่า วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง โดยมี 3 เว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้มากที่สุดคือ ฮอตเมลล์ ดอท คอม (Hotmail.com) ยะฮู ดอท คอม (Yahoo.com) และ ซานูก ดอท คอม (Sanook.com) ในส่วนของความคาดหวังประโยชน์ที่จะได้จากเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับ 3 อันดับแรกคือ การช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ช่วยค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการศึกษาและงานวิจัย และช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ นั่นคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

วัลณี โอฟารโชติสถานนท์³¹ ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

³⁰ ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์, “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

³¹ วัลณี โอฟารโชติสถานนท์, “ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณิณทล,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

และปริมาณผล โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์และเว็บมาสเตอร์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ 7 ฉบับ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ในด้านพฤติกรรม的开ปิดรับข่าวสารพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้วมากกว่า 4 ปี มักใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน โดยเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสูงสุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ ในด้านค่าเฉลี่ยรวมของความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับมากทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาด้านใช้เวลาในการดาวน์โหลดข้อมูลนาน และปัญหาการขัดข้องทางเทคนิคและแม่ข่าย เช่น สายหลุดบ่อย หน้าเว็บเพจ error

ในส่วนการสัมภาษณ์ พบว่านโยบายการจัดทำเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพียงสื่อเสริมที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ส่วนเนื้อหาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะไม่มีเนื้อหาแตกต่างกันมาจากหนังสือพิมพ์ปกติ ยกเว้นบางฉบับที่มีคอลัมน์พิเศษ เช่น คอลัมน์เกี่ยวกับไอทีของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ และเนื้อหาด้านการวิเคราะห์เศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจและเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

จุฬิธา อภัยโรจน์³² ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพ โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจแบบวัดผลครั้งเดียวจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเคยเข้าอ่านเว็บไซต์สุขภาพ จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาในส่วนของพฤติกรรม的开ปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาเปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน และใช้เวลาเปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพในแต่ละครั้ง 15-30 นาที โดยส่วนใหญ่เปิดอ่านในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. สถานที่ที่เปิดอ่านเว็บไซต์คือ ที่บ้าน และเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดอ่านเป็นประจำคือ www.clinicrak.com (คลินิกโรคต่อทคอม) ส่วนประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพที่เปิดอ่านเป็นประจำคือ โภชนาการ/อาหาร และส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์สุขภาพจาก Link ของเว็บไซต์อื่น

³² จุฬิธา อภัยโรจน์, “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

ในส่วนของความคาดหวังในการใช้ประโยชน์จากการอ่านเว็บไซต์สุขภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังต่อความต้องการนำแนวทางส่งเสริมสุขภาพไปใช้เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงอยู่เสมอมากที่สุด และมีความคาดหวังต่อความต้องการนำข้อมูลการฟื้นฟูสุขภาพไปใช้สนทนากับผู้อื่นน้อยที่สุด นอกจากนี้ ในส่วนของความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากการเปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพที่ทันสมัยมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อการที่สามารถนำข้อมูลฟื้นฟูสุขภาพไปใช้สนทนากับผู้อื่นน้อยที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยนำข้อมูลจากเว็บไซต์สุขภาพไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยนำข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายให้ถูกวิธีไปใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด

อริชัย อรรถอุดม³³ ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการหางานและสมัครงานของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับสูง โดยคาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารการสมัครงาน ประหยัดค่าใช้จ่าย และจะได้งานที่พอใจที่สุด

ส่วนปัจจัยทางประชากร ตัวแปรเพศและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์จากการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเพศอายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการหาตำแหน่งงานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมในการหางานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งความถี่และเวลา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้บริการหางานและสมัครงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

สุพัตรา อมตทวีวัฒน์³⁴ ได้ทำการศึกษาลักษณะอีเมลแบบส่งต่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตอบสนองต่ออีเมลแบบส่งต่อของผู้ใช้

³³ อริชัย อรรถอุดม, “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการหางานและสมัครงานของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

³⁴ สุพัตรา อมตทวีวัฒน์, “ลักษณะอีเมลแบบส่งต่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนอง,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

อีเมลและปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนอง นอกจากนี้ยังต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้เล่นอีเมลแบบส่งต่อกับพฤติกรรมการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อรวมทั้งประเภทและลักษณะอีเมลแบบส่งต่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนองอีกด้วย

จากผลการศึกษาพบว่า “การศึกษา” เป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการส่งต่อ และความถี่บ่อยในการใช้อีเมล การอ่านข่าวสารจากอีเมล และความรู้สึกต่ออีเมลแบบส่งต่อ ล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งต่อ กล่าวคือ ผู้ที่มีความถี่ในการใช้อีเมลปานกลางจะเป็นผู้ที่มีการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อมากกว่าผู้ที่ใช้อีเมลน้อยและผู้ที่ใช้อีเมลมาก ผู้ที่ใช้อีเมลอ่านข่าวสาร นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกดีที่ได้รับอีเมลแบบส่งต่อ ทำให้มีพฤติกรรมการอ่านอีเมลแบบส่งต่อในปริมาณปานกลางจนถึงมาก แต่สำหรับพฤติกรรมการส่งต่ออีเมล กลับไม่ค่อยนิยมส่งต่อเท่าใดนัก โดยมีปริมาณการส่งต่ออีเมลแบบส่งต่อในปริมาณน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของที่รับทั้งหมด สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างนิยมส่งต่อนั้นก็เพื่อต้องการให้ผู้รับเกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน สำหรับบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างใช้ติดต่อรับหรือส่งอีเมลแบบส่งต่อ ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนหรือคนรัก โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนองทั้งการเปิดรับและลบนั้น ปัจจัยด้านความเร็วในการส่งถ่ายข้อมูลและความปลอดภัยของระบบ อันได้แก่การป้องกันไวรัสเป็นปัจจัยที่ถูกพิจารณามากที่สุด ในส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้ “ส่งต่อ” ปัจจัยเรื่องความทันสมัยของข้อมูลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัจจัยหัวเรื่องอีเมลและความใกล้ชิด ใ่วางใจได้ของผู้ส่งเป็นปัจจัยรองลงมา นอกจากนี้ ประเภทเนื้อหาอีเมลส่งต่อที่กลุ่มตัวอย่าง “เปิดรับและส่งต่อ” มากที่สุด คือ การขอความช่วยเหลือ รองลงมาคือเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจ เรื่องตลก และการเตือนภัย

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์³⁵ ศึกษาเรื่องมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ โดยทำการศึกษากฎตัวอย่าง www.pantip.com และ www.sanook.com ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยรวบรวมข้อมูลจากเว็บบอร์ด (Web Board) หรือกระดานสนทนาในเว็บไซต์ www.pantip.com และ www.sanook.com ควบคู่กับวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) สัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) และการส่งคำถามทางอิเล็กทรอนิกส์เมลล์ (E-Mail) ให้กับผู้ใช้งาน เพื่อศึกษาถึงลักษณะหน้าที่ และประโยชน์ที่เกิดขึ้นในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

³⁵ รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์, “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์: กรณีศึกษา www.pantip.com และ

ผลการวิจัยในส่วนของคุณลักษณะมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ พบว่า เป็นการสื่อสารผ่านการตั้ง-ตอบกระทู้ มีหัวเรื่องทั้งเรื่องส่วนตัว เรื่องเฉพาะกลุ่ม (ที่สนใจ) และเรื่องในสังคม (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และกีฬา) โดยคุณลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีคุณสมบัติเป็นเวทีสนทนาทางความคิด เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม และลักษณะการแสดงความคิดเห็นเป็นไปเพื่ออภิปรายโต้เถียงกันไปมาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากกว่าจะเพื่อหาข้อสรุปหรือให้เกิดความเห็นที่สอดคล้องกัน โดยหน้าที่ในคุณลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์สามารถสรุปได้ 6 ประเภท คือ 1. เป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ โดยเป็นข้อมูลในระดับทุติยภูมิ กล่าวคือ เป็นข้อมูลที่ผู้ใช้งานพบเห็นจากแหล่งอื่นแล้วนำมาเล่าในเว็บบอร์ด 2. สอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม ทั้งรายงานเหตุการณ์ผิดปกติและร้องทุกข์เหตุการณ์ที่ไม่เป็นธรรมในสังคม 3. กระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อพัฒนาผลประโยชน์ของชาติ โดยเป็นพื้นที่แสดงความคิดเห็น และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อประโยชน์ต่อประเทศชาติ 4. สร้างสายสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม 5. ให้ความบันเทิง และสุดท้ายคือ เป็นช่องทางการสื่อสารต้องห้าม เช่น เรื่องที่ผิดศีลธรรม เรื่องเพศ และข้อมูลที่ไม่สามารถเปิดเผยในที่สาธารณะอื่น ๆ ได้ รวมถึงผลการวิจัยเรื่องประโยชน์จากคุณลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ ประโยชน์ในการตอบสนองความสนใจส่วนตัว ประโยชน์ในการรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นเพื่อเปิดกว้างทัศนคติของตนและเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนกับความคิดเห็นของผู้อื่น และประโยชน์ในการสานสัมพันธ์กับผู้อื่น

ศักดิ์สิทธิ์ พินิจชัย³⁶ ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันการศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

³⁶ ศักดิ์สิทธิ์ พินิจชัย, “ทัศนคติและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2547), น. บทคัดย่อ.

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ในระดับมาก โดยมีทัศนคติมากที่สุดในเรื่องการค้นคว้าข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตว่ามีทั้งให้ความรู้และความสนุกสนานควบคู่กัน และมีทัศนคติน้อยสุดในเรื่องความสามารถในการจำข้อมูลที่ค้นพบ ในขณะที่พฤติกรรมการแสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตมากกว่า 12 เดือน ใช้อินเทอร์เน็ตแสวงหาความรู้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาในการใช้ในการค้นคว้าแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 16.01-18.00 น. ในเว็บไซต์ www.google.com sanook.com และ kapook.com นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มหาวิทยาลัย คณะ และชั้นปีที่ศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลให้ทัศนคติและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 8 ชิ้นที่กล่าวไปข้างต้นนั้น สามารถนำมาประกอบกับแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อเป็นกรอบในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต” ในครั้งนี้ได้ดังนี้

1. ในส่วนของกรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยต่าง ๆ ข้างต้น มีการใช้อินเทอร์เน็ต ประมาณ 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง จากที่บ้านมากที่สุดและที่ทำงานรองลงมา และมักใช้ในช่วง 20.01-24.00 น. นอกจากนี้ ผลวิจัยของน้ำทิพย์ ลำภาประเสริฐ และ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ ต่างก็พบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งตัวแปรและผลการวิจัยในกลุ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น สามารถนำมาเป็นกรอบใช้ในการสร้างตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในงานวิจัยครั้งนี้ได้

2. ในส่วนของกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่มีต่ออินเทอร์เน็ต พบว่า จุฑาร่มประการหนึ่ง ทั้งจากวิจัยของธนัสต์ เกษมไชยานันท์ในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ จากงานวิจัยของวัลณี โอฟารโซติสถานนท์ในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จากงานวิจัยของจุฬิธา อภัยโรจน์ในการใช้ประโยชน์เว็บไซต์สุขภาพ และจากงานวิจัยของอริชัย อรรคอุดมในการใช้อินเทอร์เน็ตหางานและสมัครงาน คือ กลุ่มตัวอย่างล้วนมีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับสูงทั้งสิ้น ซึ่งตัวแปรและผลการวิจัยจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทำความเข้าใจและสร้างตัวแปรและกรอบในงานวิจัยครั้งนี้ได้

3. ในส่วนของกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการทำหน้าที่ต่าง ๆ ของอินเทอร์เน็ต ซึ่งจากการศึกษาบริการต่าง ๆ ของอินเทอร์เน็ตทั้งบริการอีเมลแบบส่งต่อจากสุพัตรา อมตทวิวัฒน์ การศึกษาการเป็นมณฑลสาธารณะจากรัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ การใช้อินเทอร์เน็ตสนับสนุนการเรียนรู้จากศักดิ์สิทธิ์ พินิจชัย จนถึงผลการวิจัยในส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์จากธนัตถ์ เกษมไชยานันท์ ทำให้เห็นได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีหน้าที่ต่อผู้ใช้ในหลากหลายด้านขึ้นอยู่กับบริการที่ผู้ใช้จะเลือกใช้ ซึ่งนอกจากจะช่วยเปิดกว้างมุมมองในการมองการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ตให้ชัดเจนขึ้นแล้ว ยังช่วยให้ผู้วิจัยสามารถนำมาประมวลเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้และหน้าที่ต่าง ๆ ที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

แผนภาพที่ 2.5

แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

