

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภายใต้กรอบของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS)
2. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

(Social Network Sites: SNS)

นิยามของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) คือ เป็นเว็บไซต์ที่ให้ปัจเจกบุคคลได้กระทำการต่าง ๆ ดังนี้ 1) สร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะภายในระบบที่มีขอบเขต 2) เชื่อมต่อรายการต่าง ๆ ของผู้ใช้ที่ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน 3) สามารถเข้าชมและกีดขวางรายการเชื่อมของบุคคลอื่นภายในระบบได้ ธรรมชาติและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลาย (Boyd & Ellison, 2007)

สิ่งที่ทำให้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพิเศษ ไม่ใช่เพียงแค่การที่ยอมให้ปัจเจกบุคคลได้พบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้เท่านั้น แต่ยังทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมและทำให้เครือข่ายนั้นมองเห็นได้ และในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมขนาดใหญ่หลาย ๆ แห่ง การเชื่อมต่อของผู้ที่เกี่ยวข้องไม่จำเป็นจะต้องจำกัดอยู่ที่การพบปะเพื่อนใหม่เท่านั้น แต่พวกเขายังสามารถสื่อสารกับผู้คนที่มีความสัมพันธ์กันเชื่อมต่อกันในเครือข่ายสังคมปกติอยู่แล้วได้เช่นกัน

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการพัฒนาลักษณะหน้าในหลายหลายรูปแบบ แต่สิ่งที่เป็นแกนหลัก ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัวที่สามารถมองเห็นได้ ที่แสดงการเชื่อมต่อรายการของเพื่อนที่เป็นผู้ใช้งานของระบบเดียวกัน ข้อมูลส่วนตัวจะเป็นหน้าที่แยกออกมาชัดเจนที่ทำให้

บุคคลสามารถรอกข้อมูลสถานะของตนเองได้ (Sunden, 2003, p. 3, อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) และเมื่อเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละบุคคลจะถูกขอให้กรอกข้อมูลที่ประกอบไปด้วยชุดของคำถาม เช่น อายุ ที่อยู่ ความสนใจ และสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวเขา และหลาย ๆ เว็บไซต์ ยังให้ผู้ใช้สามารถที่จะนำรูปส่วนตัวแสดงบนหน้าเว็บได้ บางเว็บไซต์อาจจะให้ผู้ใช้เพิ่มเนื้อหาที่เป็นมัลติมีเดีย หรือปรับแต่งหน้าตาหน้าที่จะแสดงข้อมูลส่วนตัวได้ตามใจชอบและอื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้มีการทำแอปพลิเคชันพิเศษมากมาย เพื่อให้ผู้ใช้เพิ่มเติมในหน้าข้อมูลส่วนตัวได้ เป็นต้น

หลังจากที่เข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์แล้ว ผู้ใช้สามารถระบุ หรือแสดงความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่อยู่ในระบบเดียวกัน โดยที่การกำหนดชื่อ จะแตกต่างกันไป แต่ที่เป็นที่นิยมใช้ เช่น คำว่า “Friends” “Contacts” หรือ “Fans” เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่กำหนดให้มีการยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย แต่บางเครือข่ายก็ไม่ได้มีการกำหนดให้มีการยืนยัน แต่กำหนดเป็นการยินยอมให้ติดตาม (Follow) เป็นต้น

การแสดงความสัมพันธ์บนพื้นที่สาธารณะ นับเป็นองค์ประกอบสำคัญของเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ และหลาย ๆ เว็บไซต์ยังจัดให้ผู้ใช้สามารถส่ง หรือฝากข้อความในหน้าข้อมูลส่วนตัว (Profile) ของเพื่อนในระบบได้ หรือให้ฝากเป็นข้อความส่วนตัวที่มีลักษณะคล้ายกับการส่งเว็บเมล (web mail) ได้เช่นกัน

นอกจากข้อมูลส่วนตัว (Profiles) เพื่อน (Friends) การแสดงความคิดเห็น (Comments) และการส่งข้อความส่วนตัว (Private Message) บางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เปิดให้มีการแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ หรือสร้างบล็อก รวมถึงเทคโนโลยีการส่งข้อความสั้น (Instant Message) ในขณะที่บางเว็บไซต์ได้สนับสนุนการเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือได้ด้วย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) มายสเปซ (MySpace) และไซเวิลด์ (Cyworld)

โดยสรุปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้ ที่ให้เวลากับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่น ๆ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากมหาศาลที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล

พัฒนาการและความเป็นมาของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อมูลจาก Wikipedia.org ได้กล่าวถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) ว่ามีจุดเริ่มต้นจากเว็บ Classmates.com (1995) และเว็บ SixDegrees. com (1997) ซึ่งเป็นเว็บที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน เพื่อสร้างประวัติ ข้อมูล ติดต่อสื่อสาร ส่งข้อความ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนที่มีในรายการ (list) เท่านั้น ต่อมา เว็บไซต์ Epinions.com (1999) ก็เกิดขึ้นจากการพัฒนาของ Jonathan Bishop โดยได้เพิ่มในส่วนของการที่ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและติดต่อถึงกันได้ไม่เพียงแต่เพื่อนในรายการเท่านั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites)ทั้งหลายที่ก่อกำเนิดต่อมา เช่น มายสเปซ (MySpace) กูเกิ้ล (Google) และเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น

ปรากฏการณ์ของโลกเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น แสดงให้เห็นจากการที่ มายสเปซ (MySpace), สามารถดึงดูดความสนใจจากสื่อหลัก ๆ ของอเมริกาและสื่อต่างชาติ ทำให้จำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นที่นิยมไปทั่วโลก Friendster สามารถรวบรวมผู้ใช้ในแทบหมู่เกาะแปซิฟิก Orkut กลายเป็น เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมในบราซิล ก่อนที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วในอินเดีย (Madhavan, อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) Mixi ได้รับการยอมรับในกว้างในญี่ปุ่น Hi5 ได้รับการยอมรับในประเทศเล็ก ๆ หลายประเทศ อาทิ ลาตินอเมริกา แอฟริกาใต้ เป็นต้น

ด้วยระบบการให้บริการแบบระบบเปิด เว็บไซต์เครือข่ายสังคมอื่น ๆ ก็ได้ทำการเปิดตัวเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะกลุ่ม (Niche) ก่อนที่จะขยายออกไปยังผู้กลุ่มผู้ใช้ที่กว้างออกไป แต่สำหรับเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้มีการออกแบบเพื่อที่จะสนับสนุนเฉพาะเครือข่ายวิทยาลัยเท่านั้น เฟซบุ๊ก (Facebook) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2004 เพื่อใช้เฉพาะในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) เท่านั้น (Cassidy, 2006, อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) ต่อมาในเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2005 เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้ขยายกลุ่มผู้ใช้ออกไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ

สำหรับในปัจจุบัน ยังไม่มีข้อมูลที่เชื่อถือได้ในเรื่องของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหมด แต่นักวิจัยการตลาดได้ระบุว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังเติบโตและได้รับความนิยมไปทั่วโลก ด้วยการเติบโตนี้เป็นผลให้องค์กรต่าง ๆ ได้ลงทุนในเรื่องของงบประมาณและเวลาในการสร้างสรรค์ จัดซื้อ รวมถึงโฆษณา ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเติบโตของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการสื่อสารออนไลน์

นักวิจัยได้ให้ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยการรวบรวมจากวิธีการปฏิบัติ รูปแบบการศึกษาที่หลากหลาย และในปัจจุบันได้มุ่งเน้นในเรื่องของการจัดการในการสร้างความประทับใจ (Impression management) การแสดงความเป็นตัวตนของบุคคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประสิทธิภาพของความสัมพันธ์ (Friendship Performance) จากการศึกษาของ (Boyd & Heer, 2006) พบว่า คำว่าเพื่อน บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ไม่เหมือนกับเพื่อนในความเข้าใจทั่วไป เนื่องจากเพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีบทบาทในการทำให้ผู้ใช้เกิดจินตนาการเพื่อเป็นแนวทางในการเกิดพฤติกรรม ประเด็นโครงสร้างของเครือข่าย ประเด็นการเชื่อมต่อแบบออนไลน์และออฟไลน์ของคนในสังคม และประเด็นความเป็นส่วนตัว (Privacy Issues)

นอกจากนี้ ยังมีการทำการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ อาทิ การศึกษาในมุมมองของผู้ใช้งานในเรื่องของชาติพันธุ์ (ethnicity) ศาสนา (Region) เพศ (Gender) เป็นต้น

การแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

สำหรับการแบ่งประเภทนั้น ในความเป็นจริงแล้วยากที่จะแยกประเภทของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างชัดเจน เพราะแต่ละเว็บก็ต่างคิดค้นพัฒนาเพื่อเอาใจผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่องอย่างไม่หยุดยั้งและยังมีฟังก์ชันมากมายแต่อาจมีจุดเด่นที่แตกต่างกันไปเพื่อเป็น จุดขายให้กับเว็บไซต์ ดังนี้ (จิตติมา ทองทับ, 2551)

1. ประเภท Publishing เป็นบล็อกและเว็บประเภเนื้อหา (content) เช่น Blogger, Wordpress, Bloggang, Exteen, TypePad เป็นต้น ซึ่งในแต่ละบล็อกก็มีการแยกย่อยเนื้อหาเป็นหมวดต่าง ๆ ตามความสนใจ เช่น Oknation.net บล็อกที่ให้ทุกคนเป็นนักข่าวได้ด้วยการเขียนบล็อกนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ Blognone.com นำเสนอข่าวสารแวดวงไอที Keng.com บล็อกสำหรับผู้ที่สนใจการตลาด Gotoknow.org บล็อกที่รวบรวมความรู้แขนงต่าง ๆ Pzecret.net บล็อกแนะนำ Portable ที่น่าสนใจ เป็นต้น

2. ประเภท Community เครือข่ายสังคมที่ช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่ สามารถส่งข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจ ซึ่งกันและกัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟว์ (Hi5) มายสเปซ (Myspace) เป็นต้น

3. ประเภท Media มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอวิดีโอ ภาพยนตร์ เพลง เช่น Youtube, Ustream.tv, Yahoo Video, Duocore.tv, Dailymotion, Thaitube.in.th, Veoh, Netflix, Imeem, Last.fm, Ijigg เป็นต้น

4. ประเภท Games เกมออนไลน์ที่สามารถสร้างตัวแทนในโลกเสมือนจริงใช้ชีวิตอยู่ในโลกออนไลน์ ติดต่อสื่อสาร ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันกับผู้อื่น เช่น SecondLife, World WarCraft, Audition, Gamegum, Ragnarok, Pangya เป็นต้น

5. ประเภท Photo Management เว็บฝากรูปออนไลน์ที่ช่วยจัดการภาพถ่ายจากกล้องดิจิทัล และยังสามารถแบ่งปันรูปภาพ หรือจะเปิดขายภาพเลยก็ได้ เช่น Photobucket, Flickr, Zoomr, Photoshop Express, Glowfoto, Shutterfly เป็นต้น

6. ประเภท Business/Commerce เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อธุรกิจซื้อขาย ประมูลสินค้าออนไลน์ เช่น Amazon, eBay, Officelive, PayPal, Linkedin, Pramool, Tarad.com เป็นต้น

7. ประเภท Data/Knowledge แหล่งข้อมูลความรู้ เช่น Wikipedia, Answers, Zickr, Tag.in.th, Del.icio.us, Digg, Bittorrent, Google Earth เป็นต้น

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นในเรื่องของการศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท เครือข่ายสังคมหรือชุมชนออนไลน์ (Community) โดยนำกรอบแนวคิดดังกล่าวเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการศึกษา

ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)

กลุ่มนักคิดของทฤษฎีนี้มีความเห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สังคม และวัฒนธรรมต่างล้วนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงซึ่งกันและกันได้ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร อันได้แก่ เทคโนโลยีและสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสารสนเทศ อันได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน ล้วนต่างเป็นทั้งปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน อันรวมไปถึงวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ต่างได้รับการยอมรับร่วมกันจากหลาย ๆ ฝ่ายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นับว่าเป็นหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญโครงสร้างหนึ่งของสังคม รวมทั้งได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในโครงสร้างที่สำคัญของฐานทางเศรษฐกิจ ตลอดจนโครงสร้างอำนาจต่าง ๆ ของสังคมทั้งระบบ ทั้งนี้เป็นเพราะความคิด ภาพลักษณ์ และข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่ผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่าง ๆ ล้วนต่างเป็นส่วนหนึ่งของระบบความหมาย และระบบวัฒนธรรมในขณะ เดียวกันนั่นเอง (McQuail, 1994, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก, น. 114)

จากแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีดังกล่าว อาจอธิบายความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับสังคมและวัฒนธรรมได้เป็นสองทิศทางหลัก ๆ ตามแนวคิดของกลุ่มนักคิดเด่น ๆ จากทั้งสองทฤษฎี ซึ่งก็มีบทบาทเชื่อมโยงเกี่ยวข้อในฐานะของความเป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารด้วย โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเป็นปัจเจกบุคคลทั้งในเรื่องของเวลา สถานที่ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันไป ทั้งนี้กลุ่มนักทฤษฎีนี้ที่เชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถที่จะช่วยกำหนดหรือชี้นำสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมหนึ่ง ๆ ได้ จากแนวคิดดังกล่าวสามารถแบ่งแนวคิดในกลุ่มนี้ออกเป็น 4 ทฤษฎีหลัก ๆ คือ 1) ทฤษฎีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคมได้ 2) ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศทุนนิยม (Cybernetic Capitalism) 3) ทฤษฎีการครอบงำด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือจักรวรรดินิยมด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Imperialism) และ 4) ทฤษฎีการปลูกฝังด้วยสื่อ (Cultivation Theory) ซึ่งในที่นี้จะขอกล่าวถึงทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม (Technological Determinism) เพียงทฤษฎีเดียว ดังนี้

แมคควอล (McQuail, 2005) กล่าวว่า ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม โดยภาพรวมของทฤษฎีนี้ก็คือ ความพยายามในการเชื่อมโยงกันระหว่างศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคนั้น ๆ ที่จะต้องเชื่อมโยงกับโครงสร้างหลักของสังคมในยุคนั้น ๆ นั่นเอง ดังเช่น เว็บไซต์ (website) ที่เป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ที่ธรรมชาติของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประเภทนี้สามารถเป็นได้ทั้งสื่อที่สามารถแพร่กระจายได้ (broadcast) ในขณะเดียวกับการที่เป็นสื่อที่อาจอยู่กับที่ (non-broadcast) และยังเป็นสื่อที่มีลักษณะโครงสร้างที่ปราศจากแนวเขตกันของอาณาเขตแต่ละประเทศ (non-national structure) แมคควอล (McQuail) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่น ๆ ของกลุ่มทฤษฎีไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือหรือกลไกพื้นฐานของสังคมทุกสังคม
2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแต่ละชนิดจะเหมาะสมกับโครงสร้างของสังคมแต่ละอย่าง

3. กระบวนการผลิตและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมได้

4. การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงสังคมตามมา

สำหรับในกลุ่มทฤษฎีกลุ่มนี้ ประกอบด้วยนักคิดหลัก ๆ 2 ท่านคือ

1. ฮาโรลด์ อินนิส (Harold Innis) เป็นนักคิดในกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจพลังหรืออำนาจของเทคโนโลยีสารสนเทศ อินนิส เป็นนักวิชาการและทำงานในมหาวิทยาลัยแห่งเมืองโตรอนโต ประเทศแคนาดา ได้ตีพิมพ์หนังสือ 2 เล่ม ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศคือ "จักรวรรดิและการสื่อสาร" (The Empire and Communication) ค.ศ. 1950 และ "ความลำเอียงของการสื่อสาร" (The Bias of Communication) ค.ศ. 1951 แนวคิดที่สำคัญของอินนิส มีดังนี้

1.1 อินนิส ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอารยธรรมของสังคมกับรูปแบบหรือวิธีการของการสื่อสาร (Mode of communication) ที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ

1.2 อินนิส ได้พิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบหรือวิธีการสื่อสารกับโครงสร้างอำนาจในสังคม (Structure of power) และให้ข้อสรุปว่า จากการศึกษาประวัติศาสตร์ของการสื่อสารที่ผ่านมา พบว่า ยิ่งระบบการสื่อสารขยายแควดวงกว้างออกไปมากเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบนอกของศูนย์กลางอำนาจ (marginal) ดังกล่าว ก็ยิ่งถูกรอบงำมากยิ่งขึ้น หรือไม่มีโอกาสที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอำนาจต่าง ๆ ในสังคมนั้น อินนิส เชื่อว่า ไม่ว่าการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนี้ ก็ยังคงตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย คือกลุ่มชนชั้นนำ (Elite) เท่านั้น และคนกลุ่มน้อยนี้จะใช้อำนาจทางการเมืองควบคุมข่าวสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนความรู้ต่าง ๆ ของสังคมไว้ พร้อมทั้งปิดกั้นการแข่งขันจากระบบการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ

1.4 เมื่อเกิดการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบใหม่ ๆ จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอำนาจทางสังคม แต่การเปลี่ยนผ่านอำนาจนั้นยังไม่เป็นการเปลี่ยนผ่านระหว่างชนชั้นบนไปสู่ล่าง แต่เป็นการเปลี่ยนระหว่างกลุ่มพวก หรือกลุ่มคนที่อยู่ในระดับเดียวกัน หรือกลุ่มคนภายในชนชั้นเดียวกัน

2. มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ชาวแคนาดาเป็นนักคิดในสำนักโทรอนโต มองเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแง่ชื่นชมยินดี แมคลูฮัน มีความเชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถที่จะส่งผลทำให้สังคมเปลี่ยนได้ โดยสรุปแล้ว แมคลูฮัน มีแนวคิดหลัก ๆ ดังนี้

2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ช่วยทำให้ประสบการณ์ของมนุษย์สามารถแผ่ขยายกว้างออกไปสื่อทุกชนิดคือ การขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of Experience) โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ที่เรียกว่า "หมู่บ้านโลก" (Global Village) ทำให้คนจำนวนมากสามารถรู้เรื่องราวที่ไหนก็ได้ ภายในระยะเวลาที่รวดเร็วหรือเวลาเดียวกัน แม้จะที่อยู่ทางกายภาพที่อยู่กันคนละซีกโลกก็สามารถทราบเรื่องราวในเวลาจริงได้ผ่านสื่อ เช่น เว็บไซต์ และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นอุปสรรคในประเด็นที่เกี่ยวกับระยะทาง หรือกาลเวลา กลายเป็นเรื่องไร้ความหมายและไม่สามารถปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์

2.2 ตัวสื่อคือสาร (Medium is the message) แมคลูฮัน ไม่สนใจหรือไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ แต่เขาให้ความสำคัญกับประเภทหรือรูปแบบของสื่อ กล่าว คือ การส่งข้อความใดไม่สำคัญเท่าการส่งข้อความผ่านสื่อชนิดใด แมคลูฮันเชื่อว่าการเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสามารถสร้างผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคมมนุษย์ได้

2.3 นวัตกรรมของสื่อหรือของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Media innovation) สามารถขับเคลื่อนให้สังคมเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ไม่จำกัดระยะทาง และเวลา

แนวคิดของแมคลูฮันที่ว่า ตัวสื่อ คือตัวสารที่ต้องการส่งนั่นเอง (The medium is the message) เป็นแนวคิดที่ทำให้แมคลูฮันมีชื่อเสียงมากที่สุด สำหรับแมคลูฮันแล้ว แนวคิดนี้มีความหมายและคำอธิบายที่หลากหลาย ดังเช่น

ประเด็นแรกคือ สื่อ หรือช่องทางในการสื่อสาร คือส่วนที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร เขามีความเชื่อว่า สื่อมีความสำคัญกว่าสาร เขากล่าวว่า สื่อที่เด่นในแต่ละยุคสมัย จะสามารถส่งผลและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากกว่าสิ่งที่สื่อเหล่านั้นส่งสาร หรือส่งเนื้อหาไป

ประเด็นต่อมาคือ "สื่อ คือกระบวนการ หรือ สื่อ คือทักษะกระบวนการ" (The medium is the message) แมคลูฮัน กล่าวว่า แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนตัวอักษรออกหนึ่งตัว (จาก message เป็น massage) โครงสร้างเดิมของสื่อก็ยังคงสามารถที่จะส่งสารหรือยังคงสามารถที่จะสื่อสารตามที่คุณต้องการได้ สื่อสามารถที่จะปรับเปลี่ยน และส่งต่อเนื้อหาที่ต้องการให้เกิดผลต่อ

จิตสำนึก (conscious) อันสามารถส่งผลต่อการรับรู้ (perception) ของมนุษย์ในแต่ละระดับของสังคมได้ในที่สุด

จากแนวคิดดังกล่าว ได้ส่งผลสู่ประเด็นสำคัญของทฤษฎีนี้ที่เชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เชื่อว่า สื่อ (media) เป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการที่จะเป็นผู้กำหนดการสื่อสาร และท้ายสุดก็คือการชี้นำระบบสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการชี้นำในระดับของปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการคิด อารมณ์ และการแสดงออกต่าง ๆ จนกระทั่งการขยายผลการชี้นำสู่ระดับกลุ่ม ระดับองค์กรต่าง ๆ ในสังคม ดังเช่นจัดระบบกลไกต่าง ๆ ภายในตนเอง หรือภายในองค์กรตนเองเข้าสู่สังคมแห่งความทันสมัย และเท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ แนวคิดของแมคลูฮัน จะมีหลักวิธีการคิดที่คล้ายกับทฤษฎีแนวคิดของมาร์กซิสต์ (Marxist Theory) ที่กล่าวว่า "เศรษฐกิจ คือตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม" ในขณะที่แมคลูฮัน กล่าวว่า "เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คือตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม"

แมคลูฮัน ยังได้อธิบายแนวคิดและยกตัวอย่างเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ต้องเชื่อมโยงกับวิวัฒนาการของสังคมในแต่ละยุคสมัย โดยกล่าวว่า ความเจริญของสังคมมนุษย์เกิดจากอิทธิพลของการพัฒนาการของสื่อในแต่ละยุค อิทธิพลของสื่อในแต่ละยุคจะเป็นตัวที่กำหนด หรือเป็นตัวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ตลอดจนการจัดกระบวนการทัศน์ต่าง ๆ ของสังคมด้วย แมคลูฮัน ได้ยกตัวอย่างแบ่งช่วงของการพัฒนาการสื่อที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงสังคมต่าง ๆ ในสังคมออกเป็น 4 ยุค ดังนี้คือ

1. ยุคชนเผ่า (The Tribal Epoch) การสื่อสารจะประกอบด้วยการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้ากันและกัน (face-to-face communication) การสื่อสารด้วยภาษาพูด (oral) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน การเล่าเรื่อง การแสดง การสื่อสารวัฒนธรรมด้วยภาษาพูด (spoken words) การพูดและการฟังเป็นการสื่อสารที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมมากที่สุด และโดยเฉพาะในยุคที่มีสมาชิกในสังคมยังไม่รู้จักการอ่านหนังสือ การแสดงออก การสื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ จึงเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคน ลักษณะและกระบวนการสื่อสารดังกล่าวส่งผลต่อการอยู่ร่วมกันอย่างใกล้ชิดของคนในสังคมนั้น ๆ (cohesive communities)

2. ยุคอ่านออกเขียนได้ (The Literate Epoch) เริ่มมีการผลิตตัวอักษร สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกในสังคมสามารถสื่อสารระหว่างกันได้ด้วยภาษาเขียน โดยอาจไม่ต้องการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์แบบเดิมอย่างเดียวยิ่ง สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ ปัจเจกบุคคลสามารถที่จะเรียนรู้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องอยู่ร่วมกับสมาชิกอื่น ๆ ของสังคมตลอดเวลา การเขียนเพื่อการสื่อสารเริ่มเข้ามาแทนการฟัง เกิดเป็นรูปแบบของการสื่อสารทางเดียวขึ้น (linear

form of communication) การเรียงอักษรเป็นการเรียงคำเป็นประโยค การเรียงประโยคเป็นบทความก่อให้เกิดแนวคิดแบบทางเดียว (linear thinking) ให้กับคนในสังคมจนเกิดการพัฒนาเป็นรูปแบบของกฎกติกาต่าง ๆ กฎการเรียนรู้เชิงคณิตศาสตร์ที่ใช้ฐานคิดเชิงตรรกะ (logic) เป็นต้น

3. ยุคการพิมพ์ (The Print Epoch) ถึงแม้ว่าในยุคนี้จะเริ่มมีการใช้ตัวอักษรมาเรียบเรียงเป็นภาษาเขียนเพื่อใช้ในการสื่อสาร สื่อความหมายระหว่างกัน ในยุคต้น ๆ ยังมีการนำมาใช้ในวงแคบ เช่น กลุ่มคนชั้นสูง กลุ่มพระหรือนักสงฆ์ศาสนา เพราะภาษาเขียนยังไม่สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก ๆ เป็นการผลิตเฉพาะขึ้น เฉพาะเล่มที่ไม่สามารถนำไปเผยแพร่สู่คนจำนวนมากได้

ต่อมา โยฮันน์ กูเตนเบิร์ก (Johann Gutenberg) ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นบิดาแห่งการพิมพ์ มีการเริ่มประดิษฐ์แท่นพิมพ์ กระบวนการอ่านออกเขียนได้เริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในประวัติศาสตร์การสื่อสารของมนุษย์ จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มขยายตัวมากยิ่งขึ้น ควบคู่กับราคาที่เริ่มถูกลงที่คนทั่วไปจะสามารถซื้อหามาอ่านได้ ชนชั้นและฐานะไม่สามารถเป็นสิ่งขีดกั้นการสื่อสารด้วยการอ่านได้อีกต่อไป และในขณะเดียวกันสื่อสิ่งพิมพ์กลายเป็นสื่อหลัก การพัฒนาทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในยุคนี้ แมคลูฮัน กล่าวว่า กระบวนการพิมพ์นับว่าเป็นกลไกแรกสุดของการสื่อสารให้กับคนจำนวนมาก และได้กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ ณ ยุคนี้เป็นการผลักดันที่สำคัญสู่ยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมต่อมานั่นเอง

ในทำนองเดียวกัน เมื่อพูดถึงสื่อ กระบวนการพิมพ์ที่เกิดขึ้นส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้กับคนทุกกลุ่มในสังคม ศักยภาพของการผลิตจำนวนมากส่งผลให้รูปแบบและกระบวนการสื่อสารด้วยภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาการมองเห็น เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการกระจายความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารใดข้อมูลหนึ่ง ผู้สาธารณชนได้ครั้งละจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดการก่อตัวสู่การเคลื่อนไหวเชิงสังคม และในขณะเดียวกันแต่ละปัจเจกบุคคลเริ่มมีการแยกตัวแสวงหาสิ่งที่ตนเองสนใจ เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักวิชาการ เป็นต้น

4. ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (The Electronic Epoch) ความเจริญเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และการสื่อสารด้วยภาษาสายตา เริ่มคลายตัวลงเมื่อมีการประดิษฐ์เครื่องโทรเลขขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เริ่มนำสังคมมนุษย์ก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แมคลูฮัน กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ฟื้นฟูกระบวนการสื่อสารด้วยภาษาพูด กลับคืนมาอีกครั้ง

เครื่องโทรเลขนับว่าเป็นเครื่องสื่อสารประเภทอิเล็กทรอนิกส์ประเภทแรกที่ใช้สายเชื่อมต่อสัญญาณเพื่อสื่อสารกัน ตามมาด้วยสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้สมาชิกในสังคมรู้และเห็นในสิ่งที่

เกิดขึ้นในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก การพูด คุยผ่านสื่อ (Modem of talk) ข้ามระยะทางทำให้มนุษย์ไม่สามารถที่จะถูกแบ่งแยกออกจากกันด้วยระยะทาง ยุคสารสนเทศนี้ก่อให้เกิด "หมู่บ้านโลก" ขึ้น (global village)

โดยสรุปแล้ว "ทฤษฎีสื่อคือผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ" (McLuhan's Media Law Theory) หรือ กลุ่มนักทฤษฎีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวกำหนด หรือ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถเป็นตัวชี้นำ (Technological Determinism) ที่ส่งผลต่อการกำหนดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมได้ โดยแนวคิดนี้ประกอบด้วยกฎเกณฑ์หลัก ๆ ที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อคือ (1) กฎแห่งความรีบเร่ง (Law of acceleration) เช่น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองต่อวิธีการสื่อสารที่รีบเร่ง รวดเร็วในปัจจุบัน (2) กฎแห่งความล้าสมัย (Law of obsolescence) เช่น การใช้วิธีการส่งจดหมายผ่านอีเมล (e-mail) แทนการส่งจดหมายด้วยระบบเดิม การเปลี่ยนวิธีการเก็บหนังสือในรูปแบบของแผ่นซีดีรอม (CD-ROM) แทนด้วยการเก็บแบบเดิม (3) กฎแห่งการหลอมรวม หรือการบูรณาการสื่อ (Law of synthesis or convergence) อันเป็นการเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างซึ่งกันและกัน เช่น การประชุมทางไกลผ่าน video conference การใช้ห้องสนทนาอิเล็กทรอนิกส์กับคนเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะในบางประเด็น และ (4) กฎแห่งการสืบค้น (Law of retrieval) ที่เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถที่จะเอื้อประโยชน์ได้ เช่น การออกแบบระบบฐานข้อมูลต่าง ๆ

โดยภาพรวมแล้วแนวคิดของแมคลูฮัน ได้ส่งผลกระทบในทางบวกต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม แนวคิดดังกล่าวก็ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากในประเด็นหลัก ๆ เช่น การเปิดโอกาสให้สื่อหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาชี้นำพฤติกรรมมนุษย์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล จนกระทั่งถึงระดับองค์รวมของสังคม เหมือนหนึ่งมนุษย์เป็นเหยื่อหรือสิ่งที่สามารถถูกกระทำได้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการเป็นสังคมข่าวสาร ที่อาศัยกระบวนการของโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมอุตสาหกรรมและสังคมเกษตรกรรมค่อนข้างมาก เพราะในสังคมยุคใหม่ทรัพยากรที่สำคัญ ไม่ใช่เป็นเรื่องของแรงงานหรือการลงทุนเช่นแต่ก่อนแต่กลับกลายเป็นสารสนเทศ ความต้องการสารสนเทศที่ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่เน้นการแพร่กระจายของสารสนเทศ เนื่องมาจาก

วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ไม่ใช่เป็นสังคมมวลชน แต่เป็นสังคมที่เน้นปัจเจกภาพ (Individual) (สุรพงษ์ โสธนเสถียร, 2544, น. 11) ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารในการสร้างสรรค์พฤติกรรมสารสนเทศที่มาจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้วยการตีกระทบกายในบุคคล การรับสารจากสื่อมวลชน (Crable, 1979, อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนเสถียร, 2544, น. 11) รวมทั้งการใช้บริการสื่อสารสาธารณะ และความรู้โดยตรงที่ได้จากตัวสินค้า และการบริการ ทั้งนี้ไม่ว่าในเชิงปริมาณหรือคุณภาพของสารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารที่ไปสู่มือประชาชนมักอยู่ในรูปของเครือข่ายต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ เครือข่ายข่าว เครือข่ายบันเทิง และเครือข่ายฐานข้อมูล (data bases) เป็นต้น

ความหมายของพฤติกรรมสื่อสาร

พฤติกรรมสื่อสารมาจากคำว่า พฤติกรรม และการสื่อสาร ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก ในแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ คำว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อสมอง อารมณ์และความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์และสัตว์ ย่อมแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน และหมายถึง กิจกรรมใด ๆ ของร่างกายที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการทางจิตซึ่งถูกจูงใจด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ

แมคคอลลแนล (McConnell) ระบุว่านิยามของคำว่า พฤติกรรม มาจากมุมมอง 3 ด้าน คือ 1) มุมมองทางชีววิทยา ซึ่งเป็นการศึกษาระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์อย่างไรบ้าง 2) จิตวิทยาภายในบุคคล ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่าจิตใจภายในบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม และ 3) พฤติกรรมทางสังคม ซึ่งไม่คำนึงถึงปัจจัยทางชีวภาพ และจิตวิทยาภายใน แต่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นสำคัญ นอกจากนี้เขายังได้กล่าวว่า มุมมองทั้ง 3 นี้ ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมมนุษย์แบบแยกส่วน หากต้องนำมาใช้อธิบายแบบองค์รวม (McConnell, 1983, อ้างถึงใน ขวัญเรือน กิตติวัฒนา และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547, น. 22)

ดังนั้น เมื่อเราต้องนิยามคำว่า พฤติกรรมสื่อสาร จึงจำเป็นต้องผนวกแนวคิดของการสื่อสารเข้ากับแนวคิดของพฤติกรรม ซึ่งได้นิยามดังนี้

พฤติกรรมสื่อสารหมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาแสดงออกที่เป็นผลมาจากการทำงานของร่างกายและจิตใจ ที่มีลักษณะบ่งบองถึงการสื่อความหมายผ่านกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบ

จากคำนิยามดังกล่าว ชี้ให้เห็นความสำคัญของพฤติกรรมการสื่อสารในแง่ที่ว่า พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกลไกหลักในการดำเนินชีวิตของบุคคล จะเห็นได้ว่ามนุษย์ได้พยายามพัฒนาพฤติกรรมกรรมการสื่อสารมาตลอดตั้งแต่สมัยยุคดึกดำบรรพ์ ที่ยังไม่มีภาษาพูด และภาษาเขียน มนุษย์ก็เริ่มพฤติกรรมการสื่อสารด้วยสัญญาณ และสัญลักษณ์ จากนั้นได้พัฒนาขึ้นมาเป็นรูปแบบที่ยอมรับร่วมกันในกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ก็ได้รับการพัฒนาตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนากระบวนการสื่อสาร และเป็นตัวกำหนดทิศทาง หรือพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์นั่นเอง

ลักษณะของพฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีลักษณะสำคัญซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา แม้แต่ในขณะที่เราไม่ได้กระทำการสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรม สมองของเรายังคงมีกระบวนการทำงานที่ส่งผลต่อกระบวนการคิดและอารมณ์ความรู้สึก นอกจากนี้ การที่เราต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สลับกันไปมาในกระบวนการสื่อสารยังแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารมีกระบวนการที่เป็นวงจรต่อเนื่อง

2. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดจากความคิดความรู้สึกและการกระทำของบุคคล ในขณะที่เราทำการสื่อสาร เราเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานของสมอง ซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและการกระทำ ตลอดเวลา

3. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากสัญชาตญาณ และการเรียนรู้ทางสังคม จึงต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคม และกระบวนการทางวัฒนธรรม เนื่องจากพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เป็นผลมาจากการกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจ ที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยหลักการทางจิตวิทยา พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมสังคมที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้อื่นเสมอ และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดวิถีชีวิต ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ในสังคม

4. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นกระบวนการที่ย้อนกลับไม่ได้ และกระทำซ้ำไม่ได้ กล่าวคือ มนุษย์ต้องมีพฤติกรรมการสื่อสารในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากอย่างน้อยที่สุดมนุษย์ทุกคนต้องมีการสื่อสารกับตนเอง และเมื่อได้รับการสื่อสารแล้วการสื่อสารนั้นไม่สามารถกลับคืนมาหาผู้ส่งสารในรูปแบบเดิมได้ เนื่องจากการสื่อสารในแต่ละครั้งย่อมก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ ผู้ส่งสารสามารถทำได้เพียงลด ระดับความรุนแรงผลที่เกิดขึ้นเท่านั้น หวั่นการสื่อสารเป็นกระบวนการที่กระทำซ้ำไม่ได้ การกระทำซ้ำ ในที่นี้หมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดผลดังเดิม เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และผู้ส่งสารยังไม่สามารถกระทำการสื่อสารในสถานการณ์เดิม ด้วยกรอบความคิด ความรู้สึกเดิม กับผู้รับสารคนเดิมได้ ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดก็ตาม

5. พฤติกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเอง กับบุคคลอื่น หรือกลุ่มบุคคล ก่อให้เกิดระบบปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเสมือนการเชื่อมโยงระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารเสมอ เนื่องจากการส่งสารแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการสื่อสาร

เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์

เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นเทคโนโลยีประเภทหนึ่งที่มนุษย์ได้พัฒนาขึ้น ด้วยวัตถุประสงค์หลักในการขยายความสามารถของเครื่องมือการสื่อสารที่ดำรงอยู่ในแต่ละยุคสมัย การพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร อาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ตามการแบ่งยุควัฒนธรรมการสื่อสาร เทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบการพูด เทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบการเขียน และเทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละยุคจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และสังคมในลักษณะแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงนำเฉพาะเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นกรอบในการศึกษา

เทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ประสบการณ์ของมนุษย์แผ่ขยายออกไปอย่างกว้างไกลอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน นับตั้งแต่การส่งข้อมูลข่าวสารทางโทรเลข ที่ถือว่าเป็นประสบการณ์ครั้งแรกของมนุษยชาติในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบ สื่อสารที่แตกต่าง และมีประสิทธิภาพ ด้านความเร็ว เหนือกว่าระบบขนส่ง ที่เป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารที่ผ่านมา ๆ มา

ปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างกว้างไกล บุคคลในทุกมุมโลกที่เข้าถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สามารถเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารถึงกันและกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ เช่น ผู้ที่อยู่สหรัฐอเมริกาในเวลาเที่ยงคืน สามารถสื่อสารกับผู้ที่อยู่ทางประเทศไทยในเวลาเที่ยงวันได้ เนื่องจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้สร้างสิ่งแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual environment) ที่ทำให้ผู้สื่อสารรู้สึกเหมือนกำลังสื่อสารอยู่ในสถานที่และเวลาเดียวกัน

เนื่องจากวัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นวัฒนธรรมการสื่อสารที่ครอบคลุมอยู่ช่วงระยะ เวลายาวนาน ตั้งแต่การนำโทรเลขมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร จนถึงการใช้คอมพิวเตอร์ ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทำให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ มากมาย ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับโลก

บทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับบุคคล คอมพิวเตอร์ เป็นเสมือนผู้ช่วยของมนุษย์ในการเก็บบันทึก และจัดระบบข้อมูลที่มีอยู่ในเป็นระบบ สามารถนำกลับมาใช้ได้ทันทีอย่างมีประสิทธิภาพ เครือข่ายคอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมโยงไปได้ทั่วโลกทำให้โลกกลายเป็นสังคมข่าวสารที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างทันที ทำให้บุคคลมีความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และสามารถแสวงหาข่าวสารจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้ตลอดเวลา และคอมพิวเตอร์ยังช่วยให้การสร้างสัมพันธภาพ หรือการเชื่อมโยงกับผู้อื่นเป็นไปได้ง่าย เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ได้พยายามสร้างสิ่งแวดล้อมของการสื่อสารระหว่างบุคคลให้มีความเสมือนจริงให้มากที่สุด

บทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับกลุ่ม เครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการเชื่อมโยง กลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น เว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา หรือที่ในปัจจุบันเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นเวทีให้มีการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ หรือแม้แต่มีกิจกรรมร่วมกัน การจัดตั้งกลุ่ม หรือชมรมขึ้นทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์นี้ เป็นการจัดตั้งที่ไม่ต้องมีขั้นตอนยุ่งยาก เหมือนการจัดตั้งในสังคมจริง อีกทั้งการรวบรวมสมาชิกทำได้ง่ายกว่า เนื่องจากสมาชิกที่อยู่ห่างไกลกันดีสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้

กล่าวโดยสรุปแล้วความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการสื่อสาร และมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ ได้แก่ ช่วยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ทันที เอื้ออำนวยต่อการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารดำเนินไปโดยอิสระมากขึ้น สามารถสื่อสารได้ทั้งในระยะใกล้และระยะไกลโดยไม่มีขีดจำกัด สามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังผู้สื่อสารไม่จำกัดจำนวน ที่อยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วโลก เนื้อหาข่าวสารมี

หลายหลายประเภท และเจาะลึกมากขึ้น เปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมสื่อสารได้อย่างกว้างขวาง และทั่วถึง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือใช้ข้อมูลมากขึ้น

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่เชื่อในหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าว คือ เชื่อว่าคนเราทำพฤติกรรมต่าง ๆ ตามแรงผลักดันจากภายนอก (Exogenous Factor) และพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับสังคมที่วางไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมทั่ว ๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

เบเรลสัน และสไตเนอร์ (Berelson and Steiner) ได้แสดงความเห็นว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะดูและฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเขา ซึ่งกรอบอ้างอิงทางความคิดนี้ หมายรวมถึง บทบาททางเพศ การศึกษา ความสนใจ และความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ สถานภาพทางสังคมและอื่น ๆ ที่เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญของบุคคล โดยกรอบอ้างอิงทางความคิดเหล่านี้ ทำให้เกิดความแตกต่างกันเรื่องของความรู้ ความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ซึ่งมีต่อพฤติกรรมการสื่อสารของคน

ตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรม มีดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) จากการวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของชายหญิงไว้ต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมของชายและหญิงแตกต่างกันด้วย

2. อายุ (Age) โดยทั่วไปบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อเรื่องต่าง ๆ แตกต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อเรื่องต่าง ๆ เปลี่ยนไปเมื่ออายุมากขึ้น คนที่อายุน้อยมักมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก สาเหตุที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยกันมีประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีทัศนคติ พฤติกรรมที่แตกต่างกัน

3. การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนที่มีความคิด ทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงจะมีการใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า

4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีพฤติกรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมที่ต่างกัน

แนวคิดเรื่องประชากรศาสตร์นี้ ได้นำมาตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ บนพื้นฐานความคิดที่ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ จะมีพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นแนวคิดที่เสนอโดย Lazer (อ้างถึงใน Plummer, 1995) ในปี ค.ศ. 1963 หมายถึง ลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคแต่ละคน ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมตลอดช่วงชีวิตในแต่ละวัย ดังนั้นปัจจัยภายนอกเช่น กลุ่มอ้างอิง ลำดับชั้นทางสังคม จึงมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตมากเท่ากับปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ฯลฯ

การจัดกลุ่มผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิเคราะห์ทางจิตนิสัย (Psychographic Analysis) ของผู้บริโภคโดยใช้การวิจัย AIO (Activities, Interests, Opinions) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่ม ที่แต่ละกลุ่มมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน และผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน โดยการจัดทำประเด็นเพื่อทำการสำรวจที่แบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็น คือ

A หมายถึง รูปแบบการทำกิจกรรม (Activities) เช่น งานที่ทำ งานอดิเรก กีฬาที่ชอบ และการเข้าสังคม ฯลฯ

I หมายถึง ความสนใจ (Interests) เช่น ครอบครัว ชุมชน อาหาร แฟชั่น ฯลฯ

O หมายถึง (Opinions) เช่น เรื่องการเมือง ประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ฯลฯ

AIO เป็นเครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อใช้วัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่แสดงออก มาโดยการตั้งเป็นประเด็นคำถามถึงความบ่อยครั้งในการทำกิจกรรมการต่าง ๆ ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ รอบตัว ว่ามีความสนใจมากน้อยแค่ไหน และการตั้งคำถามถึงการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยแค่ไหนในประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค คะแนนที่ผู้ตอบกรอกในคำถามต่าง ๆ นี้ จะนำมาจัดกลุ่มเพื่อแยกส่วนผู้บริโภคตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ศึกษาได้นำแนวคิด AIO ที่มีการจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค จาก 30 ประเทศทั่วโลก ซึ่งจัดทำโดยบริษัทวิจัยชั้นนำที่ชื่อ Roper Starch Worldwide (อ้างถึงใน Schieffer, 2000, p. 12) ซึ่งได้ทำการสำรวจผู้บริโภคจำนวน 30, 000 คนที่มีอายุระหว่าง 13–65 ปี ในปี ค.ศ.2000 ซึ่งทางบริษัท ได้ทำการจัดประเด็นคำถามเกี่ยวกับค่านิยม จำนวน 60 อย่าง แล้วนำมาจัดกลุ่มด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบจัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ทำให้สามารถแบ่งผู้บริโภคที่มีลักษณะคล้ายกันออกมาได้เป็น 6 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) จะเป็นกลุ่มคนที่มีฐานะดี ให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตในทุกๆ ด้าน ในแต่ละวันที่สมบูรณ์แบบของพวกเขา อาจจะชอบดีเทนนีส์กับเพื่อนหลังเลิกงาน การค้นหารถรุ่นใหม่ ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และอาจจะจบลงด้วยการฟังเพลงแจ๊สกับการอ่านหนังสือดี ๆ

2. กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) เป็นกลุ่มที่ชอบเข้างานสังคม (Party People) ชอบแสวงหาความสุข การใช้ชีวิตของคนกลุ่มนี้มักจะชอบสังสรรค์กับเพื่อน เช่น ไปเที่ยวทะเล เล่นฟุตบอล ออกไปดื่ม ทานข้าวเย็นนอกบ้าน ดูหนังในช่วงเย็น

3. กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) เป็นกลุ่มคนที่ให้คุณค่ากับความสัมพันธ์เหนือสิ่งอื่นใด และมีลักษณะคล้ายกลุ่มที่ชอบแสวงหาความสนุกสนาน เป็นกลุ่มที่ชอบเข้าสังคม แต่จะเน้นที่ครอบครัวมากกว่าเพื่อนฝูง เป็นพวกเรื่อย ๆ ไม่รีบร้อนเน้นการพักผ่อนมากกว่าการใช้พลังงาน ในวันว่างอาจจะใช้เวลาไปกับการชมละครโซปโอเปร่าในทีวียามบ่าย คุยโทรศัพท์กับแม่ เล่นเกมคอมพิวเตอร์กับลูก ๆ ในช่วงเย็น

4. กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) เป็นกลุ่มที่ทำงาน เนื่องจากแรงขับเคลื่อนจากความต้องการสถานะทางสังคมและความร่ำรวย พวกเขาจะให้ความสนใจในสิ่งที่กลุ่มอื่น ๆ ให้ความสนใจน้อย เช่นความทะเยอทะยาน อำนาจ ความมั่งคั่ง และฐานะ คนกลุ่มนี้ไม่มีเวลาเล่นและมุ่งไปข้างหน้า ในชีวิตประจำวันจะกลับทำงานดึก เมื่อกลับถึงบ้านก็จะดูข่าวและสำรวจหุ้นทางอินเทอร์เน็ต

5. กลุ่มคนหัวเก่า (Devouts) เป็นกลุ่มที่ยึดแบบแผนประเพณี มีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในเรื่องของความศรัทธา การอ่อนน้อมถ่อมตน ให้ความสำคัญของอดีต คนรุ่นก่อน และให้ความสำคัญกับครอบครัวเช่นเดียวกับกลุ่มที่ชอบทะนุถนอมความสัมพันธ์ แต่สำหรับคนกลุ่มนี้มุ่งไปที่ความรับผิดชอบมากกว่าความพึงพอใจ ในวันว่างจะใช้เวลาไปกับการช่วยเหลือศาสนา จัดเตรียมอาหารดี ๆ ให้กับครอบครัว ดูรายการทีวีเกี่ยวกับการปรับปรุงบ้าน

6. กลุ่มคนที่อุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) เป็นกลุ่มที่มีมนุษยธรรม ให้คุณค่าทางสังคมสูง วันว่างจะชอบเป็นอาสาสมัคร เช่น สถานพยาบาลใกล้บ้าน กลับบ้านมาตัดผักจากสวนหลังบ้านให้ครอบครัวทาน ดูรายการทีวีจากทีวีสาธารณะ

ทั้งนี้ จากการกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตออกเป็น 6 กลุ่มดังกล่าว ได้มีการนำไปใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ในหลากหลายกลุ่ม (อ้างถึงใน Schieffer, 2000, p. 85) ในต่างประเทศ เช่น เครื่องดื่ม การบริการด้านการเงิน เทคโนโลยี สื่อ รถยนต์ และอื่น ๆ และด้วยสัดส่วนของประชากรในแต่ละประเทศ จะทำให้นักการตลาดสามารถจัดสรรทรัพยากรทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทยยังมีไม่แพร่หลายมากนัก ทางผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของในประเทศและต่างประเทศดังนี้

ธนสิทธิ์ เกษมไชยานันท์ (2544, น. บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web Site) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บไซต์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5.52 ครั้ง และมีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยครั้งละ 2.44 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่มีการใช้บ่อยที่สุดคือช่วงระหว่างเวลา 20.01 - 24.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี สถานที่ที่ใช้เว็บไซต์มากที่สุดคือ บ้านและที่ทำงาน และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์โดยไม่เสียค่าบริการ ส่วนวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์พบว่า วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง โดยมีเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้มากที่สุดคือ ฮอตเมลล์ ดอท คอม (Hotmail.com) ยะฮู ดอท คอม (Yahoo.com) และ ซานุก ดอท คอม (Sanook.com) ในส่วนของความคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับจากเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยคาดหวังประโยชน์ที่จะได้รับ 3 อันดับแรก คือ การช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจช่วยค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการศึกษาและงานวิจัย และ

ช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ นั่นคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

กรรทอง เกิดนาค (2551, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเว็บชุมชนออนไลน์ www.hi5.com เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้จากการได้รับอีเมลล์ลิงค์จากเพื่อนและจากทางเว็บไซต์เอง โดยพฤติกรรมส่วนใหญ่คือ และกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อความบันเทิง การเสนอด้วยภาพ เพลง และตัวอักษร

ฤดีพร ผ่องสุภาพ (2551, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบ และลักษณะของข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และศึกษาการแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ การแสวงหาข่าวสาร ทศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบและลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่พบในเครือข่ายสังคมออนไลน์มีดังนี้คือ 1. ข่าวประชาสัมพันธ์บุคคล 2. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางการตลาด 3. ข่าวประชาสัมพันธ์องค์กร 4. ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม 5. ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมการกุศล 6. ภาพข่าวกิจกรรม

นอกจากนี้ ยังพบว่า นิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ มีการแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง และส่วนใหญ่ทำการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บ้าน ทุกวัน เป็นเวลามากกว่า 2 ชั่วโมง และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแสวงหาข่าวสารมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏดังนี้ 1. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสังคมออนไลน์ 2. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3. การแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ 5. การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

แอนนิรา นิราช (2552, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตและการปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานระหว่างผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่ในเว็บไซต์ hi5.com เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้งานของผู้ใช้ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มชอบแสดงออก กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว อิทธิพล 4 ประการ ได้แก่ อิทธิพลต่อพฤติกรรม的开เผยตัวตน อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่าง ๆ อิทธิพลต่อการพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม 2) บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน แบ่งเป็น 4 ประเภท คือบทบาทในการสร้างตัวตนและความเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล 3) การแนะแนวผู้ใช้งาน มี 5 ลักษณะคือ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล ลักษณะการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา ลักษณะการช่วยตัดสินใจ และลักษณะการตักเตือน 4) กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน มี 5 กระบวนการคือ การเลือกผู้ใช้งานที่น่าสนใจ การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ การเลือกเปิดรับ และการนำไปปรับใช้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต

Anderson Analytics (2009) ได้ทำการสำรวจการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนอเมริกันแยกตามกลุ่มอายุต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่ม Generation Z คือ กลุ่มที่มีอายุ 13-14 ปี กลุ่ม Generation Y คือ กลุ่มที่มีอายุ 15-29 ปี กลุ่ม Generation X คือ กลุ่มที่มีอายุ 30-44 ปี และกลุ่ม Baby Boomer คือ กลุ่มที่มีอายุ 45-65 ปี โดยสำรวจการใช้เว็บไซต์ MySpace, Facebook Twitter และ LinkedIn ผลการวิจัยพบว่า Generation Z และ กลุ่ม Generation Y นิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มาสเปซ (MySpace) มากกว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) และกลุ่ม Baby Boomer จะมีการใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยเหตุผลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของแต่ละกลุ่มอายุ คือ ต้องการติดต่อกับเพื่อนเพื่อความสนุก และติดต่อกับคนในครอบครัว หรือใช้เพราะได้รับเชิญจากบุคคลที่ตนเองรู้จัก กลุ่มที่มีอายุน้อยให้ความสนใจใน

การติดต่อกับเพื่อน ในขณะที่กลุ่มที่อายุมากขึ้นจะให้ความสนใจกับการติดต่อกับบุคคลในครอบครัว และกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น การขาย การหางาน การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจค่อนข้างน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต

ศูนย์วิจัยธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2542, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แบบแผนการดำเนินชีวิตของชาวกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยรูปแบบจำลอง LOV ซึ่งพัฒนาขึ้นโดยศูนย์วิจัยเชิงสำรวจของมหาวิทยาลัยมิชิแกน สหรัฐอเมริกา โดยการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคชาวกรุงเทพมหานครได้เป็น 8 กลุ่ม คือ กลุ่มหาเช้ากินค่ำ กลุ่มหนุ่มสาวนักบริโภค กลุ่มชายชาตรี กลุ่มนักอนุรักษ์ กลุ่มทั่ว ๆ ไป กลุ่มตรงไปตรงมา กลุ่มหนุ่มสาวไฮเทค และกลุ่มนักลงทุนผู้มีประสบการณ์

กาญจนา ธานีปกรณ์ (2544, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติของผู้อ่านชายตอนนิตยสารผู้ชาย: กรณีศึกษานิตยสารเอสไควร์ ฉบับภาษาไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านนิตยสารเอสไควร์ ฉบับภาษาไทย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป สถานภาพการสมรสเป็นโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทในภาคเอกชน รายได้ไม่เกิน 35,000 บาท ต่อเดือน และมีขนาดครอบครัวที่รวมอยู่กับพ่อแม่พี่น้องของตน ซึ่งอ่านหรือเป็นสมาชิกนิตยสารเอสไควร์มานานกว่า 2 ปี โดยติดตามอ่านทุกฉบับและสนใจในบางคอลัมน์ที่ชื่นชอบ ใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารมากกว่า 1 ชั่วโมง การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตตามแนวคิดของ โบโรเมอร์ พบว่าผู้่านนิตยสารเอสไควร์ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ Home and Family Oriented และแบบ Entertainment Oriented

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรม การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ แบบวัดผลครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 -35 ปี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวอยู่ที่ 30,001-60,000 บาท ส่วนพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ เพียง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต 2

ชั่วโมงต่อครั้ง ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 1-2 ปี เวลาที่นิยมใช้มากที่สุดคือช่วงกลางคืน เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตจากบ้าน โดยเป็นสมาชิกของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด สำหรับบริการที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือค้นคว้า การสนทนาทางอินเทอร์เน็ต และการอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารบนอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตพบว่า ส่วนใหญ่เคยทำมากที่สุดคือใช้สื่ออินเทอร์เน็ตติดต่องานหรือการศึกษา

บุญชู เผ่าสวัสดิ์ยรรยง (2546, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต และการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์กับการตัดสินใจซื้อวัสดุภัณฑ์ภาพและเสียงของภาพยนตร์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร” จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุต่ำกว่า 26 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคุณภาพนิยม (Service/ Quality-Conscious Factor) มากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบปัจเจกนิยม (Outgoing/Individualist Factor) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับโฆษณาภาพยนตร์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รูปแบบการดำเนินชีวิตทุกรูปแบบมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์ทางสื่อมวลชน

เกษรา เกิดมงคล (2546, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน จากกลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงาน อายุ 20 - 45 ปี จำนวน 420 คนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มรักการแข่งขัน 2) กลุ่มคนรุ่นใหม่ 3) กลุ่มอนุรักษ์นิยม 4) กลุ่มก้าวทันโลก 5) กลุ่มผู้นำยุคใหม่ 6) กลุ่มรักครอบครัว 7) กลุ่มตามใจตัวเอง 8) กลุ่มตามกระแส และ 9) กลุ่มเป็นตัวของตัวเอง 2. คนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างกัน ส่วนคนวัยทำงานที่มีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก รักครอบครัว และตามกระแสมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 4. กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่ อนุรักษ์นิยม ก้าวทันโลก ผู้นำยุคใหม่ และตามกระแส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่า การวิเคราะห์โดยใช้ตัวแปรร่วมกัน 3 ตัว คือ การแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ลักษณะทางจิตวิทยาและลักษณะทาง

ประชากร สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการวิเคราะห์โดยใช้เพียง 2 ตัวแปร คือ การแสดงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและลักษณะทางจิตวิทยา

กัลญ วรพิทยุต (2548, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโฆษณาของกลุ่มคนโสดในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มคนโสดที่มีอายุ 25-45 ปี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มคนโสดอายุ 25-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีเหตุผลของการอยู่เป็นโสดส่วนใหญ่คือ ชอบชีวิตอิสระ และมีกลุ่มคนรอบข้างส่วนใหญ่เป็นคนโสดเช่นเดียวกัน และพักอาศัยที่บ้านส่วนตัว กับบิดา มารดา กิจกรรมของกลุ่มคนโสดที่มีค่าเฉลี่ยสูง คือ การชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ คนเดียว และกิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ คือ การทำกิจกรรมศิลปะ สำหรับความสนใจของกลุ่มคนโสด มีความสนใจในเรื่องของการใช้ชีวิตอิสระ ไม่ต้องขึ้นอยู่กับใครมากที่สุด และมีความสนใจน้อยที่สุดในเรื่องการเล่นหุ้นและการลงทุนที่มีความเสี่ยง สำหรับความคิดเห็นประเด็นที่มีความเห็นด้วยมากที่สุดคือ อายุเป็นเพียงตัวเลข และประเด็นที่ไม่เห็นด้วยมากที่สุดคือ ปัญหาเศรษฐกิจเป็นเรื่องเข้าใจยาก และผลการวิจัยสามารถสรุปกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนโสดในกรุงเทพมหานคร ได้เป็น 5 กลุ่มได้แก่ กลุ่มคนโสดหัวก้าวหน้า-สมัยใหม่ กลุ่มคนโสดพอ-แม่ศรีเรือน กลุ่มคนโสดวัตถุนิยม กลุ่มคนโสดรักสุขภาพ กลุ่มคนโสดย้อนยุค ในส่วนพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโฆษณาของกลุ่มคนโสด เปิดรับสื่อโฆษณาโทรทัศน์มากที่สุด โดยเปิดรับสื่อโฆษณาระหว่างการเดินทาง ประเภทรายการโทรทัศน์ที่ชอบ คือ รายการที่มีเนื้อหาสาระ ถ้าเป็นสื่อประเภทอื่น ๆ จะชอบสิ่งที่เป็นความบันเทิง เช่น รายการเพลง แฟชั่น ฯลฯ เนื้อหาของโฆษณาที่ชอบ จะเป็นโฆษณาประเภท ลด-แลก-แจก-แถม

อลิสตา ดังกบดี (2549, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกี่ยวกับความงามของสตรีสูงอายุที่รักความงาม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีที่มีอายุระหว่าง 50-65 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของสตรีสูงอายุที่รักความงาม สามารถแบ่งได้เป็น 9 รูปแบบคือ 1) กลุ่มแม่บ้านแม่ศรีเรือน 2) กลุ่มคลั่งไคล้ความงาม 3) กลุ่มสังคมชั้นสูง 4) กลุ่มอนุรักษ์นิยม 5) กลุ่มหัวก้าวหน้า 6) กลุ่มเข้าใจสัจธรรมชีวิต 7) กลุ่มมีวิสัยทัศน์ 8) กลุ่มรักการออกกำลังกาย 9) กลุ่มรักการเรียนรู้ สตรีสูงอายุที่รักความงามส่วนใหญ่ไปซื้อสินค้าคนเดียว รองลงมาคือไปกับเพื่อน และไปกับครอบครัว นิยมไปซื้อสินค้าเกี่ยวกับความงามที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือร้านขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม และขายตรง มักหาข้อมูลก่อนการซื้อจากสื่อโฆษณามากที่สุด รองลงมาคือเพื่อนและประเมินจากประสบการณ์ที่ผ่านมา รูปแบบการดำเนินชีวิตของสตรีสูงอายุที่รักความงามที่นิยมซื้อสินค้าเกี่ยวกับความงามที่มีความถี่และประเภทที่หลากหลายในระดับสูง ได้แก่ กลุ่มหัวก้าวหน้า กลุ่ม

คลังไคล้ความงาม กลุ่มสังคมชั้นสูง กลุ่มมีวิสัยทัศน์ และกลุ่มรักการออกกำลังกาย ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของสตรีสูงอายุที่รักความงามที่นิยมซื้อสินค้าเกี่ยวกับความงามที่มีความดีและประเภทที่หลากหลายในระดับต่ำ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้าน แม่ศรีเรือน กลุ่มเข้าใจในสัจธรรมชีวิต กลุ่มรักการเรียนรู้ และกลุ่มอนุรักษ์นิยม

จุฑามาศ พาณิชยรังสี (2549, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับและทัศนคติของผู้อ่านหนังสือที่มีต่อนิตยสารผู้หญิง โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาเพศหญิงระดับปริญญาโท ของมหาวิทยาลัยรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี อายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพสมรส เป็นโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000–20,000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นบ้านและครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นบันเทิง รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นกีฬา และการดูแลสุขภาพ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างนิยมอ่านนิตยสารคลิโอมากที่สุด โดยจะรู้จักนิตยสารผู้หญิงจากการเห็นวางจำหน่ายตามแผงหนังสือทั่วไป แหล่งที่อ่านส่วนใหญ่จะมีอยู่ 2 ลักษณะคือ เป็นการอ่านตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ได้ไปทำธุระ เช่น ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น หรือเป็นการซื้อหามาอ่านเอง โดยจะอ่านทุกครั้งที่มีโอกาส ลักษณะในการอ่านจะเป็นแบบอ่านอย่างสนใจเฉพาะคอลัมน์ที่ชอบเป็นบางฉบับ โดยมีระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้งนาน 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีทัศนคติในเชิงบวกต่อนิตยสารผู้หญิง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นวัฒนธรรมและ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกีฬาและการดูแลสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะในการอ่านนิตยสารผู้หญิง รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นบันเทิง และ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นกีฬาและการดูแลสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสารผู้หญิงในแต่ละครั้ง และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นวัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นบันเทิง รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นบ้านและครอบครัว และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกีฬาและการดูแลสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคตินิตยสารผู้หญิง

ปาริชาติ อินนุพัฒน์ (2552, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสื่อวิทยุของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังวิทยุในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นหญิงอายุประมาณ 24-27 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีการเปิดรับสื่อวิทยุทุกวัน

ช่วงเวลาในการเปิดรับฟังคือช่วงเวลาตั้งแต่ 18.01-22.00 น. และเปิดรับฟังวิทยุสถานีประเภท
 บันเทิงมากที่สุด อยู่ที่ 1.01 – 3 ชั่วโมง สถานีที่ชอบฟังมากที่สุดคือ สถานี 97.5 / Seed FM จาก
 ผลการวิจัยสามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ 11 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มคนรุ่นใหม่ 2) กลุ่ม
 คนรักครอบครัว 3) กลุ่มคนเพื่อสังคม 4) กลุ่มคนหัวนอก 5) กลุ่มคนอนุรักษ์นิยม 6) กลุ่มคนรัก
 บ้าน 7) กลุ่มคนรับข่าวสาร 8) กลุ่มนักประดิษฐ์ 9) กลุ่มคนทำงาน 10) กลุ่มคนก้าวหน้า 11) กลุ่ม
 นักช้อป