

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ" ได้ประมวลทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบในการศึกษาวิจัย เป็นการสนับสนุนและสร้างความชัดเจนในกรอบการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อใหม่
 - 1.1 วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร
 - 1.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์
 - 1.3 แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต
2. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3.2 ผู้บริโภคเป้าหมาย
 - 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตกับสถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับรสนิยม
 - 4.1 กำเนิดวาทกรรม รสนิยม
 - 4.2 การศึกษารสนิยมในแนวสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
 - 4.3 การแบ่งแยกทางสังคมวัฒนธรรมและการครอบงำทางอุดมการณ์เรื่องรสนิยม
5. ทฤษฎีการใช้สื่อ
 - 5.1 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจต่อสื่อ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อใหม่

1.1 วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร

Toffler (1980) (อ้างใน กิตติพงษ์ ไทยเจริญ, 2541 : 16-17) ได้แบ่งยุคเทคโนโลยีการสื่อสารเป็น 3 ยุค โดยเปรียบเทียบกับคลื่น 3 ลูก ไว้ในหนังสือคลื่นลูกที่สาม (The Third Wave) ดังต่อไปนี้

คลื่นลูกที่ 1 คือ การปฏิวัติทางเกษตรกรรม นับตั้งแต่ประมาณ 8,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึงคริสต์ศักราช 1750 เทคโนโลยียุคนี้เป็นเครื่องมือทุ่นแรงง่ายๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานของกล้ามเนื้อ สำหรับการสื่อสารในยุคนี้ยังมีลักษณะพูดด้วยวาจา และติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เนื้อหาของข่าวสารจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน คำสั่งสอนอบรมของพ่อแม่ ผู้นำหมู่บ้าน

คลื่นลูกที่ 2 คือ ยุคอารยธรรมอุตสาหกรรม เริ่มตั้งแต่คริสต์ศักราช 1750 ถึงคริสต์ศักราช 1950 เทคโนโลยีในช่วงนี้ได้รับการพัฒนาให้เจริญยิ่งขึ้น มีเครื่องอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เกิดระบบเครื่องจักรที่สามารถผ่อนแรง และสามารถทำงานแทนมนุษย์ได้อย่างมาก เกิดระบบ Mass Production ในยุคนี้เป็นจุดกำเนิดของสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และ โทรทัศน์ จึงช่วยให้มีช่องทางการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารมวลชนสามารถผ่านกำแพงที่เป็นเครื่องกีดขวางในแง่ของระยะทาง เวลา ชาติพันธุ์ และชนธรรมนิยมประเพณี ทำให้เกิดวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) ขึ้น

คลื่นลูกที่ 3 คือ อารยธรรมเทคโนโลยีระดับสูง เริ่มตั้งแต่ปีคริสต์ศักราช 1950 เป็นต้นมา ซึ่งใช้เวลาเพื่อการพัฒนาเพียงระยะสั้น เทคโนโลยีได้พัฒนาเข้าสู่ยุคอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการพัฒนาคอมพิวเตอร์ให้มีขนาดเล็กและราคาถูกลง สามารถนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้นตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมและระดับบุคคล

นอกจากนี้ Toffler (1990) (อ้างใน กิตติพงษ์ ไทยเจริญ, 2541 : 17-18) ได้กล่าวถึงการสื่อสารในยุคคลื่นลูกที่ 3 ไว้ในหนังสืออำนาจใหม่ (Power Shift) ว่า สื่อมวลชนแบบใหม่ต้องมีความสามารถจะรองรับข้อมูลสารสนเทศได้ในปริมาณมาก ทั้งจะต้องส่งผ่านและแปรรูปข้อมูลได้

ในอัตราเร็วสูง สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ เมื่อสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะโครงสร้างพื้นฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. มีคุณสมบัติด้านการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) หมายถึง การที่ผู้รับสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารที่ได้รับ เช่น การสื่อสารผ่านอุปกรณ์ที่เรียกว่า Telecomputer ซึ่งเป็นเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีคุณสมบัติด้านปฏิกิริยาตอบสนอง และเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย
2. มีความสามารถเคลื่อนที่ได้ (Mobility) ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นลักษณะเด่นของสื่อแบบใหม่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าหิ้ว ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารจากที่ไหนก็ได้
3. ความสามารถเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility) หมายถึง การที่เทคโนโลยีเพียงชิ้นเดียวแต่สามารถใช้เป็นสิ่งต่าง ๆ ได้ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และระบบโทรคมนาคม ถูกรวมอยู่ในอุปกรณ์เพียงชิ้นเดียว
4. ความสามารถเชื่อมต่อกันได้ (Connectivity) หมายถึง ความสามารถที่จะเชื่อมต่อกันได้ระหว่างสื่อหรือเครื่องมือสื่อสารชนิดต่างๆ โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา สถานที่ และระยะทาง
5. ความสามารถเข้าถึงได้ในทุกๆ ที่ (Ubiquity) เนื่องจากระบบการสื่อสารแบบใหม่จะขยายตัวไปทั่วทุกมุมโลก และแผ่กระจายลงไปในทุกระดับของเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ไม่ว่าใครก็ตามสามารถเป็นเจ้าของอุปกรณ์การสื่อสารได้
6. มีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization) หมายถึง ระบบการสื่อสารแบบใหม่ ก่อให้เกิดลักษณะเหมือนกัน และมีผลกระทบถึงกันทั่วทั้งโลก

จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในโลกของเทคโนโลยี (Techno-Sphere) ได้ส่งผลกระทบต่อโลกของการสื่อสาร (Info-sphere) ด้วยเช่นกัน โดยในส่วนของข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศ ก็มีการเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับขั้น ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม ดังที่ L.H.Harm ได้จำแนกระเบียบของข่าวสารไว้ 5 ยุค คือ (Harm, 1980 อ้างถึงใน อรรถวรณ์ ปิณฑธนีโอวาท, พัทธนี เขยจรรยา และเมตตา วิวัฒนานุกูล, 2536)

1. ยุคก่อนการสนทนา (Pre-Conversation Order) นับตั้งแต่ 4 ล้านปีก่อนคริสตศักราชถึง 500,000 ปีก่อนคริสตศักราช การสื่อสารในยุคนี้เป็นยุคของการพัฒนาโลกต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการพูดคุยสนทนา โดยเฉพาะในส่วนของสมอง และหลอดเลือด พร้อมทั้งระบบการควบคุมประสาทส่วนกลางที่ใช้ในการออกเสียง และการพัฒนาโลกของการรับฟัง
2. ยุคการสนทนา (Conversation Order) เริ่มตั้งแต่ 500,000 ปีก่อนคริสตศักราชจนถึง 3,000 ปีก่อนคริสตศักราช ในยุคนี้นมนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบกันด้วยวาจา

เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ทำกิจกรรม และมีการตกลงใจร่วมกัน ข่าวสารที่เกิดขึ้นจะเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างข่าวสารใหม่ ๆ ต่อไป

3. ยุคการรู้หนังสือ (Literacy Order) ตั้งแต่ 3,000 ปีก่อนคริสต์ศักราชจนถึงคริสต์ศักราช 1870 ยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ จากการสื่อสารด้วยการพูดจา พัฒนาการมาสู่การใช้มือและตาเพิ่มมากขึ้น การรู้หนังสือเกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนวิธีการผลิตที่สำคัญ คือ จากการล่าสัตว์มาเป็นการกสิกรรม ก่อให้เกิดกิจกรรมด้านการค้าขายอย่างมีระเบียบซึ่งนำมาสู่สังคมเมือง จะเห็นได้ว่าการรู้หนังสือกับสังคมเมืองเป็นสิ่งคู่กัน การรู้หนังสือเป็นปัจจัยพื้นฐานของการสื่อสารทางเดียว ซึ่งจะกลายเป็นรากฐานของการจัดระเบียบในยุคสื่อสารมวลชน

4. ยุคสื่อสารมวลชน (Mass Media Order) ตั้งแต่คริสต์ศักราช 1870 จนถึงคริสต์ศักราช 1970 เป็นยุคที่การสื่อสารเป็นไปในลักษณะการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก กิจกรรมการสื่อสารส่วนใหญ่จะมุ่งส่งเสริมงานพัฒนาประเทศและช่วยควบคุมพฤติกรรมทางสังคม แบบแผนการไหลเวียนของข่าวสารจะติดต่อกันระหว่างเมืองใหญ่ที่สำคัญของประเทศ จากเมืองใหญ่สู่เมืองเล็กและชนบท ปฏิกริยาย้อนกลับ (Feed Back) ของผู้รับสารเป็นไปค่อนข้างช้าและผู้ส่งสารมักไม่สนใจปฏิกริยาย้อนกลับนี้ ดังนั้น การสื่อสารมวลชนจึงอาจถือได้ว่าเป็นการสื่อสารทางเดียว

5. ยุคการจัดระเบียบใหม่ทางการสื่อสาร (New Communication Order) เริ่มตั้งแต่คริสต์ศักราช 1970 จนถึงคริสต์ศักราช 2020 ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานเสริมสร้างการจัดระเบียบในยุคนี้ คือ การโต้ตอบซึ่งกันและกัน (Interactive Communication) และการเข้ามีส่วนร่วม (Participation) คือ การสื่อสารสองทาง ขอบเขตการสื่อสารจะแพร่กระจายครอบคลุมไปทั่วโลก ปัญหาการสื่อสารเป็นปัญหาส่วนรวมของชาวโลก ทรัพยากรทางการสื่อสารควรมีอย่างเพียงพอและชาวโลกมีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรเหล่านั้นในการสื่อสารโต้ตอบกันได้ รวมถึงเปิดโอกาสให้เข้ามีส่วนร่วมในทรัพยากรทางการสื่อสารเหล่านั้น

ในยุคการจัดระเบียบใหม่ทางการสื่อสารนี้ ข่าวสารได้กลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญของโลก และอาจเรียกว่าเป็นยุคของ Information Society เพราะในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า มนุษย์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสารมากกว่าอาชีพอื่น ๆ สังคมได้เปลี่ยนจากสังคมที่มีพื้นฐานเศรษฐกิจในด้านอุตสาหกรรมมาเป็นสังคมที่มีพื้นฐานเศรษฐกิจในด้านข่าวสาร ทำให้ลักษณะของมนุษย์เปลี่ยนแปลงจากมนุษย์เศรษฐกิจ (Homo Economics) มาเป็นมนุษย์สื่อสาร (Homo Information) ข่าวสารกลายเป็นสินค้าที่มีการผลิตและจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป

จากการศึกษาแนวความคิดเรื่องการแบ่งยุคอารยธรรมทางเทคโนโลยีการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันเราได้ก้าวมาถึงจุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกครั้งหนึ่งของประวัติศาสตร์การสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลา ทำให้เกิดการหลอมรวมกันระหว่างสมรรถนะของคอมพิวเตอร์ประสานเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสาร จนทำให้เกิดการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ที่กำลังก้าวเข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน และทำให้รูปแบบการสื่อสารมวลชนดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป

1.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

Tapscott (1996) กล่าวถึง การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ว่า เป็นยุคของเครือข่ายทางปัญญา (Network Intelligent) เพราะไม่ได้เป็นเพียงแค่การเชื่อมคอมพิวเตอร์หลายๆ เครื่องเข้าด้วยกัน แต่เป็นเครือข่ายทางปัญญาของมนุษย์ที่อาศัยเทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อม เครือข่ายเหล่านี้สามารถรวมความรู้ สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์แต่ละคนเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความมั่งคั่งและพัฒนาสังคม

นอกจากนี้ Tapscott ยังเสนอความคิดเห็นว่า เครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในยุคใหม่ ที่มีสาระสำคัญ 12 ประการ คือ

1. ความรู้คืออาวุธ (Knowledge) เศรษฐกิจแบบใหม่ คือ เศรษฐกิจของผู้มีความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ระบบเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับความรู้ เพราะความรู้ ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีกลายเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เช่น การมีบ้านสมองกล หรือรถยนต์สมองกล

ความรู้ไม่ได้เป็นเพียงทรัพยากรอย่างหนึ่งของปัจจัยการผลิตแบบเดิมๆ เช่น ที่ดิน แรงงานและเงินทุน แต่เป็นทรัพยากรที่สำคัญมาก คนงานที่มีความรู้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญที่สุดของบริษัท เช่น บริษัทไมโครซอฟต์เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดสำหรับเศรษฐกิจแบบใหม่ ทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด คือ สมองของผู้จัดการและพนักงานของบริษัท ดังนั้นการศึกษาตลอดชีวิตคือสิ่งเดียวที่ทำให้รักษาความได้เปรียบในการแข่งขันไว้ได้

2. เกือบทุกอย่างเปลี่ยนอยู่ในรูปของดิจิทัล (Digitization) สื่อยุคใหม่และเศรษฐกิจแบบใหม่จะอยู่ในรูปของบิต (Bit) ซึ่งเป็นค่าผสมระหว่าง Binary และ Digit คือตัวเลขฐานสองนั่นเอง จุดเด่นของเลขฐานสองคือ ความเป็นขาวหรือดำ ใช่หรือไม่ใช่จากในเชิงนามธรรมมาเป็นรูปธรรมในวิชาไฟฟ้า สำหรับอธิบายก็คือความเป็นศูนย์หรือหนึ่ง ไฟติดหรือดับ ซึ่งนักโปรแกรมได้กำหนดแล้วว่าแต่ละสูตรผสมของศูนย์และหนึ่งแปลว่าอะไร ตั้งแต่ตัวอักษรจนถึงภาพและเสียง

ในเศรษฐกิจแบบใหม่ข่าวสารทั้งหมดอยู่ในรูปดิจิทัลและสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ดังนั้นข้อมูลจำนวนมากสามารถบีบอัดและส่งไปได้ด้วยความเร็วแสง ทำให้การเข้าถึงข้อมูลสามารถทำได้อย่างฉับพลันทันที รวมทั้งคุณภาพของข้อมูลจะดีกว่าการส่งแบบเดิม ข้อมูลข่าวสารหลายรูปแบบสามารถส่งรวมไปกันได้ในรูปแบบของมัลติมีเดีย เช่น การส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จะเปลี่ยนเป็น Multimedia Mail

3. เกิดโลกเสมือนจริงที่ไม่มีอยู่จริงบนโลก (Virtualization) เมื่อข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนจากระบบอนาล็อกไปเป็นระบบดิจิทัล หลายสิ่งที่จับต้องและสัมผัสได้ สามารถกลายเป็นสภาวะเสมือนจริง (Virtual Reality) ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น Virtual Market คือ สถานที่ไหนก็ได้ในไซเบอร์สเปซที่มีการซื้อขายเกิดขึ้น Virtual Village คือกลุ่มของคนที่ไม่ได้อยู่ที่เดียวกัน แต่แบ่งปันความเห็นและเรื่องราวที่สนใจร่วมกัน

4. องค์กรจะแตกตัวเล็กลงถึงระดับโมเลกุล (Molecularization) เมื่อต้นทุนด้านการสื่อสารและการประสานงานมีราคาถูกลง เศรษฐกิจแบบใหม่จะเปลี่ยนเป็นแบบเศรษฐกิจโมเลกุล องค์กรขนาดใหญ่แบบเก่ากำลังแตกตัวออกไปและจัดกระจายเป็นเล็กลงๆ โดยจะถูกแทนที่ด้วยองค์กรที่มีลักษณะคล้ายกับโมเลกุลขนาดเล็ก ทำให้เกิดกิจกรรมพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ โดยจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบจาก "มวลชน" มาเป็นการแยกย่อยที่มีพื้นฐานอยู่บนคนแต่ละคนมากขึ้น

ยกตัวอย่าง เช่น การสื่อสารมวลชนจะกลายเป็นการสื่อสารแบบแยกย่อย (Demystified Media) หรือกลายเป็นสินค้ามวลชนเฉพาะตัว (Mass Customize) เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ชมสามารถเลือกรับสารได้ตามต้องการของแต่ละคน รวมทั้งมีช่องทางกำกับการรับสารให้เลือกติดต่อได้มากมาย ผลิตภัณฑ์เพื่อมวลชนจะกลายเป็นผลิตภัณฑ์แบบโมเลกุลซึ่งแต่ละชิ้นผลิตขึ้นตามความต้องการ

5. การรวมหลายหน้าที่เข้าด้วยกันและการทำงานแบบอินเทอร์เน็ตเวิร์ค (Integration and Internetworking) เศรษฐกิจในอนาคตจะเป็นเศรษฐกิจแบบเครือข่าย (Networked Economy) โดยจะเป็นการรวมโมเลกุลที่แตกตัวออกไปเข้าเป็นเล็กลงๆและเชื่อมต่อกับเล็กลงๆ เช่น การเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายของเครือข่าย (Networked of networks) จำนวนมาก พลังอำนาจของเครือข่ายกำลังทำลายกำแพงระหว่างส่วนต่างๆ ของสังคมพังลง แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างเศรษฐกิจแบบเครือข่ายนี้ จะต้องมีเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศและข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นเสียก่อน เพราะเศรษฐกิจแบบใหม่นี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าปราศจากพลังของข้อมูลข่าวสาร

6. หมดยุคของคนกลาง (Disintermediation) หน้าที่คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค กำลังถูกกำจัดออกไปด้วยเครือข่ายดิจิทัล เทคโนโลยีทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่าง

ผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง ธุรกิจคนกลางจำเป็นต้องยกระดับตนเองให้สูงขึ้นเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ มิฉะนั้นแล้วพวกเขาต้องถูกกำจัดออกไป เช่น ผู้ผลิตอาหารไม่ต้องอาศัยร้านค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ต เมื่อลูกค้าสามารถสั่งของได้โดยตรงด้วยเครือข่ายดิจิทัล แม้แต่รัฐบาลก็อยู่ในรายชื่อการจัดคนกลาง เพราะจะมีการสร้างช่องทางเพียงช่องทางเดียวผ่านทางด่วนข้อมูลเพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลได้จากที่บ้าน

7. รวมอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันเข้าเป็นหนึ่งเดียว (Convergence) ในเศรษฐกิจแบบใหม่ ภาคธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจคือ สื่อรูปแบบใหม่ (New media) ซึ่งเป็นผลจากการรวมตัวกันของ 3 เทคโนโลยี ได้แก่ 1.คอมพิวเตอร์ เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์และการบริการ 2.อุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์ เคเบิล และดาวเทียมและ 3.สาระความรู้ (Content) เช่น ธุรกิจบันเทิง สำนักพิมพ์ การโฆษณา และผู้ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร โดยสื่อรูปแบบใหม่ได้รับการคาดการณ์ว่าจะเป็นผู้นำในการสื่อสารสำหรับอนาคต

สื่อรูปแบบใหม่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิต แม้กระทั่งวิธีการคิด ตลอดไปจนถึงการทำงานและวิธีการทำธุรกิจ โดยจะกลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการสร้างความมั่นคงให้กับภาคธุรกิจอื่นทั้งหมด ในสหรัฐอเมริกา สื่อรูปแบบใหม่และธุรกิจต่อเนื่องมีมูลค่ามากกว่า 10% ของรายได้ประชาชาติ (GDP) ตั้งแต่ปี 1996

8. ยุคของนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ (Innovation) เศรษฐกิจแบบใหม่เป็นเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของนวัตกรรม แรงผลักดันเศรษฐกิจแบบใหม่คือ นวัตกรรมและความมุ่งมั่นในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ระบบ กระบวนการผลิต การตลาด และบุคลากรอยู่เสมอ เช่นในปีคริสต์ศักราช 1995 บริษัทโซนี่ แนะนำสินค้าใหม่กว่า 500 ชนิด Nathan Myhrvald รองประธานบริษัทไมโครซอฟท์กล่าวว่า ไม่ว่าคุณจะมีผลิตภัณฑ์อะไรก็ตามคุณมีเวลาที่จะหลีกเลี่ยงความล้มเหลวได้เพียง 18 เดือนเท่านั้น

ในยุคอุตสาหกรรม การผลิตสินค้าแต่ละชนิดจะมีจำนวนมาก และเป็นการผลิตบนมาตรฐานเดียวกัน แต่ในเศรษฐกิจแบบใหม่มีการเคลื่อนย้ายจากการผลิตแบบจำนวนมากทั่วไป มาสู่การผลิตแบบจำนวนมากแต่ตอบสนองความต้องการของแต่ละคนซึ่งมีความแตกต่าง หรือเรียกว่าสินค้ามวลชนเฉพาะตัว (Mass Customize) ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับเศรษฐกิจในอนาคต

9. ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการผลิต (Presumption) ในเศรษฐกิจแบบใหม่ ช่องว่างระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคจะแคบลงเรื่อยๆ เมื่อการผลิตจำนวนมากถูกแทนที่ด้วยการผลิตตามความต้องการ ผู้ผลิตต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความต้องการและรสนิยมของลูกค้าแต่ละคน ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตด้วย เช่น การชมรายการข่าวโทรทัศน์ในอนาคต

ผู้ชมจะเป็นคนกำหนดรูปแบบของข่าว โดยเลือกชมเฉพาะรายการที่ตนเองสนใจ ยิ่งไปกว่านั้นผู้ชมสามารถดูข่าวได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ

10. ทุกอย่างต้องฉับพลันทันที (Immediately) เศรษฐกิจแบบใหม่ที่มีพื้นฐานอยู่บนระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และทำธุรกิจด้วยระบบดิจิทัล ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้ด้วยความเร็วของแสง เพราะเศรษฐกิจแบบใหม่เป็นเศรษฐกิจแบบที่ต้องได้ทุกอย่างทันที ตัวแปรที่สำคัญในการผลักดันความสำเร็จของธุรกิจคือความเร็ว องค์กรธุรกิจต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและต้องทันท่วงที ต้องสามารถแข่งกับเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ

11. เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เศรษฐกิจแบบใหม่เป็นเศรษฐกิจแบบโลกาภิวัตน์ กำแพงทางเศรษฐกิจกำลังพังทลายลงเหลือเพียงเศรษฐกิจระดับโลก ทำให้บทบาทของความเป็นชาติลดลง นำไปสู่บทบาทการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมากขึ้น เพราะเทคโนโลยีได้ขจัดข้อจำกัดทางด้านสถานที่ออกไป เช่น แนวโน้มของออฟฟิศกำลังจะกลายเป็นที่ไหนก็ได้ที่เครือข่ายของคอมพิวเตอร์สามารถติดต่อได้ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ทำให้สามารถร่วมมือกันได้ทั่วโลก

12. เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม (Discordance) ประเด็นปัญหาต่างๆ ด้านสังคมกำลังเริ่มก่อตัวขึ้น และจะก่อให้เกิดความขัดแย้งอย่างรุนแรงในเศรษฐกิจแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอำนาจ ความเป็นส่วนตัว การเข้าถึงข้อมูล ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามาแทรกแซงสิ่งที่ดำรงอยู่ในวัฒนธรรมเดิม ความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะทำลายสายใยของโครงสร้างและสถาบันในปัจจุบัน

ความขัดแย้งทางสังคมกำลังเกิดขึ้นอย่างรุนแรงคนที่เข้าถึงข้อมูลและศักยภาพของเทคโนโลยีใหม่กับคนที่ไม่สามารถจะเข้าถึงข้อมูลและความรู้ ทำให้เกิดความแตกต่างของคุณภาพชีวิต คนเหล่านี้จะถูกกลบทิ้งไว้ข้างหลัง ถ้าหากไม่มีการจัดการข้อมูลที่ดี ความแตกต่างจะเกิดเพิ่มมากขึ้นและจะนำไปสู่การเผชิญหน้าในที่สุด

นอกจากนี้ Tap Scott ได้คาดการณ์ว่า การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์จะทำให้ลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในอนาคตเปลี่ยนไป ในโลกดิจิทัลผู้รับสารสามารถสร้างสรรค์หนังสือพิมพ์หรือรายการโทรทัศน์ของเขาเองได้ หรืออย่างน้อยก็สามารถขอข้อมูลชนิดที่ต้องการได้ กลุ่มผู้อ่านหรือผู้ชมจำนวนมากๆ เริ่มหายไป ในอดีตผู้รับสารจะเป็นผู้รับข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว แต่ในยุคดิจิทัลผู้รับสารสามารถตัดสินใจได้ว่าต้องการข้อมูลชนิดไหนและผู้รับสารสามารถเลือกได้ว่าเวลาใดดีที่สุดสำหรับการรับข้อมูลไหน ผู้รับสารจึงกลายเป็นผู้จัดพิมพ์ไปครึ่งตัวด้วย ดังนั้น ผู้ส่งสารจะเปลี่ยนบทบาทจากผู้จัดพิมพ์และผู้จัดรายการไปเป็นผู้จัดหาข้อมูลแทน และพยายามทำให้ข้อมูลถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา

จากการศึกษาแนวความคิดเรื่องการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นการมุ่งเน้นในเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ผู้ใช้งานบนระบบเครือข่ายมีความสามารถที่ติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการผสมผสานสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ทำให้สื่อต่างประเภทกัน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ถูกนำมารวมกันในรูปสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ และนำเสนอผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์

1.3 แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในกระบวนการสื่อสารที่มีความสำคัญในปัจจุบัน โดยสามารถค้นคว้าข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่ในเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยไม่จำกัดรูปแบบอย่างสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นลักษณะสื่อหลายแบบ (Multimedia) ไม่ว่าจะเป็นทางภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว จะช่วยสร้างบรรยากาศในการสื่อสาร อีกทั้งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังสามารถเลือกเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ (Link) หรือการใช้บริการค้นหาข้อมูล (Search) ในการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตามความต้องการความสนใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้

อินเทอร์เน็ต ย่อมาจากคำว่า Interconnecting กับ Network ซึ่งคำว่า Interconnecting หมายความว่า "การเชื่อมโยงระหว่าง" ส่วนคำว่า Network หมายความว่า "เครือข่าย" ดังนั้น คำว่า "อินเทอร์เน็ต" จึงหมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันระหว่างประเทศ/โลก ซึ่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีศูนย์กลาง เนื่องจากคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่อยู่ในระบบนี้ จะถือว่ายู่ในระดับเท่าเทียมกัน โดยไม่มีแม่ข่ายเหมือนกับคอมพิวเตอร์ในระบบอื่นๆ เช่น ระบบ LAN UNIX ที่การทำงานทุกอย่างต้องขึ้นอยู่กับส่วนกลาง ดังนั้นสื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงเครื่องคอมพิวเตอร์จากที่ต่างๆ ทั่วโลกไว้ด้วยกัน เป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ครอบคลุมเกือบทุกประเทศในโลก จนมีผู้กล่าวว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็น Network of Networks

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ "สื่ออินเทอร์เน็ต" ไว้ดังนี้

พรทิพย์ โล่ห์লেখา (2538) กล่าวว่า "อินเทอร์เน็ต" เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นกระบวนการคอมพิวเตอร์ข้อมูลทางสาย (Online) ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างระบบและต่างชนิดร่วมกับสายเคเบิล และผู้ใช้จำนวนมากอาศัย Software และเครื่องสื่อสารต่าง ๆ ในแง่วิชาการ "อินเทอร์เน็ต" เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สื่อสารกัน โดย Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP) ซึ่งหมายถึง กฎเกณฑ์ที่ครอบคลุมกระบวนการส่งข่าวสารไปมาระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ การมี TCP/IP ใช้ร่วมกับผู้ใช้จึงสามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของตน กับเครือข่ายใดก็ได้ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับผู้อื่นหรือเพื่อสื่อสารกับ Software ของแต่ละเครือข่ายบนอินเทอร์เน็ต

สมใจ บุญศิริ (2538) กล่าวว่า "สื่ออินเทอร์เน็ต" คือ "ข่ายแห่งข่าย" หมายถึง การเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่ายจำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน นั่นคือ ใช้โปรโตคอล TCP/IP ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหลายในข่ายแห่งข่ายนี้ สามารถติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ อาจเป็นตัวอักษร ข้อความ ภาพ หรือเสียง ได้ทั้งสิ้น

อภิรัตน์ คลี่สุนทร (2540) กล่าวว่า "อินเทอร์เน็ต" เป็นเสมือนระบบเครือข่ายทางเดิน ข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งมีระบบเชื่อมโยงและมีระบบแจกจ่ายจากแต่ละจุดย่อยเล็ก ๆ ไปยังจุดใหญ่ หรือจากจุดใหญ่ไปยังจุดย่อย ซึ่งเปรียบเสมือนการรวมห้องสมุดของสรรพวิทยาและตำราต่าง ๆ มาไว้ใช้ด้วยกันที่เป็นระบบเปิดเพื่อครอบคลุมผู้ใช้ทั่วโลก

จากที่นักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ได้ให้ความหมายของ "อินเทอร์เน็ต" ไว้ นั้น พอสรุปความหมายของ "สื่ออินเทอร์เน็ต" ได้ว่าเป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย (Network) จำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน คือ ใช้โปรโตคอล เป็นสื่อกลางในการสื่อสารของคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกันเป็นเครือข่ายและสามารถติดต่อถึงกันได้ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ อาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความ ภาพ หรือเสียง แต่ประโยชน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการสื่อสารข้อมูล

ความเป็นมาของสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต ถือกำเนิดขึ้นในปีพุทธศักราช 2512 ซึ่งเป็นช่วงยุคสงครามเย็นระหว่างรัสเซียและสหรัฐอเมริกา โดยประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำการวางโครงการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในกระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา ในโครงการ US Department of Defense ระบบเครือข่ายนี้มีชื่อเรียกว่า ARPANET (Advanced Research projects Agent Network) ต่อมาได้ขยายเครือข่ายของ ARPANET ออกไป โดยเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ รวม 50 แห่งในปีพุทธศักราช 2515 โดยเครือข่ายนี้เพื่อการค้นคว้าและวิจัยทางทหารเป็นส่วนใหญ่

จนกระทั่งปีพุทธศักราช 2525 ได้มีมาตรฐานใหม่ออกมาเรียกว่า "Transmission Control Protocol/Internet Protocol" หรือโปรโตคอล แบบ TCP/IP นี้ ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ต่างชนิดกันสามารถรับส่งข้อมูลไปมาระหว่างกันได้ และนับว่าเป็นหัวใจของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเลยทีเดียว

ต่อมาในปีพุทธศักราช 2529 มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติ หรือ National Science Foundation (NSF) ของสหรัฐอเมริกาวางระบบเครือข่ายขึ้นมาอีก เรียกว่า NSFNET เพื่อใช้ประโยชน์ทางการศึกษาและค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้โปรโตคอล TCP/IP เป็นมาตรฐานในการรับส่งข้อมูล ทำให้การขยายตัวของ Network เป็นไปอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

หลังจากที่ ARPANET ได้รวมเข้ากับ NSFNET ในปี 2530 เครือข่าย ARPANET ก็ค่อย ๆ ลดบทบาทลง เนื่องจากเปลี่ยนไปใช้ของ NSFNET แทน จนกระทั่งปีพุทธศักราช 2533 จึงเลิกใช้งาน ARPANET โดยสิ้นเชิง แต่จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายก็ยังคงเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณต่อไป อีกทั้งได้แพร่ขยายออกไปประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกที่เห็นประโยชน์ จนกระทั่งพัฒนามาเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานต่าง ๆ มากมาย

สื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

เริ่มต้นด้วยการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมต่อรับส่งข้อมูลกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับใช้ในการศึกษาของมหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ Asian Institute

of Technology (AIT) ได้เชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย เพื่อรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างอาจารย์ในมหาวิทยาลัยทั้งสองแห่ง

ต่อมาในปี 2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เข้าร่วมจรรยาบรรณเชื่อมต่อบริการข้อมูลเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบบออนไลน์เป็นครั้งแรก โดยเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ CUNET Technologies ทำหน้าที่เป็น IPS ในสหรัฐอเมริกา เป็นการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตชนิดเต็มรูปแบบตลอด 24 ชั่วโมงเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ หรือ NECTEC (National Electronics and Technology Center) ได้เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ของสถาบันการศึกษาในประเทศจำนวน 6 แห่งเข้าด้วยกัน คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, และ NECTEC สำหรับใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางการศึกษาและวิจัยโดยเฉพาะ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเผยแพร่บริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยเรียกเครือข่ายนี้ว่า “ไทยสาร” (Thai Social/Scientific Academic and Research Network : Thaisam) หลังจากนั้นในปีพุทธศักราช 2536 เครือข่ายของไทยสารขยายขอบเขตบริการเชื่อมต่อกับการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร และเริ่มมีบทบาทในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จากปีพุทธศักราช 2538 รัฐบาลได้กำหนดให้เป็นปีเทคโนโลยีสารสนเทศไทย เพื่อต้องการเน้นความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและเริ่มสนใจให้ความรู้และส่งเสริมการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในงานต่าง ๆ ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ทั้งหน่วยงานธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจหลาย ๆ แห่งต่างให้ความสนใจมากขึ้น

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

ตามที่ได้อธิบายแล้วว่า อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายของเครือข่ายที่มีการเชื่อมโยงกันไปทั่วโลกโดยมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งอาจเรียกว่า “เซิร์ฟเวอร์” (server) หรือ “โฮสต์” (host) เชื่อมต่อเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันได้ขยายเข้าเรื่องของการค้าและธุรกิจแทบจะทุกด้าน บริการต่างๆ บนสื่ออินเทอร์เน็ตอาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. บริการด้านการสื่อสาร

เป็นบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถติดต่อรับส่งข้อมูลแลกเปลี่ยนกันได้ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวดเร็วกว่าการติดต่อแบบธรรมดา และมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างถูกกว่ามาก

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เป็นบริการติดต่อรับ-ส่งข้อความ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-mail กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และบริการอย่างรวดเร็ว ทันใจ และสะดวกมาก

สนทนาแบบออนไลน์

เป็นบริการสนทนากลุ่มพร้อมกันหลายคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกัน (โดยการพิมพ์) อาจจะคุยกันเป็นหลาย ๆ คนในลักษณะของการ Chat (ชื่อเต็ม ๆ ว่า Internet Relay Chat หรือ IRC)

กระดานข่าว หรือ บuletินบอร์ด

เป็นบริการคล้าย ๆ กับระบบเป็นกลุ่มข่าว หรือ newsgroup ทุก ๆ วันจะมีผู้ส่งข่าวกันผ่านระบบดังกล่าว โดยแบ่งออกตามกลุ่มที่สนใจ เพื่อบริการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็นของผู้ใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ftp

เป็นบริการติดต่อเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการในอินเทอร์เน็ต และดาวน์โหลด หรือ โอนย้ายไฟล์ที่ต้องการมาที่ผู้ใช้ได้ หรือในทางกลับกันจะส่งไฟล์ออกไปยังเครื่องนั้น ๆ ก็ได้

telnet

เป็นบริการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นในระยะไกล (Remote Login) หากมีรหัสผ่าน (Password) ก็สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครื่องนั้นเหมือนเราไปที่เครื่องนั่นเอง

2. บริการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ

ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหรือหัวข้อใด ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในอินเทอร์เน็ตมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่าง ๆ เก็บข้อมูลเพื่อ

เผยแพร่เอาไว้มากมาย ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการวิจัย และเตรียมข้อมูลลงได้มาก และเปรียบเสมือนห้องสมุดขนาดยักษ์ที่ใช้งานได้ทันที

Archie

เป็นบริการค้นหาข้อมูลบนโฮสต์ (Host) ที่ตนเองไม่ทราบว่าจะเก็บไว้ที่ไหนใด แสดงรายชื่อแฟ้มและรายชื่อโฮสต์เก็บแฟ้มข้อมูล

Gopher

เป็นบริการค้นหาข้อมูลด้วยระบบเมนูที่มีให้เลือกค้นที่ละหัวข้อในการค้นหาผู้แต่ง ชื่อเรียงชื่อที่เกี่ยวข้องในรายการนั้น ๆ โดยไม่จำเป็นต้องใช้คำสั่งที่ซับซ้อน เหมือนศูนย์รวมของบัตรรายการข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ

Hyelnet

เป็นบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการหาชื่อโฮสต์ และชื่อ Login พร้อมคำอธิบายโดยย่อของแหล่งข้อมูล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชื่อที่อยู่ของห้องสมุดต่าง ๆ ทั่วโลก

WAIS (Wide Information Service)

เป็นบริการลักษณะศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตโดยจะค้นหาเอกสารที่เกี่ยวข้องมากที่สุดกับคำสำคัญหรือวลีสำคัญที่กำหนด ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลและดัชนีสำหรับค้นหาข้อมูล และยังมีกรเชื่อมโยงกับไปยังข้อมูลแบบ WAIS ให้ค้นหาได้หลายที่

จากการศึกษาแนวความคิดเรื่องกระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเป็นระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการเจริญเติบโตเร็วที่สุด เร็วกว่าการแพร่ของการเขียน เร็วกว่าการแพร่ของการพิมพ์ เร็วกว่าความนิยมในการใช้โทรศัพท์และโทรทัศน์ โดยมีการเจริญเติบโตทั้งในด้านของจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ต่อเชื่อม จำนวนผู้ใช้งาน รวมไปถึงการเพิ่มจำนวนบริการฐานข้อมูลและเอกสารต่างๆ นอกจากนั้นในขณะนี้ข้อมูลข่าวสารแทบทุกประเภทที่ไหลเวียนอยู่บนเครือข่าย ทำให้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลกปัจจุบัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ

สังคมยุคข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หรือ IT (ไอที) เข้ามาเกี่ยวข้องกับและมีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของบุคคลมากขึ้นในปัจจุบัน "ไอที" (IT) ตามความหมายของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ หมายถึง เทคโนโลยีหลายกลุ่มรวมกันเพื่อก่อให้เกิดการติดต่อเชื่อมโยง จัดทำ การวิเคราะห์ ประมวลผล การจัดเก็บและการจัดการ การเผยแพร่ และการใช้สารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ข่าวสารและข้อมูลดิบจนถึงความรู้วิชาการให้เกิดในรูปแบบของสื่อต่างๆ ทั้งเสียง ภาพ และตัวอักษร ด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศจึงประกอบด้วยเทคโนโลยีหลายประเภท อาทิ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โทรคมนาคมระบบมีสายและไร้สาย เช่น โทรศัพท์ เพจเจอร์ รวมถึงระบบสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ (วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540 : 2)

จากคำนิยามดังกล่าวของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้นักการสื่อสารได้นำมาประยุกต์ใช้เรียกสื่อมวลชนทั้งสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อคอมพิวเตอร์ และสื่อโทรคมนาคมว่า "สื่อวารสารสนเทศ" ซึ่งสื่อวารสารสนเทศที่มีสมรรถนะคือ เป็นสื่อที่มี 3 คุณลักษณะ คือ รุก (Range) เร็ว (Speed) แรง (Power) ในการรุกข่าวสารของสื่อวารสารสนเทศจะต้องเคลื่อนที่ไปข้างหน้าได้โดยไม่หยุดต่อพื้นที่ หมายความว่า สามารถเข้าถึงได้ทุกแห่งที่ต้องการข่าวสาร สื่อวารสารสนเทศจะต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะดึงดูข่าวสารจากในที่ที่ถูก ซุกซ่อน และแน่นอนแม้เทคโนโลยีนั้นจะมีสมรรถนะสูงมากในการเจาะทะลวงกำแพงแห่งวัตถุและระยะทาง แต่หากผู้ประสงค์จะเก็บก็จะมีเทคโนโลยีที่ป้องกันการเจาะทะลวงเช่นกัน (สุกัญญา สุตบรรทัด, 2539 : 13)

สื่อวารสารสนเทศทุกวันนี้เจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว รวมทั้งจำนวนของสื่อที่มีอยู่อย่างแพร่หลาย ทำให้สื่อวารสารสนเทศหรือสื่อมวลชนกลายเป็นสถาบันที่สำคัญอีกสถาบันหนึ่งที่ช่วยให้เด็กที่มีโอกาสเรียนหนังสืออยู่ในโรงเรียนหรือเด็กที่ไม่มีโอกาสได้เล่าเรียนสูงขึ้นไปสามารถแสวงหาข่าวสารความรู้ เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ อาชีพ เพื่อให้เขาเหล่านั้นเป็นผู้ที่มีประโยชน์ต่อสังคม ช่วยพัฒนาประเทศชาติในอนาคต ดังนั้นแม้สื่อวารสารสนเทศจะมีวิธีที่เสนอข่าวสารแตกต่างกันไปตามวิธีการเฉพาะตัวของสื่อแต่ละชนิด แต่ในฐานะของผู้สะท้อนสังคมก็ต้องเสนอข่าวสารที่เป็นความจริง มีรูปแบบที่เหมาะสม และต้องให้สารนั้นสัมฤทธิ์ผลตามกระบวนการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร(source) ข่าวสาร

(message) โดยผ่านช่องทาง (channel) ไปส่งผู้รับสาร (receiver) (วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540 : 9)

สังคมสารสนเทศหรือสังคมข่าวสาร (The information society) เป็นสังคมที่มีการใช้สารสนเทศรูปแบบต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจทั้งเพื่อประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์ส่วนรวม การใช้สารสนเทศและบริการประเภทต่างๆ เช่น การรวบรวมและการจัดเก็บสารสนเทศให้เป็นระบบระเบียบเพื่อประสิทธิภาพในการค้นหาและเรียกใช้ในภายหลัง ในสังคมสารสนเทศจะทำให้เราได้รับสารสนเทศที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการและทันเวลา เทคโนโลยีสารสนเทศ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Information Technology ซึ่งมักจะใช้ตัวย่อว่า IT สังคมสารสนเทศสามารถแบ่งกลุ่มเทคโนโลยีต่างๆ ที่จัดอยู่ในประเภทเทคโนโลยีสารสนเทศได้ดังนี้

1. เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
2. เทคโนโลยีโทรคมนาคมหรือการสื่อสารข้อมูล
3. เทคโนโลยีอื่นๆ ที่นำมาผนวกใช้งานกับเทคโนโลยีทั้งสองประเภทข้างต้น เพื่อให้การจัดการและบริการด้านสารสนเทศมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คุณลักษณะของสังคมสารสนเทศ

1. เป็นสังคมที่มีการใช้สารสนเทศที่บ้านที่กอบอยู่บนสื่อที่เป็นเอกสาร สิ่งพิมพ์ และไมทีพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เสียงภาพ ฯลฯ
2. เป็นสังคมที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือ IT เพื่อการได้มา จัดเก็บ ประมวลผล สืบค้น และเผยแพร่สารสนเทศให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และทันเวลา
3. เป็นสังคมที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์หรืออุปกรณ์ที่มีไมโครโพรเซสเซอร์เป็นตัวควบคุมการทำงาน เครื่องอำนวยความสะดวกในบ้านและในสำนักงาน ตัวอย่างเช่น หม้อหุงข้าวไฟฟ้า เตาไมโครเวฟ เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์กันขโมย ระบบควบคุมไฟฟ้า เป็นต้น
4. เป็นสังคมที่ผู้ใช้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ด้วยตนเองทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม อันนำมาซึ่งการเพิ่มผลผลิตและการเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบการด้านต่างๆ
5. สิ่งที่ปรากฏให้เห็นและทราบกันอยู่ในปัจจุบันที่ชัดเจน ก็คือมีการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลหรือ PC (Personal Computer-PCs) อย่างแพร่หลาย และมีการใช้ประโยชน์จากระบบเครือข่ายสารสนเทศอย่างกว้างขวาง เช่น การใช้ตู้ ATM (Automatic Teller Machine) การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การติดต่อค้าขายด้วยระบบ EDI (Electronic Data Interchange) การจองตั๋วเครื่องบินและตั๋วรถไฟ การค้นหาข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การประชุมทางไกล การเรียนการสอนทางไกล เป็นต้น รวมทั้งมีการใช้หุ่นยนต์ในโรงงาน อุตสาหกรรมและเพื่อประโยชน์ด้านอื่นๆ

แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศ

พัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และแนวโน้มต่อไปในอนาคตมีส่วนสำคัญอย่างมากมาอยู่ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายต่อการจัดการสารสนเทศ และการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล ตลอดจนถึงหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะเมื่อมีการนำเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารมารวมกัน รูปแบบใหม่ของกระบวนการสารสนเทศจะกระจายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงทุกอย่างที่ขวางหน้า จอห์น ไนส์บิทท์ (John Naisbitt อ้างถึงใน สุกัญญา สุตบรรทัด 2539 :7 - 10) ได้ทำนายเหตุการณ์ไว้ดังนี้

จะเกิดการผสมกลมกลืนระหว่างเทคโนโลยี เป็นการรวมกันระหว่าง โทรศัพท์ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารของมนุษย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

กลยุทธ์การรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ โดยบริษัททางธุรกิจจะรวมตัวกัน เช่น บริษัทหนังสือพิมพ์รวมกับบริษัทโทรทัศน์ และบริษัทที่เป็นเจ้าของดาวเทียม เครือข่ายโทรศัพท์รวมตัวกับบริษัทที่เป็นเจ้าของดาวเทียม เครือข่ายโทรศัพท์รวมตัวกับบริษัทโทรคมนาคม เพื่อจัดส่ง Video on Demand ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคต้องการของที่ใช้ง่าย สะดวกและใช้ได้ดี ซึ่งออกมาในรูปของสื่อประสม

การสร้างระดับเครือข่ายระดับโลก การปฏิวัติทางด้านสื่อสารมีส่วนในการสร้างเครือข่ายของเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมคนทั่วโลกเข้าด้วยกัน ทำให้คนจากสถานที่แห่งหนึ่งสามารถติดต่อกับอีกคนหนึ่งที่อยู่ห่างออกไปคนละซีกโลก ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้ชีวิตคนเปลี่ยนไป การทำงาน การศึกษาจะเปลี่ยนไปทั้งหมด รวมทั้งวิถีการที่เรามองเพื่อนร่วมโลกก็เปลี่ยนไปด้วย

คอมพิวเตอร์ส่วนตัวสำหรับทุกคนหรือ PC (Personal Computer-PCs) เป็นการปฏิบัติไปสู่การมีส่วนร่วมทางข่าวสารและสารสนเทศ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ที่บ้าน ที่ทำงาน ในรถ เราก็สามารถทำงานได้โดยใช้ "โทรคอมพิวเตอร์" เป็นเครื่องมือที่จะส่งรับการสื่อสารทุกประเภท เช่น ภาพ เสียง ข้อมูล หรือ วิดีโอ อันเป็นการสนองความต้องการของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้

ทุกคนมีส่วนร่วมในโลกแห่งสังคม การเมืองและเศรษฐกิจ ผู้คนมาพบกันในตลาดแห่งการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นแทบทุกๆ ด้าน และมีแนวโน้มที่จะยิ่งเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีบทบาทและสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงในการนำมาใช้เพื่อดำเนินชีวิตประจำวันและการทำงานมากที่สุดในอนาคต

สื่อวารสารสนเทศได้เกิดขึ้นอย่างมากมายในประเทศไทย โดยเฉพาะสื่อใหม่ๆ ได้เกิดขึ้นมาจากการรวมคุณสมบัติของสื่อต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นต้นว่า สื่อคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถรับรู้ข่าวสารได้โดยการอ่านจากหน้าจออินเทอร์เน็ต และสื่อเก่า อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เมื่ออยู่ในโลกยุคไอทีก็ถูกปรับเปลี่ยนจัดเข้าเป็นหนึ่งในสื่อวารสารสนเทศด้วย เช่นเดียวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งสื่อโทรคมนาคม โทรศัพท์ และเพจเจอร์

ในการใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับสื่อวารสารสนเทศมาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าจะแยกแยะให้เห็นคุณลักษณะของสื่อวารสารสนเทศประเภทต่างๆ ซึ่งในที่นี้หมายถึง สื่อเก่า ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ สื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต และออดิโอเท็กซ์ ตามแนวคิดต่างๆ โดยสื่อแต่ละประเภทในปัจจุบันต่างนำเสนอข่าวสารกันมากยิ่งขึ้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะตอบสนองของความต้องการของตนได้ (Schiffman and Kanuk, 1994: 5 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541: 124)

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

Philip Kotler (1997: 173) ได้อธิบายว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค มี 4 ประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม บุคคล และจิตวิทยา

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ไม่ว่าจะจะเป็นบรรทัดฐาน ความเชื่อ ประเพณี ค่านิยม ความสนใจ ชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงชั้นทางสังคมของแต่ละกลุ่ม ต่างมีส่วนหล่อหลอมความคิด ลักษณะนิสัย และความเชื่อของคนในสังคม ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลนั้นๆ และวัฒนธรรมเหล่านี้จะค่อยๆ เปลี่ยนไปตามการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป ทั้งนี้วัฒนธรรมยังแยกได้เป็น

- วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของบุคคลในด้านลักษณะนิสัยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมของสังคม

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน ทำให้บุคคลในกลุ่มนั้นมีพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน

- ชั้นของสังคม ได้แก่ อาชีพ รายได้ สถานะ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่การงาน การศึกษา

2. ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทสถานภาพต่างๆ ซึ่งอยู่แวดล้อมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่สมาชิกอยู่ กลุ่มที่ใฝ่ฝันอยากเป็น กลุ่มปฐมนิเทศเช่นคนในครอบครัวญาติ เพื่อน ล้วนส่งผลต่อการกระทำของบุคคลในด้านต่างๆ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วย ดังที่ G.M. Mead นักจิตวิทยาสังคมได้กล่าวว่า "ทุกคนจะกระทำตนในลักษณะที่เหมือนกันกับสมาชิกคนอื่นๆ ภายในกลุ่มสังคมเดียวกัน หรือเป็นที่ยอมรับของกลุ่มนั้นๆ"

3. ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ การศึกษา ซึ่งส่งผลต่อความคิดเห็นและความนิยมชมชอบที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง ล้วนส่งผลต่อความแตกต่างในการบริโภค

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคของบุคคล

3.2 ผู้บริโภคเป้าหมาย

ผู้บริโภคเป้าหมาย คือ กลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่สินค้าแต่ละประเภทคาดว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการในการบริโภคสินค้านั้น จึงพยายามที่จะสื่อสารให้เข้าถึงจิตใจผู้บริโภคโดยการแสดงสถานภาพสินค้าที่มีอยู่ให้เกิดความสอดคล้องกับสถานภาพของผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อที่ผู้บริโภคจะยอมรับเชื่อถือว่าสินค้านั้นเป็นส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์ในการแสดงแทนตัวตน และเกิดความภักดีต่อสินค้านั้น เช่น รถยนต์เมอซิเดส-เบนซ์ เป็นสัญลักษณ์แสดงความร่ำรวยในสังคมไทย ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคระดับทั่วไปที่ต้องการที่จะเข้ามาอยู่รวมเป็นกลุ่มเดียวกับสังคมชั้นสูงก็จะพยายามที่จะแสดงออกด้านพฤติกรรมการบริโภคให้เหมือนกับกลุ่มต้นแบบโดยการบริโภคสินค้าประเภทเดียวกัน การสร้างสถานภาพของสินค้า ก็คือการสร้างภาพลักษณ์ของ

สินค้า หรือ การสร้างแบบตัวอย่างของสินค้านั้นๆ โดยอาศัยจุดเด่นของสินค้าและความทรงจำเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้รู้จักเป็นที่แพร่หลายนำเสนอผ่านสื่อให้เกิดการจดจำภาพแห่งสินค้านั้นๆ ตลอดจนรูปแบบชีวิตที่ถูกสร้างขึ้นจนกลายเป็นการเกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคที่ได้พบเห็นและจดจำเป็นสถานภาพที่แท้จริงของสินค้านั้นไปในที่สุด

การวางตำแหน่งของสินค้าส่วนมากนำไปสู่การสร้างสถานภาพสินค้าจึงขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคมอันเป็นที่พึงปรารถนาหรืออัตลักษณ์ทางชนชั้นที่ปรากฏอยู่ในสังคม ลักษณะของความต้องการและความชอบที่มีแบบฉบับเฉพาะออกไป

เรื่องของสถานภาพทางสังคมจึงนับเป็นปัจจัยที่นักการตลาดต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการโฆษณาสร้างสถานภาพของสินค้ามีระดับบางประเภท โดยได้พัฒนาแบบจำลองที่ใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์ คือ "กลยุทธ์การยกระดับสถานภาพทางสังคมให้สูงขึ้น"

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตกับสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

Bourdieu (อ้างถึงในสมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2544 : 24) ได้ทำวิจัยและแสดงให้เห็นว่าสังคมของประเทศฝรั่งเศส รสนิยมในการบริโภค ชีวิตความเป็นอยู่ แม้แต่พฤติกรรม วิธีการพูด ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับความแตกต่างของสถานะต่างๆ ของผู้คน เช่น รายได้ อาชีพ ชนชั้น ระดับการศึกษา เพศ ภูมิภาค ฯลฯ

ขณะเดียวกันเราก็แสวงหาสถานภาพของตัวเองในความสัมพันธ์กับผู้อื่นโดยเราไม่รู้ตัว ซึ่งมนุษย์มีความต้องการที่จะเปรียบเทียบกับผู้อื่นในสังคม โดยต้องการบรรลุความต้องการ "อยาก" จะเหมือนคนอื่น ซึ่งในปัจจุบันระบบการตลาด การโฆษณา เน้นความต้องการแตกต่าง (distinction) มากกว่า

ลูทีพันธ์ จิราธิวัฒน์ (2531 : 326) กล่าวว่า ปรากฏการณ์ทางการบริโภคของสังคมไทยมีกระบวนการ 2 ลักษณะ คือ กระบวนการเลียนแบบ (imitation process) และกระบวนการสร้างและแสวงหาความแตกต่าง (distinction process) พื้นฐานแนวความคิดนี้ที่สามารถนำมาอธิบายกับสังคมไทย คือ ชนชั้นนำจะทำการเลียนแบบการบริโภคของชาวต่างชาติแล้วนำมาถ่ายทอดให้กับชนชั้นอื่นๆ ในสังคม แต่ในขณะเดียวกันถึงแม้ว่าชนชั้นนำจะทำการลอกเลียนแปลงแผนการ

บริโภคนิยมจากต่างชาติ ชนชั้นนำก็ได้สร้างแบบแผนการบริโภคของตนด้วย เมื่อรวมกับต่างชาติแล้วก็จะเป็นแบบแผนการบริโภคที่ประสานกัน แตกต่างไปจากการที่จะมีเพียงแบบแผนใดแบบแผนหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันชนชั้นนำก็หาทางตีออกห่างจากการบริโภคที่จะทำให้ชนชั้นกลางสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่ร่ำรวยขึ้นมาใหม่ (nouveaux riches) ซึ่งยังไม่กระเดียดทางด้านสัญญาการบริโภคทัดเทียมเท่ากับชนชั้นนำ

4. แนวคิดเกี่ยวกับรสนิยม

รสนิยม เป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งสมรภัทร์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2544 : 51-52) กล่าวว่า รสนิยมคือการเลือกครอบครองสิ่งของที่ปัจเจกเห็นว่าดีงาม ซึ่งคนในสังคมปัจจุบันให้ความสำคัญในฐานะที่เป็นสื่อให้เข้าใจหรืออ่านรหัสจากการแสดงออกผ่านสิ่งของที่ปัจเจกเลือกครอบครองได้ว่าบุคคลนั้นเป็นเช่นไร ตลอดจนใช้เป็นเครื่องมือในการแบ่งแยกกลุ่มและการ ยอมรับเข้ากลุ่มสังคม นั้นเป็นวิธีการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้ในสังคมไทย ทั้งนี้เพราะการใช้ "รสนิยม" (ที่คนแต่ละกลุ่มให้ความหมายต่างกันไป) เป็นภาษาสังคมนี้ วางอยู่บนพื้นฐานของตรรกะที่สอดคล้องไปกับบริบทของสังคมทุนนิยมเสรี โดยเห็นได้จากพัฒนาการทางความหมายของคำว่า "รส" และ "รสนิยม"

ลักษณะ "รสนิยม" หมายถึง รูปแบบความชอบ ความพึงพอใจและความสนใจภายในบุคคลแต่ละคนในการบริโภคข่าวสารทางสื่อเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงแนวความคิด ค่านิยม ลักษณะของการยอมรับและให้ความสำคัญกับการดำรงอยู่ของตนเองในสังคมปัจจุบัน โดยที่บุคคล แต่ละคนจะมีรสนิยมกับตนเองอย่างไรก็ได้ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานประสบการณ์เรียนรู้และสังคมแวดล้อม รสนิยมเป็นอัตลักษณ์ส่วนบุคคล แต่ก็มี ความหมายในเชิงสถานภาพทางสังคมได้ด้วย ความหมายของรสนิยม หรือ taste ใน Webster's New Twentieth Century Dictionary of the English Language ได้อธิบายความหมายในข้อที่ 8 ว่า "รสนิยมของปัจเจกบุคคล คือ การเลือกในสิ่งที่เขาชื่นชอบหรือซื้อหา เช่น เสื้อผ้า ข้าวของ หรือดนตรีที่โปรดปราน หากคุณจะกล่าวว่าบุคคลนั้นมีรสนิยมที่ดี ก็หมายความว่า คุณยอมรับการเลือกใช้ของเขา แต่ถ้าคุณกล่าวว่า มีรสนิยมต่ำก็แปลว่าคุณไม่ยอมรับการเลือกของเขา"

4.1 กำเนิดวาทกรรม รสนิยมสังคมไทย

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2544 : 135-136) กล่าวว่า ภายหลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครองพุทธศักราช 2475 อันนับเป็นชัยชนะของคนกลุ่มหนึ่งซึ่งอาจจัดได้ว่าเป็นชนชั้นกลางระดับสูง คือผู้มีการศึกษาหรือข้าราชการ ได้ก้าวเข้ามาใช้อำนาจและบทบาททางการเมือง ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อทัศนคติของคนไทย แนวคิดเรื่องเสรีภาพและความเสมอภาคเริ่มแพร่หลายในความรู้ของคนไทยทั้งที่เกิดจากหล่อเชื่อที่เพาะมาตั้งแต่ก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครองและจากการเผยแพร่ของรัฐบาล

เมื่อระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์สิ้นสุดลง บรรดาศักดิ์และชาติตระกูลที่เคยเป็นสิ่งอ้างอิงสถานะอันสูงส่งในสังคม เป็นเส้นแบ่งลำดับชั้นทางสังคม ย่อมไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างชอบธรรมอีกต่อไป เพราะประชาชนมีความเสมอภาคกัน สิ่งที่เคยกลายเป็นเครื่องแบ่งลำดับชั้น จึงกลายเป็นเงินและคุณสมบัตินี้ของคนในด้านคุณธรรม มารยาทและความรู้ความสามารถในการทำงาน สภาพความสับสนในระหว่างหัวเลี้ยวหัวต่อของการยกเลิกระบบเก่าและก่อตั้งระบบใหม่ ทำให้เกิดการแตกแยกทางความคิดและการแบ่งแยกย่อยของกลุ่มคน

แม้จะมีการต่อสู้ขัดแย้งทางการเมือง แต่ทว่าในด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น มารยาทแบบชนชั้นสูงยังคงได้รับการยกย่องและยึดถือเป็นแม่แบบต่อไป ลักษณะเช่นนี้ส่วนหนึ่งซึ่งนับเป็นสาเหตุสำคัญก็คือ ความฝังลึกของชุดความรู้ที่ผ่านมาจากระบบการศึกษาของไทยและกระบวนการขัดเกลาทางสังคม อันเป็นพื้นฐานสำคัญนั่นเอง

ในสังคมไทย วัฒนธรรมของผู้ดียังได้รับการยอมรับให้เป็นแม่แบบที่คนในสังคมจะต้องเรียนรู้และปฏิบัติตาม คนชั้นกลางยังนิยมและยกย่องในมาตรฐานความงามของชนชั้นสูงอยู่ เพราะมันเป็นอุดมคติที่ฝังลึก สิ่งที่เปลี่ยนไปคือด้านปริมาณ เนื่องด้วยการที่รัฐบาลใหม่ให้ประชาชนทราบว่าตนมีเสรีภาพ เสมอภาคที่จะปฏิบัติในสิ่งที่ตนเห็นว่าดีงาม เหมาะสม ผลที่ปรากฏก็คือ พวกเขาไม่ทำตามอย่างชนชั้นสูงในการบริโภค ถ้าผู้นั้นมีปัจจัยทางเศรษฐกิจเพียงพอ แต่อีกนัยหนึ่ง พวกเขาก็มีสิทธิที่จะทำแตกต่างไปจากแม่แบบได้เช่นกัน

การทำตามแบบและพยายามจะครอบครองสิ่งของที่มีความประณีตงดงามที่เคยเป็นสัญลักษณ์ของชนชั้นสูงไม่ได้หมายความว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงในทางสังคมวัฒนธรรมเลย การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมีหลายประการด้วยกันดังต่อไปนี้

1. มีการเปลี่ยนแปลงจากการบริโภคส่วนตัวมาเป็นการบริโภคสาธารณะ
2. เกิดวาทกรรมเกี่ยวกับรสนิยมที่ดี
3. กิจกรรมในเวลาว่างทวีความสำคัญขึ้น
4. การให้ความสำคัญแก่การบริโภค เกิดบรรยากาศเสรีในการบริโภค
5. การปฏิวัติวัฒนธรรม

ในเวลาต่อมาเมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ขึ้น กองทัพญี่ปุ่นกรีธาทัพเข้ามาในประเทศไทย เกิดขบวนการชาตินิยมขึ้นต่อต้านทำให้กลุ่มคนที่เคยแยกย่อยเป็นกลุ่มสังคมต่างๆ หันมารวมมือกัน ประเด็นความรักชาติเป็นวาทกรรมสำคัญขณะนั้น ระยะเวลาหลายปีของสงครามกว่าที่จะสิ้นสุดลงด้วยการพ่ายแพ้ของญี่ปุ่น ได้ส่งผลกระทบต่อสภาพของสังคมไทยอย่างมาก วาทกรรมเรื่องรสนิยมและจรรยา มารยาทที่ดีจึงถูกหยิบยกขึ้นมากระพือให้แพร่หลายขึ้น มีการแต่งตำราเกี่ยวกับมารยาทสังคมด้านต่างๆ เนื้อหาภายในว่าด้วยหลักปฏิบัติตนเมื่อเข้าสู่สมาคม การแต่งกาย การวางข้อสนทนา ฯลฯ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า "รสนิยม" ได้เริ่มกลายเป็นภาษาสังคมที่แพร่หลายในสังคมไทย และได้พัฒนาความหมายมาควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจนก้าวเข้าสู่สังคมยุคบริโภคนิยม

4.2 การศึกษารสนิยมในแนวสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องสังคมบริโภคนิยมผ่านการศึกษารสนิยมการเลือกบริโภคสื่อ มีความจำเป็นต้องพิจารณาความสัมพันธ์ 2 ชุดด้วยกัน นั่นคือ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งที่เลือกครอบครอง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลที่สื่อสารและปฏิสัมพันธ์กับสังคมที่แวดล้อมเขาอยู่ โดยผ่านการแสดงออกทางสิ่งที่ได้ครอบครองหรือการบริโภคนั้นเอง

แนวความคิดจากงานศึกษาวัฒนธรรมหลายชิ้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับรสนิยมการบริโภค

แนวคิดแรกเป็นงานทางมานุษยวิทยาของ Gluckman และ Douglas (อ้างถึงใน สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2544 : 10-11) ซึ่งศึกษาการให้ความหมายแก่วัตถุ และสร้างให้เกิดระบบอภิสิทธิ์แห่งการครอบครอง และจำกัดการหมุนเวียนในการครอบครองแลกเปลี่ยนวัตถุเฉพาะนั้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการควบคุมสังคม งานศึกษาแนวนี้ชี้ให้เห็นว่า การแข่งขันที่แสดงออกทาง

วัตถุที่มีค่าหรือราคาพุ่งเพื่อยุติเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วไปในเกือบทุกสังคม ไม่ว่าจะเป็สังคมดั้งเดิมหรือสังคมสมัยใหม่

ในการศึกษาเรื่องรสนิยมนั้น Bourdieu (อ้างถึงในสมรภัช ชัยสิงห์กานานนท์, 2544 : 13) นักสังคมวิทยาฝรั่งเศส ได้เขียนงานไว้หลายเล่ม เล่มสำคัญคือ Distinction เขาใช้วิธีทำแบบสอบถามสำรวจว่าคนในสังคมฝรั่งเศสในแต่ละชนชั้นชอบดนตรี กีฬา อาหาร แต่งกาย หักผ่อนฯลฯ อย่างไร คือคนกลุ่มใดมีรสนิยมอย่างไรนั่นเอง

ประเด็นสำคัญของ Bourdieu คือ การดิ้นรนต่อสู้นิยามความหมายของสิ่งของและโลกสังคม เป็นลักษณะหนึ่งของการต่อสู้ทางชนชั้น ชนชั้นจะสามารถสร้างมาตรฐานที่ตนกำหนดให้ชอบธรรมได้อย่างมั่นคงก็โดยผ่านกระบวนการผลิตซ้ำทางสังคม ทางวัฒนธรรม และความรุนแรงเชิงสัญลักษณ์

Distinction เป็นงานที่พยายามจะชี้ให้เห็นว่า การตีตราทางสุนทรีย์ะ หรือในรูปของรสนิยมที่เกิดขึ้นภายในสังคมนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เนื่องจากมันอ้างอิงกับเกณฑ์เชิงอุดมคติในการตัดสินอย่างบริสุทธี วัตถุประสงค์ของการตีตราก็เพื่อที่จะแสดงออกถึงสถานะความแตกต่างทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม หนังสือเล่มนี้อธิบายถึงวิถีที่ชนชั้นต่างๆ พยายามจะก่อตัวบังคับถึงความแตกต่างทางสังคมที่เห็นได้ชัดและแสดงถึงการที่บางกลุ่มในสังคมพยายามที่จะแปรรูปหรือยกเลิกสภาวะร่วมทุนทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นมรดกของพวกเขา โดยการนำสไตล์ของการทำให้ปรากฏออกมาเป็นทางเลือกที่เป็นรูปธรรม

สมรภัช ชัยสิงห์กานานนท์ (2544 : 17-18) กล่าวว่า ในกรณีของสังคมไทย มีความซับซ้อนของสำนึกในการแบ่งชนชั้น รวมถึงวิธีคิดอื่นๆ จนทำให้การจำกัดความที่เฉพาะว่าใครจัดอยู่ในชนชั้นใดยังเป็นที่ถกเถียงอยู่ และในทางปฏิบัติก็ไม่มี การแบ่งแยกที่ชัดเจนนัก หลายอาชีพที่ได้รับการนับถือในสังคมไทยมีสถานะทางสังคมสูง แต่มีสถานะทางเศรษฐกิจสูง ปานกลางหรือต่ำแตกต่างกันไป เช่น ครู แพทย์ เป็นต้น รวมถึงบางกลุ่มอาชีพที่มีฐานะเศรษฐกิจดีแต่ไม่เป็นที่นับถือในสังคม เช่น ตลกคาเฟ่ นักร้อง คนขับแท็กซี่ ผู้ขายบริการทางเพศ เป็นต้น จึงทำให้มีความซับซ้อนในการแบ่งชนชั้นรวมถึงสำนึกทางชนชั้นของคนในสังคมไทยด้วย อีกทั้งโอกาสการเลื่อนชั้นทางสังคมภายใต้สภาพการเปลี่ยนแปลงสังคมที่รวดเร็วของประเทศไทยระยะกว่า 70 ปีมาเนี้ค่อนข้างเลื่อนไหล เช่น เมื่อเกิดสงคราม การปฏิวัติ คนบางกลุ่มก็เปลี่ยนสถานะอย่างรวดเร็ว รวยขึ้นหรือตกอับอย่างกะทันหัน เป็นต้น นอกจากนี้สังคมไทยยังถูกกำกับด้วยแนวคิดทาง

พุทธศาสนาเป็นระยะเวลาช้านาน ซึ่งทำให้การสร้างความชอบธรรมของการกระทำต่างๆ จำเป็นต้องอ้างอิงกับหลักบางประการของพุทธศาสนาด้วย

4.3 การแบ่งแยกทางสังคมวัฒนธรรมและการครอบงำทางอุดมการณ์เรื่อง รสนิยม

ในอดีต อำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมทางสังคมของชนชั้นสูงและชนชั้นล่างในสังคมมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งส่งผลให้ชนชั้นสูงใช้อำนาจในการครอบครองเวลาว่างของตนก่อกำเนิดขึ้นชั้นต่ำ มิเพียงเท่านั้น ชนชั้นสูงยังได้ทำการครอบงำทางอุดมการณ์อันเป็นเครื่องมือในการปกครองที่ทรงอิทธิพลที่สุดและส่งผลให้ชนชั้นสูงสามารถรักษาสถานภาพอันสูงส่งของตนไว้ได้โดยไม่ถูกต่อต้าน ด้วยความช่วยเหลือของสถาบันหลัก คือศาสนา ในการทำหน้าที่เผยแพร่และตอกย้ำอุดมการณ์ต่างๆ เข้าในความรับรู้ของผู้คนทุกระดับชั้นในสังคมด้วยสื่อสังคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานศิลปะ วรรณกรรม และนาฏกรรม ชนชั้นสูงจึงใช้ศาสนาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดและครอบงำทางอุดมการณ์ในสังคมไทย อุดมการณ์ที่สำคัญได้แก่ ความเชื่อเรื่องบุญกรรม และการเป็นแม่แบบแห่งความงาม

อุดมการณ์ทั้งสองเป็นเครื่องมือที่ทำให้สังคมไทยในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ดำเนินไปด้วยความสงบสุข แต่แล้วในเวลาต่อมา อิทธิพลจากภายนอกก็เข้ามาเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทางสังคมเศรษฐกิจ และก่อชนชั้นโครงสร้างการแบ่งลำดับชั้นที่เคร่งครัดลงทีละน้อย ทำให้วาทกรรมต่างๆ ไน้มลงมาสู่ชนชั้นล่างใกล้เคียงเข้ามาทุกขณะ ซึ่งรวมถึงวาทกรรมรสนิยมด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาแนวความคิดเรื่องรสนิยม แสดงให้เห็นว่า ไม่สามารถศึกษารสนิยมโดยจำแนกตามชนชั้นได้โดยสิ้นเชิง เพราะแม้แต่ในคนที่เราจัดว่าเป็นชนชั้นเดียวกัน ก็มีการแสดงออกถึงทัศนคติและการปฏิบัติทางรสนิยมที่แตกต่างกัน หรือแม้ในบุคคลคนเดียวเองก็มีการเปลี่ยนรสนิยมไปตามวัย ยุคสมัย และสภาพแวดล้อมด้วย แต่อย่างไรก็ดี สิ่งเหล่านี้ก็สามารถนำมาเป็นกรอบความคิดที่ว่า การแสดงออกทางรสนิยมเป็นการต่อสู้ดิ้นรนทางชนชั้นโดยใช้พลังทางสัญลักษณ์ และกระบวนการสร้างนิยามความหมายของสิ่งของและการกระทำที่ได้รับการยอมรับโดยผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมและวัฒนธรรมมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษารสนิยมในสังคมวัฒนธรรมไทย ซึ่งมีการแข่งขันทางศักดิ์ศรีและหน้าตาสูงมาก โดยผ่านการบริโภคนั่นเอง

5. ทฤษฎีการใช้สื่อ

5.1 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจต่อสื่อ (Uses and Gratifications Approach)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ หรือ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น (Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อที่ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

บุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือทัศนคติไปตามผล (Effects) ที่ได้รับจากสื่อ แต่เมื่อพิจารณาในทางตรงกันข้าม บุคคลเป็นผู้กระทำ (Active person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อ เพื่อสนองตอบความพอใจส่วนตัว (พีชนี เชนจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2538)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการบุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายสิ่งที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยง การใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชนเป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

Katz and Others (1974) (อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐาน และได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจ มากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น Katz and Others จึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบหลายๆ องค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ

การจะอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อที่นั้นสามารถนำเอาทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจต่อสื่อมาใช้ในการอธิบายได้ ทฤษฎีนี้เกิดจากความเชื่อที่ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง การศึกษาในเรื่องนี้ส่วนใหญ่จะเน้นที่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิวาสสารของผู้ใช้ ผลการศึกษาของ Katz and Other (1974) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารที่มีสภาวะแวดล้อมทางสังคมและสภาวะทางจิตใจแตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการที่ต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างกันนี้ก่อให้เกิดการคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะตอบสนองความพอใจของตนต่างกัน ส่งผลให้มีลักษณะการใช้สื่อและมีความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน นอกจากนี้ (Kippax and Murray อ้างถึงใน อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม, 2537 : 23) ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและจากประเภทของสื่อที่ศึกษาพบว่า โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่ตนสนใจ และกลุ่มเป้าหมายมีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

เดวิสสัน (Davision อ้างถึงใน พัทณี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ธิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 199 - 200) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของ Katz โดยให้ข้อคิดว่า บุคคลทุกๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อหรือเลือกรับข่าวสารเพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม

แม็คควอล (MacQuail : 1975 อ้างถึงใน พัทณี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ธิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 199 - 200) ได้ชี้ให้เห็นของการศึกษาเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจของสื่อไว้ 2 ประการ คือ

1. เพื่อให้เข้าใจความสำคัญและความหมายของการเลือกใช้สื่อ
2. เพื่อเสนอแนะตัวแปรแทรก (Intervening variables) ในการวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อ

นอกจากนี้แม็คควอลยังสรุปว่า การศึกษาในแนวทางการใช้และความพึงพอใจต่อสื่อยังอยู่ในขอบเขตจำกัด เนื่องจากงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่สามารถแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนได้ว่า การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อหรือข่าวสารนั้น เป็นเพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจโดยได้รับอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมในสังคมที่สร้างความต้องการ

ดังกล่าวนั้นให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยหลายงานที่สนับสนุนความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมวลชนในลักษณะต่างๆ กัน เช่น การแสวงหาความรู้จากรายการข่าว การเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงต่อปัญหาในชีวิตประจำวัน ความโดดเดี่ยว ความวิตกกังวล ความเครียด หรือเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง เพื่อแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม

เมอร์รีย์ และ คิปแพคซ์ (Murray and Kippax, 1979 อ้างถึงใน พัทนี เขยจรรยา และ ประทุม ฤกษ์กลาง, 2540 : 23) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า บุคคลจะให้ความสนใจ รับรู้ และจดจำข่าวสารที่จะให้ความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนองความต้องการของตน บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเท่าที่เขาคิดว่ามีประโยชน์หรือสนองความพอใจของเขาได้ และความต้องการต่างๆ ของบุคคลนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมของแต่ละบุคคล เช่น แรงจูงใจ ค่านิยม เป็นต้น บุคคลจะเลือกใช้สื่อหรือเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองประโยชน์ส่วนตน จากความหลากหลายของความต้องการหรือประโยชน์ของสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผู้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจัดประเภทของความต้องการของผู้รับสื่อมวลชน พบว่า ความต้องการมี 4 ประการ คือ

1. ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตน
2. ความต้องการมีการติดต่อทางสังคม
3. ความต้องการสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิง
4. ความต้องการข้อความจริงและความรู้เกี่ยวกับโลก

นอกจากนี้ McCombs and Becker (1979) (อ้างถึงใน ตองจิตต์ สุวรรณศร, 2543) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการดังนี้ คือ

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อ เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญ และควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสิ่งต่าง ๆ จะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อ จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุน การตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

การศึกษาของ Kippax and others (1980) (อ้างถึงใน ต่องจิตต์ สุวรรณศร, 2543) สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Lawrence A. Wenner (1985) (อ้างถึงใน ต่องจิตต์ สุวรรณศร, 2543) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratification เป็นการใช้สื่อข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการชักจูงใจ

3. Para-social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เววดี คงสุภาพกุล (2539) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติต่อระบบอินเทอร์เน็ตแต่เป็นค่าความสัมพันธ์ที่ต่ำ ความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาไม่สามารถเห็นความเชื่อมโยงได้ชัดเจนเพียงพอกับการมีทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่ดีต่อระบบอินเทอร์เน็ต

อรัญญา ม้าลายทอง (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท ลีอกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มพนักงานที่มีเพศ ตำแหน่ง ลักษณะสายงานต่างกันไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ส่วนกลุ่มที่เข้าร่วมกับกลุ่มไม่เข้าร่วมการสัมมนา อภิปราย หรืออบรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

วุฒินันท์ สุวิมลพันธ์ (2539) ศึกษาเกี่ยวกับการตระหนักรู้ และพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ทราบว่ามีโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีทัศนคติที่ดีและเห็นว่าการโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ world wide web มีอัตราการเพิ่มของจำนวนผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงเห็นว่าทิศทางของการโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอนาคตมีแนวโน้มในทางที่ดี

สุกัญญา สุตบรรทัด (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่องความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยแยกตามเพศ จากการทดสอบหาค่า Chi-Square ของเพศกับความรู้ในทุกกลุ่มอาชีพ ปรากฏว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกกลุ่ม นั่นคือ ความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้รู้จะต้องเป็นชายหรือหญิง

มหาวิทยาลัยมิชิแกน (1995) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ World Wide Web พบว่า วัตถุประสงค์พื้นฐานในการใช้งานและเพื่อการศึกษา นอกจากนี้ทีม GVU's WWW Survaing (Graphics, Visualization & Usability Center) จากสถาบันเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ Georgia, Atlanta ได้ทำการสำรวจผู้ใช้งาน World Wide Web แทนสื่อโทรทัศน์ นั่นคือ จากการสำรวจพบว่าผู้ใช้ World Wide Web แทนโทรทัศน์ทุกวันจำนวน 36% ใช้ World Wide Web แทนโทรทัศน์ทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละไม่ต่ำกว่า 1 ครั้ง จำนวน 28% โดยคนอายุมากกว่า 50 ปี มีเปอร์เซ็นต์ของการใช้ World Wide Web แทนโทรทัศน์ถึง 74.3% และรองลงมาคืออายุระหว่าง 26-50 ปี มีจำนวน 60% (อ้างถึงในศุฉิภา ดวงมณี, 2539 : 6)

Hoffman (1995) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "Commercial Scenarios for the Web : Opportunities and Challenges" พบว่า โดยธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถกล่าวไว้ว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะหลายโฉมหน้า (Multifaced) เนื่องจากมีความผสมผสานกันระหว่างการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) และการเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

Christian Barker และ Peter Groenne (1996) ได้ทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง "Advertising on the World Wide Web" โดยศึกษาเกี่ยวกับการใช้ World Wide Web ในฐานะที่เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณา โดยกล่าวถึง World Wide Web ในฐานะช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกว่าสื่อประเภทดั้งเดิม ด้วยคุณสมบัติด้านความเร็ว และคุณสมบัติด้านการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งความสามารถในการนำเสนอการโฆษณาในรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏที่ใดมาก่อนในโลก (อ้างถึงในพรเพ็ญ พยัคฆากุล, 2541 : 27)

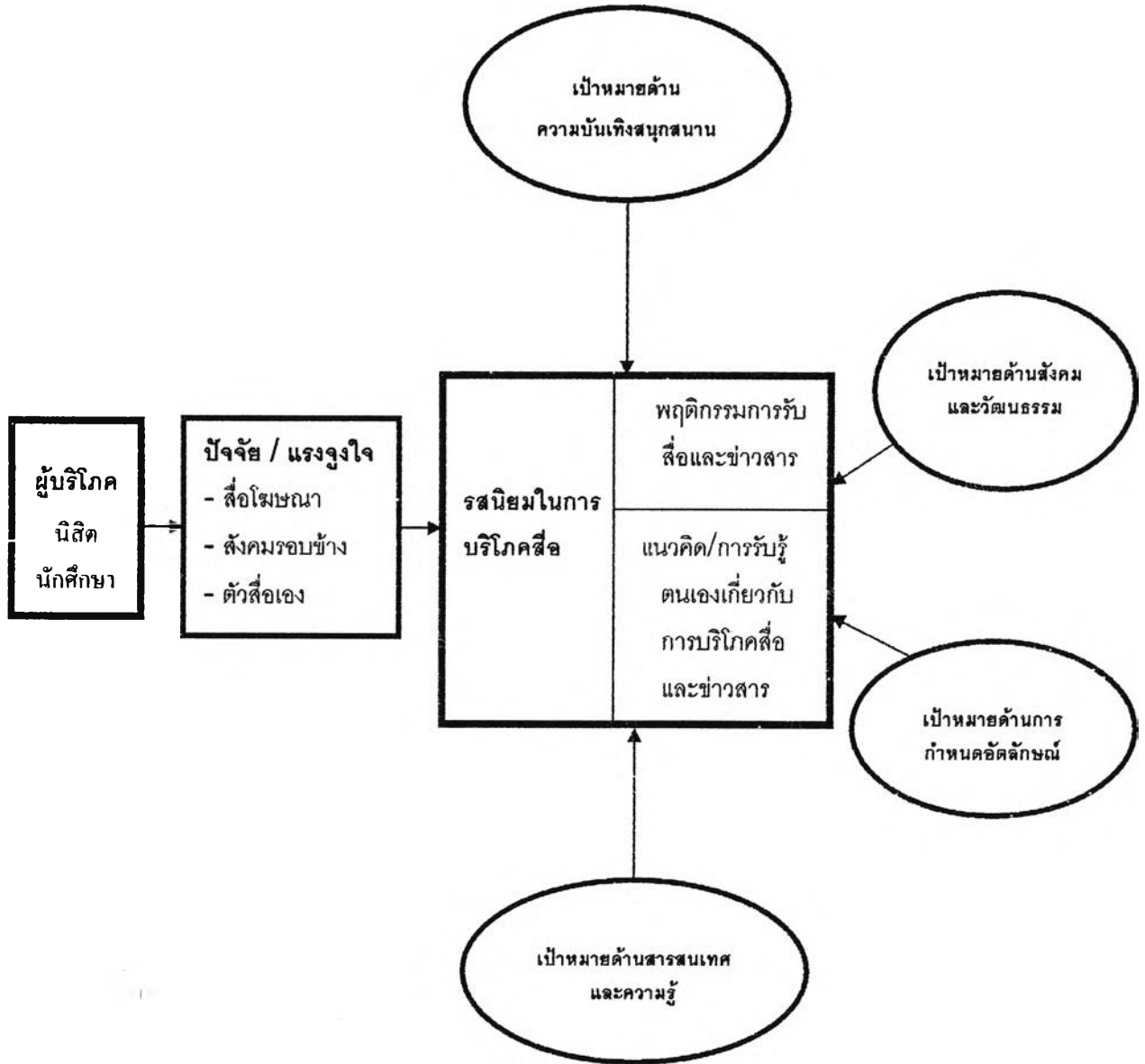
สมมติฐานในการวิจัย

จากการประมวลแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้

1. พฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคสารสนเทศทางสื่อเทคโนโลยีใหม่ของกลุ่มนิสิตนักศึกษา มักมีเป้าหมายมุ่งเน้นไปทางด้านความบันเทิงสนุกสนาน ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านกำหนดอัตลักษณ์ตนเอง มากกว่าด้านสารสนเทศและความรู้

2. พฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคสารสนเทศทางสื่อเทคโนโลยีใหม่ของกลุ่มนิสิตนักศึกษา มักมาจากปัจจัยจากตัวสื่อ มากกว่าปัจจัยสังคมรอบข้าง และปัจจัยจากการโฆษณา

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย