

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เกิดก่อนยุคคอมพิวเตอร์ ประกอบไปด้วยแนวคิดหลักสองประการ คือ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ และการวิเคราะห์ผู้รับสาร ดังนั้นจึงมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication - CMC)

2. การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience analysis)

- แนวคิดเชิงโครงสร้างต่อการเกิดรูปแบบผู้รับสาร (Structural approach to audience formation)
- การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratification)

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC)

ความหมาย สถานภาพ และคุณสมบัติพื้นฐาน

Joseph B. Walther (1992) ให้ความหมาย CMC เอาไว้กว้างๆ ว่าเป็นการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลา (asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text messages) ซึ่งจะถูกลำเลียง (relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

จากนิยามของ Walther จะเห็นได้ว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับ CMC และโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่จะทำหน้าที่เป็นสะพานลำเลียงสารที่ถูกใส่รหัส

CMC ในยุคเริ่มต้นถูกมองว่า เป็นทั้งอุปกรณ์ที่อาศัยเทคโนโลยีใหม่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ (mean) ของการบริหารงานภายในองค์กร แต่แนวโน้มในปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงวิชาการ CMC มีฐานะเป็นสาขาวิชาใหม่ที่แตกแขนงมาจาก new media technology ที่ศึกษาสื่อใหม่ที่เกิดเพราะการพัฒนาของเทคโนโลยี สื่อใหม่ในที่นี้คือ คอมพิวเตอร์ ที่เปลี่ยนสภาพจากอุปกรณ์ (tool) ในสำนักงานหรือองค์กรธุรกิจ มาเป็นสื่อที่มีความโดดเด่น (dominance) ในยุคของข้อมูลข่าวสาร

ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของ CMC คือ ความเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากล (universal medium) ในตัวเอง กล่าวคือ เป็นทั้งเครื่องรับและลำเลียงข่าวสาร (information processing machine) ซึ่งมีศักยภาพเหมือนกับเครื่องรับและลำเลียงข้อมูลข่าวสารอย่างอื่นที่มีอยู่ทั่วไป ดังนั้นคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์การ สื่อสารอย่างหนึ่ง จึงสามารถที่จะจัดการกับข้อมูลข่าวสารที่ถูกสื่อสารอย่างเป็นสากล คือที่ใดก็ได้ ด้วยความเป็นสากลของมัน คือทำได้เหมือนเครื่องรับและลำเลียงข้อมูลข่าวสารอื่นๆ (Postmes, T., Spears, R. และ Lea, M., 1998)

ด้วยลักษณะอันเป็นสากลของคอมพิวเตอร์ที่โยงใยกันเป็นเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น การที่จะระบุคุณสมบัติของอุปกรณ์สื่อสารชนิดนี้ในแง่หน้าที่ในการสื่อสาร (communication function) ให้ชัดเจนลงไปจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยาก ตัวอย่างเช่น คอมพิวเตอร์ที่โยงใยกันเป็น เครือข่ายนั้นมี

พันธกิจในด้านการเป็นสื่อกลางของการสื่อสารระหว่างบุคคล (person-to-person communication medium) ทั้งนี้โดยการประยุกต์ใช้ e-mail , voice-mail , desktop video conferencing คอมพิวเตอร์ถูกนำมาใช้สนับสนุนการต่อรองระหว่างกลุ่ม (group negotiation) และการสร้างเวทีในการถกเถียงแสดงความคิดเห็น (discussion forums) เช่น การ chat หรือการเล่นเกมที่อาศัยการปฏิสัมพันธ์ (interactive gaming) นอกจากนั้นคอมพิวเตอร์ยังถูกใช้ในฐานะที่เป็นสื่อกลางของการสื่อสารมวลชน (mass communication medium) แสดงหน้าที่คล้ายคลึงกับสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ หน้าที่ของคอมพิวเตอร์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าคอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการสื่อสารที่มีสื่อเป็นศูนย์กลางในหลายรูปแบบ คุณลักษณะดังกล่าวนี้เองที่ทำให้คอมพิวเตอร์แตกต่างไปจากสื่อใหม่ (new media) ชนิดอื่นๆ ที่เกิดขึ้นก่อน เช่น โทรศัพท์ ซึ่งถูกออกแบบให้มีหน้าเดียวคือถ่ายทอดสัญญาณเสียง อาจกล่าวได้ว่า คอมพิวเตอร์เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์พิเศษชนิดแรกที่สามารถแสดงศักยภาพในแง่วิธีการสื่อสารที่เทคโนโลยีเก่าทำได้ทั้งหมด และมากกว่าเดิมด้วย

ผลกระทบจากการเกิด CMC ในยุคข้อมูลข่าวสาร

ผลต่อสังคมและคนในสังคม โดยมีจุดเน้นที่การใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว (personal computers) ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์ถ่ายทอดลำเสียงข้อมูลข่าวสารเป็นตัวก่อผล

J.W.Chesebro และ D.G.Bonsall (1989) ได้รวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับ CMC ที่ปรากฏและแยกแยะผลกระทบสังคมจากการใช้คอมพิวเตอร์ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์ถ่ายทอดลำเสียงข้อมูลข่าวสารออกเป็น 9 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. คอมพิวเตอร์เป็นสื่อที่สื่อสารแบบเลือกที่รักมักที่ชัง (selective) ค่อนข้างมาก

เมื่อใดก็ตามที่คอมพิวเตอร์ที่อาศัยการพิมพ์ (teletype-written computer) ถูกใช้เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม โอกาสในการแสดงอวัจนภาษา (nonverbal cues) จะหมดไปทันที คอมพิวเตอร์ทำให้ผู้สื่อสารหมดโอกาสที่จะเห็นการแสดงออกทางสีหน้า และท่าทางอื่นๆ ของคู่สื่อสาร การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ยังทำให้ผู้สื่อสารมองไม่เห็นร่องรอยเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (personality clues) โดยปกติจะปรากฏอยู่ในการสื่อสารด้วยการเขียนจดหมายโต้ตอบแบบต่างๆ เช่น ลายมือ เครื่องเขียนที่ใช้ ฯลฯ นอกจากนั้นการพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ยังทำให้ผู้สื่อสารหมดโอกาสที่จะเข้าใจความหมายทางสังคม (social meaning) ที่แฝงในน้ำเสียง ระดับเสียง และคุณภาพของเสียงของผู้สื่อสารอีกด้วย ตัวอย่างเช่น เสียงดังฟังชัด มีความหมายแสดงถึงความมั่นใจและการมีภูมิรู้ของผู้สื่อสาร ในขณะที่เสียงเหนือ ให้ความหมายว่าไม่ใช่คนเมืองที่อาศัยอยู่

ในกรุง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า การสื่อสารด้วยการพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์จัดเป็นการสื่อสารที่ไม่สมบูรณ์ หากเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face communication) อย่างไรก็ตาม หากจะมองเหรียญอีกด้านหนึ่งก็จะพบว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต้องอาศัยการพิมพ์ตัวหนังสือเป็นหลักนี้ มีข้อได้เปรียบทางการสื่อสารอยู่หลายประการด้วยกันคือ ประการแรก การสื่อสารชนิดนี้มีข้อได้เปรียบในแง่ความใส่ใจที่ต้องมี (focusing attention) กับข้อความและเชื้อต่อการสกัดเอาแต่สาระสำคัญเหลือไว้เท่านั้น ประการที่สองคือ การสื่อสารชนิดนี้บังคับให้ผู้สื่อสารหรือผู้ใช้คอมพิวเตอร์ต้องเลือกสรรคำที่ให้ความหมายชัดเจน คม และตรงกับใจที่ต้องการจะสื่อ

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ช่องทางการสื่อสารด้วย CMC ที่อาศัยการพิมพ์เป็นหลักนี้ สามารถถ่ายทอดลำเสียงข้อมูลข่าวสารประเภทเลือกที่รัก คือเอาเฉพาะที่ถูกเขียนลงเป็นตัวหนังสือได้เท่านั้น และมักที่ซัดกับข้อมูลประเภทที่ถ่ายทอดได้โดยวิธีการสื่อสารแบบอื่นๆ ซึ่งข้อมูลประเภทนี้มีความสำคัญในแง่สามารถสร้างความเข้าใจทางสังคมได้ อาการเลือกที่รักมักที่ซัดของ CMC นี้ จึงทำให้เกิดผลกระทบต่อกระบวนการลำเสียงข้อมูลข่าวสารในกระบวนการสื่อสารที่มีคุณสมบัติ “ไม่สมบูรณ์พร้อมด้วยความหมาย” ดังกล่าวแล้วนั่นเอง

2. เทคโนโลยีที่เป็นมิตรและเป็นภัยต่อสังคม

J.W.Chesebro และ D.G.Bonsall (1989) มองว่า CMC เป็นดาบสองคม ที่ให้ทั้งประโยชน์และก่อโทษได้ขณะเดียวกัน หากไม่มีวิธีจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ดีพอ

เราสามารถสังเกตเห็นลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมของบรรดาผู้ใช้ CMC ได้หลากหลาย แต่ลักษณะหนึ่งที่โดดเด่นคือ “ความไม่ปรากฏตัวตนที่แท้” (impersonal) หรือ “การแสดงตนให้ปรากฏท่ามกลาง” (social presense) นั้นมีน้อยหรือเป็นไปในลักษณะถดถอย

ลักษณะความสัมพันธ์ที่เห็นชัดอีกประการหนึ่งคือ ความพยายามที่จะลดความแตกต่างทางสังคมโดยการใช้ภาษาแสลง (slang expression) กล่าวคือการสนทนาผ่านคอมพิวเตอร์มักจะใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการและเปิดเผย เมื่อเปรียบเทียบกับ การสนทนายาระหว่างบุคคลทางโทรศัพท์ หรือการสื่อสารโต้ตอบด้วยบันทึก (memo) การแสดงออกทางอารมณ์ดังกล่าวอาจจะเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้ชดเชยคุณสมบัติอื่นๆ ที่คอมพิวเตอร์ไม่อาจทำได้ เช่น คอมพิวเตอร์แสดงน้ำเสียงหรือบุคลิกภาพใดๆ ของผู้สื่อสารไม่ได้ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ข้อสังเกตประการหนึ่งเกี่ยวกับประเด็นการแสดงอารมณ์ที่ไม่เป็นทางการ ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเป็นตัวตน (self-destructive)

แต่เป็นไปเพื่อไม่ให้เกิดการประเมินซึ่งกันและกัน (assessing others) มากกว่า อาจกล่าวได้ว่า CMC ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสรีระของผู้สื่อสารมากนัก รวมทั้งไม่มีผลต่ออารมณ์และการประเมินตนเอง เมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาของคนในบริบททั่วไป นั่นคือ ในบริบท CMC ผู้สื่อสารมีอิสรภาพที่จะแสดงออกทางอารมณ์มากกว่า โดยไม่ต้องกังวลว่าตัวเอง จะถูกประเมินโดยคู่สื่อสารว่าอย่างไร

CMC ทำให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์อันที่มิตร หรือแม้แต่ทำให้คนแต่งงานกันได้ (Brown, 1984) คนในสังคมจำนวนหนึ่งใช้ CMC เป็นเครื่องมือหรือช่องทางในการหาเพื่อน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อแก้ปัญหาที่ตนเองกำลังประสบอยู่ อย่างไรก็ตามคนจำนวนมากก็ยังให้ความสำคัญต่อการพบสื่อสารกันแบบเห็นหน้าค่าตา โดยที่เทคโนโลยีการสื่อสารไม่อาจจะแย่ง ความสำคัญของรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมไปได้

R.D.Gratz และ P.J.Salem (1984) กล่าวว่า CMC มีแนวโน้มคุกคามต่อความสัมพันธ์ของมนุษย์ กล่าวคือ เวลาที่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ใช้ไปนั้น ถูกใช้ไปเพื่อประสบการณ์ที่ไม่ได้เป็นไปเพื่อสังคม (nonsocial experience) แต่เป็นไปเพื่อ "การสะท้อนตัวตน" (self reflective) มากเกินไป แทนที่จะเป็นการเพิ่มความเข้าใจต่อสังคมและวัฒนธรรมอันเป็นการพัฒนาหรือขยายตัวตน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในบริบทคอมพิวเตอร์เป็นการแสดงออกที่แสดงปมหลงไหลในตนเอง (narcissistic act) อย่างไรก็ตาม ยังสรุปไม่ได้ว่าการแสดงออกที่ต้องการภาพสะท้อนถึงตนเองนั้นจะเป็นภัยต่อสังคมหรือไม่ อย่างไร

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีข้อจำกัดในการสื่อสารในลักษณะที่ต้องอาศัยการอุปมาอุปมัย (analogic) การเทียบเคียง (relativistic) การแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ (symbolic) การเรียงร้อย ประติบัติต่อเป็นเรื่องเป็นราว (anecdotal) CMC มีลักษณะเน้นหนักเนื้อหา (content-oriented) ซึ่งจะไปจำกัดพัฒนาการของพฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ที่แท้จริง ยิ่งไปกว่านั้น คอมพิวเตอร์ยังไม่อาจเสนอความสลับซับซ้อนทางสังคมหลากหลายระดับ ที่ดำรงอยู่อย่างชัดเจนให้ปรากฏได้เหมือนบริบทการสื่อสารปกติ

นอกจากนั้น CMC ยังก่อผลสะท้อนต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในแง่ "เวลา" ที่ใช้ไปกับคอมพิวเตอร์ที่นับวันจะมากขึ้นเรื่อยๆ และจะไปลดทอนเวลาที่ใช้กับการติดต่อแบบเห็นหน้าค่าตาของคนในสังคม ความหลงไหลได้ปลื้มกับคอมพิวเตอร์ (computer obsession) ได้เกิดขึ้นแล้วในทุกมุมโลก เช่น ภรรยาของสามีเรียกตัวเองว่า "แม่หม้ายยุคคอมพิวเตอร์" ก็มี

(Lisane Renner, 1984) ผลกระทบประการหนึ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาของการทุ่มเทเวลาให้กับคอมพิวเตอร์ที่ตนหลงใหลนี้ก็คือ "ทักษะทางสังคม" (social skills) จะถูกแทนที่ด้วย "ทักษะทางเทคโนโลยี" (technological skills) นั่นคือ เมื่อไหร่ก็ตามที่คนต้องการจะค้นหารวบรวมข้อมูลที่ต้องการหรือทำงานที่ตัวเองกำลังทำ หรือสนุกสนานกับการพักผ่อนหย่อนใจที่ตัวเองชื่นชอบ คนจะเลือกทำกับเครื่องจักรมากกว่าจะทำกับคนด้วยกัน (Linda C. Lederman, 1984)

ลักษณะความสัมพันธ์อีกประการหนึ่งที่พบใน CMC คือ ความลวงหลอก (deception) เช่น การไม่เปิดเผยหรือโกหกอายุ ที่พบได้ทั่วไปในการสนทนาทางคอมพิวเตอร์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การโกหกเพศที่แท้จริงของกลุ่มสนทนา ผู้สื่อสารใน CMC จะรอบคอบกับการตัดสินใจว่าควรเปิดเผย หรือไม่ควรเปิดเผยข้อมูลที่แท้จริงของตัวเองให้ผู้อื่นรู้ และเมื่อใดที่คำตอบคือไม่ต้องการเปิดเผย ผู้สนทนาจึงจะเลือกใช้วิธีลวงหลอกหรือโกหก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สื่อสารไม่รู้สึกรู้ว่าจำเป็นต้องรับผิดชอบในการโกหกหรือหลอกลวงนั้น และเพราะไม่มีบทลงโทษอะไรที่เป็นรูปธรรมที่ตนเองจะต้องรับ

ผลกระทบของ CMC ที่เป็นภัยต่อสังคมอีกประการหนึ่งคือ ปฏิสัมพันธ์ในบริบทคอมพิวเตอร์กำลังเข้ามาแทนที่รูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์และมีความเป็นมนุษย์ Samuel Gulino (1982) ถึงกับใช้คำว่า คอมพิวเตอร์มีศักยภาพเหลือล้นที่จะลดทอนความเป็นมนุษย์ (dehumanization) ของคนในสังคมลงไป

ถึงแม้ว่าคอมพิวเตอร์จะถูกมองในเชิงวิพากษ์ว่า อาจสร้างและกำลังก่อผลกระทบต่อคนและความสัมพันธ์ของคนในสังคมในเชิงลบ แต่ก็มิ้นนักวิชาการจำนวนไม่น้อยที่เสนอว่า วิธีการมองคอมพิวเตอร์ควรจะเป็นการมองเพื่อแสวงหาจุดดี เพื่อนำมาใช้กับการสื่อสารในชีวิตประจำวันให้เกิดประโยชน์สูงสุด จุดดีดังกล่าวก็เช่น กระดานข่าว (bulletin boards) สามารถสร้างสายสัมพันธ์และมิตรภาพในหมู่คนที่อาจจะไม่มีโอกาสได้พบกันเลยก็ได้ถ้าไม่มีคอมพิวเตอร์ CMC อาจช่วยเพิ่มพูนภาพลักษณ์ของตัวเอง (self-image) ทำให้ชัดเจนและรู้จักตัวเองยิ่งขึ้น และนำไปสู่ความรู้สึกที่ว่าต้องควบคุมตัวเอง (self-control) ที่อดีตอาจไม่เคยรู้สึกเลยก็เป็นได้ นอกจากนี้ CMC ยังเอื้อต่อบรรยากาศความเป็นประชาธิปไตย โดยอาศัยเครือข่าย "computer-network democracy" ที่มีการจัดตั้งขึ้นแล้วในหลายประเทศ เป็นเวทีในการแสดงวิญญานประชาธิปไตย ที่ทุกคนทุกเสียง มีความเท่าเทียมในการแสดงความเห็น

3. งานและความสัมพันธ์ทางสังคม

เครือข่ายเชื่อมโยงของคอมพิวเตอร์ถูกออกแบบมาเพื่อเอื้ออำนวยต่อการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการดำเนินธุรกิจการงาน สภาพแวดล้อมของการทำงาน เครือข่ายคอมพิวเตอร์มีบทบาทหนุนนำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ รวมทั้งสร้างความคล่องตัว และเพิ่มการมีส่วนร่วมในองค์กร อย่างไรก็ตามก็ดีเครือข่ายคอมพิวเตอร์นี้ไม่อาจทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากันได้ คอมพิวเตอร์กำลังเข้ามาเสริม และแทนที่การสื่อสารในองค์กรในรูปแบบอื่นๆ เช่น การพบปะพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตากันทางโทรศัพท์ และการเขียนบันทึกหรือรายการส่งถึงกัน

ในขณะที่คอมพิวเตอร์มีบทบาทต่อการทำงาน และวิถีชีวิตของคนทำงานในองค์กร คอมพิวเตอร์ก็มีบทบาทต่อคนทั่วไปในแง่การแยกตัวออกไปจากสังคมของคนหมู่มาก ไปสู่กลุ่มย่อย (isolated clique) การแยกตัวออกไปนี้จะช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่ม หรือสังคมที่มีขนาดย่อมลงหรือถ้าจะกล่าวในทางกลับกันก็คือ คนจะสูญเสียความรู้สึกมีส่วนร่วมทั้งระบบที่มีขนาดใหญ่ แต่จะแสวงหากลุ่มอ้างอิงใหม่ๆ ภายนอกระบบใหญ่ (external references) นั้น การเคลื่อนตัวเพื่อแสวงหาความสัมพันธ์กับกลุ่มชายขอบนี้จะขยายขอบเขตกว้างขึ้นเรื่อยๆ นั่นคือ ปัจเจกบุคคล 1 คน อาจมีกลุ่มอ้างอิงที่มากกว่าหนึ่ง การแสวงหากลุ่มอ้างอิงใหม่ๆ ชายขอบนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่หยุดนิ่งอย่างยิ่ง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในบริบทของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตนี้ เป็นได้ทั้งเพื่อจุดมุ่งหมายคืองาน (task-oriented) คือต้องมีการรวมตัวในระบบในองค์กรระดับหนึ่ง และทั้งเพื่อฉีกตัวเองออกไปจากระบบใหญ่ (isolated-experience) เพื่อค้นหาและขยายประสบการณ์ใหม่ ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจการงาน คอมพิวเตอร์ช่วยเราทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ แต่ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจการงาน คอมพิวเตอร์ช่วยเราทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ แต่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยอาศัยเวลาคอมพิวเตอร์ขยายประสบการณ์ทางสังคมให้กับเรา

4. คอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพในการแก้ไขความขัดแย้ง

การประชุมที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อมีประสิทธิภาพน้อยกว่าการประชุมแบบดั้งเดิม (อยู่ในสภาพที่เดียวกับเห็นหน้าค่าตากัน ได้ตอบด้วยอวัจนภาษาได้) เพื่อแก้ไขปัญหาและความขัดแย้งในการประชุม "teleconference" ผู้ร่วมประชุมต้องใช้เวลาและคำพูดมากกว่าเพื่อแก้ไขปัญหาและความขัดแย้ง ทั้งนี้เพราะการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ไม่สามารถใช้อวัจนภาษาและจังหวะใน

การพูด (vocal cues) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาและความขัดแย้งได้ Kiesler, Siegal, และ McGuire (1984) ได้สังเกตการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ภายในกลุ่มพบว่า มีลักษณะเป็นงานเป็นการมาก (task-oriented) และใช้เวลานานกว่าสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาในการให้ได้มาซึ่งความเห็นพ้องต้องกันทุกฝ่าย

5. คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารด้วยวจนภาษาที่มีประสิทธิภาพ

โดยเฉลี่ย การสื่อสารด้วยการพิมพ์ผ่านแป้นพิมพ์ของคอมพิวเตอร์ จะใช้จำนวนประโยคและจำนวนคำเพื่อสื่อความหมายน้อยกว่าการสื่อสารแบบพูดคุย หรือต้องใช้เสียง ในบริบท CMC ผู้สื่อสารจะตัดประโยคและคำที่รุ่มร่ามออก เหลือเป็นประโยคที่ไม่สมบูรณ์ (ด้วยรูปแบบ) แต่ให้ความหมายได้ตามที่ต้องการ ถ้อยคำมักถูกตัดทอน ย่นย่อ แปลงให้เป็นคอมพิวเตอร์สแลง เพื่อลดปริมาณการใช้ถ้อยคำลง การตัดทอนนี้จะช่วยทำให้เกิดความรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนสาร แต่ในขณะเดียวกันก็อาจจะลดรายละเอียดที่มีค่าควรแก่การจะเสียสละเวลาสื่อสารได้

6. คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ทุ่นเวลา

ถึงแม้ว่าการประชุม "teleconference" จะแก้ปัญหาและความขัดแย้งได้อย่างไม่ค่อยมีประสิทธิภาพดีเท่าการประชุมแบบเห็นหน้าค่าตากัน แต่ในระยะยาวแล้วการประชุมแบบนี้ประหยัดเวลาได้มากกว่า ทั้งนี้เพราะการประชุม (ผู้สื่อสาร) เน้นการสื่อสารเพื่อใช้งาน (task oriented) โดยใช้ประโยคและค่าน้อยกว่า รวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงประเด็นที่เป็นเรื่องระหว่างบุคคล กล่าวได้ว่าการประชุมลักษณะนี้มีประสิทธิภาพในแง่ของการใช้เวลามากกว่าการประชุมแบบดั้งเดิม

นอกจากนั้นการประชุม "teleconference" นี้ยังรัดกุมตรงไปตรงมา และมีลักษณะเป็นงานเป็นการกว่า ในขณะที่การประชุมแบบเห็นหน้าค่าตากัน มีลักษณะเป็นส่วนตัวให้บรรยากาศที่ผ่อนคลาย และมีความฉับไวในการโต้ตอบมากกว่า

7. ระบบวัฒนธรรมใหม่

การประชุม "teleconference" กระดานข่าว และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ลักษณะต่างๆ ผลักดันให้ผู้ใช้กระโจนเข้าสู่วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมใหม่ การปฏิสัมพันธ์ในบริบท CMC เกิดขึ้นได้โดยไม่มีเงื่อนไขเรื่องเวลาและสถานที่ (nonspatial and nontemporal environments) การแลกเปลี่ยนสารสนเทศรวมทั้งการสื่อสารในลักษณะต่างๆ กระทำโดยอาศัยสายโทรศัพท์และระบบไมโครเวฟเซสเซอร์ ซึ่งเอื้ออำนวยให้ผู้สื่อสารไม่รู้สึกรู้ว่า มีสถานที่ที่แท้จริงในการสื่อสาร (no sense of place) หรืออาจกล่าวได้ว่าสถานที่ที่ใช้ในการสื่อสารภายในเครือข่ายคอมพิวเตอร์

มีลักษณะเฉพาะตัว (unique) แตกต่างไปจากนิยามของสถานที่ที่เป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคมทั่วไป ที่มีเรื่องเงื่อนไขของเวลาและสถานที่ทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง ในสถานการณ์การสื่อสาร ภายใต้บริบทเช่นนี้ ผู้สื่อสารจำเป็นต้องสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (social norms) และกฎเกณฑ์ กติกา (rules) ขึ้นมาเพื่อใช้ควบคุม จัดการบริบททางสังคมใหม่นี้ โดยนัยนี้ การสื่อสารของมนุษย์ ด้วยคอมพิวเตอร์ได้สร้าง "ความเป็นจริงชนิดใหม่" (new reality) สำหรับผู้ที่ใช้ระบบดังกล่าว

สำหรับผู้บุรุษใหม่ (novice) ในวงการ CMC กระบวนการการเรียนรู้บรรทัดฐานกฎเกณฑ์ กติกา ความรู้ วัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งเป็นความจริงในลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม จึงเป็นสิ่งที่ขาด ไม่ได้

8. กระตุ้นให้เกิดการสื่อสารด้วยสื่อทางเลือกชนิดอื่นๆ

นอกจาก CMC จะเปลี่ยนวิธีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมแล้ว การใช้คอมพิวเตอร์อย่าง แพร่หลายยังกระทบการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารชนิดอื่นๆ ว่าจะถูกใช้อย่างไรอีกด้วย ในอีกด้านหนึ่ง การใช้สื่อต่างๆ จะขยายวงกว้างมากขึ้นในสังคม เมื่อมีการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อในการสื่อสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคอมพิวเตอร์เองก็ไม่มีคุณสมบัติพร้อมในการทำหน้าที่เสมือนมนุษย์ (เช่น แสดงอารมณ์ความรู้สึกไม่ได้) มนุษย์จึงจำเป็นต้องอาศัยสื่ออื่นๆ เข้าช่วยเพื่อเติมเต็มความหมาย ระหว่างกระบวนการสื่อสาร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุดสำหรับผลกระทบในประเด็นนี้คือ การใช้ คอมพิวเตอร์อย่างแพร่หลายจะนำมาซึ่งปริมาณการสื่อสารด้วยสื่อที่ต้องใช้การเขียนเพื่อการติดต่อกันเป็นหลักนั่นคือ การเขียนกลายเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้น เช่น คนในสังคมจะเขียนจดหมายโต้ตอบกันมากขึ้น

ในอีกด้านหนึ่ง ก็อาจเป็นไปได้ว่า การใช้คอมพิวเตอร์อย่างแพร่หลายจะทำให้สื่อและการสื่อสารทางเลือกอื่นๆ ลดบทบาทลงไป เช่น การศึกษาของ Ronald E. Rice และ James H. Bair (1984) พบว่า การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ภายในองค์กรจะช่วยลด "shadow functions" ได้แก่ กิจกรรมที่ทำให้ต้องสิ้นเปลืองเวลา หรือกิจกรรมที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการทำงานให้สำเร็จ แต่ไม่ได้ช่วยให้เกิดผลลัพธ์ (productivity) ของงานแต่อย่างใด อาทิ การรอโทรศัพท์ การค้นหาข้อมูลจากแฟ้มเอกสารที่ค้นแล้วในที่สุดไม่พบ หรือไม่ได้ ข้อมูลตามต้องการ การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารลักษณะอื่นๆ โดยเฉพาะการสื่อสารที่เป็น shadow functions (เช่น การใช้โทรศัพท์ การเดินทางไปโต๊ะเพื่อนร่วมงาน เพื่อซักถามข้อมูล) จะน้อยลงเมื่อมีการใช้คอมพิวเตอร์ในสำนักงานมากขึ้น

9. ลดการสื่อสารที่มีผู้นำเป็นศูนย์กลาง (leader-centered communication)

ในบริบทของการทำงานในองค์กรธุรกิจ CMC จะลดบทบาทของผู้นำในกระบวนการสื่อสารที่มีหน้าที่เป็นผู้ประสานงานจัดระเบียบวาระและออกกฎเกณฑ์กติกา Kiesler, Siegel, และ McGuire (1984) ได้ศึกษากระบวนการสื่อสารในประเด็นดังกล่าวพบว่า บทบาทที่หลากหลายของสมาชิกในกลุ่มที่สื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์จะลดลง และไม่มีเสถียรภาพ คือ ไม่มีผู้นำที่มีบทบาทผู้นำถาวร และไม่มีผู้ตามหรือคนอื่นๆ ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มจะมีบทบาทอื่นใดที่ตายตัวไม่เปลี่ยนแปลง ยิ่งกว่านั้นยังพบอีกว่าความถี่ของการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร CMC ในกลุ่มสมาชิกในองค์กรมีความถี่พอๆ กัน ในขณะที่ความถี่ของการมีส่วนร่วมในหมู่สมาชิกของกระบวนการสื่อสารที่อาศัยการฟังและการพบปะแบบเห็นหน้าค่าตากันเป็นหลักไม่เท่ากัน กล่าวได้ว่าการสื่อสารด้วยการพิมพ์ถึงกัน (teletype) โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางนี้มีลักษณะเท่าเทียม (egalitarian) และไม่มีภาวะระเบียบอย่างเป็นทางการ (disorganized)

Cushman และ Cahn (1985) ยังสรุปด้วยว่า การสื่อสารอย่างเป็นทางการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศซึ่งกันและกันอย่างเท่าเทียม สไตล์การบริหารแบบใหม่นี้มีลักษณะเป็นแนวราบ (lateral) แนวทะแยงมุม (diagonal) จากส่วนล่างขึ้นไปสู่ส่วนบน (bottom up) หรือแนวต่างๆ ดังกล่าวที่ผสมผสานกัน การสื่อสารดังกล่าวแตกต่างไปจากการสื่อสารของทางการ ตรงที่ก่อให้เกิดการเชื่อมต่อในแนวระนาบ (horizontal link) ที่ทุกคนมีโอกาสสูงเท่าเทียมในการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ ในการให้บริการซึ่งกันและกัน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เป็นสาระสำคัญของสังคมอุตสาหกรรมยุคหลังสมัยใหม่

ความเท่าเทียมระหว่างการปฏิสัมพันธ์ใน CMC นี้เองอาจนำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกันในที่สุด

แม้ CMC ได้ก่อให้เกิดผลทางสังคมที่มีลักษณะเฉพาะตัว แต่ก็พอมองออก ผลทางสังคมดังกล่าว ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ลดทอนธรรมชาติความเป็นมนุษย์ลง เช่น เป็นการสื่อสารที่มีแต่วัจนภาษาล้วนๆ มุ่งเน้นเพื่อการใช้งาน (task oriented) สนใจประสิทธิภาพสูงสุดภายในเวลาจำกัด เป็นต้น ผลทางสังคมในประการอื่นๆ คือ จิตวิทยาและสังคมวิทยาแนวใหม่ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเวลาและสถานที่ใหม่ เรื่องคำที่ใช้ในการสื่อสารที่เกิดขึ้นใหม่ และเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันที่ดูเหมือนจะถูกจัดให้เป็นระบบมากขึ้น

ข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น นำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า CMC เป็นสื่อใหม่สำหรับการสื่อสารมิติใหม่ที่รังสรรค์รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ชนิดใหม่ขึ้นมา และนี่อาจเป็นจุดเริ่มต้นของผลสะท้อนที่เห็นได้ชัดที่สุด ก่อนผลสะท้อนในลักษณะอื่นๆ

การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience analysis)

การศึกษาเรื่องการใช้สื่อสามารถศึกษาได้จากสองด้านคือ จากด้านผู้รับสารเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้สื่อ และพฤติกรรมการใช้สื่อ จากด้านของสื่อ เกี่ยวกับเนื้อหา การนำเสนอ และปัจจัยแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับสารเลือกใช้สื่อและการดึงดูดความสนใจของผู้รับสารให้คงอยู่ การศึกษาจะต้องทำทั้งสองด้านควบคู่กันไปไม่สามารถแยกกันได้ เพราะการศึกษาแรงจูงใจของผู้รับสารจะต้องทำการศึกษาถึงตัวสื่อและเนื้อหาของสื่อด้วย

การศึกษาเรื่องการใช้สื่อสามารถศึกษาได้จากหลายแนวทาง แบ่งเป็น 3 แนวทางใหญ่ คือ

1. Structural Tradition

เป็นการศึกษาขนาดหรือปริมาณของผู้รับสารที่สามารถจะเข้าถึงสื่อได้ รวมถึงองค์ประกอบทางสังคม (social composition) ของผู้รับสาร เช่น อายุ เพศ รายได้ อาชีพ เพื่อให้รู้ลักษณะเบื้องต้นของผู้รับสาร โดยมีระบบของสื่อ (media system) และระบบสังคม (social system) เป็นตัวกำหนดเบื้องต้น

2. Behaviorist Tradition

เป็นการศึกษาผลกระทบและพฤติกรรมการใช้สื่อ กล่าวคือ ศึกษาว่าอิทธิพลของเนื้อหาสารนั้นได้สร้างผลกระทบแก่พฤติกรรม ความคิดเห็น ทักษะ และค่านิยมของปัจเจกบุคคลมากน้อยเพียงใด ในทางกลับกันก็ศึกษาว่า คุณลักษณะต่างๆ ของบุคคล เช่น แรงจูงใจ ความต้องการ ความคาดหวัง อันเป็นคุณลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคลมีส่วนในการเลือกใช้ การเลือกรับรู้ หรือพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างไรบ้าง

3. Socio-cultural approach

แนวทางวัฒนธรรมศึกษานั้นจะให้ความสนใจต่อบทบาทของสื่อมวลชนในชีวิตประจำวัน โดยถือว่า สื่อเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของบุคคล การศึกษาผู้รับสารจึงตามแนวทางนี้ จึงเป็นการวิเคราะห์การรับสาร (reception analysis) ของผู้รับสารกลุ่มต่างๆ

การศึกษาแต่ละแนวทางจะมีทฤษฎี และวิธีวิจัยที่แตกต่างกันไป แต่ทุกวิธีเป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบของผู้รับสารทั้งสิ้น

ในงานวิจัยเรื่องการใช้อินเตอร์เน็ตของผู้ที่เกิดก่อนยุคคอมพิวเตอร์ ได้ใช้แนวคิดในการศึกษาผู้รับสาร 2 แนวคิดคือ

- แนวคิดเชิงโครงสร้างต่อการเกิดรูปแบบผู้รับสาร (A structural approach to audience formation)

- การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The uses and gratifications approach)

แนวคิดเชิงโครงสร้างต่อการเกิดรูปแบบผู้รับสาร (A structural approach to audience formation)

การใช้สื่อถูกกำหนดด้วยองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญ คือ โครงสร้างสังคม (social structure) และโครงสร้างสื่อ (media structure) โครงสร้างทางสังคม หมายถึง ข้อเท็จจริงทางสังคม ตัวอย่างเช่น การศึกษา รายได้ เพศ ภูมิฐานะ ช่วงอายุ ซึ่งมีอิทธิพลในการกำหนดลักษณะที่เห็นโดยทั่วไป (general outlook) และ พฤติกรรมทางสังคม (social behavioral) โครงสร้างสื่อ หมายถึง องค์ประกอบของสื่อที่เชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย ช่องทาง(channal) ทางเลือก (choice) และเนื้อหา (content) ที่มีอยู่และนำเสนอ ระบบของสื่อตอบสนองต่อแรงกดดัน และผลตอบรับจากผู้รับสาร ดังนั้นสื่อจึงต้องรักษาสสมดุลระหว่างการนำเสนอและความต้องการของผู้รับสาร

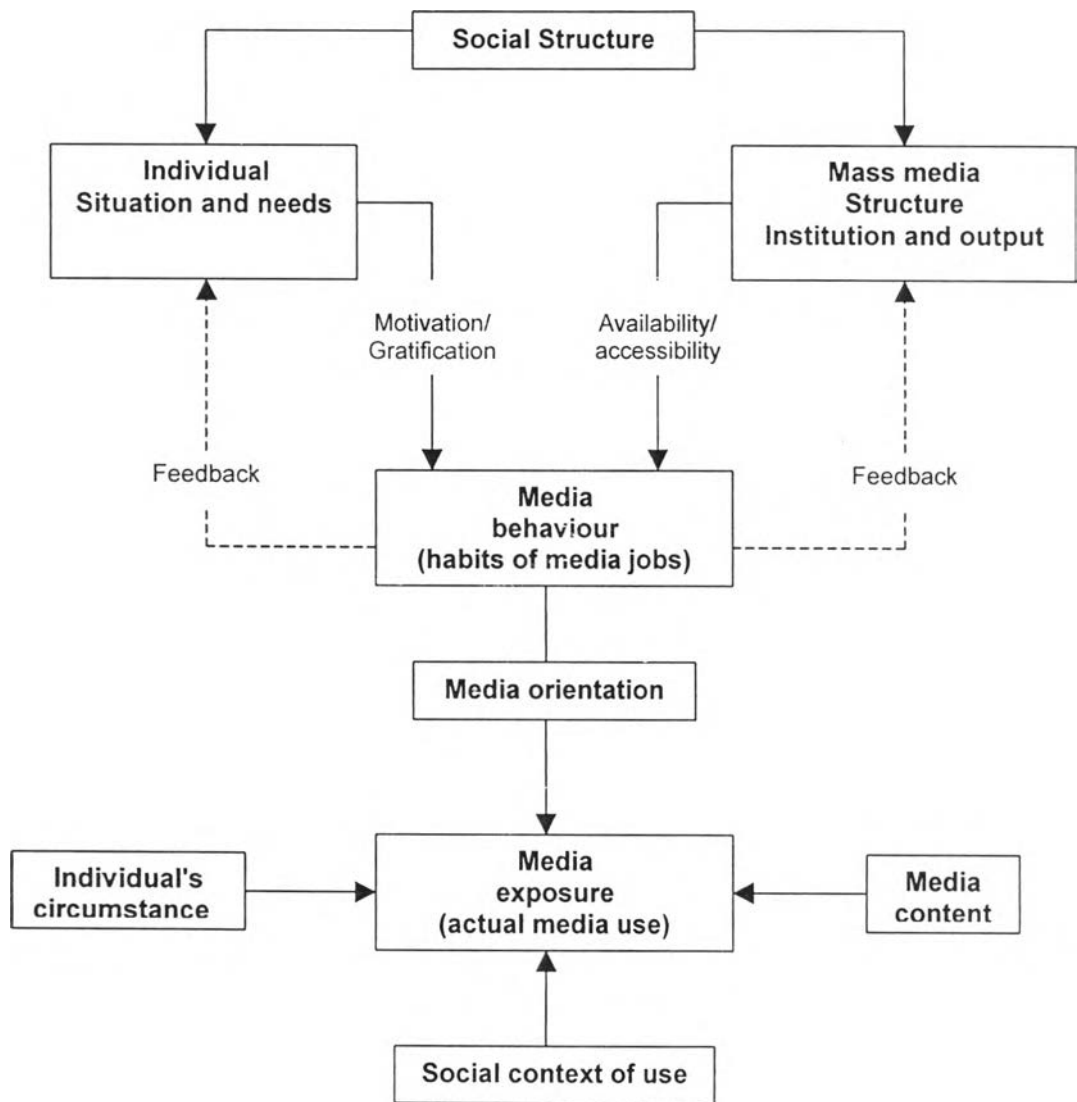
แบบจำลองเชิงโครงสร้างการใช้สื่อที่แสดงในภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแบบแผนทางพฤติกรรมการใช้สื่อ และทางเลือกที่มีอยู่ในเวลาและสถานที่นั้น แบบจำลองส่วนบนแสดงให้เห็นว่าแบบแผนพฤติกรรมการใช้สื่อของแต่ละคนเป็นผลมาจากปัจจัยหลัก 2 ประการซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างทางสังคม ประการแรกคือ สถานการณ์และความต้องการของปัจเจกบุคคล (Individual situation and needs) มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางสังคมที่อยู่ไม่มากก็น้อย เช่น ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ความต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ ความต้องการการปฏิสัมพันธ์ ประการที่สองคือ โครงสร้างและการนำเสนอของสื่อมวลชน (Mass media structure institutions and output) โครงสร้างของสื่อมวลชน ประกอบด้วย สิ่งที่มีอยู่ ณ เวลาและสถานที่นั้น และความสามารถในการเข้าถึงสื่อของผู้รับสารซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางการศึกษาและรายได้ ปัจจัยทั้ง 2 ประการไม่เพียงแต่นำไปสู่แบบแผนพฤติกรรมการใช้สื่อ แต่ยังนำไปสู่การเกิดเป็นกลุ่มคนที่ถูกกำหนดโดยการใช้สื่อ (Media orientation) ซึ่งกลุ่มผู้รับสารดังกล่าวถูกกำหนดโดยภูมิหลังทางสังคม และประสบการณ์การใช้สื่อที่ผ่านมา ทำให้เกิดรูปแบบที่มีความคล้ายคลึงกันในการใช้สื่อตามความชอบ ความสนใจ นิสัยการใช้ ความคาดหวัง

ในส่วนล่างของภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นการใช้สื่อที่เป็นจริง (actual media use) ภายใต้สถานการณ์ประจำวัน การเลือกใช้สื่อและเนื้อหาที่นำเสนอในลักษณะเฉพาะเจาะจง อยู่ภายใต้อิทธิพลของตัวแปร 3 ประการ คือ

1. media content คือเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอในรายการแต่ละวัน
2. individual's circumstances หมายถึงเงื่อนไขของผู้รับสารแต่ละคน ณ ช่วงเวลานั้น เช่น การมีเวลาว่าง มีเวลาพอจะให้ความสนใจ มีกิจกรรมทางเลือกอื่น
3. social context of use หมายถึงบริบททางสังคมที่มีผลต่อการเลือกและการใช้สื่อ เช่น อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อนฝูง

การศึกษาของกลุ่มผู้รับสาร สภาพการรับสื่อในแต่ละวันสามารถคาดการณ์ได้จากกลุ่มผู้รับสารที่ถูกกำหนดโดยการใช้สื่อเดียวกัน (Media orientation) แต่การศึกษาการใช้สื่อที่เป็นจริงอย่างเฉพาะเจาะจงของผู้รับสาร จะไม่สามารถคาดการณ์ได้เนื่องจากขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหลายประการที่ไม่สามารถคาดเดาได้

ดังนั้นแนวทางในการวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารในงานวิจัยนี้ จะศึกษาการใช้สื่อใน 2 ลักษณะ คือการใช้สื่อโดยทั่วไป ซึ่งสามารถคาดการณ์ได้ และการใช้สื่อแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งจะอธิบายเป็นแต่ละกรณีของผู้รับสารซึ่งมีเงื่อนไขที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 2.1 A structural model of media use (after Weibull,1985)

(source: McQuail,1997:69)

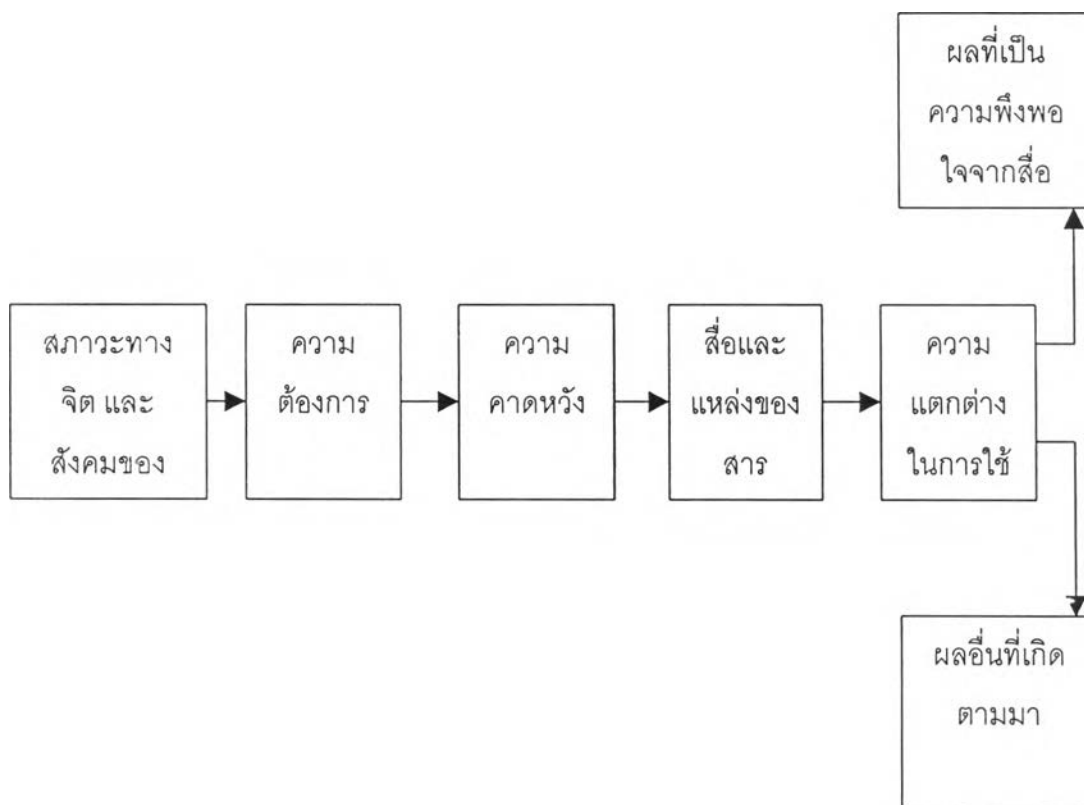
การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The uses and gratifications approach)

การใช้สื่อขึ้นอยู่กับ การได้รับความพึงพอใจ ความต้องการ ความปรารถนา หรือแรงจูงใจของผู้รับสาร ซึ่งการศึกษาในแง่มุมนี้มักทำการศึกษา กับสื่อใหม่ (new media) ที่เกิดขึ้น เพราะสื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ผู้รับสารแต่ละคนจะมีความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อแต่ละชนิดแตกต่างกันไป

การศึกษาเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เป็นการศึกษาเพื่อที่จะอธิบายถึงการใช้สื่อในแง่มุมของผู้รับสารว่าทำไมถึงใช้สื่อ และใช้สื่อเพื่ออะไร ในแนวทางการศึกษาแบบ functionalist มองว่าสื่อมีหน้าที่ตอบสนองความต้องการของสังคม แต่ในการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง

โดยส่วนใหญ่การเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น มีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อม สำหรับการลงมือกระทำ (เช่น รายงานพยากรณ์อากาศ) เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

จากข้อสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น Katz, 1974 ได้อธิบายกระบวนการเลือกใช้สื่อ (The process of media selection) ว่า พฤติกรรมของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน จึงมีการเลือกใช้สื่อตามความต้องการของตนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน และความต้องการที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไปด้วย



ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกใช้สื่อ

ในเรื่องของการจัดแบบแผนเรื่องคามพึงพอใจในการใช้สื่อนั้น McQuail,1972 ได้จัดกลุ่มของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคลเป็น 4 ประเภทคือ

1.ความเพลิดเพลีน (Diversion) ซึ่งจะออกในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา

2.มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในสังคม เช่นการดูรายการโทรทัศน์ร่วมกันในครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากโทรทัศน์มาพูดคุยกับคนในที่ทำงาน

3.เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้สื่อเพื่อตอกย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง

4.ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นหน้าที่พื้นฐานในการเปิดรับสื่อ

ตัวอย่างประเภทของแรงจูงใจที่จะใช้สื่อและความพึงพอใจ ทั้งที่แสวงหา (gratification sought) และความพึงพอใจที่ได้รับจริง (gratification gained) มีดังนี้

- การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่างๆ
- การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง
- การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง
- การหาข้อสนับสนุนมาตอกย้ำค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่
- การแสวงหาความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเอง
- เพื่อที่จะได้มีประสบการณ์ในการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนอื่น ๆ
- เพื่อจะได้หาความรู้พื้นฐานในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อจะหากิจกรรมอื่นๆ มาทดแทนการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมแบบ "หัวอกเดียวกัน" หรือมี "เพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุข"
- เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่น
- เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการ
- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อปลดเปลื้องทางอารมณ์
- เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรัญญา ม้าลายทอง (2539) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท ล็อกซเลย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ ตำแหน่ง ลักษณะสายงาน และการเข้ารับและไม่เคยเข้ารับการสัมมนาอภิปราย หรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และความถี่ในการเข้ารับฟังการสัมมนาอภิปรายหรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ชลพรรษ์ อัมมัตถยา (2539) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว) พบว่า ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวมีเหตุผลที่เกิดขึ้นจากสภาวะทางจิตใจของผู้ใช้ ซึ่งต่อมาผู้ใช้อีกจะใช้ประโยชน์จากข่าวในระดับมากน้อยต่างกันไป และได้รับความพึงพอใจต่อข่าวตามคุณลักษณะของข่าวที่มีต่อผู้ใช้

ผลการวิจัยพบว่าผู้รับข้อความข่าวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการในการเลือกใช้เพจเจอร์ และระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวแตกต่างกัน

ศาสตราจารย์ สุนิล คุปตา และ จิม พิทโคว (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเวปไซด์เวป (world wide web : www) ทั่วโลก พบว่า ผู้ใช้เวปไซด์เวปส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการใช้งาน www เพื่อค้นหาข้อมูล และเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือใช้เพื่อการทำงานและการศึกษา โดยผู้ใช้งาน www จะมีการศึกษาในระดับวิทยาลัยขึ้นไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ให้ความยอมรับอินเทอร์เน็ตในฐานะที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น และมีการใช้งานที่แพร่หลายไปสู่วงการอื่นๆ มากขึ้น นอกเหนือไปจากวงการทหาร การศึกษา และนักวิชาการเหมือนเช่นในอดีต

สุภรณ์ วัชรศิริธรรม (2525) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อของครูกับการยอมรับแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามหลักสูตรประถมศึกษา 2525 พบว่า ครูที่มีอายุมากจะมีการยอมรับนวัตกรรมน้อยลง