

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพ” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ ดังนี้

1. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
2. ทฤษฎีการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง
(Computer-Mediated Communication)
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ
5. แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion)
6. แนวคิดการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ของมนุษย์ ในชีวิตประจำวัน บุคคลจะไม่รับข่าวสารที่ผ่านเข้ามาเข้าสู่ตนทั้งหมด แต่จะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับรู้เพียงบางส่วน โดยมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ทักษะคติ และตามความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน ดังนี้

1. การเลือกรับ หรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) แหล่งสาร/ผู้ส่งสารมีมากมาย แต่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เช่น หนังสือพิมพ์รายวันมีหลายฉบับ ก็จะเลือกอ่านฉบับใดฉบับหนึ่ง เป็นต้น โดยทั่วไปในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร มักจะเลือกรับจากแหล่งสารที่เสนอความคิด และทัศนคติที่สอดคล้องกับความคิด และทัศนคติของตน

2. การเลือกตามความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกรับสารที่น่าสนใจ หรือให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับสื่อหรือข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม

3. การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) หลังจากมีการเลือกรับสารและให้ความสนใจต่อสารใดสารหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความหมายข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการของแต่ละคน ซึ่งบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะส่วนที่ต้องการ และสอดคล้อง/สนับสนุนความคิดเห็นของตน และจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาสาระ จึงเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของบุคคลมีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

นอกจากนี้ ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ¹ ได้กล่าวว่า ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและของโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในทางปฏิบัติหรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ

1.3 สนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และสนองต่อความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. สร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

¹ ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531), น. 110.

3. การรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ให้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- 4.2 การผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ และได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4.4 ได้มีเวลาทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

การเปิดรับข่าวสารสามารถพิจารณาได้จากตัวชี้วัด ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงพฤติกรรม การเปิดรับของผู้รับสารและช่วยอธิบายถึงการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันของบุคคล ในงานวิจัยของ แม็คเลอด (McLeod) ² ได้ระบุว่า ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) มี 2 ชนิดคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ คือ การวัดจากเวลาที่บุคคลเปิดรับสื่อ เช่น ช่วงเวลาที่เปิดรับ เวลาที่ใช้กับสื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ คือ การวัดความถี่ในการใช้สื่อของแต่ละบุคคลแยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน เช่น ความถี่ของการอ่านหนังสือพิมพ์ในหน้าการศึกษา วัดความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ

² McLeod and O'Keefe Jr., "Socialization Perspective and Communication Behavior," in Current Perspectives in Mass Communication Research (London: Sage Publication, 1972), p. 123.

จากทฤษฎีการเปิดรับสาร จะเห็นว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ตามความต้องการที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน การเปิดรับสารของแต่ละคนจึงแตกต่างกัน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ได้แก่³

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม เนื่องจากคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เช่น คนอายุมากกับคนอายุน้อย จะมีความคิด และประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของเมญาพิมพ์ สมประสงค์⁴ ศึกษาความคิดเห็นเรื่อง "ความเป็นไทย" ที่ปรากฏทางโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15 - 19 ปี และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 55 - 60 ปี ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของคนทั้งสองรุ่นนั้นแตกต่างกัน

นอกจากนี้ความแตกต่างในด้านความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงด้วย จากการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนอายุมากขึ้นโอกาสที่จะถูกชักจูงใจหรือเปลี่ยนใจจะน้อยลง และคนที่มีวัยต่างกันจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างไปด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน เช่น คนที่มีอายุมากมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิงเหมือนคนที่มีอายุน้อย

2. เพศ ผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน และยิ่งถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ในงานวิจัยหนึ่งยังพบว่า ผู้ชายมีความสามารถในการคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ส่วนในเรื่องการใช้สื่อผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จะหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนจรรยาหลังของครอบครัว ซึ่งล้วนมีอิทธิพลสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและ

³ ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 10 (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2546), น. 112-119.

⁴ เมญาพิมพ์ สมประสงค์, "ความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อแนวคิดเรื่อง "ความเป็นไทย" ในภาพยนตร์โฆษณาที่เน้นความเป็นไทยจากสื่อโทรทัศน์," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอดิสัน เพรสโปรดักส์ จำกัด, 2541), น. 180.

เป้าหมายที่ต่างกัน เช่น อาชีพนอกจากจะเป็นแหล่งที่มาของรายได้แล้ว ยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบการใช้เวลาและสถานที่ของบุคคลอีกด้วย ผู้รับสารที่มีอาชีพบ้านย่อมมีโอกาสใช้สื่อที่บ้าน แต่สำหรับผู้รับสารที่ออกไปทำงานนอกบ้าน สื่อที่ใช้ย่อมมีลักษณะเปลี่ยนไป หรือคนที่มีรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนหลายประเภทมากขึ้น เพราะคนที่มีรายได้สูงย่อมมีอำนาจการซื้อสูงกว่า และมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

ในส่วนของตัวแปรรายได้ ยุกพล เบ็ญจรงค์กิจ⁵ ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า รายได้นั้นเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันกับตัวแปรด้านการศึกษาเนื่องจาก เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงมาก โดยเฉพาะแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย และมักไม่มีคนมีการศึกษาสูงที่มีรายได้ต่ำ ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้น ส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ไม่ค่อยมีรายได้สูง นอกจากนี้ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มักมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่า

4. การศึกษา คนที่ได้รับการศึกษา สาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์

5. ศาสนา ศาสนาได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมในชีวิตของคนตั้งแต่เกิดจนตาย คนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่ต่างกันไป จึงมีส่วนในการเปิดรับสารของผู้รับสารด้วย

6. องค์ประกอบของครอบครัว⁶ เราอาจตั้งคำถามเพื่อศึกษาองค์ประกอบครอบครัว เช่น อาศัยอยู่กับใคร ใครเป็นคนหาเลี้ยงครอบครัว สถานภาพสมรสเป็นอย่างไร การแบ่งงานกันทำในครอบครัวเป็นอย่างไร ซึ่งสามารถจะโยงมาสู่การศึกษาเรื่องการสื่อสารได้ เช่น แบบแผนของการรับสารของสมาชิกภายในครอบครัวเป็นอย่างไร โครงสร้างอำนาจในการเปิดรับข่าวสารเป็นอย่างไร

⁵ยุกพล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 71-72.

⁶ กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค, น. 183-184.

7. ภูมิปัญญา ที่อยู่อาศัย⁷ จะเกี่ยวข้องกับสถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้บุคคลที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกันมีทัศนคติ พฤติกรรมแตกต่างกัน

จากลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทำให้ทราบว่าแต่ละบุคคลมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ซึ่งมีผลทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยนำแนวคิดของแม็คเคลาด์ มาเป็นดัชนีในการวัดพฤติกรรมการเปิดอ่านเว็บไซต์ สุขภาพ ได้แก่ ความบ่อยในการเปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพต่อสัปดาห์ และระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิดอ่านแต่ละครั้ง

ทฤษฎีการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง

ในยุคสังคมสารสนเทศ เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวกลางสำคัญในการสื่อสารของมนุษย์ โจเซฟ บี. วอลล์เตอร์ (Joseph B. Walther)⁸ ได้ให้ความหมายของการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง หรือ Computer-Mediated Communication (CMC) ไว้กว้าง ๆ ว่า คือ การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (Computer Conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (Synchronous) หรือต่างเวลายกัน (Asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (Encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (Text Messages) ซึ่งจะถูกถ่ายทอด (Relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

จากนิยามของวอลล์เตอร์ (Walther) ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (CMC) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่จะทำหน้าที่เป็นสะพานลำเลียงข้อมูลข่าวสารที่ถูกใส่รหัส

การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (CMC) ได้กลายมาเป็นสื่อใหม่ที่มีความโดดเด่น ซึ่งมีความแตกต่างกับสื่อรุ่นก่อน ๆ ที่สำคัญคือ การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (CMC) เป็นสื่อที่จะใช้เมื่อไหร่หรือที่ใดก็ได้ ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลา และสถานที่ในการ

⁷ มนต์ชัย ศรีเพชรนัย, "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 16.

⁸ Joseph B. Walther, 1992, p. 52, อ้างถึงใน กิตติ กัญภัย, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. 101-103.

เสนอเนื้อหาเหมือนการใช้สื่ออื่น ๆ และเปิดโอกาสกับผู้รับสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ได้ รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร เป็นลักษณะที่ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงหรือเป็นนิรนามขณะที่ดำเนินการสื่อสาร นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ⁹ ได้เพิ่มเติมลักษณะสำคัญของสื่อคอมพิวเตอร์ คือ สื่อคอมพิวเตอร์มีส่วนผสมทางเทคโนโลยีหลาย ๆ อย่างอยู่ในตัว เช่น มีทั้งการป้อนเข้า การเก็บ การประมวลผล และการแสดงข้อมูลอยู่ในที่เดียวกัน และขนาดของสื่อก็ได้พัฒนาให้เล็กลง พกพาได้สะดวก เป็นสื่อสมัยใหม่มีลักษณะกระจายอำนาจ ที่ไม่ถูกผูกขาดและควบคุมจากฝ่ายผู้ส่งสาร มีลักษณะการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กล่าวคือ ผู้รับสารสามารถจะป้อนกลับปฏิกิริยาไปยังฝ่ายผู้ส่ง และเป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีลักษณะความเป็นลูกผสม กล่าวคือ สื่อใหม่ ๆ ที่จะเกิดตามมาจะเป็นการผสมระหว่างสื่อเก่าที่มีอยู่แล้ว จะทำให้รูปแบบการที่มีลักษณะยืดหยุ่นมากขึ้น

จากลักษณะอันเป็นสากลของคอมพิวเตอร์ที่โยงใยกันเป็นเครือข่าย ทำให้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Person-to-Person Communication Medium) ในหลากหลายรูปแบบ เช่น E-mail, Voice-mail หรือถูกนำมาใช้สนับสนุนการต่อรองระหว่างกลุ่ม หรือการเล่นเกมส์ที่อาศัยการปฏิสัมพันธ์ หรือการสร้างเวทีในการถกเถียงแสดงความคิดเห็น เช่น Chatbox เป็นต้น

การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (CMC) ยังทำให้ผู้ใช้แสดงความคิดเห็นได้อิสระมากขึ้น และไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ ผู้สนทนาในการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (CMC) มีแนวโน้มที่จะใช้เวลานานมากกว่าการสื่อสารรูปแบบอื่นในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตัวเอง สถานภาพ สถานที่ และอื่น ๆ ผู้สื่อสารไม่สามารถเห็น ได้ยิน หรือรับรู้ความรู้สึกด้วยการแสดงออก อวัจนภาษา สัญลักษณ์ และท่าทางได้เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า อย่างไรก็ตาม ผู้สื่อสารมีแนวโน้มที่จะถูกขัดขวางขณะทำการสื่อสารน้อยกว่าการสื่อสารในสถานการณ์แบบเผชิญหน้า¹⁰

ในการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง อินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเป็นได้ทั้งสองบทบาท คือ เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้

⁹ กาญจนา แก้วเทพ, เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง, 2545), น. 132-134.

¹⁰ David Holmes, Communication Theory: Media, Technology, Society (London: Sage Publications, 2005), pp. 62-63.

ลักษณะการสื่อสารของอินเทอร์เน็ตยังเป็นลักษณะการแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ ซึ่งต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ที่เป็นการสื่อสารแบบผลักดันข้อมูลออกสู่ผู้รับ ทั้งนี้เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ควบคุมโดยผู้ใช้มากกว่าเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ส่งสาร ผู้ใช้จึงสามารถที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารตามที่ต้องการเปิดรับ หรือเลือกปฏิเสธข้อมูลที่เห็นว่าไม่น่าสนใจได้อย่างสะดวก และหากผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารเรื่องใด ๆ ก็สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ส่งสารเพื่อขอหรือเพิ่มเติมข้อมูล ตลอดจนสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขหรือร่วมแสดงความคิดเห็นได้ด้วย โดยอาศัยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) หรือโปรแกรมสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการติดต่อ ซึ่งกระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งเป็น 4 แบบ คือ ¹¹

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-One Asynchronous Communication) คือ การที่ผู้ส่งสารส่งสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปยังผู้รับสารเพียงคนเดียว และช่วงเวลาที่ปฏิสัมพันธ์นั้นไม่เป็นไปในลักษณะทันทีทันใด เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-Many Asynchronous Communication) คือ ผู้ส่งสารส่งสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยสารดังกล่าว จะสามารถรับได้โดยผู้รับสารหลาย ๆ คน ทั้งนี้ช่วงเวลาที่ปฏิสัมพันธ์นั้นไม่เป็นไปในลักษณะทันทีทันใด เช่น Usenet, Electronic Bulletin Boards และ Listserv ซึ่งผู้รับสารต้องลงชื่อก่อนเข้าสู่ระบบ

3. การสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถดำเนินกระบวนการสื่อสารไปได้แบบทันทีทันใด ทั้งในแบบบุคคลกับบุคคล (One-to-One) และบุคคลกับกลุ่ม (One-to-Many) โดยสามารถสนทนาได้ในหลากหลายหัวข้อที่ต้องการ เช่น Internet Chat, MUDs ที่ผู้ส่งสารสามารถพิมพ์ข้อความพูดคุยกับผู้ใช้อื่น ๆ ได้ทั้งแบบคุยเป็นการส่วนตัวและคุยกันหลายคน

4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมกัน (Asynchronous Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถดำเนินกระบวนการสื่อสารในลักษณะไม่ทันทีทันใด โดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่ผู้รับสารเข้าไปในเว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูล อาจเป็นการสื่อสารแบบบุคคลกับบุคคล (One-to-One) บุคคลกับกลุ่ม (One-to-Many) หรือ กลุ่มกับบุคคล (Many-to-One) เช่น Website, Gopher และ FTP sites

¹¹ Denis McQuail, McQuail's Reader in Mass Communication Theory (London: Sage, 2002), p. 138.

นอกจากนี้ ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังมีรูปแบบบริการที่หลากหลาย ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกใช้งานได้ตามต้องการ โดยสามารถแบ่งรูปแบบการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตได้ดังนี้¹²

1. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail: E-mail) เป็นการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากผู้ใช้สามารถติดต่อกับบุคคลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้นไม่ว่าอยู่ที่ใดก็ตาม

2. การสืบค้นข้อมูลแบบเครือข่ายเวิลด์ไวด์ (World Wide Web: WWW) เป็นการสื่อสารที่เติบโตเร็วที่สุดในอินเทอร์เน็ต เพราะใช้งานง่ายและนำเสนอข้อมูลแบบกราฟฟิกได้เสมือนการเข้าไปอ่านหนังสือที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบ

3. การโอนย้ายข้อมูล (File Transfer Protocol: FTP) เป็นการถ่ายโอนข้อมูลรวมถึงโปรแกรมต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลทั่วไปไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ใช้งานอยู่

4. การแลกเปลี่ยนข่าวสาร (USENET) การสื่อสารประเภทนี้มีที่มาจากกระดานข่าวหรือ Bulletin Board กล่าวคือผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันจะรวมกลุ่มกันตั้งเป็นกลุ่มข่าวของแต่ละประเภทตามความสนใจ โดยจะส่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ปัญหาหรือคำถามของตนเข้าไปติดประกาศไว้บนกระดานข่าว และถ้าสมาชิกคนอื่นมีข้อมูลเพิ่มเติมหรือคำตอบก็สามารถส่งข้อมูลตอบกลับไปติดประกาศไว้ได้เช่นกัน

5. การเข้าใช้เครื่องระยะไกล (Telnet) เป็นการขอเข้าไปใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตจากระยะไกล โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องไปนั่งอยู่หน้าเครื่องนั้น แต่ต้องมี Account และรหัสผ่านจึงสามารถเข้าเครื่องดังกล่าวได้

6. การสนทนาผ่านเครือข่าย (Talk หรือ Chat) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง คือ สามารถสื่อสารโต้ตอบได้ทันที สามารถสนทนาได้ทั้งแบบ Text-Bases ซึ่งโปรแกรมที่นิยมคือ Talk และ IRC (Internet Relay Chat) และแบบ Voice-Based เช่น โปรแกรม Net Meeting และ Internet Phone

จากแนวคิดเรื่องการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง เว็บไซต์ถือเป็นรูปแบบบริการหนึ่งบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง โดยมีกระบวนการสื่อสารเป็นลักษณะแบบไม่พร้อมกัน (Asynchronous Communication) ดังที่แมคควอลล์ (McQuail)¹³ ได้กล่าวไว้ กล่าวคือ ช่วงเวลาที่ปฏิสัมพันธ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในเว็บไซต์ไม่ได้เป็นไปในลักษณะ

¹² วณิดา จันทรรูจิกรกร, อินเทอร์เน็ต: มิติใหม่ของการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น, 2543), น. 5-9.

¹³ Denis McQuail, op. cit., footnote 11, p. 138.

ทันทีทันใด และโดยทั่วไปผู้รับสารเข้าใช้เว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการ ผู้วิจัยนำทฤษฎีนี้เป็นกรอบในการศึกษาว่าผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพนั้นมีพฤติกรรมการเปิดรับและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารตามความคาดหวังจากระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางอย่างไร

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ ซึ่งเน้นศึกษาหน้าที่ของสื่อมวลชนในมุมมองปัจเจกบุคคล กล่าวคือ จะเน้นความสำคัญที่ผู้รับสารมากกว่าตัวสาร เป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคมโดยเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ (Needs) ของตนเองเป็นหลักซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะแตกต่างกันเนื่องจากมีกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาที่แตกต่างกัน ผู้รับสารตัดสินใจเลือกรับสื่อจะดูในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไรจากสิ่งใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือเป็น การเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร (Active)

การศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนโดยใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เริ่มเมื่อ เฮร์ซ็อก (Herzog)¹⁴ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับการพึงรายการละครวิทยุภาคกลางวัน แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาสารเพื่อสนองความต้องการของตน การค้นพบครั้งนี้ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ว่าในการสื่อสารนั้นผู้รับสาร คือตัวจักรที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก และเป็นการแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้

ต่อมา แคทซ์ (Katz) และคณะได้ศึกษาเพิ่มเติม และได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ ได้แก่¹⁵

¹⁴ Herzog, 1944, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 85.

¹⁵ Katz and others, 1973, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541), น. 308-309.

1. Mode คือ ลักษณะของความถี่ของการใช้สื่อ ประกอบด้วย
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - 1.2 ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา (ยังไม่มีเลย)
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการใช้สื่อ ประกอบด้วย
 - 2.1 รับรู้ข่าวสารความรู้
 - 2.2 เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน)
 - 2.3 เพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ
 - 2.4 เพื่อสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึงในระดับต่าง ๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัว จนห่างออกไปเรื่อย ๆ ดังนี้
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 ชนบทประเพณี ธรรมเนียม สังคม
 - 3.5 โลกกว้าง
 - 3.6 สิ่งอื่น ๆ ที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ แคทซ์ (Katz) และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้น ซึ่งชี้ให้เห็นความต้องการของบุคคลที่สามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองความพึงพอใจได้ เช่น $(1.1) \times (2.1) \times (3.5) =$ กลุ่มตัวอย่างต้องการจะเปิดรับข่าวต่างประเทศมากขึ้น (1.1) เพื่อหาข่าวสารความรู้ (2.1) เกี่ยวกับโลกกว้าง (3.5)

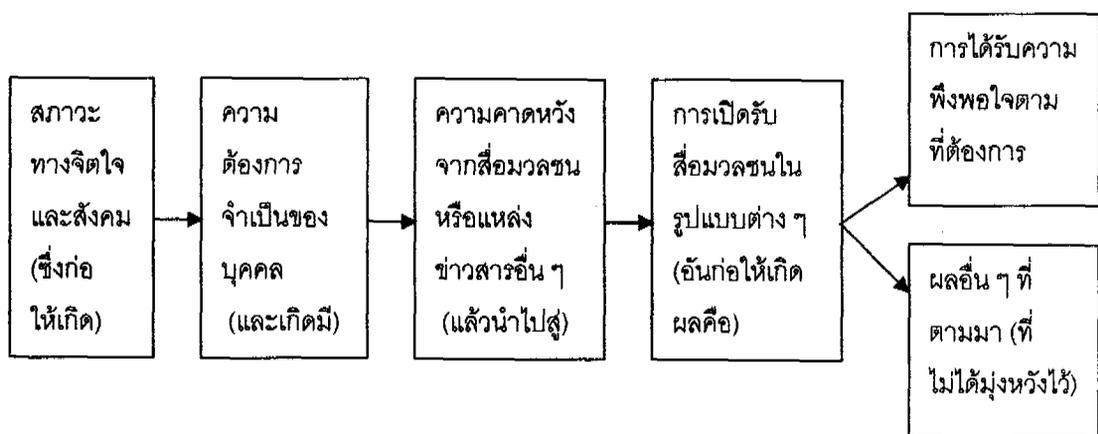
งานวิจัยของ แคทซ์ (Katz) และคณะ แม้เป็นการวิจัยขั้นพื้นฐาน แต่ก็ยังเป็นต้นแบบของงานวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารในระยะต่อมา ซึ่งสามารถสรุปแบบแผนการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าว¹⁶ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคม จิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคลซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเน

¹⁶ 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.

นี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่นที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน สรุปเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.1

แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz และคณะ



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

แบบจำลองที่ แคทซ์ (Katz) และคณะสร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ดังนี้คือ สภาวะสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการแตกต่างกันออกไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป และขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันไปด้วย

แม็คคอมส์ และ เบคเคอร์ (McCombs and Becker)¹⁷ ศึกษาเกี่ยวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ การฟังละครวิทยุ การชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของมนุษย์ ได้สรุปผลว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ดังนี้

¹⁷ Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall Inc., 1979), pp. 50-52.

1. เพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นรอบตัว ทราบความเป็นไปของโลก เพื่อที่จะได้ทราบว่าเกิดอะไรขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ หรือหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (Decisions) เปิดรับ สื่อมวลชนเพื่อนำมาปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Discussions) รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์นำไปพูดคุย สนทนากับผู้อื่น
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าตนมีส่วนร่วมใน เหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
5. เพื่อเสริมย้ำความคิดเห็น (Reinforcement) หาข้อมูลเพื่อเสริมย้ำความคิดเห็นเดิม มั่นคงยิ่งขึ้น หรือเพื่อยืนยันการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและ ผ่อนคลายอารมณ์

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ จะเน้นความสำคัญที่ความต้องการ (Needs) ของผู้รับสาร ซึ่งแต่ละคนจะมีความต้องการแตกต่างกันไป ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นคน เลือกใช้ช่องทางสื่อ และเนื้อหาของสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนแตกต่างกัน ออกไปด้วย ผู้วิจัยนำทฤษฎีนี้เป็นกรอบในการศึกษา โดยจะศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดอ่าน ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ ประโยชน์ของผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพ

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)¹⁸ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนว ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยชี้แนวทางการอธิบายผู้รับ สารด้วยหลักการด้วยกันกับทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจาก แนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจด้วย คือ เน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่าง เป้าหมายและมีเหตุผล ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดย

¹⁸ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 92.

ตั้งใจ ก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดนั้นจะต้องวาดภาพในใจก่อนแล้วว่าเป็นสิ่งที่ตนต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงนำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมกาเปิดรับสารของมนุษย์โดยเฉพาะใน สถานการณ์การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือก ของเขาได้

ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายใน แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับ สารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นนั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างใน อนาคต ด้วยเหตุนี้ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ จึงถูกนำมาใช้กับทฤษฎีแนวนี้ เมื่อได้นำมาใช้ ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมกาสื่อสาร

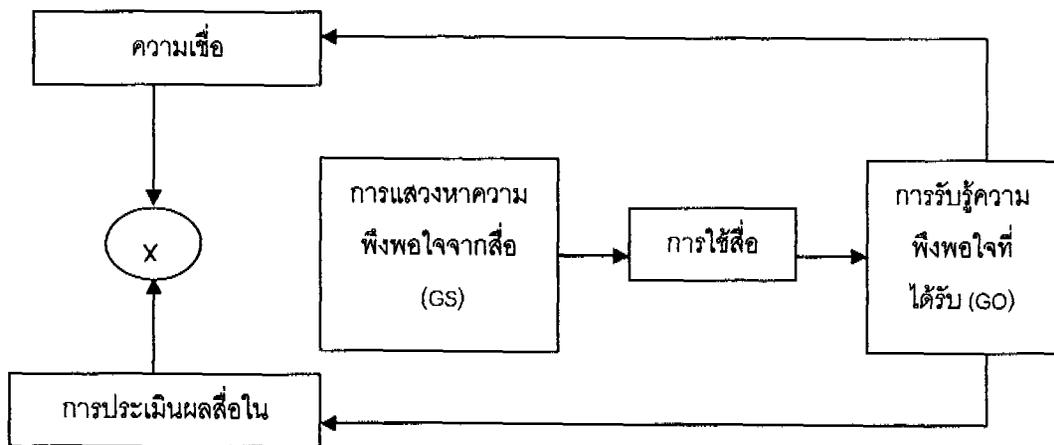
จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ จะมุ่งศึกษาแรงจูงใจของบุคคลในการใช้ สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการใช้สื่อ นั้นเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละ ประเภทจะให้รางวัล/ผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง เช่น การดูหนังหรือละคร ก็ได้ รางวัลเป็นความสนุกสนาน หรือการดูข่าวก็ได้รางวัลเป็นข้อมูล เป็นต้น รางวัลที่เกิดตามมาจาก การใช้/เปิดรับสื่อ นั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่าหรือเป็น ความชอบส่วนตัว แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจ แบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้นเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน จึงเปิดหน้าละครก่อน จะอ่านข่าว เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications)¹⁹

เดนนิส แม็คควอลล์ (Denis McQuail) ได้อ้างอิงงานวิจัยของ พาล์มกรีน และเรเบิร์น²⁰ (Palmgreen and Rayburn) ตามแบบจำลองความคาดหวังจากสื่อ ดังนี้

¹⁹ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 314.

²⁰ Palmgreen and Rayburn, *An Expectancy - Value Approach to Media Gratifications* (Beverly Hills, CA: Sage, 1985) cited by Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory, Fifth Edition* (London: Sage, 2005), pp. 427-428.

แผนภาพที่ 2.2
แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



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

แบบจำลองที่ พาล์มกรีน และ เรเบิร์น (Palmgreen and Rayburn) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ว่า การที่บุคคลจะค้นหาความพึงพอใจจากสื่อหนึ่ง ๆ (รายการ ชนิดของรายการ เนื้อหา บางอย่าง หรือสื่อทั้งสื่อ ฯลฯ) นั้นมาจากความเชื่อ หรือความคาดหวัง (Expectation) ว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ ผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้นเป็นแรงจูงใจที่จะแสวงหาความพึงพอใจ ก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะบริโภคสื่อ นั้น ๆ ทำให้ได้รับความพึงพอใจ และจะเป็นผลย้อนกลับไปเพิ่มความเชื่ออีกครั้งหนึ่ง²¹

²¹ แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2541: 316) ได้ให้คำอธิบายในทำนองเดียวกันว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสารเกิดมาจากการทำงานผสมผสานระหว่างการรับรู้ว่าเขาจะได้ประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อ และความชื่นชอบเป็นส่วนตัว (value) ที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดเอาไว้ว่าจะเกิดขึ้น เพราะฉะนั้น จึงไม่ค่อยสำคัญว่ารายการนั้นต้องเป็นสาระและมีประโยชน์จริงหรือไม่ เช่น ผู้รับสารชมผลงานของนักแสดงที่ชื่นชอบ (ให้คุณค่า) โดยไม่จำเป็นว่านักแสดงที่ชื่นชอบนั้นจะต้องมีความสามารถในการแสดงเนื่องจากไม่ได้คาดหวังสิ่งนี้จากนักแสดง แต่อาจจะคาดหวังอุปนิสัยดีหรือลูกกตัญญูจากนักแสดงมากกว่า

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าแบบจำลองได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังจะได้รับความพอใจ” (การแสวงหาความพึงพอใจ - Gratification Sought - GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง” (Gratification Obtained-GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากที่ได้ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะพลอยเพิ่มขึ้นไปด้วย ในทำนองเดียวกัน หากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน

แม็คควอลล์ และ เกอริวิตซ์ (McQuail and Gurevitch)²² ได้เสนอหลักการของแนวคิดพฤติกรรมและแรงจูงใจ หรือทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อได้ถูกนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชน แนวทางปฏิบัติมักเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่าทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตนคืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. อย่าด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุกอย่างมีความหมายเพียงความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความหมายประสบการณ์เดียวกันแตกต่างกัน โดยนำเอาความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไปปะปนในการให้ความหมายด้วย จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม (หรือเครื่องมือแบบอื่น ๆ) อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

3. เมื่อถามคำถาม พยายามเพิกเฉยคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชน พยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคต ไม่ใช่ผลจากอดีต

4. พยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้น มีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อมวลชน (ในอนาคต)

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายว่า การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใด ๆ ก็ตาม บุคคลจะต้องมีแรงจูงใจหรือมีความคาดหวังต่อสื่อ นั้นก่อน นั่นคือผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อมาเป็นกรอบการศึกษา โดยเน้นศึกษาว่าความคาดหวัง

²² McQuail and Gurevitch, 1974, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 93-94.

ของบุคคลต่อข้อมูลในเว็บไซต์สุขภาพ ซึ่งนำไปสู่การเปิดอ่านข้อมูลและความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังจากการใช้สื่อเป็นอย่างไร โดยผู้วิจัยได้สรุปเป็นชุดตัวแปรความคาดหวังและความพึงพอใจที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ด้านติดตามข่าวสาร
 - 1.1 การต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ
 - 1.2 การติดตามข้อมูลด้านสุขภาพใหม่ ๆ
 - 1.3 การต้องการความรู้เกี่ยวกับการรักษาอาการเจ็บป่วย
 - 1.4 การค้นหาข้อมูลในการฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ
2. ด้านความต้องการคำแนะนำ หรือหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ
 - 2.1 การนำแนวทางส่งเสริมสุขภาพไปใช้เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงอยู่เสมอ
 - 2.2 การนำข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของอาการเจ็บป่วยไปตรวจหาความผิดปกติของร่างกาย
 - 2.3 การนำข้อมูลไปใช้ป้องกันปัญหาด้านสุขภาพ
 - 2.4 การนำคำแนะนำด้านสุขภาพไปปรึกษาอาการเจ็บป่วยที่ตนหรือคนใกล้ชิดกำลังประสบอยู่
 - 2.5 การต้องการคำแนะนำในการฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ
3. ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.1 การนำแนวทางการส่งเสริมสุขภาพไปบอกต่อผู้อื่น
 - 3.2 การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนในการป้องกันปัญหาสุขภาพกับผู้อื่น
 - 3.3 การนำการรักษาสุขภาพด้วยวิธีง่าย ๆ ไปแนะนำผู้อื่น
 - 3.4 การนำข้อมูลการฟื้นฟูสุขภาพไปใช้สนทนากับผู้อื่น

แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพเดิมนั้น ส่วนใหญ่จะหมายถึงงานบริการของบุคลากรสาธารณสุขเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี หรือการที่ต้องมีบุคลากรสาธารณสุขที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะเป็นผู้จัดบริการให้กับประชาชนเป็นหลัก เมื่อปี พ.ศ. 2520 องค์การอนามัยโลกได้เสนอยุทธศาสตร์ "การสาธารณสุขมูลฐาน" โดยมีแนวคิดที่ว่าประชาชนจะรอรับบริการจากฝ่ายบุคลากรสาธารณสุขอย่างเดียวไม่ได้ แต่ฝ่ายประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่าง

แข่งขันในเรื่องที่ประชาชนทำเองได้ด้วยจึงจะทำให้มีสุขภาพดีถ้วนหน้าได้ อย่างไรก็ตามสำหรับประเทศไทย การขานรับยุทธศาสตร์การสร้างเสริมสุขภาพยังไม่ชัดเจนมากนัก เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศเข้าสู่ช่วงเจริญเติบโต เรื่องสุขภาพได้เน้นเรื่องของการแพทย์และสาธารณสุข เช่น การขยายบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข การเพิ่มขึ้นของโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน และการส่งเครื่องมือเทคโนโลยีทางการแพทย์จากต่างประเทศ เป็นต้น สุขภาพจึงถูกทำให้กลายเป็นเรื่องของการแพทย์การสาธารณสุขมากขึ้น และมีคนจำนวนน้อยที่สนใจเรื่องยุทธศาสตร์การสร้างเสริมสุขภาพ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการซ่อมสุขภาพหรือการรักษาพยาบาลก็เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูประบบสุขภาพใหม่ ซึ่งมีแนวคิดใหม่เกี่ยวกับสุขภาพโดยจะเน้นที่การร่วมกันสร้างเสริมสุขภาพให้ประชาชนรู้จักการดูแลตนเองเพื่อมีสุขภาพที่ดีมากกว่าแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาด้านสุขภาพแล้ว²³

องค์การอนามัยโลก (1986) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมสุขภาพว่า เป็นกระบวนการของการเพิ่มสมรรถนะให้คนสามารถควบคุมปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสุขภาพและเป็นผลให้บุคคลมีสุขภาพดี สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองให้เหมาะสม รวมไปถึงการปรับสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งมีหลักสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพ 5 ประการ ดังนี้

1. เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของบุคคล ครอบครัว ชุมชนและสังคม
2. ต้องมีส่วนร่วมของสาธารณะ ทั้งการสร้างเสริม การควบคุมป้องกันปัญหา การเยียวยา บำบัด การฟื้นฟูสภาพ ทั้ง 4 มิติของสุขภาพ
3. ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. ลดความไม่เท่าเทียมกันและความไม่ยุติธรรมของสังคม จะช่วยสร้างสุขภาพให้เกิดขึ้นแก่สังคมโดยรวมได้

5. กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคีต่าง ๆ เพราะการสร้างเสริมสุขภาพในกระบวนการทัศน์ใหม่ จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือให้ทุกฝ่ายในสังคมเข้ามารับผิดชอบ

นอกจากนี้ยังได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมสุขภาพแนวใหม่ มีดังนี้²⁴

1. การสร้างนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพดีของประชาชน ให้เกิดจิตสำนึกและเห็นคุณค่าของสุขภาพ เกิดการเรียนรู้และกระทำพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพจนเป็นนิสัย นอกจากนั้น

²³ กอง บ.ก. วิชาการ, "กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสร้างเสริมสุขภาพ," วารสารหมออนามัย 13 (มีนาคม-เมษายน 2547):6-9.

²⁴ กอง บ.ก. วิชาการ, "นโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ," วารสารหมออนามัย 13 (มกราคม-กุมภาพันธ์ 2547):10-11.

นโยบายต่าง ๆ ของประเทศจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญและแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อการมีสุขภาพดีของประชาชน

2. การสร้างสิ่งแวดล้อม/สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนมีสุขภาพดี เช่น การสนับสนุนให้มีสวนสุขภาพ สวนสาธารณะ เป็นต้น

3. การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชน เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนพึ่งตนเอง โดยชุมชนเป็นผู้ตัดสินใจและจัดการ รวมทั้งให้ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องสุขภาพและสนับสนุนด้านงบประมาณด้านสุขภาพแก่ชุมชน

4. การพัฒนาทักษะส่วนบุคคลให้สามารถปรับพฤติกรรมเพื่อสร้างสุขภาพ เป็นการเพิ่มพลังอำนาจ (Empowerment) ให้ประชาชนสามารถควบคุมภาวะสุขภาพและสิ่งแวดล้อมได้ด้วยตนเองและมีทางเลือกมากขึ้น โดยการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมการเรียนรู้และฝึกทักษะในการจัดการเพื่อดำรงชีวิตตามวิถีทางที่ส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนรู้จักแสวงหาและใช้ข้อมูลทางสุขภาพให้เป็นประโยชน์ รวมทั้งเฝ้าดูและระวังสุขภาพของสมาชิกในครอบครัว และเพื่อนบ้าน

5. การปรับเปลี่ยนระบบบริการการแพทย์และสาธารณสุขให้เป็นไปในลักษณะผสมผสานและองค์รวม โดยให้ประชาชนและองค์กรต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพและพึ่งพาตนเอง รวมทั้งมีการบริการที่มีคุณภาพ มีความเป็นธรรม มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเรื่องการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง

การดูแลสุขภาพด้วยตนเองเป็นแนวคิดที่มุ่งหมายให้คนพึ่งตนเองในด้านสุขภาพ ซึ่งสามารถแสดงออกในรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ คาลส์และคอปป์ (Kash and Cobb) ได้กำหนดพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับสุขภาพไว้ 3 ลักษณะ คือ²⁵

1. พฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior)
2. พฤติกรรมความเจ็บป่วย (Illness Behavior)
3. พฤติกรรมบทบาทผู้ป่วย (Sick Role Behavior)

²⁵ Kash and Cobb, 1966, อ้างถึงใน มัลลิกา มัติโก, สังคมวิทยาสุขภาพและความเจ็บป่วย (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542), น. 95-96.

1. พฤติกรรมสุขภาพ (Health Behavior) เป็นการกระทำหรือการปฏิบัติของบุคคลที่มีสุขภาพดี และไม่มีอาการของความเจ็บป่วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดูแลสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ เช่น การนอนหลับอย่างพอเพียง การรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะในปริมาณที่เหมาะสม การออกกำลังกาย การบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และการไม่สูบบุหรี่ นอกจากนี้ยังรวมถึงพฤติกรรมเชิงป้องกันในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การสวมหมวกป้องกันศีรษะสำหรับผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ การคาดเข็มขัดนิรภัยสำหรับผู้ขับขี่รถยนต์ การเช็ฟังกฎจราจร และการปฏิบัติตามกฎระเบียบเพื่อความปลอดภัยในระหว่างการทำงาน

พฤติกรรมสุขภาพอื่น ๆ เช่น การตรวจมะเร็ง การตรวจคลื่นหัวใจ หรือตรวจฟันเป็นระยะ ๆ อาจจะไม่ป้องกันความเจ็บป่วย แต่จะช่วยให้บุคคลนั้นพบอาการป่วยได้เร็วขึ้น จะได้ทำการรักษาเสียแต่เนิ่น ๆ ทำให้บุคคลนั้นได้รับผลกระทบจากความเจ็บป่วยลดน้อยลง นอกจากนี้พฤติกรรมสุขภาพอาจรวมไปถึง การสวดมนต์ การจัดสิ่งแวดล้อมภายในบ้านให้น่าอยู่ และการอาบน้ำอุ่น เป็นต้น

2. พฤติกรรมความเจ็บป่วย (Illness Behavior) หมายถึงความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่ออาการหรือความผิดปกติที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ซึ่งบุคคลนั้นมีความเชื่อมั่นว่าเป็นอาการของเจ็บป่วย โดยพยายามอธิบาย หรือตีความหมายอาการที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของตนเอง การปรึกษาเพื่อนญาติพี่น้อง และพยายามแสวงหาความช่วยเหลือด้วยวิธีต่าง ๆ นานา เพื่อให้อาการเหล่านั้นทุเลาลงหรือหมดไปก่อนที่จะบุคคลนั้นจะมาหาแพทย์

ดังนั้นพฤติกรรมความเจ็บป่วย จึงได้แก่ การตอบสนองต่ออาการทางร่างกาย การแสวงหาความคิดเห็น และคำแนะนำจากบุคคลอื่นซึ่งตัวเองมีความเชื่อว่า เขามีอำนาจด้านสุขภาพโดยไม่คำนึงว่า บุคคลเหล่านั้นจะเป็นที่ยอมรับจากสังคมส่วนใหญ่หรือไม่ (หมอพื้นบ้าน ผู้บำบัดโรคที่ไม่ใช่หมออาชีพ ญาติ พี่น้อง เพื่อนบ้าน มิตรสหาย ผู้ร่วมงาน) และรวมถึงพฤติกรรมที่บุคคลนั้นไม่ทำอะไรเลย นอกจากคอยสังเกตว่า อาการผิดปกติจะหายเองได้หรือไม่

3. พฤติกรรมบทบาทผู้ป่วย (Sick Role Behavior) เป็นการกระทำที่ตนเองและบุคคลอื่นกำหนดและให้การยอมรับว่าเป็นผู้ป่วย โดยบุคคลนั้นจะต้องเข้าสู่บทบาทผู้ป่วยที่สังคมนั้น ๆ กำหนด เช่น การหยุดจากงานปกติได้ชั่วคราว การเช็ฟังและปฏิบัติตามคำสั่งของบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น แพทย์ กล่าวคือ จำเป็นต้องได้รับการเยียวยาจากแพทย์และปฏิบัติตามแนะนำของแพทย์ เพื่อให้โรคนั้นหายสู่สภาพปกติ ขณะเดียวกันบุคคลนั้นจะได้รับการดูแลจากครอบครัวและบุคลากรทางการแพทย์สาขาอื่น ๆ ด้วย

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ 3 ลักษณะดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมสุขภาพและพฤติกรรมความเจ็บป่วยนั้น ก็คือการดูแลสุขภาพของตนเอง ส่วนพฤติกรรมบทบาทผู้ป่วยนั้น เป็นการดูแลรักษาสุขภาพโดยบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงเรื่องพฤติกรรมดูแลสุขภาพด้วยตนเอง จึงมุ่งประเด็นศึกษาที่พฤติกรรมสุขภาพและพฤติกรรมความเจ็บป่วยเป็นสำคัญ

การดูแลสุขภาพด้วยตนเองถือได้ว่าเป็นแบบแผนทางวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของบุคคลแต่ละคน ซึ่งเป็นเรื่องทำนายว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมต่อสุขภาพและความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นได้อย่างไร มีผู้ให้ความหมายของการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง ดังนี้²⁶

เลวิน (Levin, 1976) กล่าวว่า "การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง เป็นกระบวนการที่บุคคลทั่วไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านส่งเสริมสุขภาพอนามัย การป้องกันโรค การวินิจฉัยโรค และการรักษาพยาบาลเมื่อเกิดการเจ็บป่วย"

โนริส (Noris, 1977) กล่าวว่า "การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง เป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนและครอบครัวมีโอกาสที่จะช่วยเหลือตนเอง และรับผิดชอบกันเองด้านสุขภาพอนามัย"

โอเร็ม (Orem, 1980) กล่าวว่า "การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง เป็นกิจกรรมที่บุคคลแต่ละคนเริ่มต้นปฏิบัติ และยึดเป็นแบบแผนในทางปฏิบัติเพื่อสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น"

ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์²⁷ ได้ให้ความหมายว่า "การดูแลสุขภาพด้วยตนเองเป็นแนวทางการสร้างบริการสาธารณสุขแนวใหม่ มุ่งส่งเสริมบทบาทของสามัญชน (หรือผู้ที่มิได้เป็นนักวิชาการที่ผ่านการฝึกอบรมเพื่อการนี้โดยตรง) ในด้านการบริการสุขภาพ"

จากคำนิยามข้างต้น สามารถสรุปความหมายของ "การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง" ได้ว่าเป็นกิจกรรมทางสุขภาพที่บุคคลเริ่มต้นปฏิบัติด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดสุขภาพที่ดีและมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

²⁶ มัลลิกา มัติโก, "แนวความคิดและพัฒนาของการดูแลสุขภาพตนเอง," ใน การดูแลสุขภาพตนเองทัศนะทางสังคมวัฒนธรรม, รวบรวมและจัดพิมพ์โดย พิมพ์วัลย์ ปรีดาสวัสดิ์, เพ็ญศรี กวีวงศ์ประเสริฐ และ อรุณญา ปุรณัน (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2530), น. 9-12.

²⁷ ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์, 2533, อ้างถึงใน เอื้อมพร ทองกระจาย, "การดูแลสุขภาพตนเอง แนวคิด นโยบาย และยุทธวิธีเพื่อการพัฒนาสาธารณสุข," ใน ยุทธศาสตร์เพื่อการดูแลสุขภาพตนเอง, รวบรวมและจัดพิมพ์โดย ลือชัย ศรีเงินยวง และ ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (นครปฐม: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข คณะสังคมศาสตร์และมานุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2533), น. 47-48.

จะเห็นได้ว่าความหมายของการดูแลสุขภาพด้วยตนเองจะเกี่ยวข้องเฉพาะขอบเขตเป็นการปฏิบัติของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ โดยครอบคลุมการดูแลสุขภาพตนเองใน 2 ลักษณะ คือ²⁸

1. การดูแลสุขภาพตนเองในสภาวะปกติ (Self Care in Health) เป็นพฤติกรรมการดูแลตนเองและสมาชิกในครอบครัวให้มีสุขภาพที่แข็งแรงอยู่เสมอ เป็นพฤติกรรมที่ทำในขณะที่มีสุขภาพแข็งแรง 2 ลักษณะ คือ

1.1 การดูแลสุขภาพส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) คือพฤติกรรมที่จะรักษาสุขภาพให้แข็งแรงปราศจากความเจ็บป่วย สามารถดำเนินชีวิตอย่างปกติสุข และพยายามหลีกเลี่ยงจากอันตรายต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย การควบคุมอาหาร การไม่ดื่มสุรา เป็นต้น อันเป็นพฤติกรรมของประชาชนที่กระทำอย่างสม่ำเสมอในขณะที่มีสุขภาพแข็งแรง

1.2 การป้องกันโรค (Disease Prevention) เป็นพฤติกรรมที่กระทำโดยมุ่งที่จะป้องกันไม่ให้เกิดความเจ็บป่วย หรือโรคต่าง ๆ เช่น การไปปรับภูมิคุ้มกันโรค เป็นต้น

2. การดูแลสุขภาพตนเองเมื่อเจ็บป่วย (Self Care in Illness) คำว่า “ความเจ็บป่วย” หมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อตัวเขาเองว่ามีความผิดปกติไปจากเดิม ซึ่งอาจตัดสินใจด้วยตนเอง ครอบครัว หรือเครือข่ายสังคม และจะเข้าสู่พฤติกรรมความเจ็บป่วย โดยแต่ละคนจะสนองต่อความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน เช่น การงดอาหารแสลง การใช้สมุนไพร การบีบนิ้ว การชื้อยา กินเอง และการตัดสินใจไปพบแพทย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งการดูแลสุขภาพตนเองตามประเภทของปฏิบัติการด้านการแพทย์และสาธารณสุข ออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่²⁹

1. การส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Strategy) หมายถึงถึงกระบวนการเพิ่มสมรรถนะให้คนสามารถควบคุมปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสุขภาพและเป็นผลให้บุคคลมีสุขภาพดี สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองให้เหมาะสม รวมถึงการปรับสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดี เช่น การออกกำลังกาย และการรณรงค์ป้องกันเยาวชนให้ปลอดภัยจากยาเสพติด เป็นต้น

2. การควบคุมป้องกันโรค (Disease Prevention and Control) หมายถึงถึงงานบริการของบุคลากรสาธารณสุขเพื่อทำให้คนมีสุขภาพดี ได้แก่ การดูแลอนามัยแม่และเด็ก การวางแผนครอบครัว การดูแลทารกและเด็ก และการให้วัคซีน เป็นต้น

²⁸ มัลลิกา มัติโก, “แนวความคิดและพัฒนาของการดูแลสุขภาพตนเอง,” ใน การดูแลสุขภาพตนเองที่คณะทางสังคมวัฒนธรรม, น. 10-12.

²⁹ ภาณุศักดิ์ รัตนสมภพ, “การรายงานข่าวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม,” ใน การเขียนข่าวสั้นสูงและการบรรณาธิการ, หน่วยที่ 8 - 15 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548), น. 114.

3. การวินิจฉัยและรักษาพยาบาล (Diagnosis and Treatment) หมายถึง งานบริการของบุคลากรสาธารณสุขตามระบบการดูแลรักษาด้านสาธารณสุขของประเทศทั้งการบริการจากภาครัฐและภาคเอกชนที่เน้นการวินิจฉัยโรค การรักษาพยาบาลและการเยียวยาให้ประชาชนหายจากอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น

4. การฟื้นฟูสมรรถภาพ (Rehabilitation) หมายถึง กระบวนการดูแลสุขภาพและฟื้นฟูร่างกายจิตใจภายหลังได้รับการรักษาพยาบาลจากบุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข รวมไปถึงพฤติกรรมดูแลสุขภาพภายหลังการเจ็บป่วย เช่น กายภาพบำบัด การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อรักษาโรค เช่น กระบวนการจิตสังคมบำบัดสำหรับฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ป่วยยาเสพติด เป็นต้น

จากแนวคิดเรื่องการส่งเสริมสุขภาพ พฤติกรรมที่สัมพันธ์กับสุขภาพ และแนวคิดเรื่องการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกัน กล่าวคือ การส่งเสริมสุขภาพจะเป็นการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพในทุก ๆ ด้านทั้งสุขภาพทางกาย จิต สังคม และปัญญาของบุคคล ครอบครัว และชุมชนให้ดีขึ้น โดยเน้นให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพของตนเอง แต่แต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองโดยจะแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น และคำแนะนำต่าง ๆ จากผู้อื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจด้านสุขภาพทั้งในสภาวะปกติยังไม่ได้เจ็บป่วย และในสภาวะเมื่อเกิดอาการเจ็บป่วยแล้วเพื่อบรรเทาปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นแล้ว ผู้วิจัยนำแนวคิดเหล่านี้มาเป็นกรอบในการศึกษาและแสดงให้เห็นว่าประชาชนสนใจที่จะเลือกแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางเว็บไซต์สุขภาพเพื่อการดูแลสุขภาพของตนเองทั้งในสภาวะปกติ ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค และในสภาวะเมื่อเกิดอาการเจ็บป่วยแล้ว ได้แก่ การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชาลีรัตน์ จำรัสพร³⁰ ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ <http://www.thaingo.org> ของเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามผ่านเว็บไซต์เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย จำนวน 206 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์

³⁰ ชาลีรัตน์ จำรัสพร, “ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ <http://www.thaingo.org> ของเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

ในระดับมาก และมีความคาดหวังในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในระดับมาก คือ เพื่อรับทราบข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และเหตุการณ์ต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และเหตุการณ์ต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยที่แตกต่างจากสื่ออื่นในระดับมาก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ <http://www.thaingo.org> ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ <http://www.thaingo.org> แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการใช้ประโยชน์ไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน นอกจากนี้ ความคาดหวังและความพอใจในการใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับ และความคาดหวังในการใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์

ธิติมา อุณเมตตาคิจิต³¹ ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ รายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 402 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความคาดหวังต่อรายการพบว่าอยู่ในระดับสูง โดยมีความคาดหวังต่อการได้รับการเสริมทักษะการใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด และความพึงพอใจต่อรายการพบว่าอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจต่อการได้เรียนรู้การใช้ภาษาอังกฤษแบบง่าย ๆ ผ่อนคลาย และไม่เครียดมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ความคาดหวังต่อรายการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจต่อรายการ และพบว่าพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจ

³¹ ธิติมา อุณเมตตาคิจิต, “การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ รายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ.

ต่อรายการ สำหรับข้อเสนอแนะต่อรายการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการขยายเวลาในการเสนอรายการให้นานขึ้น และต้องการให้รายการเสนอเนื้อหาภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวันให้มากขึ้น

วิศวัตต์ ตระกรุดแก้ว³² ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการท่องเที่ยงผ่านเว็บไซต์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากนิสิตระดับปริญญาตรีที่ใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยง ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีแตกต่างในเรื่องเพศและอายุแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยงผ่านเว็บไซต์ต่างกัน ส่วนนักศึกษาที่มีความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ ชั้นปี สายวิชา และรายได้ต่อเดือน จะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการท่องเที่ยงผ่านเว็บไซต์ไม่ต่างกัน ในภาพรวมนักศึกษาได้รับประโยชน์จากการเข้าชมเว็บไซต์ท่องเที่ยงในระดับปานกลาง คือ ได้รับประโยชน์เพื่อให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยงต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อช่วยตัดสินใจในการไปท่องเที่ยง ดูรูปสถานที่ท่องเที่ยงต่าง ๆ เพื่อหาข้อมูลประกอบการศึกษา ดูแผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้ง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการค้นหาข้อมูล ทราบถึงโปรแกรมกิจการท่องเที่ยง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลาย ต้องการเบอร์โทรศัพท์ติดต่อสอบถามข้อมูล ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทราบราคาโรงแรมที่พักและเปรียบเทียบราคาโรงแรมที่พักได้ ตามลำดับ

สุวรรณมณต์ อวัยวานนท์³³ ศึกษาเรื่อง "บริการข้อมูลข่าวสารด้านการแพทย์และสาธารณสุขบนอินเทอร์เน็ต" เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือ การศึกษารวบรวมเว็บสุขภาพภาษาไทยบนอินเทอร์เน็ต และการใช้แบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 373 ชุด ผลการวิจัยพบว่าเว็บสุขภาพภาษาไทยที่รวบรวมได้ทั้งหมดมี 177 เว็บไซต์/เว็บเพจ สามารถแบ่งรูปแบบการให้บริการข้อมูลเว็บสุขภาพภาษาไทย 5 ประเภท คือ 1) บริการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเรื่องโรคและการดูแลสุขภาพ 2) บริการข่าวสารทางการแพทย์ 3) บริการถาม - ตอบปัญหาด้านสุขภาพ 4) บริการรวบรวมคำถามที่พบบ่อย 5) บริการเชื่อมต่อไปยังเว็บสุขภาพอื่น ๆ

³² วิศวัตต์ ตระกรุดแก้ว, "การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการท่องเที่ยงผ่านเว็บไซต์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547), น. บทคัดย่อ.

³³ สุวรรณมณต์ อวัยวานนท์, "บริการข้อมูลข่าวสารด้านการแพทย์และสาธารณสุขบนอินเทอร์เน็ต," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าไปเยี่ยมชม/ใช้บริการเว็บไซต์สุขภาพบนอินเทอร์เน็ต โดยมีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากมีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพอนามัย รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมด้านการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง ประเภทของเนื้อหาข้อมูลในเว็บไซต์สุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจคือ ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง รองลงมาคือ เรื่องโรคภัยไข้เจ็บและแนะนำวิธีการรักษา ส่วนประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์สุขภาพ คือ การได้รับความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง

สุภาภรณ์ พรหมดีราช³⁴ ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง" เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการตามโรงพยาบาลรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 กลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากรายการสุขภาพทางโทรทัศน์และเห็นว่าเป็นรายการที่น่าสนใจ นำความรู้ที่ได้ไปเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวันได้ ระดับความรู้ที่ได้รับมากที่สุดจากรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ คือ ความรู้ในการป้องกันและควบคุมโรค โดยกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการดูแลสุขภาพตนเอง พฤติกรรมในการดูแลสุขภาพตนเองที่พบมากที่สุด คือ การหมั่นตรวจสุขภาพประจำปีกับแพทย์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ต่อเดือนเป็นคุณลักษณะทางประชากรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชม และระดับความตั้งใจชมมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ที่ได้รับจากรายการสุขภาพในด้านการส่งเสริมสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพ นอกจากนี้ อายุเป็นคุณลักษณะทางประชากรตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการหมั่นตรวจสุขภาพประจำปีกับแพทย์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และพฤติกรรมการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย โดยเฉพาะโรคที่เป็นอยู่

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า ประเด็นของการศึกษาเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ตจะมีขอบเขตที่แคบลง โดยเฉพาะจงศึกษาเฉพาะเรื่องหรือบางรูปแบบกิจกรรมของสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การศึกษาเฉพาะบางประเภทของเว็บไซต์ เป็นต้น ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพ มักเป็นการศึกษาจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การศึกษาสื่ออินเทอร์เน็ตกับสุขภาพยังพบว่ายังมีจำนวนไม่มากนัก และยังเป็นการศึกษาในลักษณะที่กว้าง

³⁴ สุภาภรณ์ พรหมดีราช, "ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ.

กล่าวคือ เป็นการรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์สุขภาพและศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์สุขภาพ แต่การศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพยังไม่มีผู้ศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ตกับสุขภาพในอีกแง่มุมหนึ่ง

แผนภาพที่ 2.3
กรอบแนวคิดในการวิจัย

