

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) และประวัติของเฟซบุ๊ก (Facebook)
4. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)
5. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)
6. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification)
7. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากกระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างคนที่ต่อการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

ปรมะ สตะเวทิน (2539) กล่าวว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่อายุน้อย คนที่มีอายุน้อยจะมีเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังมาก และ

มองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้คนที่มีความวิตกกังวลต่างกันก็มีความต้องการแตกต่างกันด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่อง การศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหา ข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง ในขณะที่คนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกันคนที่มีความอายุมากมักจะฟังรายการหนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะมีลักษณะชอบความสวยงาม มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้งานวิจัยต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนั้นผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมี ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับ อิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลและถือครอบครัวเป็นสังคมแรก ๆ ของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และการ มีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษา สถานภาพในสังคมของตน รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน การแนะนำให้ชวนหาที่ยากจนใช้ เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มียาได้มาก ๆ ซื้อ เครื่องซักผ้า โทรศัพทเคลื่อนที่ หรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่มีความฐานะดีหรือรายได้สูงยัง ใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสาร หนัก ๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังข่าวการบ้านการเมือง ปัญหาสังคมและ เศรษฐกิจ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่ค่อยกำกับค่านิยม ทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่า การมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน

4. การศึกษา (Education) การศึกษา หรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน ในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่ความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และมักจะใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ในส่วนของแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสาร การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตามในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ (พีระจิริะโสภณ, 2538)

การเลือกเปิดรับ
การเลือกรับรู้
การเลือกจดจำ

แผนภูมิที่ 2.1 แสดงกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติและความสนใจของตน โดยผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือตามทศนคติ

ประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1962) ยังชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารดังนี้

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสารอารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
7. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

3. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS)

นิยามของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) คือเป็นเว็บไซต์ที่ให้ปัจเจกบุคคลได้กระทำการต่าง ๆ ดังนี้

1. สร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะภายในระบบที่มีขอบเขต
2. เชื่อมต่อรายการต่าง ๆ ของผู้ใช้ที่ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน
3. สามารถเข้าชมและกีดขวางรายการเชื่อมของบุคคลอื่นภายในระบบได้ ธรรมชาติและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลาย (Boyd & Ellison, 2007)

สิ่งที่ทำให้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพิเศษไม่ใช่เพียงแต่การที่ยอมให้ปัจเจกบุคคลได้พบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้เท่านั้น แต่ยังทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมและทำให้เครือข่ายนั้นมองเห็นได้ และในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมขนาดใหญ่หลาย ๆ แห่ง



การเชื่อมต่อของผู้ที่เกี่ยวข้องไม่จำเป็นจะต้องจำกัดอยู่ที่การพบปะเพื่อนใหม่เท่านั้น แต่พวกเขายังสามารถสื่อสารกับผู้ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อกันในเครือข่ายสังคมปกติอยู่แล้วได้เช่นกัน

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการพัฒนาลักษณะหน้าในหลายรูปแบบ แต่สิ่งที่เป็นแก่นหลักประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัวที่สามารถมองเห็นได้ ที่แสดงการเชื่อมต่อรายการของเพื่อนที่เป็นผู้ใช้งานของระบบเดียวกัน ข้อมูลส่วนตัวจะเป็นหน้าที่แยกออกมาชัดเจนที่ทำให้บุคคลสามารถกรอกข้อมูลสถานะของตนเองได้ (Sunden, 2003, p.3 อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) และเมื่อเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละบุคคลจะถูกขอให้กรอกข้อมูลประกอบไปด้วยชุดของคำถาม เช่น อายุ ที่อยู่ ความสนใจ และสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวเขาและหลาย ๆ เว็บไซต์ยังให้ผู้ใช้ที่สามารถที่จะนำรูปส่วนตัวแสดงบนหน้าเว็บได้ บางเว็บไซต์อาจจะให้ผู้ใช้เพิ่มเนื้อหาที่เป็นมัลติมีเดีย หรือปรับแต่งหน้าตาหน้าเว็บที่แสดงข้อมูลส่วนตัวได้ตามใจชอบและอื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้มีการทำแอปพลิเคชันพิเศษมากมาย เพื่อให้ผู้ใช้เพิ่มเติมในหน้าข้อมูลส่วนตัวได้ เป็นต้น

หลังจากที่เข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์แล้ว ผู้ใช้สามารถระบุหรือแสดงความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่อยู่ในระบบเดียวกัน โดยที่การกำหนดชื่อจะแตกต่างกันไป แต่ที่เป็นที่นิยมใช้เช่น คำว่า “Friends” “Contacts” หรือ “Fans” เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่กำหนดให้มีการยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่าย แต่บางเครือข่ายก็ไม่ได้มีการกำหนดให้มีการยืนยันแต่กำหนดเป็นการยินยอมให้ติดตาม (Follow) เป็นต้น

การแสดงความสัมพันธ์บนพื้นที่สาธารณะนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์และหลาย ๆ เว็บไซต์ยังจัดให้ผู้ใช้สามารถส่งหรือฝากข้อความในหน้าข้อมูลส่วนตัว (Profile) ของเพื่อนในระบบได้หรือฝากเป็นข้อความส่วนตัวที่มีลักษณะคล้ายกับการส่งเว็บเมล (web mail) ได้เช่นกัน

นอกจากข้อมูลส่วนตัว (Profile) เพื่อน (Friends) การแสดงความคิดเห็น (Comments) และการส่งข้อความส่วนตัว (Private Message) บางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เปิดให้มีการแบ่งปันรูปภาพ วีดีโอ หรือสร้างบล็อก รวมถึงเทคโนโลยีการส่งข้อความสั้น (Instant Message) ในขณะที่บางเว็บไซต์ได้สนับสนุนการเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือได้ด้วย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) มายสเปซ (My Space) และไซเวิลด์ (Cyworld)

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้ที่ให้ความสำคัญกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่น ๆ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่..... 20 ก.พ. 2555
เลขทะเบียน..... 244070
เลขเรียกหนังสือ.....

พัฒนาการและความเป็นมาของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) มีจุดเริ่มต้นจากเว็บ Classmates.com (1995) และเว็บ SixDegrees.com (1997) ซึ่งเป็นเว็บที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน เพื่อสร้างประวัติ ข้อมูล ติดต่อสื่อสาร ส่งข้อความ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อที่มีในรายการ (List) เท่านั้น ต่อมาเว็บไซต์ Epinions.com (1999) ก็เกิดจากการพัฒนาของ Jonathan Bishop โดยได้เพิ่มในส่วนของการที่ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและติดต่อถึงกันได้ไม่เพียงแต่เพื่อนในรายการเท่านั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites) ทั้งหลายที่ก่อกำเนิดต่อมา เช่น มายสเปซ (My Space) กูเกิ้ล (Google) และเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น

ปรากฏการณ์ของโลกเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นแสดงให้เห็นจากการที่มายสเปซ (My Space) สามารถดึงดูดความสนใจจากสื่อหลัก ๆ ของอเมริกาและสื่อต่างชาติ ทำให้จำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก Friendster สามารถรวบรวมผู้ใช้ในแถบหมู่เกาะแปซิฟิก Orkut กลายเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมในบราซิลก่อนที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วในอินเดีย (Madhavan, อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) Mixi ได้รับการยอมรับในญี่ปุ่น Hi 5 ในประเทศเล็ก ๆ หลายประเทศอาทิ ละตินอเมริกา แอฟริกาใต้ เป็นต้น ด้วยระบบการให้บริการแบบระบบเปิด เว็บไซต์เครือข่ายสังคมอื่น ๆ ก็ได้ทำการเปิดตัวเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะกลุ่ม (Niche) ก่อนที่จะขยายออกไปยังกลุ่มผู้ใช้ที่กว้างออกไป แต่สำหรับเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้มีการออกแบบเพื่อที่จะสนับสนุนเฉพาะเครือข่ายวิทยาลัยเท่านั้น เฟซบุ๊ก (Facebook) ก่อตั้งขึ้นในปีค.ศ. 2004 เพื่อใช้เฉพาะในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) เท่านั้น (Cassidy, 2006 อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) ต่อมาในเดือนกันยายนปี ค.ศ. 2005 เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้ขยายกลุ่มผู้ใช้ออกไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ

ประวัติเฟซบุ๊ก (Facebook)

เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ได้เปิดตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเว็บประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ที่ตอนนั้น เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น จากนั้นเว็บนี้ก็ตั้งขึ้นมาอย่างรวดเร็ว เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ นักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดจำนวนมาก ก็สมัครเป็นสมาชิก Facebook เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และจากนั้นมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งาน Facebook ด้วยเช่นกัน มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนของเค้าที่ชื่อ ดัสติน มอสโควิทซ์ (Dustin Moskowicz) และคริส ฮิวจ์ส (Christ Hughes) เพื่อช่วยกันสร้าง Facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น Facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีกกว่า 30 แห่ง

ไอเดียเริ่มแรกในการตั้งชื่อ Facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์ค ที่ชื่อฟิลิปส์ เอ็กเซเตอร์ อะคาเดมี่ โดยที่โรงเรียนนี้ จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน ซึ่ง Face book นี้จริง ๆ แล้วก็หนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่ง มาร์คได้เปลี่ยนแปลงและนำมันเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ต เมื่อประสบความสำเร็จขนาดนี้ ทั้งมาร์ค ดัสติน และ ฮิวจ์ ได้ย้ายออกไปที่ Palo Alto ในช่วงฤดูร้อนและไปขอแบ่งเช่าอพาร์ทเมนต์แห่งหนึ่ง หลังจากนั้นสองสัปดาห์ มาร์ค ได้เข้าไปคุยกับ ซอน ปาร์คเกอร์ (Sean Parker) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Napster จากนั้นไม่นาน ปาร์คเกอร์ก็ย้ายเข้ามาทำงานกับมาร์คในอพาร์ทเมนต์ โดยปาร์คเกอร์ได้ช่วยแนะนำให้รู้จักกับนักลงทุนรายแรก ซึ่งก็คือ ปีเตอร์ ธีล (Peter Thiel) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Paypal และผู้บริหารของ The Founders Fund โดยปีเตอร์ได้ลงทุนใน Facebook เป็นจำนวนเงิน 500,000 เหรียญสหรัฐ ด้วยจำนวนสมาชิกหลายล้านคน ทำให้บริษัทหลายแห่งสนใจในตัว Facebook โดย friendster พยายามที่จะขอซื้อ Facebook เป็นเงิน 10 ล้านเหรียญสหรัฐ ในกลางปีพ.ศ. 2548 แต่ Facebook ปฏิเสธข้อเสนอไป และได้รับเงินทุนเพิ่มเติมจาก Accel Partners เป็นจำนวนอีก 12.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ในตอนนั้น Facebook มีมูลค่าจากการประเมินอยู่ที่ประมาณ 100 ล้านเหรียญสหรัฐ

Facebook ยังเติบโตต่อไป จนถึงเดือนกันยายนปี พ.ศ. 2549 ก็ได้เปิดในโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เข้าร่วมใช้งานได้ และในต่อมา Facebook ได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่ โดยสามารถให้สมาชิก เอรูปภาพมาแบ่งปันกันได้ ซึ่งฟังก์ชันนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ในฤดูใบไม้ผลิ Facebook ได้รับเงินจากการลงทุนเพิ่มอีกของ Greylock Partners, Meritech Capital พร้อมกับนักลงทุนชุดแรกคือ Accel Partners และ ปีเตอร์ ธีล เป็นจำนวนเงินถึง 25 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมูลค่าการประเมินมูลค่าในตอนนั้นเป็น 525 ล้านเหรียญ หลังจากนั้น Facebook ได้เปิดให้องค์กรธุรกิจหรือบริษัทต่าง ๆ ให้สามารถเข้าใช้งาน Facebook และสร้างเครือข่ายต่าง ๆ ได้ ซึ่งในที่สุดก็มีองค์กรธุรกิจกว่า 20,000 แห่งได้เข้ามาใช้งาน และสุดท้ายในปี พ.ศ. 2550 Facebook ก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมลต์เข้าใช้งาน ซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไปไม่ว่าเป็นใคร ก็สามารถเข้าไปใช้งาน Facebook ได้เพียงแค่คุณมีอีเมลต์เท่านั้น

ในช่วงฤดูร้อนปี 2550 Yahoo พยายามที่จะขอซื้อ Facebook ด้วยวงเงินจำนวน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีรายงานว่ามาร์คได้ทำการตกลงกันด้วยวาจาไปแล้วด้วยว่า จะยอมขาย Facebook ให้กับ Yahoo และเพียงแค่สองสามวันถัดมา หุ้นของ Yahoo ก็ได้พุ่งขึ้นสูงเลยทีเดียว แต่ว่าข้อเสนอซื้อได้ถูกต่อรองเหลือเพียงแค่ 800 ล้านเหรียญสหรัฐ ทำให้มาร์คปฏิเสธข้อเสนอนั้นทันที ภายหลังจากต่อมา ทาง Yahoo ได้ลองเสนอขึ้นไปอีกที่ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ อีกครั้ง คราวนี้มาร์คปฏิเสธ Yahoo ทันที และได้รับชื่อเสียงในทางไม่ดีว่า ทำธุรกิจเป็นเด็กไปในทันที นี่ไม่ใช่ครั้งแรกที่มาร์คปฏิเสธข้อเสนอซื้อบริษัท เพราะเคยมีบริษัท Viacom ได้เคยลองเสนอซื้อ Facebook ด้วยวงเงิน 750 ล้านเหรียญสหรัฐ และถูกปฏิเสธไปแล้วในเดือนมีนาคมปี 2550

มีข่าวอีกกระแสหนึ่งที่ไม่ค่อยดีสำหรับ Facebook ที่ได้มีการโต้เถียงกันอย่างหนัก กับ Social Network ที่ชื่อ ConnectU โดยผู้ก่อตั้ง ConnectU ซึ่งเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนกับมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์กที่ฮาเวิร์ด ได้กล่าวหาว่ามาร์คได้ขโมยตัว source code สำหรับ Facebook ไปจากตน โดยกรณีนี้ได้มีเรื่องมีราวไปถึงชั้นศาล และตอนนี้ได้แก้ไขข้อพิพาทกันไปเรียบร้อยแล้ว ถึงแม้ว่าจะมีข้อพิพาทอย่างนี้เกิดขึ้น การเติบโตของ Facebook ก็ยังขับเคลื่นต่อไป ในฤดูใบไม้ร่วงปี 2551 Facebook มีสมาชิกที่มาสสมัครใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่วันละ 200,000 คน ซึ่งรวมกันแล้วทำให้ Facebook มีสมาชิกมากถึง 50 ล้านคน โดย Facebook มียอดผู้เข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 ล้านเพจวิวต่อเดือน จากวันแรกที่ Facebook เป็น social network ของนักศึกษามหาวิทยาลัย จนวันนี้ สมาชิกของ Facebook 11% มีอายุมากกว่า 35 ปี และสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 30 ปีก็เข้ามาสมัครใช้ Facebook กันเยอะมาก นอกเหนือจากนี้ Facebook ยังเติบโตอย่างยิ่งใหญ๋ในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดย 15% ของสมาชิก เป็นคนที่อยู่ในประเทศแคนาดา ซึ่งมีรายงานออกมาด้วยว่า ค่าเฉลี่ยของสมาชิกที่มาใช้งาน Facebook นั้นอยู่ที่ 19 นาทีต่อวันต่อคน โดย Facebook ถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 6 ของสหรัฐอเมริกาและเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้อัพโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4 หมื่นหนึ่งพันล้านรูป จากจำนวนสถิติเหล่านี้ ไมโครซอฟต์ได้ร่วมลงทุนใน Facebook เป็นจำนวนเงิน 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อแลกกับหุ้นจำนวน 1.6 % ในเดือนตุลาคม 2551 ทำให้มูลค่ารวมของ Facebook มีมากกว่า 15,000 ล้านบาท และทำให้ Facebook เป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 5 ในหมู่บริษัทอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกา ด้วยมูลค่ารายรับต่อปีเพียงแค่ 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หลายฝ่ายได้อธิบายว่าการตัดสินใจของไมโครซอฟต์ในครั้งนี้ทำเพียงเพื่อที่จะเอาชนะ Google ซึ่งเป็นคู่แข่งขั้นที่จะขอซื้อ Facebook ในครั้งเดียวกันนั้น

คู่แข่งของ Facebook ก็คือ MySpace, Bebo, Friendster, LinkedIn, Tagged, Hi5, Piczo, และ Open Social

สำหรับในปัจจุบันยังไม่มีข้อมูลที่เชื่อถือได้ในเรื่องของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหมด แต่นักวิจัยการตลาดได้ระบุว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังเติบโตและได้รับความนิยมไปทั่วโลก ด้วยการเติบโตนี้เป็นผลให้องค์กรต่าง ๆ ได้ลงทุนในเรื่องของงบประมาณและเวลาในการสร้างสรรค์ จัดซื้อรวมถึงโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเติบโตของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการสื่อสารออนไลน์

นักวิจัยได้ให้ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยการรวบรวมจากวิธีการปฏิบัติรูปแบบการศึกษาที่หลากหลายและในปัจจุบันได้มุ่งเน้นในเรื่องของการจัดการในการสร้างความประทับใจ (Impression Management) การแสดงความเป็นตัวตนของบุคคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประสิทธิภาพของความสัมพันธ์ (Friendship Performance) จากการศึกษาของ Boyd & Heer (2006) พบว่า คำว่าเพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่เหมือนกับเพื่อนในความเข้าใจ

ทั่วไป เนื่องจากเพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีบทบาทในการทำให้ผู้ใช้เกิดจินตนาการเพื่อเป็นแนวทางในการเกิดพฤติกรรม ประเด็นโครงสร้างของเครือข่าย ประเด็นการเชื่อมต่อแบบออนไลน์และออฟไลน์ของคนในสังคม และประเด็นความเป็นส่วนตัว (Privacy Issues)

นอกจากนี้ยังมีการทำการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ อาทิ การศึกษาในมุมมองของผู้ใช้งานในเรื่องของชาติพันธุ์ (Ethnicity) ศาสนา (Region) เพศ (Gender) เป็นต้น

การแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

สำหรับการแบ่งประเภทนั้นในความเป็นจริงแล้วยากที่จะแยกประเภทของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างชัดเจน เพราะแต่ละเว็บก็ต่างคิดค้นพัฒนาเพื่อเอาใจผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่องอย่างไม่หยุดยั้งและยังมีฟังก์ชันมากมายแต่อาจมีจุดเด่นที่แตกต่างกันไปเพื่อเป็นจุดขายให้กับเว็บไซต์ ดังนี้ (ชิตติมา ทองทับ, 2551)

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

2. ประเภท Community เครือข่ายสังคมที่ช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่สามารถส่งข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจซึ่งกันและกัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟว์ (Hi 5) มายสเปซ (My Space) 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 ติดต่อบริการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันกับผู้อื่น เช่น SecondLife World WarCraft Audition Gamegum Ragnarok Pangya เป็นต้น

5. ประเภท Photo Management เว็บฝากรูปออนไลน์ที่ช่วยจัดการภาพถ่ายจากกล้องดิจิทัลและยังสามารถแบ่งปันรูปภาพ หรือจะเปิดขายภาพเลขก็ได้ เช่น Photobucket Flickr Zoomr Photoshop Express Glowfoto Shutterfly เป็นต้น

6. ประเภท Business/Commerce เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อธุรกิจซื้อขายประมูลสินค้าออนไลน์ 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 มุ่งเน้นในเรื่องของการศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท (Community) โดยนำกรอบแนวคิดดังกล่าวเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการศึกษา

4. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)

กลุ่มนักคิดของทฤษฎีนี้มีความเห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสังคมและวัฒนธรรมต่างล้วนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงซึ่งกันและกันได้ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อันได้แก่ เทคโนโลยีและสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสารสนเทศ อันได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน ล้วนต่างเป็นทั้งปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนอันรวมไปถึงวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ต่างได้รับการยอมรับร่วมกันจากหลาย ๆ ฝ่ายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนับว่าเป็นหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญโครงสร้างหนึ่งของสังคม รวมทั้งได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในโครงสร้างที่สำคัญของฐานทางเศรษฐกิจ ตลอดจนโครงสร้างอำนาจต่าง ๆ ของสังคมทั้งระบบ ทั้งนี้เป็นเพราะความคิด ภาพลักษณ์ และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่ผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่าง ๆ ล้วนต่างเป็นส่วนหนึ่งของระบบความหมาย และระบบวัฒนธรรมในขณะเดียวกันนั่นเอง (MCQuail, 1994 อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2541)

จากแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีดังกล่าว อาจอธิบายความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับสังคมและวัฒนธรรมได้เป็นสองทิศทางหลัก ๆ ตามแนวคิดของกลุ่มนักคิดเด่น ๆ จากทั้งสองทฤษฎี ซึ่งก็มีบทบาทเชื่อมโยงเกี่ยวข้องในฐานะของความเป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารด้วย โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับสัมพันธภาพระหว่างการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับความเป็นปัจเจกบุคคลทั้งในเรื่องของเวลา สถานที่ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันไป ทั้งนี้กลุ่มนักทฤษฎีนี้เชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถที่จะช่วยกำหนดหรือชี้นำสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมหนึ่ง ๆ ได้

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถแบ่งแนวคิดในกลุ่มนี้ออกเป็น 4 ทฤษฎีหลัก ๆ คือ

1. ทฤษฎีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคมได้
2. ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศทุนนิยม (Cybernetic Capitalism)
3. ทฤษฎีการครอบงำด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือจักรวรรดินิยมด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Imperialism)
4. ทฤษฎีการปลูกฝังด้วยสื่อ (Cultivation Theory) ซึ่งในที่นี้จะขอกล่าวถึงทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม (Technological Determinism) เพียงทฤษฎีเดียว ดังนี้

เมคเควล (McQuail, 2005) กล่าวว่า ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม โดยภาพรวมของทฤษฎีนี้ก็คือ ความพยายามในการเชื่อมโยงกันระหว่างศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคนั้น ๆ ที่จะต้องเชื่อมโยงกับโครงสร้างหลักของสังคมในยุคนั้น ๆ นั้นเอง ดังเช่น เว็บไซต์ (website) ที่เป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในยุคปัจจุบันที่ธรรมชาติของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประเภทนี้สามารถเป็นได้ทั้งสื่อที่สามารถแพร่กระจายได้ (broadcast) ในขณะที่เกี่ยวกับการที่เป็นสื่อที่อาจอยู่กับที่ (non-broadcast) และยังเป็นสื่อที่มีลักษณะโครงสร้างที่ปราศจากแนวเขตกันของอาณาเขตแต่ละประเทศ (non-national structure) เมคเควล (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 พบว่ายิ่งระบบการสื่อสารขยายแวงดวงกว้างออกไปมากเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบนอกของศูนย์กลางอำนาจ (marginal) ดังกล่าว ก็ยิ่งถูกรอบงำมากยิ่งขึ้นหรือไม่มีโอกาสที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

- 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอำนาจต่าง ๆ ในสังคมนั้น อินนิส เชื่อว่า ไม่ว่าจะการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และ

ควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนี้ ก็ยังคงตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย คือ กลุ่มชนชั้นนำ (Elite) เท่านั้น และคนกลุ่มน้อยนี้จะใช้อำนาจทางการเมืองควบคุมระบบข่าวสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนความรู้ต่าง ๆ ของสังคมไว้ พร้อมทั้งปิดกั้นการแข่งขันจากระบบการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ

1.4 เมื่อเกิดการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบใหม่ ๆ จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอำนาจทางสังคม แต่การเปลี่ยนแปลงผ่านอำนาจนั้นยังไม่เป็นการเปลี่ยนผ่านระหว่างชนชั้นบนไปสู่ล่าง แต่เป็นการเปลี่ยนระหว่างกลุ่มพวกหรือกลุ่มคนที่อยู่ในระดับเดียวกัน หรือกลุ่มคนภายในชนชั้นเดียวกัน

2. มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ชาวแคนาดาเป็นนักคิดในสำนักโทรอนโตมองเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแง่เซ็นซิมอินตี แมคลูฮัน มีความเชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถที่จะส่งผลทำให้สังคมเปลี่ยนได้ โดยสรุปแล้ว แมคลูฮัน มีแนวคิดหลัก ๆ ดังนี้

2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ช่วยทำให้ประสบการณ์ของมนุษย์สามารถแผ่ขยายกว้างออกไปสื่อทุกชนิดคือ การขยายประสบการณ์ด้านทักษะของมนุษย์ (Extension of Experience) โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ที่เรียกว่า “หมู่บ้านโลก” (Global Village) ทำให้คนจำนวนมากสามารถรู้เรื่องราวที่หนักก็ได้ ภายในระยะเวลาที่รวดเร็วหรือเวลาเดียวกัน แม้จะที่อยู่ทางกายภาพที่อยู่กันคนละซีกโลกก็สามารถทราบเรื่องราวในเวลาจริงได้ผ่านสื่อ เช่น เว็บไซต์ และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นอุปสรรคในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระยะทาง หรือกาลเวลา กลายเป็นเรื่องไร้ความหมายและไม่สามารถปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์

2.2 ตัวสื่อคือสาร (Medium is the message) แมคลูฮัน ไม่สนใจหรือไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ แต่เขาให้ความสำคัญกับประเภทหรือรูปแบบของสื่อ กล่าวคือ การส่งข้อความใดไม่สำคัญเท่าการส่งข้อความผ่านสื่อชนิดใด แมคลูฮันเชื่อว่าการเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสามารถสร้างผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ต่างๆ ให้เกิดขึ้นในสังคมมนุษย์ได้

2.3 นวัตกรรมของสื่อหรือของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Media innovation) สามารถขับเคลื่อนให้สังคมเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ไม่จำกัดระยะทาง และเวลา

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

ประเด็นแรก คือ สื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร คือส่วนที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารเรามีความเชื่อว่า สื่อมีความสำคัญกว่าสาร เขากล่าวว่า สื่อที่เด่นในแต่ละยุคสมัย จะสามารถส่งผลและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนมากกว่าสิ่งที่สื่อที่ส่งสาร หรือส่งเนื้อหาไป

ประเด็นต่อมา คือ “สื่อ คือกระบวนการ หรือ สื่อ คือทักษะกระบวนการ” (The medium is the message) แมคลูฮัน กล่าวว่า แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงตัวอักษรออกหนึ่งตัว (จาก message เป็น message) โครงสร้างเดิมของสื่อก็ยังคงสามารถที่จะส่งสารหรือยังคงสามารถที่จะสื่อสารตามที่ผู้ส่งต้องการได้ สื่อสามารถที่จะปรับเปลี่ยนและส่งต่อเนื้อหาที่ต้องการให้เกิดผลต่อจิตสำนึก (conscious) อันสามารถส่งผลต่อการรับรู้ (perception) ของมนุษย์ในแต่ละระดับของสังคมได้ในที่สุด

จากแนวคิดดังกล่าว ได้ส่งผลสู่ประเด็นสำคัญของทฤษฎีนี้ที่เชื่อว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เชื่อว่า สื่อ (media) เป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการที่จะเป็นผู้กำหนดการสื่อสารและท้ายสุดก็คือการชี้นำระบบสังคม วัฒนธรรม และวิถีของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการชี้นำในระดับของปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการคิด อารมณ์ และการแสดงออกต่าง ๆ จนกระทั่งการขยายผลการชี้นำสู่ระดับกลุ่ม ระดับองค์กรต่าง ๆ ในสังคม ดังเช่น จัดระบบกลไกต่าง ๆ ภายในตนเอง หรือภายในองค์กรตนเองเข้าสู่สังคมแห่งความทันสมัย และเท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ แนวคิดของแมคลูฮัน จะมีหลักวิธีการคิดที่คล้ายกับทฤษฎีแนวคิดของมาร์กซิสต์ (Marxist Theory) ที่กล่าวว่า “เศรษฐกิจ คือ ตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม” ในขณะที่แมคลูฮัน กล่าวว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คือตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม”

แมคลูฮัน ยังได้อธิบายแนวคิดและยกตัวอย่างเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ต้องเชื่อมโยงกับวิวัฒนาการของสังคมในแต่ละยุคสมัย โดยกล่าวว่า ความเจริญของสังคมมนุษย์เกิดจากอิทธิพลของการพัฒนาการของสื่อในแต่ละยุค อิทธิพลของสื่อในแต่ละยุคจะเป็นตัวที่กำหนด หรือเป็นตัวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ตลอดจนการจัดกระบวนการทัศน์ต่าง ๆ ของสังคมด้วย แมคลูฮัน ได้ยกตัวอย่างแบ่งช่วงของการพัฒนาการสื่อที่ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งแบ่งเป็น 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 โดยอาจไม่ต้องการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์แบบเดิมอย่างเดี่ยว สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ ปัจเจกบุคคลสามารถที่จะเรียนรู้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องอยู่ร่วมกับสมาชิกอื่น ๆ ของสังคมตลอดเวลา

การเขียนเพื่อการสื่อสารเริ่มเข้ามาแทนการฟัง เกิดเป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียวขึ้น (linear form of communication) การเรียงอักษรเป็นการเรียงคำเป็นประโยค การเรียงประโยคเป็นบทความ ก่อให้เกิดแนวคิดแบบทางเดียว (linear thinking) ให้กับคนในสังคมจนเกิดการพัฒนาเป็นรูปแบบของกฎกติกาต่าง ๆ กฎการเรียนรู้เชิงคณิตศาสตร์ที่ใช้ฐานคิดเชิงตรรกะ (logic) เป็นต้น

3. ยุคการพิมพ์ (The Print Epoch) ถึงแม้ว่าในยุคนี้จะเริ่มมีการใช้ตัวอักษรมาเรียบเรียงเป็นภาษาเขียนเพื่อใช้ในการสื่อสาร สื่อความหมายระหว่างกัน ในยุคต้น ๆ ยังมีการนำมาใช้ในวงแคบ เช่น กลุ่มชนชั้นสูง กลุ่มพระหรือนักสอนศาสนา เพราะภาษาเขียนยังไม่สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก ๆ เป็นการผลิตเฉพาะชั้น เฉพาะเล่มที่ไม่สามารถนำไปเผยแพร่สู่คนจำนวนมากได้

ต่อมา โจฮัน กูเตินเบิร์ก (Johann Gutenberg) ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นบิดาแห่งการพิมพ์มีการเริ่มประดิษฐ์แท่นพิมพ์ กระบวนการอ่านออกเขียนได้เริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในประวัติศาสตร์การสื่อสารของมนุษย์ จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มขยายตัวมากยิ่งขึ้น ขึ้น ควบคู่กับราคาที่เริ่มถูกลงที่คนทั่วไปจะสามารถซื้อหามาอ่านได้ ชนชั้นและฐานะไม่สามารถเป็นสิ่งขีดกั้นสู่การสื่อสารด้วยการอ่านได้อีกต่อไป และในขณะเดียวกันสื่อสิ่งพิมพ์กลายเป็นสื่อหลักสู่การพัฒนาทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในยุคนั้น แมคลูฮัน กล่าวว่า กระบวนการพิมพ์นับว่าเป็นกลไกแรกสุดของการสื่อสารให้กับคนจำนวนมาก และได้กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ ณ ยุคนี้เป็นการผลักดันที่สำคัญสู่ยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมต่อมานั่นเอง

ในทำนองเดียวกันเมื่อพูดถึงสื่อ กระบวนการพิมพ์ที่เกิดขึ้นส่งผลต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารให้กับคนทุกกลุ่มในสังคม ศักยภาพของการผลิตจำนวนมากส่งผลให้รูปแบบและกระบวนการสื่อสารด้วยภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาการมองเห็น เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการกระจายความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารใด ข้อมูลหนึ่งสู่สาธารณะชนได้ครั้งละจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือใกล้กัน ทำให้เกิดการก่อตัวสู่การเคลื่อนไหวเชิงสังคม และในขณะเดียวกันแต่ละปัจเจกบุคคลเริ่มมีการแยกตัวแสวงหาสิ่งที่ตนเองสนใจ เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักวิชาการ เป็นต้น

4. ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (The Electronic Epoch) ความเจริญเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และการสื่อสารด้วยภาษาสายตาเริ่มคลายตัวลงเมื่อมีการประดิษฐ์เครื่องโทรเลขขึ้น ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เริ่มนำสังคมมนุษย์ก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แมคลูฮัน กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ฟื้นฟูกระบวนการสื่อสารด้วยภาษาพูดกลับคืนมาอีกครั้ง

เครื่องโทรเลขนับว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารประเภทอิเล็กทรอนิกส์ประเภทแรกที่ใช้สายเชื่อมต่อสัญญาณเพื่อสื่อสารกัน ตามด้วยสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้สมาชิกในสังคมรู้และเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก การพูดคุยผ่านสื่อ (Modem of talk) ข้ามระยะทางทำให้มนุษย์ไม่

สามารถที่จะถูกแบ่งแยกออกจากกันด้วยระยะทาง ยุคสารสนเทศนี้ก่อให้เกิด “หมู่บ้านโลก” ขึ้น (global village)

โดยสรุปแล้ว “ทฤษฎีสื่อคือผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ “ (McLuhan’s Media Law Theory) หรือกลุ่มนักทฤษฎีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวกำหนดหรือสามารถเป็นตัวชี้นำ (Technological Determinism) ที่ส่งผลต่อการกำหนดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมได้ โดยแนวคิดนี้ประกอบด้วยกฎเกณฑ์หลัก ๆ ที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ คือ

1. กฎแห่งความรีบเร่ง (Law of acceleration) เช่น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองต่อวิธีการสื่อสารที่รีบเร่งรวดเร็วในปัจจุบัน
2. กฎแห่งความล้าสมัย (Law of obsolescence) เช่น การใช้วิธีการส่งจดหมายผ่านอีเมล (e-mail) แทนการส่งจดหมายด้วยระบบเดิม การเปลี่ยนวิธีการเก็บหนังสือในรูปแบบของซีดีรอม (CD-ROM) แทนด้วยการเก็บแบบเดิม
3. กฎแห่งการหลอมรวมหรือการบูรณาการสื่อ (Law of synthesis or convergence) อันเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างซึ่งกันและกัน เช่น การประชุมทางไกลผ่าน video conference การใช้ห้องสนทนาอิเล็กทรอนิกส์กับคนเฉพาะกลุ่มเฉพาะในบางประเด็น
4. กฎแห่งการสืบค้น (Law of retrieval) ที่เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถที่จะเอื้อประโยชน์ได้ เช่น การออกแบบระบบฐานข้อมูลต่าง ๆ

โดยภาพรวมแล้วแนวคิดของแมคลูฮัน ได้ส่งผลกระทบต่อในทางบวกต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดดังกล่าวก็ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากในประเด็นหลัก ๆ เช่น การเปิดโอกาสให้สื่อหรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาชี้นำพฤติกรรมมนุษย์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล จนกระทั่งถึงระดับองค์รวมของสังคม เสมือนหนึ่งมนุษย์เป็นเหยื่อหรือสิ่งที่สามารถถูกกระทำได้

5. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารด้วยหลักการเดียวกันคือ เน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและมีเหตุผล ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดนั้น จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมกาเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528)

ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

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

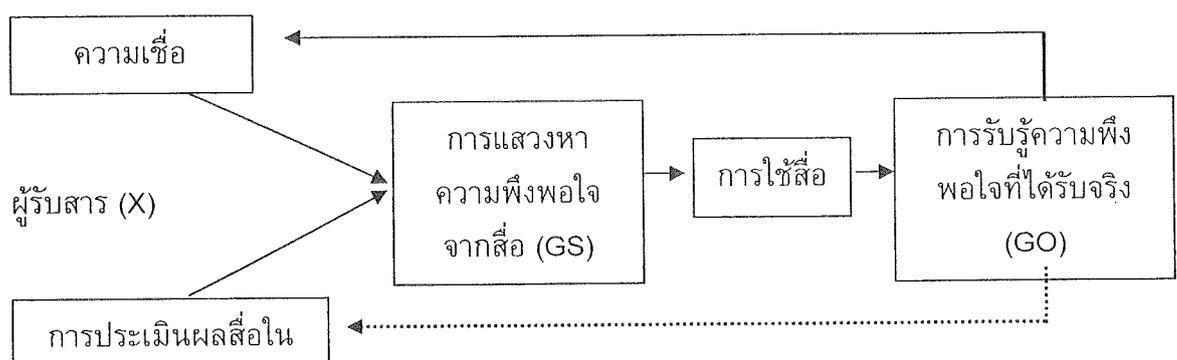
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายใน แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมา

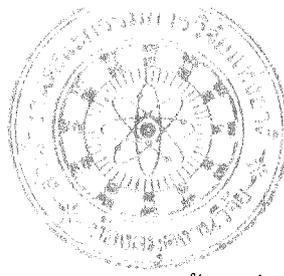
ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อจึงนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีที่มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อนั้นเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้างเช่น การดูข่าวก็ได้รางวัลเป็นข้อมูล การดูละครก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนานความบันเทิง เป็นต้น รางวัลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อนั้นจะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (Value หรือเรียกว่า ความสำเร็จ) แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้นเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน จึงเปิดหน้าละครก่อนอ่านข่าว หรืออาจกดรีโมทคอนโทรลเปลี่ยนช่องที่กำลังมีข่าวไปสู่ช่องที่มีละคร เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications) (กายูจนา แก้วเทพ, 2543)

Palmgreen and Rayburn (Palmgreen and Rayburn, 1985) ได้นำแนวคิดของทฤษฎีนี้มาแสดงเป็นแบบจำลอง ดังนี้



แผนภูมิที่ 2.2 แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



Palmgreen และ Rayburn อธิบายแผนภาพข้างต้นนี้ว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสาร (X) เกิดจากการทำงานผสมผสานระหว่างการรับรู้ว่าเขาจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อและความชื่นชอบส่วนตัว (Value) ที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดเอาไว้ว่าจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ” (การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ Gratifications Sought - GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง” (Gratification Obtained - GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากที่ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นไปด้วย ในทำนองเดียวกันหากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, 2530) ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับทฤษฎีนี้โดยอ้างถึงคำกล่าวของ McQuail และ Gurevitch (1974) ว่า ในการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระซึ่งผู้รับแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการโดยยึดแต่เพียงหลักการใหญ่ที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (Actor) และมีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่

นอกจากนี้ยังได้เสนอว่า เมื่อหลักการทั้งหลายของแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจหรือทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อได้ถูกนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชน แนวทางปฏิบัติมักเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่าทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตนคืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. อย่าด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุกอย่างมีความหมายเพียงความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความหมายประสบการณ์เดียวกันแตกต่างกัน โดยนำเอาความเห็นส่วนตัวเข้าไปปะปนในการให้ความหมายด้วย จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม (หรือเครื่องมือแบบอื่น ๆ) อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

1. เมื่อถามคำถาม พยายามค้นหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชน พยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคตไม่ใช่ผลจากอดีต

2. พยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการศึกษาเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อมวลชน (ในอนาคต)

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายว่าพฤติกรรมทั้งหลายของคนเราเกิดขึ้นจากการคาดคะเนล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำ โดยแสดง

พฤติกรรมเพื่อให้บรรลุผลที่น่าพึงพอใจสำหรับตนเอง ในการวิจัยครั้งนี้ ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อจะช่วยในการอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครต่อไป

6.ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสาร ซึ่งเน้นผู้รับข่าวสารเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาโดยเชื่อว่าผู้รับข่าวสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไรและเนื้อหาข่าวสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนเองได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งในทางการสื่อสารที่ให้ความสำคัญว่าผู้รับสารคือตัวจักรที่สำคัญจะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

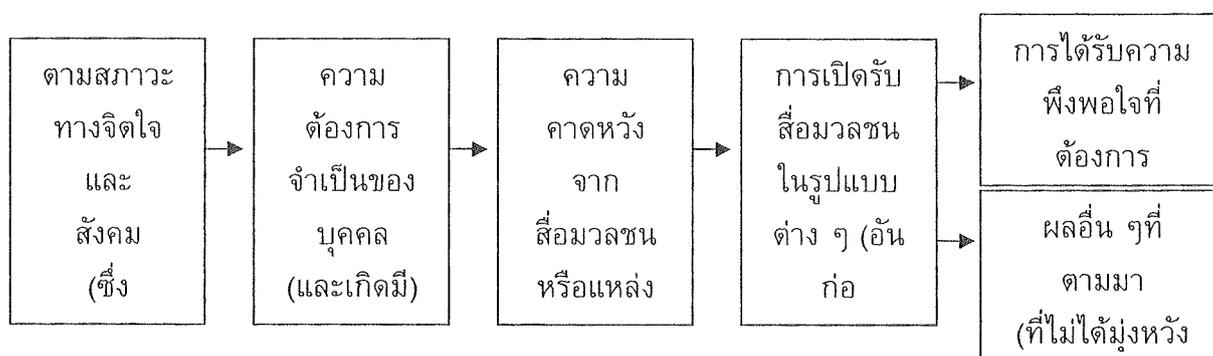
สำหรับคำว่า ความพึงพอใจ(Gratifications) นั้นใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่า หมายถึงภาวะที่มีความพอใจซึ่งคล้ายกับที่แม็คคอมส์และเบคเกอร์ (Mc Combs and Becker: 1979: 50 – 52) ได้อธิบายไว้ว่าคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงอะไร บางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นสามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ(Gratifications)

ความหมายของคำว่าประโยชน์(Uses) กับความพึงพอใจ (Gratifications) คาร์ล อีริค โรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren, 1974) กล่าวว่าไว้ว่าทั้ง 2 คำนี้มีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์

แคทซ์ (Katz) บลูมเมอร์ (Blumler) และเกอร์วิทซ์ (Gurvitch) (1998) ได้กล่าวถึงแนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมา แสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 2.3 แบบจำลองการสื่อสารของ Katz และคณะ

แบบจำลองการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจของแคทซ์และคณะนี้ ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

นอกจากนี้ มีงานวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกองค์ประกอบหรือกลุ่มของการวัดความพึงพอใจของผู้รับข่าวสาร โดย ลี บี เบคเกอร์ (Lee B. Becker: 1979, 54 – 73) วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจ 3 องค์ประกอบ คือ

1. การติดตามข่าวสารและการแนะนำพฤติกรรม (Surveillance/Guidance) ซึ่งสะท้อนให้เห็นขอบเขตที่ปัจเจกชนใช้สื่อมวลชน เพื่อจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2. การใช้ประโยชน์ทางการติดต่อสื่อสาร ความตื่นเต้น และเสริมย้ำความเชื่อ (Communicatory Utility/Excitement/Reinforcement) ซึ่งครอบคลุมถึงการหลบหนีจากงานประจำ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารกับผู้อื่น และการซึมซับข่าวสารเข้าสู่ชีวิตประจำวัน

3. การหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อ (Media Avoidance) สะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่คนไม่ใช้สื่อไม่รับข่าวสารจากสื่อ เป็นต้น

องค์ประกอบเรื่องการติดตามข่าวสาร เป็นองค์ประกอบที่มีความมั่นคงสูงในการวัดตัวแปรการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ หรือการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) แม้ว่าเวลาหรือสถานการณ์จะเปลี่ยนไปก็ตาม

สำหรับลอเรนซ์ เอ เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985) ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายที่แสดงถึงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารหรือการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. **Orientational Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น

2. **Social Gratifications** เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. **Para-social Gratifications** หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4. **Para-orientational Gratifications** หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

จอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein) ได้แสดงความเห็นว่า การเลือกรับหรือเลือกใช้สื่อของบุคคลมีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐานมาจาก

1. ความเหงา เป็นผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า คนเราไม่ชอบที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เนื่องจากความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับผู้อื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อประเภทต่าง ๆ จึงเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการนำเสนอข่าวสาร ตามปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุด ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตัวเองเพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารมาเสริมความเด่นของตนเอง และเพื่อให้ข่าวสารช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางอารมณ์จิตใจ หรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่น ๆ (Merrill and Lowenstein, 1996)

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจของมนุษย์ และ

เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสารผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดหลักสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่ออะไรและในระดับใด

7. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการเป็นสังคมข่าวสาร ที่อาศัยกระบวนการของโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมอุตสาหกรรมและสังคมเกษตรกรรมค่อนข้างมาก เพราะในสังคมยุคใหม่ทรัพยากรที่สำคัญ ไม่ใช่เป็นเรื่องของแรงงานหรือการลงทุนเช่นแต่ก่อนแต่กลับกลายเป็นสารสนเทศ ความต้องการสารสนเทศที่ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่เน้นการแพร่กระจายของสารสนเทศเนื่องมาจากวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ใช่เป็นสังคมมวลชนแต่เป็นสังคมที่เน้นปัจเจกภาพ (Individual) (สุรพงษ์ โสชนเสถียร, 2544) ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารในการสร้างสรรค์พฤติกรรมสารสนเทศที่มาจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้วยการดริคตรงภายในบุคคล การรับสารจากสื่อมวลชน (Cralble, 1979 อ้างถึงในสุรพงษ์ โสชนเสถียร, 2544) รวมทั้งการใช้บริการสื่อสารสาธารณะ และความรู้โดยตรงที่ได้จากตัวสินค้า และการบริการ ทั้งนี้ไม่ว่าในเชิงปริมาณหรือคุณภาพของสารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารที่ไปสู่มือประชาชนมักอยู่ในรูปของเครือข่ายต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ เครือข่ายข่าว เครือข่ายบันเทิง และเครือข่ายฐานข้อมูล (Data Bases) เป็นต้น

ความหมายของพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร มาจากคำว่า พฤติกรรม และการสื่อสาร ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก ในแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ คำว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อสมอง อารมณ์และความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์และสัตว์ย่อมแสดงออกมาให้เห็นได้ชัดเจน และหมายถึงกิจกรรมใด ๆ ของร่างกายที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการทางจิตซึ่งถูกจูงใจด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ

แมคคอลลแนล (Mcconnell) ระบุว่านิยามของคำว่า พฤติกรรม มาจากมุมมอง 3 ด้าน คือ

1. มุมมองทางชีววิทยา ซึ่งเป็นการศึกษาว่าระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์อย่างไรบ้าง
2. จิตวิทยาภายในบุคคล ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่าจิตใจภายในบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม
3. พฤติกรรมทางสังคมซึ่งไม่คำนึงถึงปัจจัยทางชีวภาพ และจิตวิทยาภายใน แต่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นสำคัญ นอกจากนี้เขายังได้กล่าวว่า มุมมองทั้ง 3 นี้ ไม่

สามารถอธิบายพฤติกรรมมนุษย์แบบแยกส่วน หากต้องนำมาใช้อธิบายแบบองค์รวม (McConnell, 1983 อ้างถึงในขวัญเรือน กิติวัฒนา และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร, 2547)

ดังนั้นเมื่อเราต้องนิยามคำว่า พฤติกรรมการสื่อสาร จึงจำเป็นต้องผนวกแนวคิดของการสื่อสารเข้ากับแนวคิดของพฤติกรรม ซึ่งได้ค่านิยาม ดังนี้

พฤติกรรมการสื่อสารหมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาแสดงออกที่เป็นผลงานมาจากการทำงานของร่างกายและจิตใจ ที่มีลักษณะบ่งบอกถึงการสื่อความหมายแฝงทางกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบ

จากค่านิยามดังกล่าว ชี้ให้เห็นความสำคัญของพฤติกรรมการสื่อสารในแง่ที่ว่า พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกลไกหลักในการดำเนินชีวิตของบุคคล จะเห็นได้ว่ามนุษย์ได้พยายามพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารมาตลอดตั้งแต่สมัยยุคดึกดำบรรพ์ ที่ยังไม่มีภาษาพูด และภาษาเขียน มนุษย์ก็เริ่มพฤติกรรมการสื่อสารด้วยสัญญาณ และสัญลักษณ์ จากนั้นได้พัฒนาขึ้นมาเป็นรูปแบบที่ยอมรับร่วมกันในกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ก็ได้รับการพัฒนาตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนากระบวนการสื่อสาร และเป็นตัวกำหนดวิถีทางหรือพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์นั่นเอง

ลักษณะของพฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีลักษณะสำคัญซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา แม้แต่ในขณะที่เราไม่ได้กระทำการสื่อสารอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม สมองของเราก็ยังคงมีกระบวนการการทำงานที่ส่งผลต่อกระบวนการคิดและอารมณ์ความรู้สึก นอกจากนี้การที่เราต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร สลับกันไปมาในกระบวนการสื่อสารยังแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารมีกระบวนการที่เป็นวงจรต่อเนื่อง

2. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดจากความคิดความรู้สึกและการกระทำของบุคคล ในขณะที่เราทำการสื่อสารเราเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานของสมองซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและการกระทำตลอดเวลา

3. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากสัญชาตญาณและการเรียนรู้ทางสังคม จึงต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคม และกระบวนการทางวัฒนธรรม เนื่องจากพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เป็นผลมาจากการกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจ ที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยหลักการทางจิตวิทยา พฤติกรรมการสื่อสารของ

มนุษย์ส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมทางสังคมที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้อื่นเสมอ และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดวิถีชีวิตซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ในสังคม

4. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นกระบวนการที่ย้อนกลับไม่ได้ และกระทำซ้ำไม่ได้ กล่าวคือ มนุษย์ต้องมีพฤติกรรมการสื่อสารในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เนื่องจากอย่างน้อยที่สุดมนุษย์ทุกคนต้องมีการสื่อสารกับตนเอง และเมื่อได้รับการสื่อสารแล้วการสื่อสารนั้นไม่สามารถกลับคืนมาหาผู้ส่งสารในรูปแบบเดิมได้ เนื่องจากการสื่อสารในแต่ละครั้งย่อมก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ ผู้ส่งสารสามารถทำได้เพียงลดระดับความรุนแรงของผลที่เกิดขึ้นเท่านั้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่กระทำซ้ำไม่ได้ การกระทำซ้ำในที่นี้หมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดผลดังเดิม เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และผู้ส่งสารยังไม่สามารถทำการสื่อสารในสถานการณ์เดิมด้วยกรอบความคิด ความรู้สึกเดิมกับผู้รับสารคนเดิมได้ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดก็ตาม

5. พฤติกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเอง กับบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลก่อให้เกิดระบบปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเสมือนการเชื่อมโยงระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารเสมอ เนื่องจากการส่งสารแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการสื่อสาร

เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์

เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นเทคโนโลยีประเภทหนึ่งที่มีมนุษย์ได้พัฒนาขึ้น ด้วยวัตถุประสงค์หลักในการขยายความสามารถของเครื่องมือการสื่อสารที่ดำรงอยู่ในแต่ละยุคสมัย การพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร อาจแบ่งได้ 3 ประเภท ตามการแบ่งยุควัฒนธรรมการสื่อสาร เทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบการพูด เทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบการเขียน และเทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละยุคจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และสังคมในลักษณะแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงนำเฉพาะเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นกรอบในการศึกษา

เทคโนโลยีการสื่อสารในยุควัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ประสบการณ์ของมนุษย์แผ่ขยายออกไปอย่างกว้างไกลอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน นับตั้งแต่การส่งข้อมูลข่าวสารทางโทรเลข ที่ถือว่าเป็นประสบการณ์ครั้งแรกของมนุษยชาติในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบสื่อสารที่แตกต่างและมีประสิทธิภาพด้านความเร็ว เหนือกว่าระบบขนส่ง ที่เป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารในยุควัฒนธรรมการสื่อสารที่ผ่าน ๆ มา

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างกว้างไกล บุคคลในทุกมุมโลกที่เข้าถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารถึงกันและกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ เช่น ผู้ที่อยู่สหรัฐอเมริกาในเวลาเที่ยงคืนสามารถสื่อสารกับผู้ที่อยู่ทางประเทศ

ไทยในเวลาเพียงวันได้ เนื่องจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้สร้างสิ่งแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual environment) ที่ทำให้ผู้สื่อสารรู้สึกเหมือนกำลังสื่อสารอยู่ในสถานที่และเวลาเดียวกัน

เนื่องจากวัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นวัฒนธรรมการสื่อสารที่ครอบคลุมอยู่ระยะเวลา ยาวนาน ตั้งแต่การนำโทรเลขมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร จนถึงการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทำให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ มากมายทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับโลก

บทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับบุคคล คอมพิวเตอร์เป็นเสมือนผู้ช่วยของมนุษย์ในการเก็บบันทึก และจัดระบบข้อมูลที่มีอยู่ให้เป็นระบบ สามารถนำกลับมาใช้ได้ทันที อย่างมีประสิทธิภาพ เครือข่ายคอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมโยงไปได้ทั่วโลกทำให้โลกกลายเป็นสังคมข่าวสารที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างทันที ทำให้บุคคลมีความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และสามารถแสวงหาข่าวสารจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้ตลอดเวลา และคอมพิวเตอร์ยังช่วยให้การสร้างสัมพันธภาพหรือการเชื่อมโยงกับผู้อื่นเป็นไปได้ง่าย เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันได้พยายามสร้างสิ่งแวดล้อมของการสื่อสารระหว่างบุคคลให้มีความเสมือนจริงให้มากที่สุด

บทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับกลุ่ม เครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น เว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา หรือที่ในปัจจุบันเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นเวทีให้มีการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ หรือแม้แต่มีกิจกรรมร่วมกัน การจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมขึ้นทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์นี้เป็นการจัดตั้งที่ไม่ต้องมีขั้นตอนยุ่งยากเหมือนการจัดตั้งในสังคมจริง อีกทั้งการรวบรวมสมาชิกทำได้ง่ายกว่า เนื่องจากสมาชิกที่อยู่ห่างไกลกันก็สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้

กล่าวโดยสรุปแล้วความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการสื่อสารและมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ ได้แก่ ช่วยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ทันที เอื้ออำนวยต่อการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารดำเนินไปโดยอิสระมากขึ้น สามารถสื่อสารได้ทั้งในระยะใกล้และระยะไกลโดยไม่มีขีดจำกัด สามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังผู้สื่อสารไม่จำกัดจำนวนที่อยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วโลก เนื้อหาข่าวสารมีหลากหลายประเภทและเจาะลึกมากขึ้น เปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมสื่อสารได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือใช้ข้อมูลมากขึ้น

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชนี เขยประทับ และ ประทุม ฤกษ์กลาง (2531) ได้วิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบเปิด มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสารและวิทยุ รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบปิดมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ นิตยสาร ส่วนรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบปล่อย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสารและวิทยุ

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำเพียง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาในการเปิดรับอินเทอร์เน็ต 2 ชั่วโมง ต่อครั้ง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในเวลากลางคืน คือ 17.01 - 24.00 น. อีกทั้งสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต คือ ที่บ้าน และบริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่นิยม คือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ นอกจากนี้เพศที่แตกต่างกันจะมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยเพศชายจะมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตต่อครั้งมากกว่าเพศหญิง และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยรายได้ยังมีน้อย ความถี่ในการเปิดรับก็จะน้อยตามลงไปด้วย

ศุภอักษร ปรีดาสุทธิจิตต์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษาโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน โดยมีระยะเวลาการใช้แต่ละครั้งเท่ากับ 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการติดต่อสื่อสารในกลุ่มเพื่อนมากที่สุด และบริการสื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุด คือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ นอกจากนี้ เพื่อนที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีผลในการกระตุ้นการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย

วรรณิ เจริญทรยานันท์ (2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าเพศชายใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 58.2 และเพศหญิงใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 41.8 โดยเพศชายจะใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง นอกนั้นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน โดยมีวัตถุประสงค์การใช้อินเทอร์เน็ต คือ เพื่อส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสนทนากับบุคคลอื่น นอกจากนี้ ในเรื่องเพศและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์ (2539) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ” โดยศึกษานักศึกษาและเจ้าหน้าที่ อาจารย์ จำนวน 350 คน ผลวิจัยพบว่า บุคลากร

ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในเรื่องเกี่ยวกับศึกษาค้นคว้า วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี บ้านเท็ง ตามลำดับ บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดคือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ การสื่อสารสองทางผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลประเภทซอฟต์แวร์เพื่อมาใช้งาน ส่วนปัญหาและอุปสรรคนั้นมาจากสื่อสารที่มีความเร็วต่ำ

เวรดี คงสุภาพกุล (2539) ศึกษาเรื่อง “การใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” จากผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้การใช้บริการเพื่อติดต่อค้นคว้างานวิจัย ข้อมูลวิชาการ คุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวจะทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น เพราะสามารถค้นคว้าเพิ่มเติมที่ห้องเรียนและการค้นคว้าข้อมูลที่บ้าน นอกจากนี้ ความถี่ในการใช้นั้นเกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างสถาบัน กับเพื่อนต่างประเทศ การค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ พิมพ์จดหมายข่าว งานมัลติมีเดีย และการชักชวนเพื่อนให้ทำตาม ส่วนอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้นมาจากปัญหาด้านระบบและคู่สาย

ศุภนาฏ บัวบางพลู (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า

1. พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งและอายุงานที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มี เพศและกลุ่ม/สายงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

3. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

4. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

5. ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

6. ความคาดหวังของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

7. การใช้ประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

จริมา ทองสวัสดิ์ (2545) ศึกษาความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ความต้องการข่าวสารด้านสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพที่ได้รับจากเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

นิชดา เตรียมชัยศรี (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่สื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันในตัวแปรเพศ อายุ ลักษณะงาน และระยะเวลาในการใช้ระบบเครือข่าย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงาน อายุงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากรแตกต่างของผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet

3. ผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet แตกต่างกันในตัวแปรอายุ อายุงาน ลักษณะงาน ระยะเวลาในการใช้ระบบเครือข่าย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

4. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งหมายความว่า หากมีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย

ปรเมศวร์ รัมย์ยากร (2546) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุ 21 ปี เป็นนิสิต และนักศึกษา
2. ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการใช้กระดานข่าวในระดับต่ำ ใช้กระดานข่าวที่บ้าน นิยมเข้าเว็บไซต์ประเภทบันเทิง และมักเข้าไปอ่านกระทู้ในกระดานข่าวเพียงอย่างเดียว โดยเว็บไซต์ www.pantip.com เป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุด

3. ปริมาณการใช้กระดานข่าวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว

4. ปริมาณการใช้กระดานข่าวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

5. ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

6. ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวได้ดีที่สุด

ศุณิสา ทดลา (2542) ศึกษา รูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า รูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้สนทนา เป็นไปทั้งในรูปแบบที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน กับการแสดงออกในโลกของความเป็นจริง และเปิดโอกาสให้ผู้สนทนามีอิสระเสรีภาพในการแสดงออก ในการสื่อสารอย่างไร้ขอบเขต นอกจากนี้ผู้สนทนาจะใช้ข้อความตลอดจนสัญลักษณ์ในการแสดงออก ถึงอารมณ์และความรู้สึกในการสนทนา อีกทั้งผู้สนทนาจะคิดเพื่อสร้างคำ และรูปแบบประโยคใหม่ๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของรูปแบบการสื่อสาร ผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้สนทนา ประกอบด้วยลักษณะที่เป็นชุมชนจำลอง สภาวะไร้การขัดขวางและการควบคุม การไร้ขอบเขตในการสร้างความหมาย การไม่รู้จักรักผู้สื่อสารด้วย การปลอมตัว การหลอกลวง ความเป็นตัวตนหลากหลาย การเปลี่ยนเพศ การสร้างจินตนาการ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง รวมทั้งทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และความเห็นอีกส่วนหนึ่งด้วย

น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ (2543) ศึกษา “การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร” ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชน และการที่เป็นเจ้าของคอมพิวเตอร์มีผลทำให้ความถี่ในการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในครอบครัวลดลง ในขณะที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในครอบครัว สำหรับผู้ที่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับมาก มีความถี่ในการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และอ่านหนังสือพิมพ์ลดลง ในขณะที่ระยะเวลาในการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และอ่านหนังสือพิมพ์ไม่ลดลง ส่วนผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับมาก มีความถี่และระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ลดลง ในขณะที่ความถี่และระยะเวลาในการ ชมโทรทัศน์และฟังวิทยุไม่ลดลง และผู้ที่มีความถี่และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับมาก มีพฤติกรรมกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในครอบครัวไม่ลดลง

ปัทมกร ปาสังห์ (2550) ศึกษา “พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร วิธีการรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับรายการเรียลลิตี้โชว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีวิจัยรายการอะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ปี 1-3” พบว่า อายุและรายได้ที่แตกต่างกันทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลของกลุ่มแฟนคลับแตกต่างกัน ส่วนเพศ อาชีพ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ เพศ อาชีพ และระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่ได้ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลของกลุ่มแฟนคลับแตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ได้ทำให้การสื่อสารกลุ่มของแฟนคลับแตกต่างกัน นอกจากนี้ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับวิธีการรวมกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับ กล่าวคือ เพศ อายุ อาชีพรายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ได้ทำให้วิธีการรวมกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับ

แตกต่างกัน เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ได้ทำให้การมีส่วนร่วม
ร่วมกับรายการของกลุ่มแฟนคลับแตกต่างกัน การสร้างเครือข่ายการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับ
ลักษณะการมีส่วนร่วมกลุ่มแฟนคลับรายการ อะคาเดมี่แฟนเทเชียปี 1-3 ในเขต
กรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม
รายการของกลุ่มแฟนคลับ และความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก ส่วนพฤติกรรมการสื่อสารกลุ่ม
และวิธีการรวมกลุ่มไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมร่วมกับรายการของกลุ่มแฟนคลับ

