

บทที่ 5

ทฤษฎีอันหลากหลายในสื่อใหม่ศึกษา

... สิ่งที่เราเรียกว่า "สื่อใหม่" (New media) นั้น ก็คงมีคุณลักษณะเหมือนกับ "สื่อที่เคยใหม่" เช่น วิทยุหรือโทรทัศน์ ที่มักจะยืนอยู่บนหลังไหล่ของ "สื่อเก่าที่มีอยู่" ...

Hilliard & Keith
The Broadcasting Century and Beyond
(2001)

ส่วนที่ 1 : เกริ่นนำ

ข้อเขียนชิ้นนี้เป็นงานสรุปย่อมาจากบทความยาวในชื่อเดียวกันที่ตีพิมพ์อยู่ในหนังสือ คู่มือสื่อใหม่ศึกษา (2555) ดังนั้น หากผู้อ่านมีความสนใจในรายละเอียด ก็สามารถติดตามอ่านจากต้นฉบับเต็มได้ ในบทความดังกล่าวนี้ ผู้เขียนมิได้มีเป้าหมายที่จะนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อประเภทหนึ่งที่เรียกว่า "สื่อใหม่" (New media) ซึ่งผู้อ่านสามารถหาอ่านจากที่อื่นๆ ได้อยู่แล้ว หากทว่า ผู้เขียนตั้งใจที่จะประมวล "แนวทางการศึกษา/แนวพินิจ" (Approach) ของการศึกษาสื่อใหม่ที่ผ่านมาในแวดวงวิชาการไทยที่มีอย่างหลากหลายแง่มุม โดยมุ่งเน้นในส่วนของคุณลักษณะของทฤษฎีที่นำมาใช้ โดยเฉพาะการปะทะประสานกันระหว่าง "สื่อใหม่" เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ กับ "ทฤษฎีด้านสื่อสารมวลชน" ทั้งนี้ เนื่องจากทฤษฎีด้านสื่อสารมวลชนนั้นเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้าสื่อใหม่ ส่วนทางด้านสื่อใหม่นั้น แม้ว่าในด้านหนึ่ง สื่อใหม่จะมีคุณลักษณะบางประการร่วมกับสื่อมวลชนประเภทเดิมๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ เช่น ยังคงทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล หรือเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน แต่ในอีกด้านหนึ่ง บรรดาสื่อใหม่เหล่านี้ก็มีลักษณะบางประการที่ "แตกต่าง" ไปจนถึงระดับ "ตรงกันข้าม" กับบรรดาสื่อมวลชนรุ่นพี่ เช่น เป็นสื่อที่ใช้ตอบโต้กันได้ (interactive) มิใช่การสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) การแยกขาดระหว่างผู้ส่งสาร-ผู้รับสารอย่างเด็ดขาดเช่นวิทยุหรือโทรทัศน์จะจางหายไป เป็นต้น

D. Holmes (2005) ได้แยกแยะยุคสมัยของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 2 ยุคสมัย โดยอาศัยแนวคิดของ Mark Poster จากหนังสือชื่อ The Second Media Age มาใช้ตั้งชื่อยุคสมัยของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 2 ยุค โดยเรียกยุคแรกของบรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ว่า The First Media Age และยุคสมัยที่สองซึ่งเริ่มมีแนวคิดต่างๆ ในช่วงกลางๆ ทศวรรษ 1990 ว่า The Second Media Age พร้อมกับได้จำแนกคุณลักษณะของแต่ละยุคเอาไว้ดังนี้

First Media Age (ยุคกระจายเสียง)	Second Media Age (ยุคปฏิสัมพันธ์)
1. รวมศูนย์ (centered) คนกลุ่มน้อยพูดกับคนส่วนใหญ่ 2. สื่อสารแบบทางเดียว 3. มีแนวโน้มอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ 4. ผู้ใช้สื่อ/ผู้รับสารแตกแยกกระจัดกระจาย เป็นมวลชนที่คล้ายๆ กัน 5. มีอิทธิพลต่อระดับจิตสำนึก	1. กระจายศูนย์ คนส่วนใหญ่พูดกับคนส่วนใหญ่ 2. สื่อสารแบบสองทาง 3. หลีกเลียงจากการควบคุมของรัฐ 4. ผู้ใช้สื่อ/ใช้สารยังคงรักษาปัจเจกภาพ/อัตลักษณ์ของตนเอาไว้ได้ 5. มีอิทธิพลต่อปัจเจกบุคคลในแง่ประสบการณ์แห่งเวลาและพื้นที่ (time & space)

ภาพที่ 10 : คุณลักษณะของ First/Second Media Age

D. Holmes ยังตั้งข้อสังเกตต่อไปว่า เมื่อคุณลักษณะของยุคสมัยทั้งสองแตกต่างกัน ก็น่าสงสัยว่าทฤษฎีที่นำมาใช้ศึกษาสื่อใหม่นั้นจะมีการปรับเปลี่ยนโยกย้ายจากทฤษฎีที่เคยใช้ศึกษาสื่อในยุคแรกหรือไม่ อย่างไร

ดังนั้น ผู้เขียนจึงสนใจว่า พลังในการอธิบาย (Power of explanation) ของทฤษฎีสื่อมวลชนแบบเดิมนั้นจะขยายมาครอบคลุมถึงบรรดาสื่อใหม่ได้มากน้อยเพียงใด หรือมีความจำเป็นเพียงใดที่จะต้อง "ตัดแปลง" (modify) ทฤษฎีเดิมที่มีอยู่ (เช่น บทบาทหน้าที่ Mobilization นั้นจะทวีความสำคัญมากขึ้นสำหรับสื่อใหม่ จนกระทั่งมีคำศัพท์เฉพาะที่เรียกว่า Cyberactivism) ทฤษฎีเดิมทฤษฎีใดจะถูกขับเน้น (highlight) ให้มีความสำคัญโดดเด่นมากยิ่งขึ้นอันเนื่องมาจากธรรมชาติที่เปลี่ยนไปของตัวสื่อ (เช่น ทฤษฎี Uses and Gratifications) รวมทั้งมีความจำเป็นมากน้อยเพียงใดที่จะต้องสร้างทฤษฎีใหม่บางทฤษฎีขึ้นมาเพื่อรองรับงานวิจัยสื่อใหม่ (เช่น ทฤษฎี 3 คลื่นอารยธรรมของ A. Toffler)

อันน่าจะเนื่องมาจากคุณลักษณะสำคัญบางประการของสื่อใหม่ เช่น ลักษณะที่หลากหลาย ความสั่นไหว ฯลฯ ดังนั้น ปัญหาด่านแรกที่คุณลักษณะสื่อใหม่จะต้องฝ่าข้ามไป ก็จะต้องตั้งแต่นิยามความหมายของคำว่า “สื่อใหม่” และการกำหนดคุณลักษณะที่สำคัญๆ ของสื่อรุ่นล่าสุดที่เรียกว่า “สื่อใหม่” นี้ ซึ่งในที่นี้ ผู้เขียนจะขอยกตัวอย่างบางคำนิยามมากล่าวถึงดังนี้

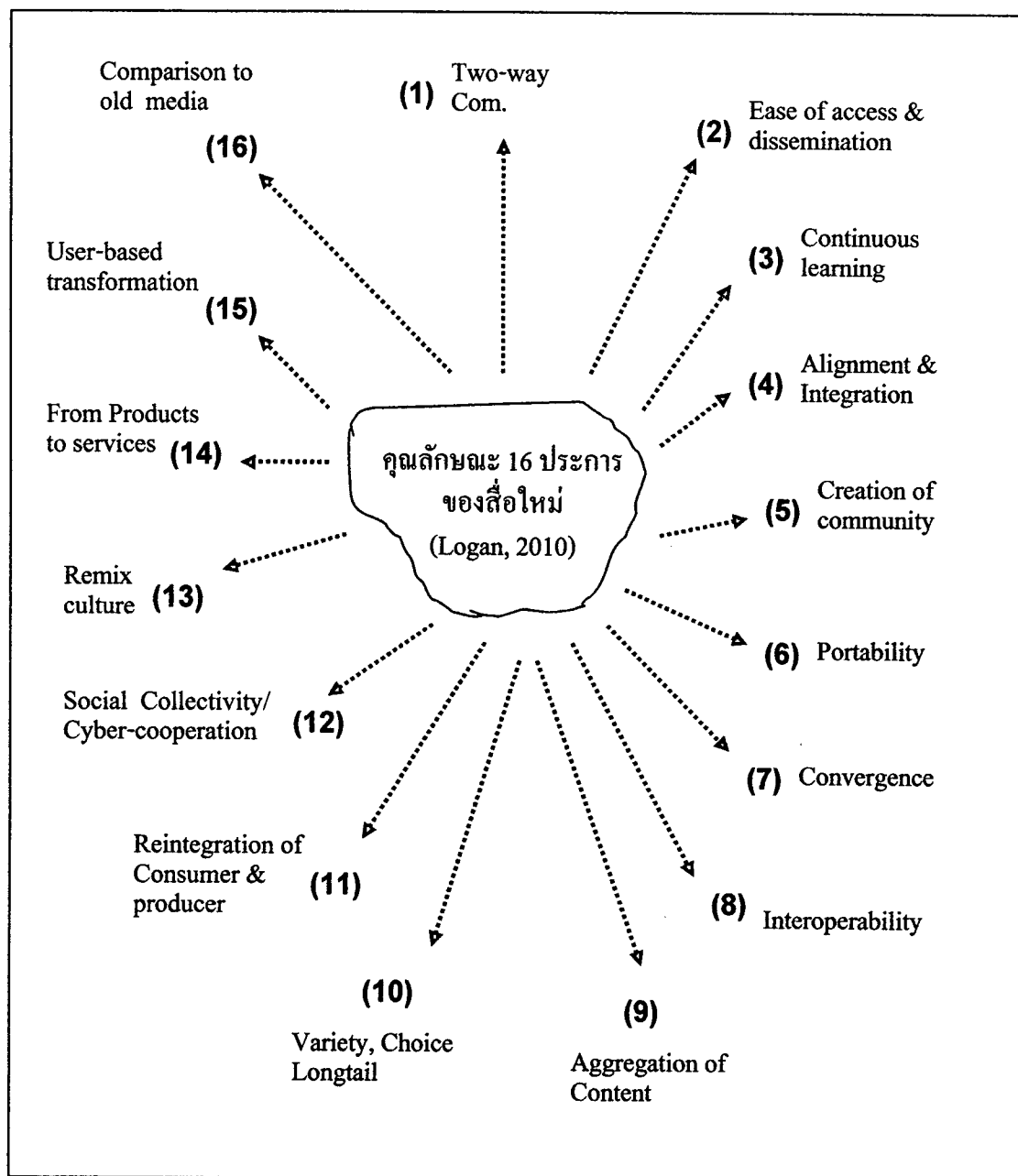
เริ่มตั้งแต่ยุคสมัยแรกๆ ที่สื่อใหม่เข้ามาในสังคมไทย กาญจนา แก้วเทพ (2539) ระบุว่า "เทคโนโลยีการสื่อสาร (CT)" เป็นคำที่เกิดจากการนำคำว่า "เทคโนโลยี" มารวมกับคำว่า "การสื่อสาร" เป็น "เทคโนโลยีการสื่อสาร" อันหมายถึงศิลปศาสตร์ วิธีการ กระบวนการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและส่งเสริมเพิ่มพูนสมรรถนะ คุณภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งรวมถึงการแสวงหาข่าวสาร การเก็บสาร การส่งสาร การรับสาร และการป้อนกลับ" ส่วน "สื่อสมัยใหม่" (New Media) นั้น (ในปีพ.ศ.2539) หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลซึ่งสามารถกระจายข่าวสารไปได้รวดเร็วและกว้างไกล ตัวอย่างเช่น ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ที่ได้รวมเอาเสียง ข้อความ และภาพไว้ในสื่อเดียวกัน (กาญจนา, 2539)

สำหรับตัวอย่างของคำนิยาม "เทคโนโลยีสารสนเทศ" (IT) นั้น ก็เช่น คำนิยามที่หมายถึงการประสานคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ โทรคมนาคมและมนุษย์ให้เข้ามาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบหนึ่งที่มีความสมบูรณ์ เป็นต้น

อนึ่ง ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า คำที่ใช้เรียก "สื่อใหม่" นั้น มักจะมีใช้สื่อที่ถือกำเนิดขึ้นมาอย่างใหม่เอี่ยมถอดด้าม แต่มักจะเกิดมาจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติบางประการของ "สื่อเดิม" ที่มีอยู่แล้ว เช่น โทรศัพท์ เมื่อครั้งที่อยู่ในระบบใช้สายและเป็นระบบ Analog เรามักจะไม่เรียกโทรศัพท์ดังกล่าวว่า "สื่อใหม่" แต่ทว่าเมื่อโทรศัพท์แปรสภาพมาเป็น "โทรศัพท์เคลื่อนที่/มือถือ" ที่ไร้สาย เป็นระบบ digital และสามารถไปเชื่อมต่อกับสื่อประเภทอื่นๆ (เช่น คอมพิวเตอร์) เราจึงเรียกโทรศัพท์ประเภทหลังนี้ว่า "สื่อใหม่"

สำหรับขอบเขตประเภทของ "สื่อใหม่" นั้น สุกัญญา สุดบรรทัด (2539, อ้างในดวงกมล, 2547) ได้แบ่งไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ (1) เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) อันหมายถึงเทคโนโลยีทุกประเภทที่เกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ (2) เทคโนโลยีทางการสื่อสารคมนาคม (Telecommunication Technology) ได้แก่เครื่องมือเพื่อการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุติดตามตัว (pager) เครื่องโทรสาร เป็นต้น (3) เทคโนโลยีระบบสื่อสาร (Communication System Technology) หมายถึงระบบการสื่อสาร และ/หรือเครือข่ายที่เป็นส่วนเชื่อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบข้อมูลดิจิทัล เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ดิจิทัล ระบบสื่อสารเครือข่ายเคเบิลใยแก้ว (Fiber Optic system) ระบบดาวเทียม เป็นต้น

เนื่องจากในข้อเขียนชิ้นอื่นๆ มีการกล่าวถึงคำนิยามและคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่มาบ้างพอสมควร ซึ่งน่าจะช่วยให้ผู้อ่านได้รู้จักและคุ้นเคยกับ "สิ่งที่เรียกว่าสื่อใหม่" ในระดับหนึ่ง เช่น การระบุคุณสมบัติต่างๆ ของสื่อใหม่เอาไว้ เช่น การมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) มีความสามารถเคลื่อนที่ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่างๆ (compactable) มีความเป็นดิจิทัล (Digitalization) ฯลฯ ในที่นี้ จึงจะละเว้นไม่กล่าวซ้ำอีก เพียงแต่จะตั้งข้อสังเกตว่า คุณลักษณะที่กล่าวมานี้ มีทั้งคุณสมบัติในเชิงเทคนิค (technical aspect) คุณสมบัติในเชิงสังคม (social aspect) และคุณสมบัติในเชิงอื่นๆ ดังนั้น ในที่นี้ ผู้เขียนจะขอประมวลคุณลักษณะของสื่อใหม่ตามข้อเสนอของ R.K. Logan (2010) ที่ได้สานต่อแนวคิดเรื่องสื่อใหม่มาจากทัศนะของ M. McLuhan ซึ่งครอบคลุมมิติต่างๆ ของสื่อใหม่อย่างกว้างขวาง Logan ได้นำเสนอคุณลักษณะของสื่อใหม่เอาไว้ 16 ประการดังนี้ (ซึ่งค่อนข้างเน้นคุณลักษณะด้านบวกของสื่อใหม่)



ภาพที่ 11 : คุณลักษณะ 16 ประการของสื่อใหม่

จากคุณลักษณะทั้ง 16 ประการนั้น มีคุณลักษณะบางประการที่น่าสนใจ เช่น สื่อใหม่สามารถก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เนื่องจากสื่อใหม่สร้างรูปแบบการสื่อสารที่ผู้รับสารต้องมีลักษณะ active ต้องแสวงหาข้อมูลมากกว่าตั้งรับเฉยๆ อย่างไรก็ตาม Logan มีความเห็นว่า การเรียนรู้ผ่านสื่อใหม่เช่นการท่องโลกไซเบอร์นั้นคงจะไม่สามารถเข้ามา "แทนที่" (substitution) การเรียนรู้รูปแบบเดิมๆ เช่น การอ่านหนังสือ การเรียนรู้กับครูผู้สอนในห้องเรียนได้ แต่ว่าการเรียนรู้ผ่านสื่อใหม่จะ "เปิดเส้นทางใหม่" เพิ่มอีกเส้นทางหนึ่งที่จะสร้าง "บรรยากาศ/สิ่งแวดล้อม" ให้เกิดการเรียนรู้ที่มาจากตัวผู้เรียนอย่างแท้จริงอันเนื่องมาจากคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยที่ได้กล่าวมาข้างต้น

หรือคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration) แต่เดิมสื่อมวลชนจะมีลักษณะการให้ข่าวสารที่มาเป็นท่อนๆ เป็นชิ้น

เล็กขึ้นน้อยที่ไม่ปะติดปะต่อกัน ดังนั้นจึงยากต่อการเรียนรู้หากไม่ถูกนำมาประกอบเข้าด้วยกันให้เห็นเป็นภาพรวม รวมทั้งสื่อแต่ละประเภทก็มีกระบวนการทำงานที่ค่อนข้างแยกจากกัน แม้แต่รายการแต่ละรายการ คอลัมน์แต่ละคอลัมน์ก็มักจะแยกตัวเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน ส่วนสื่อใหม่นั้นมีคุณสมบัติที่ตรงกันข้ามกับที่ได้กล่าวมา เนื่องจากเนื้อหาต่างๆ ของสื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงบูรณาการเข้าด้วยกันได้โดยง่าย เช่น การใช้ hypertext หรือ search engine และคุณลักษณะของสื่อใหม่ยังพร้อมที่จะบูรณาการเข้ากับเนื้อหาความรู้แบบเดิมๆ ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีความรู้เดิมเกี่ยวกับการทำอาหารหรือการแต่งหน้า หากได้มาเรียนรู้ทักษะเรื่องการสร้างหน้าเว็บไซต์หรือการเขียน blog ก็จะสามารถผสมผสานความรู้เดิมเข้ากับทักษะใหม่ของการใช้สื่อใหม่ และใช้พื้นที่ใหม่ของสื่อใหม่เพื่อประโยชน์ด้านการเรียนรู้ได้

ส่วนคุณลักษณะที่มีการกล่าวถึงกันอย่างมากก็คือ สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence) ซึ่ง Logan ได้ขยายความหมายของการหลอมรวมของสื่อใหม่เอาไว้ใน 2 ลักษณะ คือ การหลอมรวมในแง่ของสื่อ และการหลอมรวมในแง่ธุรกิจ หรือการมีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability) ในทุกมิติทั้งเชิงเทคนิค เชิงธุรกิจ เชิงสังคม เชิงการเมือง ฯลฯ ความสามารถดังกล่าวเกิดมาจากลักษณะที่เป็นดิจิทัลของสื่อใหม่ และก่อให้เกิดผลสืบเนื่องมาอีกหลายประการ เช่น การสร้างชุมชน/การรวมตัวแบบใหม่ การกระจายเสียงและภาพในวงแคบ (narrowcasting) เช่น เคเบิลทีวี ซึ่งแม้จะมีขอบเขตการแพร่กระจายแคบลง หากทว่าในแง่ความหลากหลายนั้นก็กลับทวีคูณขึ้นอย่างมากมาย การสร้างเนื้อหาโดยผู้รับสาร (user-generated content) หรือปรากฏการณ์ The Long Tail ที่หมายความว่า ถึงแม้ผลงานสื่อใหม่ที่ผลิตออกมานั้นจะไม่ใช่ว่า "ผลงานที่ขายดีเป็นจำนวนมากในช่วงระยะสั้น" ที่เรารู้จักกันในนามของ "best seller" แต่ทว่าผลงานของสื่อใหม่นั้นก็สามารถจะ "ขายได้ช้าๆ และขายได้ยาวนาน" ดังนั้น ยอดรวมสุดท้ายก็อาจจะสูงหรือมากกว่าผลงาน best seller รวมทั้งการหวนคืนกลับมาประสานกันครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร ซึ่งในครั้งนี้จะแตกต่างจากอดีตตรงที่การประสานระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสารสนเทศจะไม่จำกัดอยู่ตรงขั้นตอนการผลิต (production) เท่านั้น หากแต่จะหลอมรวมไปถึงขั้นตอนของการแพร่กระจาย-การตลาด และขั้นตอนการบริโภคด้วย เป็นต้น

แม้ว่าคุณลักษณะส่วนใหญ่ที่ได้กล่าวมานั้นจะเคยมีอยู่แล้วในสื่อแบบเดิมๆ แต่ทว่าความแตกต่างนั้นก็อยู่ตรงที่ว่าในสื่อเดิมนั้นอาจจะมีบางคุณลักษณะเท่านั้นและจะไม่มีครบทุกคุณลักษณะ ในขณะที่สื่อใหม่นั้นจะมีทุกคุณลักษณะที่กล่าวมา เช่น คุณลักษณะเรื่องการสื่อสารสองทางนั้น โทรศัพท์ก็อาจจะมีคุณลักษณะนี้ แต่โทรศัพท์แบบเดิมจะพกพาไม่ได้ ในขณะที่สื่อใหม่เช่น โทรศัพท์มือถือจะทำได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 : ทฤษฎีที่ใช้ในสื่อใหม่ศึกษา

เนื่องจากทฤษฎีด้านการสื่อสารนั้นมีอยู่อย่างหลากหลาย ในที่นี้จึงจะจำกัดขอบเขตที่เกี่ยวกับการสื่อสารระดับการสื่อสารมวลชนเป็นสำคัญ และจะจัดแบ่งกลุ่มทฤษฎีด้านสื่อมวลชนที่หลากหลายนั้นออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ โดยเกณฑ์ที่ใช้จัดแบ่งก็คือ การเป็นตัวแปรต้น/ตัวแปรตามของทฤษฎีนั้น 3 กลุ่มทฤษฎีดังกล่าวก็ได้แก่

(ก) กลุ่มทฤษฎีที่ใช้สื่อมวลชนเป็นตัวแปรต้น (Media-Centric Theory) ในงานวิจัยด้านสื่อใหม่ จะพบทฤษฎีย่อยในกลุ่มนี้อยู่ 3 ทฤษฎี คือ

- (1) Effect/Impact Theory
- (2) Social Learning Theory
- (3) Toronto School

(ข) กลุ่มทฤษฎีที่ใช้สังคมเป็นตัวแปรต้น (Society-Centric Theory)

- (4) Reflection Theory
- (5) Social Functionalism of New Media
- (6) Uses and Gratifications Approach
- (7) Normative Theory
- (8) Political Economy of Media

(ค) กลุ่มทฤษฎีที่มีได้ระบุตัวแปรต้น-ตัวแปรตาม (Non-Centric Theory)

- (9) Cultural Studies

1. ทฤษฎีผลกระทบของสื่อกับสื่อใหม่ศึกษา (Impact/Effect Theory)

ทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่อาจจะรู้จักกันในนามของทฤษฎีกระสุนปืนมหัศจรรย์ (Magic Bullet Theory) หรือทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Theory) ถือเป็นทฤษฎีที่ค่อนข้างมีสถานะเป็นทฤษฎีกระแสหลักในยุคของสื่อมวลชนแบบเดิม ทฤษฎีนี้มีแนวคิดเบื้องหลังที่เชื่อในพลังอำนาจในการโน้มน้าว (persuasive power) ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และแม้ว่าสื่อใหม่จะมีคุณลักษณะหลายประการที่แตกต่างไปจากสื่อมวลชนเดิม เช่น ลักษณะของผู้ใช้ (users) หรือผู้รับสารนั้นมีได้ passive เช่นในกรณีของสื่อมวลชน แต่ทว่าในงานวิจัยจำนวนมากก็ยังคงนำเอาทฤษฎีผลกระทบของสื่อมาใช้เป็นแนวทางศึกษาวิจัย โดยอาจมีการ "ปรับแต่ง" (modify) เนื้อหาทฤษฎีผลกระทบของสื่อให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ หรือมี "การเปลี่ยนจุดเน้น" (focus) ของงานศึกษาไป

ในขั้นตอนของปฏิบัติการ การวัดอิทธิพลของสื่อใหม่มักจะดู การเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ในฝ่ายส่ง และการเปิดรับสื่อ (Media exposure) ในฝ่ายผู้รับสาร และปริมาณความถี่ของการใช้สื่อ (Frequency) ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อตกลงที่ว่า ยิ่งผู้รับสารมีความถี่ในการใช้สื่อสูง ก็จะถูกโน้มน้าวจากสื่อได้มาก

สำหรับสื่อใหม่นั้น ในขั้นตอนของการเข้าถึงสื่อนั้น สื่อใหม่บางชนิด เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียม ฯลฯ จะประกอบด้วยมิติของการเข้าถึงในหลายๆ มิติ เช่น มิติทางกายภาพ (เช่น มีโครงสร้างพื้นฐาน มีสายโทรศัพท์ มีเครือข่ายสัญญาณไปถึงหรือไม่) มิติทางเศรษฐกิจ (เช่น ผู้ใช้มีฐานะพอจะซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนตัวใช้หรือไม่) มิติด้านการศึกษาวัฒนธรรม (เช่น รู้วิธีการใช้คอมพิวเตอร์หรือไม่) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของนรินทร์ ธรรมลังกา (2545) เรื่อง "การเข้าถึงและความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร" ซึ่งได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรตาม คือความสามารถในการใช้ IT ของนักเรียนนั้นมิได้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะเฉพาะคือความสามารถของตัวนักเรียนเอง (ไม่ใช่ปัจจัยภายใน - endogenous factor) หากทว่าขึ้นอยู่กับตัวแปรเรื่อง "ความสามารถในการเข้าถึงสื่อใหม่" ที่เกี่ยวข้องอยู่กับเรื่อง

"ความเป็นเจ้าของสื่อ" ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกอันได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจ-สังคมของทั้งครอบครัวและโรงเรียนของตัวเอง และเป็นบ่อเกิดเบื้องต้นของเรื่องช่องว่างทางดิจิทัล

สำหรับหน่วยที่ศึกษา (Unit of study) ในต้นฉบับของ Impact Theory ที่ใช้ศึกษาสื่อมวลชน นั้น มักจะศึกษาหน่วยที่เป็น "ปัจเจกบุคคล" (individual) เพื่อจะวัดผลกระทบด้านความรู้/ความเข้าใจ/อารมณ์/ความรู้สึก/ทัศนคติ และการกระทำ (K-A-P) ของผู้รับสารแต่ละคน สำหรับสื่อใหม่นั้น นอกจากจะมีหน่วยของการศึกษาที่เป็น "ปัจเจกบุคคล" เช่นเดียวกับสื่อมวลชนแล้ว เนื่องจากธรรมชาติของสื่อใหม่นั้นสามารถที่จะสร้าง "ความสัมพันธ์" (relation building) หรือ "การรวมกลุ่ม" (collectivity) ได้ ดังนั้นจึงมีงานศึกษาสื่อใหม่จำนวนไม่น้อยที่ขยายหน่วยของการศึกษาออกไปครอบคลุม "การรวมกลุ่ม" ในแบบต่างๆ เช่น กลุ่มสาธารณะ กลุ่มแฟนคลับฟุตบอล กลุ่มแฟนเพลง กลุ่มแฟนภาพยนตร์ ฯลฯ และยังรวมถึงการนำเอาสื่อใหม่เข้าไปใช้ในหน่วยขององค์กรประเภทต่างๆ เช่น องค์กรสื่อมวลชน องค์กรธุรกิจ องค์กรศาสนา ฯลฯ และอาจจะวัดมิติของผลกระทบในแงุ่มที่แตกต่างออกไปอันเนื่องมาจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ เช่น ผลกระทบต่อความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลกระทบต่อการใช้ภาษา รวมทั้งการศึกษายอมรับตัวสื่อใหม่ในฐานะ "นวัตกรรม" ประเภทหนึ่ง เป็นต้น

2. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมกับสื่อใหม่ศึกษา (Social Learning Theory)

เนื้อหาสำคัญของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่แตกต่างจากทฤษฎีผลกระทบ ก็คือ การเชื่อในผลกระทบระยะยาวที่ค่อยๆ สังสมทีละเล็กละน้อย และความเชื่อในการเรียนรู้ด้วยการสังเกตตัวแบบ มากกว่าการเข้าไปมีประสบการณ์ตรง (Observational learning) และแม้จะเปลี่ยนมาเป็นการศึกษาสื่อใหม่ ก็ยังคงใช้แนวคิดการเรียนรู้เช่นเดิม

เป็นที่น่าสนใจว่า มีงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีนี้มาศึกษาสื่อใหม่กับประเด็นที่ดั้งเดิมมากๆ คือศาสนา อย่างน้อยถึง 3 ชิ้นที่ศึกษาการเรียนรู้เรื่องศาสนาจากสื่อใหม่ของวัยรุ่นเช่น งานวิจัยของ กรรณก กมลรัตน์ (2550) ที่เลือกเว็บไซต์ศาสนาที่เป็นที่นิยมอย่างสูงสุดของเด็กและเยาวชนคือ เว็บไซต์พลังจิต ซึ่งมีสมาชิกในปีที่ศึกษา (2550) ถึง 2 แสนคน เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์นี้เป็นที่นิยมสำหรับวัยรุ่นที่ต้องการเรียนรู้ศาสนา ผลการวิจัยค้นพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์พลังจิตเป็นที่นิยมนั้นมาจาก 3 ลักษณะคือ

1) เหตุผลจากธรรมชาติของตัวสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนัญสุรา อรณพณ อยุธยา (2549) ที่ได้ศึกษามาก่อน

2) เหตุผลจากลักษณะของเนื้อหา ซึ่งเข้าใจง่าย ตรงกับปัญหาของเด็กและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงๆ

3) เหตุผลประการที่ 3 นี้ น่าจะเป็นเหตุผลที่สำคัญคือ "หลักความหลากหลาย" ทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา (diversity in form and content) ซึ่งความหลากหลายของเว็บไซต์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้เนื่องจากธรรมชาติของตัวสื่อเองที่มีพื้นที่ไม่จำกัด ทำให้สามารถออกแบบหน้าเว็บให้แบ่งซอยเป็นห้องต่างๆ ได้

ข้อค้นพบที่น่าสนใจมากที่สุดจากงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ ผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากการที่เด็ก/เยาวชนได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พลังจิต ซึ่งตามหลักการจัดลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of Effect) นั้นจะมีอยู่ 3 ลำดับคือ ความรู้/ความเข้าใจ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการลงมือกระทำ (Performance) โดยที่มีมิติสุดท้ายคือการลงมือกระทำนั้นจะเป็นไป

ไต่ยากที่สุดและถือเป็นประสิทธิภาพขั้นสูงสุดของสื่อ แต่ผลจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า เด็ก/เยาวชนส่วนใหญ่หลังจากเข้าเว็บไซต์พลัดจิตแล้วจะหันมาสนใจการสวดมนต์ภาวนา การรู้จักให้ทาน การมีจิตใจที่สงบและเยือกเย็น และการปฏิบัติตนเป็นพุทธมามกะที่ดีในวันสำคัญทางศาสนา รวมทั้งมีความคิดที่จะเป็นผู้เผยแพร่ต่อไปในสื่ออินเทอร์เน็ต จึงนับว่าประสิทธิภาพของสื่อเว็บไซต์นี้ได้รับใช้พระศาสนาอย่างน่าสนใจอย่างยิ่ง

เนื่องจากคุณลักษณะเด่นของสื่อใหม่ที่เป็นสื่อที่ไม่ต้องเปิดเผยตัวตน ดังนั้นพื้นที่ของสื่อใหม่จึงเหมาะที่จะทำการสื่อสารบรรดาประเด็นต้องห้ามทั้งหลาย (taboo communication) เช่น เรื่องเพศ เป็นต้น ในอดีต การอบรมสั่งสอนเรื่องเพศศึกษาของสังคมไทยนั้นมักจะเกิดขึ้นในบริบทของครอบครัว เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (เช่น แม่สอนลูกสาว พ่อสอนลูกชาย) ในพื้นที่ส่วนตัว แต่ปัจจุบันนี้ วิธีการดำเนินชีวิตทำให้พ่อแม่ขาดโอกาสที่จะอบรมบ่มเพาะลูกหลาน แต่ทว่าในพื้นที่สาธารณะ การเรียนรู้เรื่องเพศศึกษาก็ยังไม่สามารถกระทำได้อย่างเปิดเผยนัก

นี่จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเรื่องเพศศึกษาในสื่อใหม่หลายชิ้น เช่น งานวิจัยของพิชญะ คงเครือ (2548) เรื่อง "การสร้างภูมิคุ้มกันเรื่องเพศแก่วัยรุ่นผ่านทางเว็บไซต์ SEX MUST SAY และ TEENPATH" ที่ต้องการศึกษารูปแบบและเนื้อหาของ การสร้างภูมิคุ้มกันเรื่องเพศให้แก่วัยรุ่น ข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับการอบรมบ่มเพาะความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษาผ่านสื่อใหม่เช่นนี้ก็คือ ผู้ใหญ่ที่ทำเว็บนั้นได้ก้าวข้ามทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องเพศของวัยรุ่นที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยมอย่างเต็มที่ คือการห้ามมิให้วัยรุ่นสนใจหรือมีเพศสัมพันธ์ไปแล้ว ด้วยการยอมรับข้อเท็จจริงว่าวัยรุ่นในยุคปัจจุบันได้เริ่มมีเพศสัมพันธ์กันแล้ว ดังนั้น ความรู้เรื่องเพศศึกษาที่ถ่ายทอดจึงเป็นการป้องกันหรือทำความเข้าใจกับเรื่องเพศสัมพันธ์มิให้ส่งผลเสียหายนับกับวัยรุ่นมากกว่า

อีกแนวคิดหนึ่งของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่ถูกนำมาใช้ศึกษากับสื่อใหม่ คือ แนวคิดเรื่องการเรียนรู้เพื่อรู้จักความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) อันเนื่องมาจากความใหม่ของสื่อ A. Bandura (1971) ให้คำอธิบายคำนิยามของ Self-efficacy ว่าเป็นความเชื่อหรือการรับรู้ในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถทำงานต่างๆ ได้สำเร็จ และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ก็คือ การเรียนรู้ความสามารถที่จะใช้สื่อใหม่ของผู้เรียน

แนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นเป็นที่มาของงานวิจัยของนางลักษณ์ ปิงประวดี (2547) เรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ต" ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมปลายในต่างจังหวัดจำนวน 471 คน (และสัมภาษณ์เชิงลึกอีก 20 คน) ผลการวิจัยโดยรวมพบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างหลายปัจจัย เช่น ความวิตกกังวลในการใช้คอมพิวเตอร์ ข้อสรุปที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ จากการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ "การเห็นคุณค่าในตนเอง" (Self-esteem) ซึ่งหมายความว่า ในสังคมสารสนเทศเช่นยุคปัจจุบันนี้ ทักษะความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์/สื่อใหม่อาจจะกลายมาเป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่อาจจะมีฐานะเทียบเท่าหรือทดแทนคุณสมบัติอย่างอื่นๆ ในการรับรู้คุณค่าในตนเอง เช่น ความเป็นคนกตัญญูรู้คุณพ่อแม่ การเป็นคนซื่อสัตย์ ฯลฯ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าศึกษาต่อไป

3. สำนัก Toronto: Communication Technology Determinism กับสื่อใหม่ศึกษา

เมื่อเปรียบเทียบกับ 2 ทฤษฎีที่ได้กล่าวมาแล้วคือ Impact Theory และ Social Learning Theory อาจกล่าวได้ว่านักคิดในสำนัก Toronto เช่น M.McLuhan มีความเชื่ออย่างหนักแน่นใน "ตัวสื่อ" (Media) ว่าเป็นตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลอย่างมาก หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในตัว IT ก็จะมีผลกระทบต่อสังคมและปัจจัยอื่นๆ ในสังคม และเมื่อโลกก้าวสู่ยุคสมัยของสื่อใหม่ ก็ดูเหมือนว่า ความสนใจและอิทธิพลของสำนัก Toronto จะมีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า คุณลักษณะหลายประการของสื่อใหม่นั้นมีความสอดคล้องกับคำอธิบายของทฤษฎีเทคโนโลยีฯ เป็นอย่างดี ดังที่ปรากฏว่างานศึกษาสื่อใหม่จำนวนมากได้ใช้ทฤษฎีเทคโนโลยีฯเป็นแนวทางเข้าสู่ประเด็นศึกษา

นักวิชาการที่ศึกษาสื่อใหม่หลายท่าน เช่น D. Holmes (2005) ได้ขยายแนวคิดข้างต้นของ McLuhan ที่ว่า ในขณะทีทุ่กครั้งทีมีการเปลี่ยนแปลงของสื่อก็จะมีผลกระทบต่อสังคมมนุษย์ แต่สำหรับสื่อใหม่นั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตัวมนุษย์นั้นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในระดับ "ผัสสะ" (sensory) เท่านั้น หากทว่าได้เปลี่ยนแปลงถึงระดับ "ตัวตน/อัตลักษณ์" ของบุคคลเลยทีเดียว ตัวอย่าง เช่น งานศึกษาเรื่อง "การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต" ของดารินทร์ สวัสดิ์เสวี (2545) เนื่องจากคุณลักษณะหลายๆ ประการของสื่อใหม่ที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น ลักษณะที่ไร้ตัวตน ลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลาง ลักษณะที่ผู้ใช้สามารถดัดแปลงเนื้อหาสารได้ เป็นต้น

ส่วนการเปลี่ยนแปลงของสื่อต่อผลกระทบระดับสถาบันสังคม/สังคม Holmes ระบุว่า เราอาจถือได้ว่า McLuhan เป็นผู้จุดประกายแนวคิดเรื่อง "ยุคสมัยที่สองของสื่อ" (The Second Media Age) ขึ้นมา เมื่อเขากล่าวถึง "ยุคสมัยแห่งความเป็นอัตโนมัติ" (Age of Automation) หรือเกิดชุมชนขนาดใหญ่ที่เรียกว่า "Cybernation"

McLuhan นำเสนอว่า สังคมมนุษย์ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันนั้น ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงสื่อมาแล้วหลายยุคสมัย เช่น จากการสื่อสารด้วยการพูดมาเป็นการสื่อสารด้วยการเขียน การพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และทุกครั้งทีมีการเปลี่ยนแปลงประเภทของสื่อ ก็จะมีผลกระทบต่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับสถาบันสังคมในด้านต่างๆ และจากแนวคิดดังกล่าว ได้มีผู้นำมาศึกษาผลกระทบของสื่อใหม่ที่มีต่อสถาบันสังคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันเศรษฐกิจ การเมือง สุขภาพ การศึกษา การคมนาคม การใช้เวลาว่าง ฯลฯ ในทีนี้จะยกตัวอย่างผลกระทบที่เกิดต่อสถาบันทางการเมือง เช่น ตัวอย่างงานศึกษาของต้องจิต สุวรรณสร (2543) เรื่อง "ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร"

ผู้วิจัยได้กล่าวถึงที่มาของความสนใจศึกษาว่า ในช่วงเวลาที่ศึกษานั้น (ปีพ.ศ.2543) ความนิยมเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้แพร่ขยายเข้าไปในสถาบันต่างๆ เช่น ด้านการศึกษา ธุรกิจ รวมทั้งสถาบันการเมือง ซึ่งบทบาทของอินเทอร์เน็ตที่มีผลกระทบต่อการเมืองนั้นมีหลายด้าน เช่น บทบาทของอินเทอร์เน็ตในฐานะที่เป็นเครื่องมือตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลและเป็นสื่อกลางที่ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของรัฐบาลได้มากขึ้นและเสรีเพิ่มขึ้น ซึ่งแตกต่างจากในยุคของสื่อมวลชนซึ่งมีช่องทางที่จำกัดมาก เมื่อรัฐบาลนำเอาอินเทอร์เน็ตมาเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับประชาชน ด้วยลักษณะการสื่อสารสองทางของอินเทอร์เน็ตก็จะเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถสื่อสารย้อนกลับไปได้ เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครว่ามีระดับมากน้อยเพียงใด และความต้องการข่าวสารการเมืองดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองมากน้อยเพียงใด

ผลการสำรวจพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความต้องการข่าวสารด้านการเมืองจากเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวมค่อนข้างสูง แต่ทว่ากลับมีการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยโดยรวมค่อนข้างต่ำ และโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างก็มีความพึงพอใจข่าวสารจากเว็บไซต์เหล่านี้ในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยอธิบายว่า น่าจะเนื่องจากทางฝ่ายผู้จัดทำเว็บไซต์นั้นยังใช้ศักยภาพของสื่อใหม่ไม่เต็มที่ เช่น แม้จะสามารถสื่อสารได้แบบสองทาง แต่การสื่อสารบนเว็บไซต์การเมืองไทยในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ยังคงเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวเป็นส่วนใหญ่ (แม้จะเปลี่ยนสื่อแล้วแต่ยังไม่เปลี่ยนนิสัยของการสื่อสาร)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้ได้เริ่มแสดงให้เห็นว่า สื่อใหม่ๆ เช่นอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางใหม่ๆ ของการสื่อสารที่มีลักษณะกระจายตัว มีความหลากหลาย มีแหล่งข่าวสารให้เลือก ฯลฯ ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปแบบอุดมคติของการสื่อสารทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยที่ต้องการ "พลเมืองที่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ" (Well-informed citizen) ในการตัดสินใจทางการเมืองของตน

4. ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อใหม่ (Reflection Theory)

เนื่องจากทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อเป็นทฤษฎีที่มีรากเหง้าความเป็นมาจากสาขาวิชาอื่นที่ยาวนาน และถูกนำมาใช้ในงานศึกษาของสื่อมวลชนอย่างมากทฤษฎีหนึ่ง แต่สำหรับสื่อใหม่แล้ว ยังมีงานศึกษาโดยทฤษฎีนี้ไม่มากนัก

ส่วนที่มาของทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ นั้น ทฤษฎีนี้เป็นการต่อยอดมาจากแนวคิดและทฤษฎีด้านวรรณกรรมศึกษาที่มีความเชื่อเบื้องต้นว่า บรรดางานศิลปะหรือวรรณกรรมทั้งหลายนั้นคือการเลียนแบบโลกที่เป็นจริง (real world/reality) ดังนั้น ศิลปะและวรรณกรรมจึงถูกอุปมาอุปไมยว่าเป็นกระจก "กระจก" (mirror) ส่องให้เห็นความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้คน การกระทำ การดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม และอื่นๆ และแม้ว่าความเป็นจริงเช่น ผู้คน เหตุการณ์ วัตถุสิ่งของ ฯลฯ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ จะสูญหาย/หรือสูญสลายไปแล้ว แต่งานศิลปะและวรรณกรรมต่างๆ ยังคงสามารถเก็บบันทึก "สภาพความเป็นจริงดังกล่าวเอาไว้ได้" ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือ แม้ว่าเหตุการณ์สงครามเวียดนามจะจบสิ้นลงไปแล้ว แต่ภาพของหนูน้อยที่มีร่างเปลือยเปล่าที่วิ่งหนีกระสุนปืนด้วยความตื่นกลัวก็ยังคงมีให้พบเห็นอยู่

ในประวัติศาสตร์งานวิจัยด้านสื่อสารมวลชนนั้น ประเด็นที่มีการนำทฤษฎีภาพสะท้อนมาใช้มากที่สุดคือ ประเด็นสตรีนิยม เนื่องจากการไม่มีหรือมีภาพเพียงเล็กน้อยในพื้นที่สื่อนั้น สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สำคัญของคนกลุ่มนี้ ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อจึงกลายเป็น "อาวุธทางการเมือง" ประเภทหนึ่งที่จะเปิดเผยให้เห็นสถานะที่เสียเปรียบของกลุ่มบุคคลในภาพของสื่อ

แต่สำหรับสื่อใหม่แล้ว สถานการณ์ใช้ทฤษฎีภาพสะท้อนน่าจะเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากธรรมชาติบางประการของสื่อใหม่มีลักษณะตรงกันข้ามกับสื่อมวลชน เช่น ธรรมชาติของสื่อใหม่จะมีลักษณะกระจายตัว (decentralized) ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้ ผู้ส่งสาร/ผู้รับสารไม่ได้แยกบทบาทกันอย่างชัดเจน หากแต่สลับกันไปมา ดังนั้นจึงน่าสังเกตว่า งานศึกษาภาพสะท้อนของคนกลุ่มต่างๆ ในสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ตจะมีไม่มากนัก แต่ทว่าลักษณะที่ ยังคงต่อเนื่องจากสื่อมวลชนก็คือ ประเด็นที่ถูกนำมาศึกษาก็ยังคงเป็นการสร้างภาพกลุ่มคนที่เสียเปรียบและด้อยโอกาสเช่นเดียวกัน

ดังตัวอย่างเช่นงานของหัตสยา หาสิตะพันธุ์ (2542) ศึกษาเรื่อง "ภาพสะท้อนสตรีไทยในสื่อเวิลด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web) เพื่อตรวจสอบว่า ภาพสะท้อนของสตรีไทยใน World Wide Web ซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นับวันจะมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้คนในโลกมากยิ่งขึ้นทุกทีจะเป็นอย่างไร โดยคัดเลือกเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม 10 อันดับแรกจาก Search Engine ยอดนิยมจัดอันดับให้ 5 แห่ง ผลการวิจัยให้ข้อค้นพบที่ขัดแย้งกับทัศนะของนักวิชาการทางด้านการสื่อสารเช่น D. McQuail (2003) ที่กล่าวว่า "การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ" แต่ทว่าในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของสตรีไทยในสื่อใหม่เช่นอินเทอร์เน็ต ข้อสรุปนั้นยังไม่ยืนยันคำกล่าวของ McQuail หากแต่กลับให้ข้อสรุปที่แตกต่างว่า "แม้สื่อจะใหม่แล้ว แต่สถานการณ์ด้านภาพสะท้อนของสตรีในสื่อใหม่นั้นยังไม่เปลี่ยนแปลง" World Wide Web ส่วนใหญ่ยังคงนำเสนอภาพสรุปแบบเหมารวม (stereotype) ของสตรีไทยว่าเป็นเพียง "สัตว์โลกแสนสวย วัตถุทางเพศ" เป็นส่วนใหญ่ นี่จึงยังเป็นเป็นโจทย์ใหญ่สำหรับการใช้ทฤษฎีภาพสะท้อนของกลุ่มคนที่เสียเปรียบกับการใช้สื่อใหม่ที่ยังคงต้องเดินทัพทางไกลกันอีกต่อไป

5. ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อใหม่ (Social Functionalism of New Media)

ทฤษฎีหน้าที่นิยมถือว่าเป็นทฤษฎีกระแสหลักในสาขาสังคมศาสตร์ของอเมริกา และก็เป็นทฤษฎีกระแสหลักในสาขานิเทศศาสตร์ของสหรัฐด้วยเช่นกัน ต้นกำเนิดความเป็นมาของทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นก่อตัวมาจากทฤษฎีจิตวิทยาที่ว่าด้วย "ความต้องการ" (Need) ของทั้งปัจเจก กลุ่ม สถาบัน สังคม และสังคมโดยรวม และเมื่อเกิดความต้องการขึ้นมาแล้ว ทุกหน่วยย่อยของปัจเจก กลุ่ม สังคม ก็ต้องช่วยกันทำหน้าที่ด้วยการกระทำกิจกรรมหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง (activity) เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นให้เต็มเต็ม

ในระดับการศึกษาวิจัยบทบาทหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชน/สื่อใหม่ (รวมทั้งสถาบันอื่นๆ ก็เช่นกัน) จึงมีวิธีตรวจสอบอยู่ 3 วิธี โดยพิจารณาจาก "การทำกิจกรรม/การตั้งเป้าหมาย/หรือผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำของสื่อมวลชน/สื่อใหม่นั้นๆ "

(i) หากสถาบันสื่อมวลชนดำเนินกิจกรรมไปตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมาอย่างดี ก็จะได้ถือว่าเป็น "การทำหน้าที่ที่ดี" (Well-function)

(ii) หากสื่อมวลชนไม่ดำเนินกิจกรรมไปตามที่ได้รับมอบหมายมาก็จะถือว่าเป็น "ไม่ทำหน้าที่" (Non-function/dysfunction)

(iii) หากสื่อมวลชนนอกจากจะไม่ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายมาแล้ว แต่ยังไปทำหน้าที่อื่นๆ ที่เป็นอันตรายต่อระบบ ก็จะถือว่าเป็น "เป็นการทำหน้าที่ผิดๆ " (Malfunction)

ตัวอย่างงานวิจัยไทยชิ้นแรกๆ ที่ใช้ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมมาศึกษาสื่อใหม่คือ งานของสายชล บุณกิจ (2541) เรื่องบทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม" ผู้วิจัยเริ่มต้นที่มาของโจทย์การวิจัยด้วยข้อเท็จจริงของโลกยุคโลกาภิวัตน์ว่า มีการเคลื่อนย้ายไหลเวียนของผู้คน (ethnoscape) เทคโนโลยี (technoscape) เงิน (finanscape) สื่อ (Mediascape) และความคิด ซึ่งแม้การเคลื่อนย้ายดังกล่าวจะมีมานานแล้ว แต่ก็ไม่ได้ขับเคลื่อนอย่างรวดเร็วและกว้างขวางเช่นโลกในยุคนี้ (Appadurai, 1996) ในช่วงปีพ.ศ.2540 มีคนไทยอาศัยอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกถึง 2 ล้านคน ความห่างไกลด้านระยะทางทำให้เป็นอุปสรรคต่อการติดตามข่าวสารจากเมืองไทย และในระยะยาวพวกเขาก็อาจจะขาดความรู้สึกผูกพันกับสังคมไทย ในขณะที่ปัจจุบันนี้ บรรดาสื่อใหม่ประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่สามารถเอาชนะอุปสรรคเรื่องความห่างไกลเชิงพื้นที่ได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่า สำหรับสื่อใหม่เช่นอินเทอร์เน็ตจะสามารถเล่นบทบาทหนึ่งของสื่อมวลชน คือการทำหน้าที่ประสานสังคม (correlation) เพื่อเชื่อมโยงคนไทยในต่างประเทศให้ยังคงมีความรู้สึกผูกพันใกล้ชิดและแนบแน่นกับสังคมไทยได้อยู่หรือไม่

นอกเหนือจากการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ว่า สื่อใหม่ได้ทำหน้าที่อะไรบ้างแล้ว อันเนื่องมาจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่ได้กล่าวไปแล้วว่า เป็นสื่อที่ใช้ได้ง่าย เข้าถึงง่าย เปิดโอกาสให้ทุกคนได้เป็นผู้ส่งสาร ฯลฯ ในด้านหนึ่งนั้น คุณลักษณะเหล่านี้มีคุณูปการต่อการสร้างความเสมอภาค เท่าเทียม มีเสรีภาพในการใช้สื่อของสังคมอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง คุณลักษณะดังกล่าวก็เป็นปัจจัยให้เกิดการนำสื่อมาใช้ในบทบาทหน้าที่ที่ผิดพลาด/เป็นโทษ (Malfunction) เพื่อป้องกันมิให้สื่อใหม่ถูกนำไปใช้ในบทบาทหน้าที่ที่เป็นโทษดังกล่าว ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่เช่นอินเทอร์เน็ตจึงได้พยายามติดตั้งกลไกต่างๆ เพื่อกำกับให้บทบาทหน้าที่ของสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างมีประโยชน์ (well-function) เช่น กลไกด้านกฎหมาย การจัดตั้งองค์กรวิชาชีพมากำกับดูแล การสร้างมาตรฐานในการทำงาน และสำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต กลไกสำคัญตัวหนึ่งที่อยู่ปลายสุดของกระบวนการกำกับควบคุม และอยู่ใกล้ชิดกับผู้ใช้งานที่สุดก็คือ เว็บมาสเตอร์ (Webmaster) จึงมีงานวิจัยกลุ่มหนึ่งที่ศึกษาบทบาทหน้าที่ของกลไกตัวนี้

เช่น งานวิจัยของสรมน ธรรมรัตน์ (2549) เรื่อง "บทบาทเว็บมาสเตอร์ในการกลั่นกรองเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของไทย" ผลการวิจัยค้นพบว่า หลักเกณฑ์ที่เว็บมาสเตอร์ใช้ในการกลั่นกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมีอยู่ 5 หลักเกณฑ์ หลักเกณฑ์ที่เว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 เว็บไซต์ใช้มากที่สุดก็คือ คำร้องเรียนของผู้ใช้ รองมาเป็นหลักเกณฑ์เรื่องวิจารณ์ญาณของเว็บมาสเตอร์ อันดับ 3 ที่มีคะแนนเท่ากัน คือ การอ้างอิงตามสื่ออื่นๆ (เช่น สื่อสิ่งพิมพ์) และกฎหมายในสังคม ส่วนอันดับสุดท้ายที่มีเพียงเว็บไซต์เดียวที่ใช้คือหลักเกณฑ์เรื่องความมั่นคงของชาติ จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้เลยว่าสื่อใหม่เช่นอินเทอร์เน็ตนั้นจะให้ความสำคัญกับ "ผู้ใช้บริการ" เป็นอันดับแรก และอาจจะเนื่องจากคำร้องเรียนดังกล่าวมักมีลักษณะรูปธรรมชัดเจน พิจารณาตัดสินใจได้ง่าย ในขณะที่หลักเกณฑ์ระดับมหภาค เช่น กฎหมายหรือความมั่นคงของชาติอาจจะมีลักษณะนามธรรม มีหลายนัยยะไม่ชัดเจน และพิจารณาตัดสินใจได้ยาก และในเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยก็ได้พบว่า ด้วยคุณลักษณะเฉพาะตัวของสื่อใหม่นั้นเองที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการกลั่นกรองเนื้อหา

6. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses & Gratifications Approach)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นี้ เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นในราวช่วงทศวรรษ 1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) และหลังทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) ทฤษฎีนี้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบโต้กับทฤษฎีที่มีมาก่อนหน้านั้น

เมื่อเทียบกับ Impact Theory ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า "สื่อมีพลังอำนาจในการโน้มน้าวผู้รับสาร" ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ไม่เห็นด้วยกับข้อตกลงดังกล่าว แต่กลับเห็นว่า ผู้รับสารหรือที่เรียกว่าผู้ใช้สื่อต่างหากที่เป็นผู้เลือกใช้ทั้งสื่อและเลือกรับรู้สารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ตัวอย่างงานวิจัยในต่างประเทศที่น่าสนใจชิ้นหนึ่งที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์กับสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ Perse & Courtright (1993 อ้างจาก Severin, 2010) พบว่า มีความต้องการพื้นฐาน 11 อย่างในการใช้คอมพิวเตอร์ เช่น เพื่อผ่อนคลาย (relax) เพื่อความบันเทิง (entertain) เพื่อเล่นเกมหรือปัญหาอื่นๆ เพื่อมีอะไรทำร่วมกับเพื่อนฝูง ใช้งานเป็นนิสัย/กิจวัตร/ความเคยชิน เพื่อให้คนอื่นรู้ว่าเราสนใจอารมณ์ความรู้สึกของเขา เป็นต้น

ในขั้นต่อมา ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ได้พัฒนาแตกตัวออกมาเป็นทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้อย่างมากในการศึกษาเรื่องสื่อใหม่ เนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีนั้นสอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อใหม่แทบจะทุกประการ ไม่ว่าจะเป็นข้อตกลงที่เกี่ยวกับผู้ใช้สื่อ (Users) ที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารและมีลักษณะ active ต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือข้อตกลงที่เกี่ยวกับตัวสื่อ เช่น สื่อใหม่นั้นเป็นสื่อที่มีลักษณะแบบ User pull (มิใช่ User push) มีประเภทข่าวสารมากมายที่ต้องค้นหา มีการเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลให้ติดตามค้นหาได้ เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่ใช้ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อใหม่นั้นมักจะศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของพรทิพย์ พัฒนานุสรณ์ (2543) เรื่อง "การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ต" ผู้วิจัยเริ่มต้นจากข้อเท็จจริงที่ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังมีความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจอย่างมาก ดังนั้น ความต้องการอันดับแรกของวัยรุ่นจึงเป็นข่าวสารที่เกี่ยวกับเรื่องเพศนี้เอง และความต้องการนี้น่าจะมีมากจนกระทั่งไม่ทำให้วัยรุ่นเป็นผู้รับสารที่ passive และรอคอยเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แต่ทว่าจะเปลี่ยนสภาพมาเป็น "ผู้ใช้สื่อ/สาร" (users) ที่ active และลงมือแสวงหาข่าวสารที่ต้องการด้วยตนเอง ในช่วงเวลาที่ศึกษานั้น สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถเลือกแสวงหาข่าวสารที่ต้องการได้อย่างเหมาะสมกว่าสื่อประเภทอื่นๆ รวมทั้งเป็น "สื่อที่คนรุ่นใหม่" มีความคุ้นเคยและรู้จักวิธีการใช้เป็นอย่างดี

ในการนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์มาศึกษาสื่อใหม่นั้น จะประกอบด้วยสื่อใหม่หลากหลายประเภท เช่น สื่อประเภทวิทยุติดตามตัว (เช่นงานของชลพรรณ ธัมมัตถยา, 2539 เรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์") หรือสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่อาจถือว่าเป็นจุดสุดยอดของสื่อใหม่ทั้งหลายที่มีการนำมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ใช้ในทุกปริมาณพลของสังคม ใช้ในทุกกลุ่มคน และใช้ในทุกมิติทั้งเรื่องส่วนตัวและการทำงาน (เช่น งานวิจัยของศรีหญิง ศรีศุข, 2544 เรื่อง "การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา") และ สื่อใหม่ที่พัฒนามาจากสื่อแบบเดิม ดังที่ได้เกริ่นข้างต้นแล้วว่า คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของสื่อใหม่ คือการเปิดโอกาสให้มีการเข้าร่วม/บูรณาการกับสื่อประเภทอื่นๆ ได้ง่าย ดังนั้น เมื่อเกิดสื่อใหม่ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ บรรดาสื่อมวลชนเดิมที่มีอยู่เกือบจะทุกประเภทก็ได้ปรับตัวด้วยการเข้าร่วมกับสื่อใหม่ สื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏตัวในอินเทอร์เน็ต ดังที่เรารู้จักกันในนามของ "หนังสือพิมพ์ออนไลน์" (เช่นงานวิจัยของกาญจนา กาญจนทวี, 2542 ที่ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ มาศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์)

7. ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อใหม่ (Normative Theory of New Media)

ทฤษฎีบรรทัดฐานนี้ก่อตัวมาตั้งแต่ในยุคสมัยแรกของสื่อมวลชน โดยมีความเชื่อเบื้องต้น (Basic assumption) ว่า สื่อมวลชนนั้นมีพลังอำนาจมหาศาล และเป็นพลังทั้งในด้านบวกและด้านลบ สังคมจึงต้องมีกลไกการควบคุมกำกับดูแลสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ความเชื่อดังกล่าวนั้นมิได้เป็นความเชื่อที่เลื่อนลอย หากทว่าได้เกิดปรากฏการณ์จริงเมื่อสื่อมวลชนหลายประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ ฯลฯ ได้สำแดงให้เห็นพลังในทางลบของสื่อ (เช่น จุดประเด็นให้เกิดสงคราม ล้างสมองทางการเมือง ฯลฯ)

ในขณะที่มีข้อตกลงร่วมกันว่า สังคมจำเป็นต้องมีการควบคุมสื่อประเภทต่างๆ รวมทั้งสื่อใหม่ด้วย แต่โจทย์การวิจัยที่ยังเหลืออยู่ก็คือ ใครจะเป็นผู้ควบคุม/กำกับ (เช่น ภาครัฐ เอกชน/ธุรกิจ ภาคประชาสังคม) จะใช้กลไก/มาตรการอะไรมาควบคุม (เช่น มาตรการด้านกฎหมาย มาตรการด้านสังคม มาตรการด้านเทคโนโลยี ฯลฯ)

การศึกษาสื่อใหม่ด้วยทฤษฎีบรรทัดฐานนั้นจะมีพัฒนาการไปตามประเภทของสื่อใหม่ เช่น ในยุคแรก คือ ในกลางทศวรรษ 2530 จะเป็นการกำกับสื่อสารโทรคมนาคม เช่น ดาวเทียม แต่ในทศวรรษ 2540 ก็เริ่มเป็นการศึกษาการกำกับดูแลสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เริ่มจากงานศึกษาการประมวลกลไกต่างๆ สำหรับการกำกับสื่อใหม่ประเภทนี้ของพิงรอน รามสูต วัฒนันท์ (2547) และงานศึกษาชิ้นต่อมาที่เริ่มแยกภาคส่วนที่กำกับควบคุม เช่น การศึกษาการกำกับจากภาครัฐ เช่น งานของ บรรชา ลิมปสทธิกิจ (2549) เรื่อง "ปัญหาและอุปสรรคในการกำกับดูแลเนื้อหาสื่ออินเทอร์เน็ตโดยหน่วยงานภาครัฐ" และงานศึกษาการกำกับดูแลสื่ออินเทอร์เน็ตจากภาคประชาสังคม เช่น งานวิจัยของเชิญพร คงมา (2551) เรื่อง "บทบาทของภาคประชาสังคมในการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต"

มีข้อสังเกตเล็กๆ ที่ว่า ในงานของบรรชา ลิมปสทธิกิจ (2549) ที่ได้ศึกษาการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตเฉพาะจากภาครัฐนั้น ประเด็นความสนใจของการกำกับนั้นจะมุ่งไปที่ด้านเดียวของเหรียญคือ การตอบโต้ท้วงติงว่าจะควบคุมกำกับดูแลอย่างไร แต่เมื่อเชิญพร คงมา (2551) เคลื่อนย้ายผู้ควบคุมมาที่ภาคประชาชน มิติเรื่องสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นซึ่งเป็นเหรียญอีกด้านจะเผยตัวออกมาให้เห็นทันที

แต่ไม่ว่าจะเป็นการกำกับดูแลจากภาคส่วนใดก็ตาม ผลการวิจัยก็แสดงให้เห็นว่า ปัญหา/อุปสรรคทั้งจากภาครัฐและภาคประชาสังคมนั้นก็จะมีจุดร่วมกันบางประการ เช่น ปัญหาบุคคลากรไม่เพียงพอในเชิงปริมาณ และมีความไม่เชี่ยวชาญพอในเชิงคุณภาพ และการขอร่วมมือจากส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

8. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองแห่งสื่อใหม่ (Political Economy of New Media)

ทฤษฎีนี้มีความเชื่อเบื้องต้นว่า การดำเนินงานต่างๆ ของสื่อใหม่นั้นจะถูกกำหนด/ควบคุมจากกลุ่มต่างๆ ในสังคม แต่แทนที่จะมุ่งเน้นว่า แล้วสังคม/กลุ่มสังคมต่างๆ ควรจะสร้างบรรทัดฐานในการควบคุมสื่ออย่างไรเช่นทฤษฎีบรรทัดฐาน ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกลับสนใจประเด็นที่ว่า กลุ่มต่างๆ ชนชั้นต่างๆ ในสังคมนั้นมีพลังอำนาจ (power) ไม่เท่าเทียมกัน ไม่ว่าแหล่งพลังอำนาจนั้นจะมาจากมิติด้านเศรษฐกิจ (โดยเฉพาะทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองสนใจพลังอำนาจที่มาจากการเป็นเจ้าของ - power of ownership) หรือมิติด้านการเมือง (เช่น การเข้าครอบครองอำนาจในกลไกรัฐ) ดังนั้น ในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่นั้นจะมีลักษณะของความไม่เสมอภาค/ไม่เท่าเทียมกันอยู่เสมอ ตัวอย่างรูปธรรมที่สุดของแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองแห่งเรื่องสื่อใหม่ก็คือแนวคิดเรื่องช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide)

ในงานศึกษาวิจัยที่ใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเพื่อศึกษาเรื่องสื่อใหม่นั้น ในประเทศไทยมีปริมาณไม่มากนัก ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากคุณลักษณะหลายๆ ประการของตัวสื่อใหม่เองที่ทำให้ดูเหมือนว่าสื่อประเภทนี้จะมีอิสระเสรีภาพ มีการเข้าถึงได้ง่าย ดูมีความเสมอภาคเท่าเทียมมากกว่าสื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม ก็มีตัวอย่างงานวิจัยบางชิ้นที่หยิบจับเอาแนวคิดหลักของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง เช่น แนวคิดเรื่องความเป็นเจ้าของ ซึ่งในกรณีของสื่อใหม่จะแสดงออกในเรื่องลิขสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ ที่เป็นการใช้พลังอำนาจแห่งการเป็นเจ้าของมาควบคุมการใช้สื่อ

ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของสิทธิสันติ เล้าสกุล (2546) เรื่อง "องค์กรสื่อทางเลือกบนเวปไซด์เว็บ กับ ลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์" ที่พบว่า สังคมไทยต้องจ่ายแพงในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ อันมีสาเหตุมาจากปัจจัยทางการเมืองคือการแทรกแซงของรัฐในเรื่องการคุ้มครองลิขสิทธิ์โปรแกรมเหล่านั้น หรือในทางตรงกันข้าม เนื่องจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองสนใจเรื่องความขัดแย้งที่ก่อให้เกิดทั้งการครอบงำ/การเอารัดเอาเปรียบ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ทฤษฎีนี้ก็ให้ความสนใจกับการใช้ การสื่อสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดเพื่อคัดล้าง/ต่อต้าน/ต่อสู้การครอบงำ/การเอารัดเอาเปรียบ ดังกล่าว ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของมนทกานต์ ตปนียางกูร (2545) เรื่อง "พัฒนาการของสื่อประชาสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ต" ซึ่งในงานวิจัยชิ้นหลังนี้ เกิดมาจากความกังวลของนักวิจัยที่เห็นว่า ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนหรือสื่อใหม่ที่ล้วนแต่ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อสร้างประโยชน์แก่สาธารณะเป็นเบื้องต้น หากทว่า เมื่อกาลเวลาผ่านไป มิติเชิงพาณิชย์ก็ยิ่งเริ่มเข้าครอบงำทั้งสื่อมวลชนรวมทั้งสื่อใหม่ด้วย จนอาจทำให้บรรดาสื่อสาธารณะทั้งหลายพากันล้มเลิกการทำหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมที่เคยกระทำมาในครั้งอดีต

9. ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษากับสื่อใหม่ (Cultural studies)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีล่าสุดเมื่อเทียบกับทุกทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมดโดยก่อตัวมาในช่วงทศวรรษ 1970 ในประเทศอังกฤษ จากกลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัย Birmingham จึงมักถูกเรียกว่า "สำนัก Birmingham" การก่อตัวของสำนักคิดนี้เกิดมาจากการนำบางส่วนเสียของทฤษฎีเดิมๆ ที่มีอยู่แล้วมา ผสมผสานกันใหม่ เช่น ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองทั้งแนวคลาสสิกและแนวใหม่ (Neo-Marxist Theory) ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology) ทฤษฎีด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

สำหรับจุดต่างจุดแกระหว่างทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาเมื่อเข้ามาศึกษาเรื่องการสื่อสารกับทฤษฎีด้านการสื่อสารอื่นๆ ที่มีมาก่อนก็คือ ข้อเสนอใหม่ที่ว่า สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการสื่อสารนั้น การสื่อสารนั้นเป็นมากกว่า "เครื่องมือ/กลไก" (instrumentalism) ในการถ่ายทอด วัฒนธรรมเท่านั้น หากทว่าการสื่อสารนั้นเองคือวัฒนธรรมทั้งในแง่ที่เป็นผู้สร้างสรรค์ (generator) ถ่ายทอด สืบทอด รวมทั้งดัดแปลง ในแง่นี้สื่อใหม่ที่เกิดขึ้นจึงถือเป็นวัฒนธรรมแบบหนึ่ง (New Media Culture)

ส่วนจุดที่แตกต่างจากทฤษฎีด้านวัฒนธรรมที่เคยมีมาก่อนหน้านี้ก็คือ ในขณะที่ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาโดยทั่วไปมักจะสนใจ "ผลผลิตทางวัฒนธรรม" (cultural product) เช่น "อาหารไทย ชุดไทย บ้านไทย" สำนัก Birmingham กลับจะให้ความสนใจกับ "กระบวนการผลิตวัฒนธรรม" (cultural production) และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง "กระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม" (cultural reproduction) ทั้งนี้เนื่องจากหลักการเดียวกับกระบวนการผลิตวัตถุที่ว่า หากไม่มีการผลิตซ้ำเมื่อใด วัตถุหรือวัฒนธรรมนั้นก็ย่อมสูญหายไป ดังนั้น มีแต่การผลิตซ้ำวัฒนธรรมเท่านั้นจึงจะเป็นหลักประกันความยั่งยืนของวัฒนธรรมหนึ่งๆ ในแง่นี้ เมื่อทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาเข้ามาศึกษาสื่อใหม่ ประเด็นปัญหาที่น่าสนใจก็คือ สื่อใหม่นี้จะมีบทบาทในการสืบทอด อนุรักษ์ ดัดแปลง สร้างใหม่ วัฒนธรรมต่างๆ ได้อย่างไร ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมการเสี่ยงเซียมซีผ่านออนไลน์ การดูหมอลำออนไลน์ เป็นต้น

ในงานวิจัยสื่อใหม่ศึกษาของไทย (เช่นเดียวกับต่างประเทศ) มีการใช้ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาในแง่มุมต่างๆ ที่มีการตั้งโจทย์และใช้วิธีวิทยาในการวิจัยที่แตกต่างไปจากทฤษฎีที่เคยมีมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(9.1) ผลกระทบของสื่อที่มากไปกว่า K-A-P ของ Impact theory เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่ม Impact Theory สำนักวัฒนธรรมศึกษามีได้สนใจผลกระทบระยะสั้น (Short-term impact) อันเกิดจากสื่อใหม่ รวมทั้งมีได้สนใจมิติของผลกระทบในด้านของความรู้-ทัศนคติ-การกระทำ (K-A-P) ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากทว่าสำนักวัฒนธรรมศึกษาจะสนใจผลกระทบของสื่อใหม่ (ซึ่งหากจะมี) ที่มีผลในระยะยาว (Long-term impact) และเป็นผลกระทบที่มีความลึกซึ้งมากกว่าระดับของการเปลี่ยนแปลงความรู้-ทัศนคติ-การกระทำเท่านั้น ตัวอย่างของผลกระทบที่ลึกซึ้งนี้ก็เช่น สื่อใหม่สามารถที่จะสถาปนาตัวตน/อัตลักษณ์ (identity formation) ของบุคคลได้ สามารถติดตั้งอุดมการณ์ (ideology) บางอย่างของสังคมได้ หรือสามารถประกอบสร้างภาพตัวแทนของกลุ่มคนหรือสรรพสิ่งต่างๆ ได้ (construction of representation) เช่นตัวอย่างงานวิจัยของ นราธิป วิรุฬห์ชาตะพันธ์ (2548) "การสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์" ที่มีข้อค้นพบว่า ด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่นั้นเองที่ได้ช่วยเพิ่มอำนาจในการสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองให้แก่เจ้าของภาพถ่ายได้ เป็นต้น

(9.2) จาก "สื่อเพื่อการเรียนรู้" สู่อำนาจ "การรู้เท่าทันสื่อ" (Media Literacy) สำหรับแนวคิดเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" (Media Literacy) นั้นมีนัยยะจากหลายทาง ในด้านหนึ่ง เราอาจจัดว่าแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อนั้นยังคงความเชื่อแบบทฤษฎี Impact Theory และหวังว่าการติดตั้งกลไกเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" จะเป็นเสมือนยาแก้หรือลดทอนอิทธิพลจากสื่อได้ แต่สำหรับ "การรู้เท่าทันสื่อใหม่" ที่อยู่ใต้ร่มทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษานั้น จะมีความเชื่อต่อผู้รับสารและสื่อใหม่ที่ตรงกันข้ามกับ Social Learning หรือ Impact Theory กล่าวคือ ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษามีความเชื่อว่า ผู้รับสาร/ผู้ใช้สื่อมีลักษณะที่ active และสามารถที่จะเรียนรู้เท่าทันอิทธิพลของสื่อใหม่ได้

ตัวอย่างงานที่สาธิตแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อตามทัศนะทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาเช่น ภัทธินี แสนสำแดง (2550) ศึกษาเรื่อง "การใช้เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่กับวิถีชีวิตประจำวันของวัยรุ่น ใน อ.เมือง จ.สกลนคร" ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันสื่อทั้งในด้านการเข้าถึง การทำความเข้าใจ และการสร้างเนื้อหาเพื่อสื่อสาร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่ได้กล่าวมาแล้วเป็นปัจจัยเอื้ออำนวย

(9.3) สื่อใหม่กับกลุ่มผู้ใช้หน้าใหม่ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สำหรับทฤษฎี Impact Theory นั้นอาจจะเป็นทฤษฎีที่ไปกันไม่ค่อยได้นักกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ ในขณะที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ และความพึงพอใจจากสื่อ ดูจะมีข้อตกลงเบื้องต้นโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับผู้รับสารที่ไปกันได้กับคุณลักษณะของสื่อใหม่ อย่างไรก็ตาม ระพีพร ทศธร (2552) ผู้วิจัยเรื่อง "การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน: ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์" ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ของสื่อใหม่นั้นจะตอบโจทย์ในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในมิติเชิงปริมาณ (ใช้มากหรือน้อย พอใจระดับไหน) แต่ยังไม่พบบงานศึกษาเรื่อง "ลักษณะแบบแผนการบริโภค" (pattern of consumption) ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นการพลิกมุมมองของการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงคุณภาพ อันเป็นคำถามของทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา และเป็นโจทย์ในการวิจัยของระพีพรในครั้งนี้ ข้อเด่นของงานวิจัยชิ้นนี้ ก็คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มแม่บ้านซึ่งน่าจะเป็นกลุ่มคนที่มีความห่างไกลทางวัฒนธรรมกับสื่อใหม่ประเภทไฮไฟว์ จึงถือได้ว่า ความสามารถของสื่อใหม่ก็คือ การเปิดให้มีการเข้าถึงของกลุ่มผู้ใช้หน้าใหม่ที่เคยถูกกีดกันออกจากการใช้สื่อที่เปิดตัวมาใหม่ๆ เช่นในครั้งอดีต

(9.4) สื่อใหม่กับบทบาทหน้าที่ใหม่ๆ : การเป็นพื้นที่สาธารณะ ในขณะที่สื่อใหม่นั้นยังคงทำหน้าที่ทุกอย่างที่สื่อมวลชนเคยทำได้ ก็จะมีหน้าที่บางหน้าที่ที่สื่อมวลชนแสดงบทบาทได้ไม่เด่นชัดนัก เช่น การเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อการโต้แย้งถกเถียงประเด็นสาธารณะอันเนื่องมาจากข้อจำกัด

ของการเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว แต่สำหรับสื่อใหม่ที่มีคุณลักษณะโดดเด่นคือการสื่อสารสองทาง การไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่ ฯลฯ นั้น การทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะจึงกระทำได้อย่างชัดเจน

มีงานวิจัยไทยหลายชิ้นที่ศึกษาเรื่องการทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะของสื่อใหม่ เช่น รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) เรื่อง "มณฑลสาธารณะ (public sphere) ของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์" งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นในช่วงเวลาที่เป็นยุครุ่งอรุณของการมีเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เช่น www.pantip.com และ www.sanook.com ดังนั้น ผลการวิจัยจึงพบว่า หน้าเว็บไซต์ที่ศึกษานั้นยังไม่ใช่พื้นที่สาธารณะเพื่อการต่อสู้ทางการเมืองที่เห็นผลแพ้ชนะกันในเวทีการเมืองอย่างแท้จริง (ตามทัศนะของ J. Habermas) หากทว่ามณฑลสาธารณะที่ศึกษานั้นจะมีลักษณะเป็น "เวทีเสวนาทางวัฒนธรรม" (cultural forum) มากกว่า อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยชิ้นต่อๆ มา ก็เริ่มให้ข้อพิสูจน์ว่า สื่อใหม่นั้นมีศักยภาพในการเล่นบทบาทใหม่ๆ ได้อย่างจริงจัง และส่งผลให้เกิดรูปแบบการเมืองแบบใหม่ๆ อีกหลายรูปแบบ ทั้งในแง่การเมืองเรื่องวัฒนธรรม (Cultural Politics) การเมืองภาคประชาสังคม (Civil Politics) เป็นต้น

(9.5) สื่อใหม่กับการรวมกลุ่มแบบใหม่ (New Media and New Collectivity) ในทางทฤษฎี นักวิชาการด้านสังคมวิทยาที่มีชื่อเสียงหลายท่าน เช่น Marx Weber Durkheim ได้กล่าวถึงการเลือนหายไปของชุมชนและความสัมพันธ์แบบพบปะเห็นหน้าซึ่งกันและกันอันเนื่องมาจากบทบาทของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตที่ก้าวเข้ามาในสังคมปัจจุบัน (ในชีวิตประจำวัน ผู้คนจะพูดคุยกันผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตมากกว่าจะไปพบปะเยี่ยมเยียนกัน) อย่างไรก็ตาม นักคิดด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะสื่อใหม่อีกกลุ่มหนึ่งก็กลับมีทัศนะที่ตรงกันข้ามว่า บรรดาสื่อใหม่กลับจะทำหน้าที่เชื่อมโยงและสานสายสัมพันธ์ให้ผู้คนมารวมกลุ่มกันด้วยเกณฑ์ใหม่ๆ แทนเกณฑ์เดิมๆ เช่น สถานที่เกิด/ภูมิลำเนา สถานศึกษา สถานที่ทำงาน เป็นต้น ซึ่งงานวิจัยในประเด็นนี้ ก็คือ การตรวจสอบว่า สื่อใหม่จะแสดงบทบาทใดกันแน่ และภายใต้เงื่อนไขใดเป็นสายสัมพันธ์แบบไหน (สายเก่าหรือสายใหม่) ที่สูญหายไปหรือถูกสร้างขึ้นใหม่ เป็นต้น เช่น ตัวอย่างงานวิจัยของ สิทธิพัฒน์ จงรักษ์ (2549) เรื่อง "การสร้างสานสัมพันธ์แฟนคลับของสรยุทธ สุทัศนะจินดา ในเว็บไซต์ www.sorayutfanclub.com"

(9.6) สื่อใหม่กับการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม สำหรับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับวัฒนธรรมนั้น หากเราเริ่มต้นจากการพิจารณาจากมิติด้านวัฒนธรรม เราก็จะพบหลักการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับการสื่อสารว่า เมื่อวัฒนธรรม/ประเพณี/ถือกำเนิดขึ้นมา ก็จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อการเผยแพร่ เพื่อการสืบทอด เพื่อการธำรงรักษา หรือเพื่อการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมนั้นๆ ซึ่งเท่าที่ผ่านมา การสื่อสารทุกประเภท ตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ ะเรื่อมายจนถึงสื่อมวลชนต่างก็ได้แสดงบทบาทดังกล่าวแล้ว ฉะนั้น เมื่อมาถึงรอบของสื่อใหม่ ก็มีคำถามเดิมว่า สื่อใหม่ยังคงแสดงบทบาทเช่นเดียวกับการสื่อสารอื่นๆ อยู่หรือไม่

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นมีคุณลักษณะที่ตรงกันข้ามกับสื่อใหม่ เช่น ลักษณะความเป็นวิทยาศาสตร์ การใช้เหตุใช้ผล การพิสูจน์จับต้อง/สัมผัสได้ ฯลฯ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้อาจจะนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า สื่อใหม่นั้นยังคงทำหน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมให้ดำรงอยู่ต่อไปได้ แต่ทว่าคำถามต่อไปก็คือ จะดำรงอยู่ต่อไปในโฉมหน้าแบบใด และสื่อใหม่แสดงบทบาทนั้นได้อย่างไร ฯลฯ เราอาจจะพบคำตอบได้ส่วนหนึ่งจากงานวิจัยของสุปรียา หัสชู (2553) เรื่อง "ลักษณะพิธีกรรม ความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ และบทบาทของเซียนซีในสื่อออนไลน์"

บทสรุป

สำหรับการตอบโจทย์เรื่อง "การใช้ทฤษฎีในสื่อใหม่ศึกษา" จากข้อมูลงานวิจัยสื่อใหม่ของไทย นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2530 มาจนถึงปัจจุบัน (กลางทศวรรษ 2550) คงพอจะตอบโจทย์ที่ผู้เขียนได้ตั้งไว้แต่แรกเริ่มของข้อเขียนชิ้นนี้ ที่ว่าด้วยจุดยืนทางทฤษฎีในงานวิจัยสื่อใหม่ศึกษาว่า แม้ว่าสื่อใหม่จะมีคุณลักษณะบางประการที่แตกต่างอย่างตรงกันข้ามกับสื่อมวลชนแบบเดิม แต่ทว่าในงานวิจัยสื่อใหม่ศึกษาของไทยก็ยังคงสามารถที่จะนำเอาทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่มีอยู่มาเป็นไฟฉายส่องนำทางการวิจัยได้เช่นเดิม

แต่ทว่าในการนำมาใช้นี้ ในอีกด้านหนึ่ง เราก็ได้พบการเปลี่ยนแปลงบางประการ เช่น การปรับแต่งหรือขยายขมวดมุ่นของทฤษฎีเดิมออกไปให้สอดคล้องหรือครอบคลุมกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ เช่น การปรับแต่ง Impact Theory หรือการเลื่อนลำดับความสำคัญของทฤษฎีเสียใหม่ เช่น ในขณะที่ Social Functionalism มีความสำคัญน้อยลง Uses and Gratifications Approach กลับถูกนำมาใช้ศึกษาสื่อใหม่มากยิ่งขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของทฤษฎี Communication Technology Determinism ของสำนัก Toronto ที่แทบจะถูกกลืนเลื่อนไปในยุคสมัยแรกของสื่อมวลชน (The First Media Age) ก็กลับเป็นทฤษฎีที่ทวนกลับฟื้นคืนชีพมาสองประกายแวววาวในยุคของงานวิจัยสื่อใหม่ในยุคสมัยที่สองของสื่อ (The Second Media Age)

และดูเหมือนทฤษฎีที่จะมีดวงสมพงศ์อย่างยิ่งกับสื่อใหม่ก็คือกลุ่มทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษาที่ถือกำเนิดตกฟากมาในช่วงเวลาเดียวกับการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ความนิยมในการใช้ทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษาในการศึกษาสื่อใหม่นั้นก็น่าจะสืบเนื่องมาจากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า บรรดาข้อตกลงเบื้องต้น (Basic assumption) ไม่ว่าจะเป็นส่วนที่ว่าด้วยองค์ประกอบส่วนใดของการสื่อสาร เช่น ตัวสื่อ เป้าหมายของการใช้สื่อ เนื้อหาสาร อำนาจระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสาร ฯลฯ ทั้งของทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษาและสื่อใหม่นั้นมีส่วนที่สอดคล้องต้องกันอยู่อย่างมาก

สำหรับทฤษฎีที่ดูแปลกใหม่ไปจากทฤษฎีสื่อมวลชนที่เคยมีอยู่และถูกนำมาใช้ในงานสื่อใหม่บางทฤษฎี เช่น ทฤษฎีคลื่นลูกที่สาม (The Third Wave) และทฤษฎีสังคมสารสนเทศ (Information society) ของ A. Toffler นั้น ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า แม้จะมีการนำทฤษฎีใหม่ๆ ดังกล่าวมากล่าวถึงเอาไว้ในงานวิจัยหลายๆ ชิ้น แต่ก็มิพบาทบทวนเชิงการขีดเส้นใต้เน้นความสำคัญของประเด็น/สื่อใหม่ที่จะศึกษา หากทว่าสถานะของทฤษฎีใหม่ๆ เหล่านี้ยังไม่ได้ก้าวเข้ามาในฐานะเป็น "เครื่องมือช่วยการวิเคราะห์" เท่าใดนัก

และเนื่องจากข้อเขียนชิ้นนี้ ผู้เขียนได้จัดจำแนกและประมวลงานวิจัยเรื่องสื่อใหม่ของไทยที่มากมายและกระจัดกระจายโดยใช้แนวคิดเรื่อง "ประเภททฤษฎี" มาเป็นเกณฑ์ในการจำแนก และนอกเหนือจากประเภททฤษฎีแล้ว เราก็น่าจะยังอาจจะใช้แนวคิดอื่นๆ มาเป็นเกณฑ์ในการสังเคราะห์งานวิจัยสื่อใหม่ เช่น ใช้ประเภทของสื่อใหม่ (ตั้งแต่ดาวเทียม เพจเจอร์ โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต Social media แบบต่างๆ ฯลฯ) หรือใช้ "ประเด็น" เช่น เรื่องเพศ ศาสนา/จริยธรรม การศึกษา กีฬา การเมือง ท้องเที่ยว สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ฯลฯ และประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่าง "สื่อใหม่" กับ "สื่อมวลชนแบบเดิม" ที่มีอยู่ที่น่าจะมีการสังเคราะห์ให้เห็นภาพรวมต่อไปในอนาคต