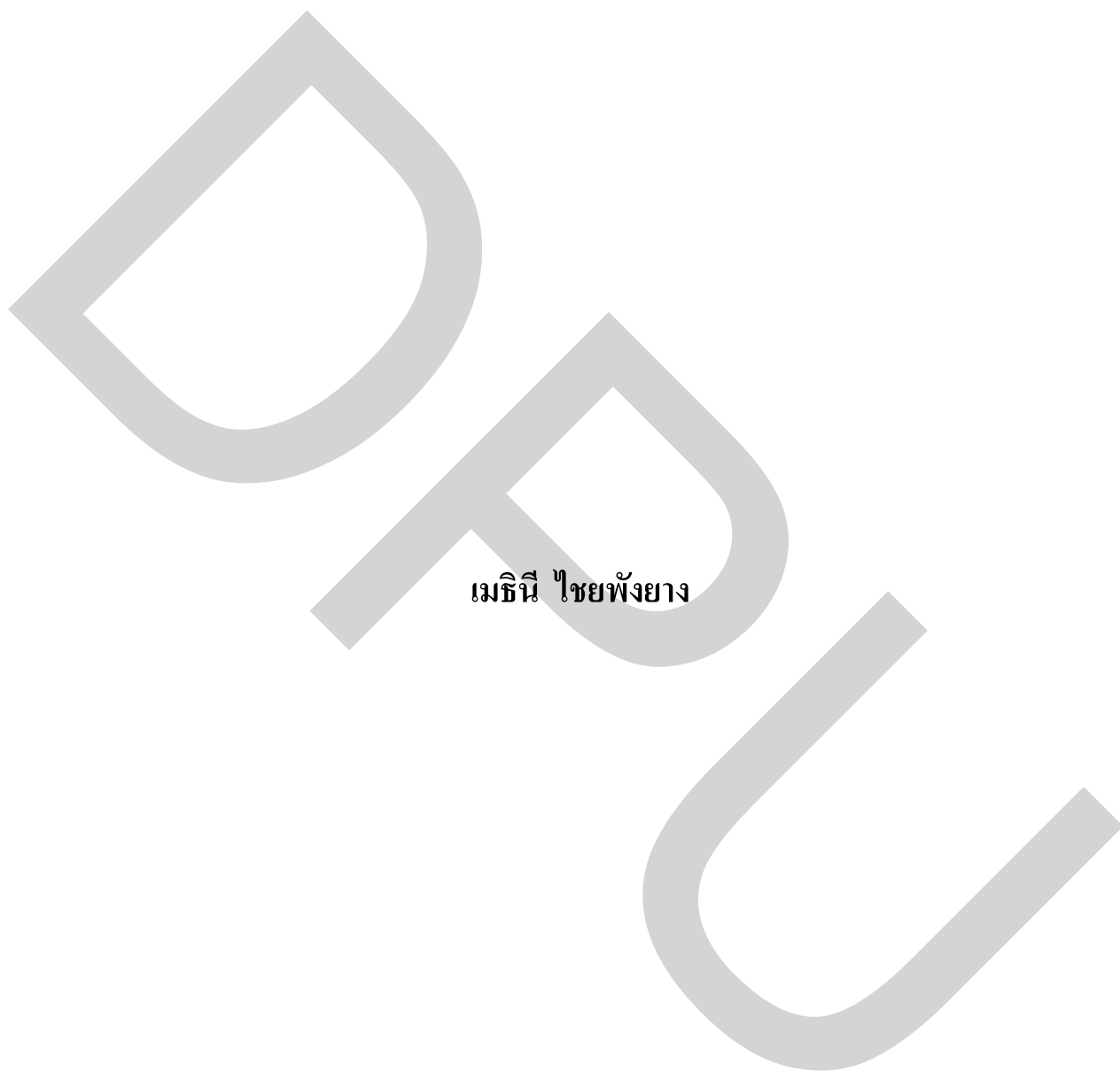


พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์
www.facebook.com กรณีศึกษา ผู้สื่อข่าวออนไลน์



เมธิณี ไชยพั่งยาง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์สารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2555

**A behavior of user online community
www.facebook.com A case study of online reporter**

MAYTINEE CHAIPANGYANG

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art (Communication)**

**Department of Information Communication
Faculty of Communication, Dhurakij Pundit University**

2012

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณที่ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบพระคุณประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ลิ้ม ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนากรแก้ว กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้สอนที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบพระคุณ พ่อสุธรรม แม่สมจิตร พี่เบิร์ต และ พี่นาย ที่คอยให้คำแนะนำและสนับสนุนในทุกๆด้าน รวมถึงให้กำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่มอบโอกาสในการศึกษาดีๆครั้งนี้

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ยังมีบุคคลอื่นที่อยู่เบื้องหลังอีกมากที่มีส่วนในการให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และให้กำลังใจ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกๆคนที่ไม่อาจกล่าวถึงได้หมดด้วยความรู้สึกขอบคุณอย่างแท้จริง

สุดท้ายหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าต่อผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขออุทิศความดีทั้งหมดแด่บัพการี คุรุ อาจารย์ และผู้มีพระคุณต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

เมธินี ไชยพังยาง

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๙
สารบัญแผนภาพ.....	๑๑
สารบัญภาพ.....	
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	20
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	20
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	21
1.5 นิยามศัพท์.....	21
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	22
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์.....	23
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าว.....	27
2.3 แนวทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	28
2.4 แนวคิดทฤษฎีเครือข่ายสังคม.....	32
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร.....	34
2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	36
2.7 แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม.....	38
2.8 แนวคิดการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบ	41
2.9 แนวคิดทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล.....	45
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	50
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
3.2 เครื่องมือ.....	50
3.3 การนำเสนอข้อมูล.....	51
4. ผลการวิจัย.....	52
4.1 ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์.....	52
4.2 ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการ เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์.....	55
4.3 ส่วนที่ 3 การสร้างเครือข่ายของผู้สื่อข่าวออนไลน์จากการใช้บริการ เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์.....	59
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	62
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	62
5.2 การอภิปรายผล.....	65
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	69
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต.....	69
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก.....	74
ประวัติผู้เขียน.....	86

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	2



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network	4
1.2 แสดงจำนวนผู้ชมและใช้งานเว็บวัดเป็น UIP โดยการประมวลจาก IP Address	5
1.3 แสดงจำนวนผู้ชมและใช้งานแต่ละเว็บตั้งแต่เดือนมีนาคม 2551 – มีนาคม 2552	5
1.4 แสดงอัตราการใช้งาน Facebook กับ Social Network อื่นๆ.....	6
1.5 แสดงสถิติการใช้งาน facebook.com ในประเทศไทย.....	7
1.6 แสดงสถิติอัตราผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย แบ่งตามเพศ.....	8
1.7 แสดงสถิติอัตราผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย แบ่งตามช่วงอายุ	8
2.1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของแคชชีและคณะ	29
2.2 แสดงแบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	31
2.3 แสดงการปฏิสัมพันธ์ของการเรียนรู้ระหว่างพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม.....	39
2.4 แสดงแบบจำลองขั้นการเรียนรู้โดยการเลียนแบบ.....	42
2.5 แสดงแบบจำลองส่วนประกอบของการเรียนรู้ขึ้นกับการรับมาซึ่งการเรียนรู้.....	43
2.6 แสดงแบบจำลองกระบวนการในการเรียนรู้โดยสังเกต.....	43

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com กรณีศึกษา: ผู้สื่อข่าวออนไลน์
ชื่อนักศึกษา	เมธินี ไชยพังยาง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน เนตร โพรธีแก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ (2) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ (3) เพื่อศึกษาความเป็นเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน แบ่งตามช่วงอายุเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงและประจำโต๊ะข่าวไอที ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 6 คน กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงและประจำโต๊ะข่าวไอที ช่วงอายุ 30 ปี เป็นต้นไป จำนวน 6 คน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการออนไลน์, ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ และผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

พฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ สามารถวัดได้จากระยะเวลาและความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม มีระยะเวลาและความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีข้อจำกัดอันเนื่องมาจากอุปกรณ์ที่แตกต่างกันออกไป การเปิดรับสื่อหลังเลิกงาน หรือมีการเปิดรับสื่อไปพร้อมกับการทำงาน หรือใช้บริการเว็บไซต์เพื่อการทำงานได้ด้วยเช่นกัน

2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

การใช้ประโยชน์และกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมทั้งหมด 2 กลุ่มเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เป็นการติดตามความเคลื่อนไหวสถานการณ์ต่างๆในสังคม ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้สื่อข่าวออนไลน์ โดยสามารถนำประโยชน์มาใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อสืบค้น ต่อยอดข่าวสาร รวมทั้งยังเป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร รวมไปถึงการแชร์ลิงค์ (Link) ข่าวที่ตนเองผลิตหรือข่าวในองค์กร เพื่อต้องการกระจายข่าวออกไปให้ได้มากที่สุดยังสามารถช่วยในการวัดผลของข่าวว่ามีกระแสตอบรับมากน้อยแค่ไหน โดยวัดจากจำนวนการคอมเมนต์ (Comment) หรือจำนวนการกดไลค์ (Like)

3. ความเป็นเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ยังใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com เป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างแหล่งข่าวและเพื่อนเก่าๆ ซึ่งถือเป็นกิจกรรมหลัก โดยติดต่อสื่อสารผ่านกลุ่ม (Group) คอมเมนต์ (Comment) ข้อความ (Message) แสดงให้เห็นว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้มีการรวมกลุ่มขึ้น แต่ละคนจะมีการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในลักษณะต่างๆ รวมถึงทำหน้าที่ของตนเพื่อให้กลุ่มดำรงอยู่และดำเนินไปได้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารของเครือข่าย www.facebook.com นั้นมีการรวมตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบใน www.facebook.com เหมือนกัน โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารในแบบต่างๆ เพื่อให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

Thesis Title	Behavior of a community service web site www.facebook.com A Case Study of The reporter online
Author	Maytinee Chaipangyang
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. AsawinNedpogaeo
Department	Communication Arts
Academic Year	2011

ABSTRACT

This rechecked aims to examine (1) to study behavior of online community website services. From www.facebook.com of online reporter (2) to study an utilization and complacency of the online community website services; www.facebook.com of online reporter (3) to study the network of community uses of this website; www.facebook.com of online reporter. Which this researched is a qualitative research. (Quantitative Research) By an In-Depth Interviews (In-Depth Interview) from 12 samples, as divided by age into two groups: i.e. group of Online Entertainment Reporter who always uses www.facebook.com , and Online IT Reporter, with 6 samples in age 25-30 year old. And group of Online Entertainment Reporter who always uses www.facebook.com , and Online IT Reporter, with 6 samples in age over 30 year old.

Which the sample in this study is ASTV (Thai newspaper and online media) Online Editorial Department, Thai Rath online editorial department and Matichon online editorial department.

Interpretation of research results:

One. Behavior of online community website services. From www.facebook.com of online reporter.

The used online community Behaviors, be able to checked on space of time and uses's frequency of the 2 sample groups, result of the study is different on space of time and the uses's frequency, as the result of tool's limitation are different, exposure information after work, get information along with work or used the website service for work as well.

Two. An utilization and complacency of the online community website services; www.facebook.com of online reporter.

The utilization and activities as the two sample groups are attend, went on an unidirectional is following the movement of all situation in social. Which it be compared as an important tool of online reporter, with able to compiled infomations, to search, supplement an informations, includes an opportunity to communicated needs informations. Along with sharing a newslink (Link) of them self or organization's news, to dispersed news in highest maximum. And be able to helps to evaluate of news that how informed their audiences are, which evaluated by total of commentator or total of like.

Three. A Network of community uses of this website; www.facebook.com of online reporter.

In addition to, the research result find that the two sample groups used community online website; www.facebook.com are opportunity to communicated the network between an informed source and old friend as main activity, by communicated through group, comments, message. Proved that, when the samples have confederated by each person will do communicated. With exchange of different types of informations, do their own duty to ensure the existence and possibility.

Therefore, the sample groups do communicated between the network of www.facebook.com , from the lovers assembled in www.facebook.com , by means of communication format in several styles to bring the person belong the network.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ในยุคปัจจุบันคงไม่มีใครกล้าปฏิเสธได้ว่า “อินเทอร์เน็ต” เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทางการสื่อสารสมัยใหม่หรือเป็น “สื่อใหม่” ที่สำคัญจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของโลกเรา เราใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงาน การเรียน และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เราจะทำการสื่อสารถึงกันในรูปแบบของการสนทนาออนไลน์ที่เรียกว่าการแชท (Chat) ซึ่งถือได้ว่าเป็นที่นิยมกันมากตั้งแต่วัยเด็กที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้แล้วจนกระทั่งถึงวัยทำงาน สุกัญญา สดขรรค์ ได้ให้ความหมายของคำว่า “สื่อใหม่” หมายถึง สื่อที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน (Computer – Mediated Communication: CMC) เป็นสื่อสัมพันธ์ อาทิ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสมรรถนะของสื่อใหม่โดยเฉพาะ CMC จะมีการเปลี่ยนแปลงจากการที่มนุษย์เคลื่อนย้ายตัวเองจากสถานที่ที่ที่ตนอาศัยอยู่ทางกายภาพไปสู่อีกสถานที่หนึ่งซึ่งเป็นนามธรรมที่อาจเข้าถึงได้ทุกเวลาเป็น อเทอะ (space less) และอกาละ (Timeless)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) ก็เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของวัยรุ่นในปัจจุบันเช่นกัน เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นการบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป โดยการสร้างหน้าตาต่างหรือเว็บไซต์ (web page) ของตัวเอง และอนุญาตให้ผู้อื่นที่ใช้บริการเครือข่ายเดียวกันเข้ามาร่วมแบ่งปันประสบการณ์หรือความเห็นต่างของผู้ใช้นั้นๆ ได้ เครือข่ายทางสังคมเปรียบเสมือนเป็นการเริ่มต้นความสัมพันธ์ของผู้เล่นในลักษณะต่างๆ ทั้งที่เป็นเพื่อนกันอยู่แล้ว เพื่อนของเพื่อน เพื่อนเก่า หรือแม้กระทั่งคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนก็สามารถมาทำความรู้จักผ่านเครือข่ายทางสังคมการสื่อสาร โดยคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางได้ (CMC)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ถือกำเนิดขึ้นและเป็นที่นิยมกันเป็นอย่างมากในหมู่วัยรุ่นของสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี 1997 โดยเว็บแรกคือ SixsDegrees.com และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจนกระทั่งในปัจจุบันได้มีเว็บไซต์อื่นๆถือกำเนิด เพิ่มขึ้นมากกว่า 100 เว็บไซต์ ซึ่งสมาชิกของแต่ละเว็บไซต์มีมากกว่า 20 ล้านคน ในแต่ละเว็บไซต์ทั่วโลกในแต่ละปี ในแต่ละเว็บไซต์นั้น ไม่ได้จำกัดเฉพาะการให้ผู้เล่นได้ทำการสนทนาซึ่งกันและกัน การส่งข้อความถึงกัน แต่ยังเปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้ฟังเพลง อ่านบันทึกออนไลน์ หรือ ไดอารี่ออนไลน์ของผู้อื่น ดูหนังหรือหาข้อมูลความรู้ต่าง

ตารางที่ 1.1 การให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking)

ค.ศ.	เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์
1997	- SixDegrees.com
1999	- Live Journal - AsianAvenue - BlackPlanet
2000	- MiGente - LunarStorm (SNS relaunch) - SixsDegrees.com (ปิดตัวลง)
2001	- Cyworld - Ryze
2002	- Fotolog - Friendster - Skyblog
2003	- Couchsurfing - LinkedIn - MySpace - Tribe.net, Open BC/Xing - Last.FM - Hi5

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ก.ศ.	เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์
2004	<ul style="list-style-type: none"> - Orkut, Dogster - Flickr, Piczo, Mixi, Facebook - Multiply, aSmallWorld (เปิดใช้ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น) - Dodgeball, Care2 (SNS relaunch)
2005	<ul style="list-style-type: none"> - Yahoo 360! - YouTube, Xanga (SNS relaunch) - CyWorld (เปิดตัวที่ประเทศจีน) - Bebo (SNS relaunch) - Facebook (เปิดใช้ที่โรงเรียนไฮน์สกูล) - Ning - AsianAvenue, BlackPlanet (relaunch)
2006	<ul style="list-style-type: none"> - QQ (relaunch) - Facebook (เปิดใช้ในระดับองค์กร) - Window Live Space - Cyworld (สหรัฐอเมริกา) - Twitter - MyChurch, Facebook (เปิดให้บริการแก่ผู้เล่นทั่วไป)

ที่มา : “Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship,”

<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (2006) 21 January 2008.

“เครือข่ายทางสังคม” (Social network) หมายถึง ชุดของความเกี่ยวพัน (Knit) และ ผูกพัน (Ties) ระหว่างกันของบุคคล ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็น ครอบครัวยุคใหม่ และคนรู้จักกัน เป็นการเกี่ยวพันระหว่างกันของคนในสังคม แต่ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น บางครั้งคนที่มีเพื่อนมากอาจมีความผูกพันกับเพื่อนๆ อย่างผิวเผิน (Weak ties) แต่บางคนอาจจะมีเพื่อนน้อยแต่มีความผูกพันกับเพื่อนอย่างมั่นคง (Strong ties) ก็เป็นไปได้

ทุกวันนี้คนใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์มากขึ้นทุกวัน และมีการใช้ Social Media ที่ผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางเว็บไซต์ Social Network ที่ให้บริการบนออนไลน์ ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้ทำผ่านทาง Internet และโทรศัพท์มือถือ เช่น กระดานความคิดเห็น เว็บบล็อก วิกี (wiki) Podcast รูปภาพ และวิดีโอ โดยมีเทคโนโลยีที่รองรับเนื้อหา (content) เหล่านี้ ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์ที่แชร์รูปภาพ แชร์เพลง แชร์วิดีโอ เว็บบอร์ด อีเมล IM (Instant Message) ส่วนเว็บไซต์ที่ให้บริการ Social Network ได้แก่ Google Group Facebook MySpace หรือ Youtube เป็นต้น

จากผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network พบว่า Social Network ยังไม่ใช่บริการชนิดที่นิยมที่สุดบนเว็บ (อันดับ 4 อันดับ 1 คือ Search คิดเป็น penetration rate คืออัตราต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด) แต่ก็มีอัตราการเติบโตสูงกว่าอีเมลเป็นเท่าตัว

Exhibit 5: Global Active Reach among the Internet Population

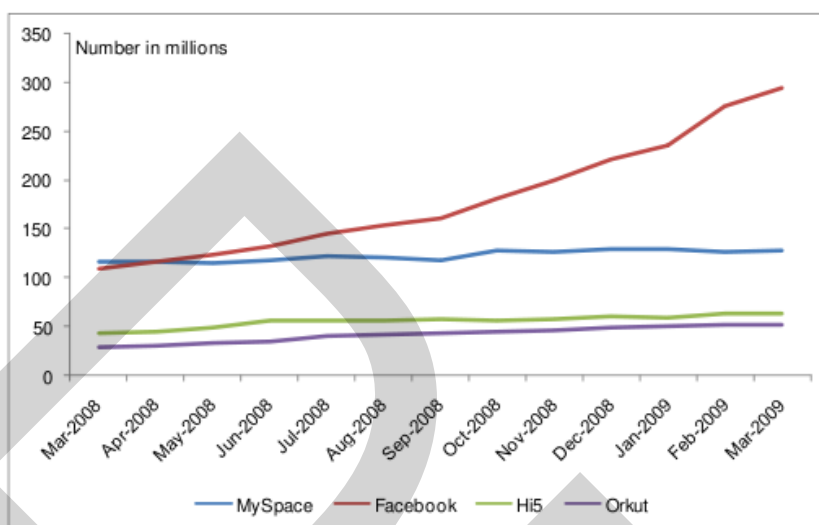
Rank	Sector	Global Active Reach (Dec 08)	Global Active Reach (Dec 07)	Change
1	Search	85.9%	84.0%	1.9%
2	General Interest Portals	85.2%	83.4%	1.9%
3	Software Manufacturers	73.4%	72.0%	1.4%
4	Member Communities	66.8%	61.4%	5.4%
5	E-mail	65.1%	62.5%	2.7%

Source: Nielsen Online

ภาพที่ 1.1 ผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network อินเทอร์เน็ตจากผลการวิจัย ตั้งแต่ปี 2550 ที่มา : <http://netfuture.wordpress.com>

จำนวนผู้ชมและใช้งานแต่ละเว็บ

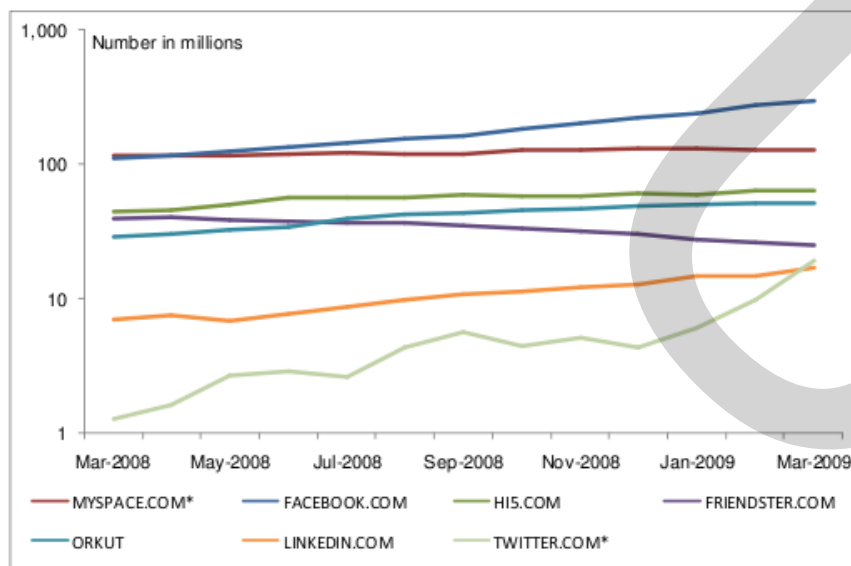
Exhibit 1: Membership Evolution



Source: comScore, Company Reports and NeXt Up Research Estimates

ภาพที่ 1.2 จำนวนผู้ชมและใช้งานเว็บวัดเป็น UTP โดยการประมวลจาก IP Address ของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ที่ไม่เหมือนกันประเมินโดย comScore

Exhibit 7: Number of Unique Visitors on Global SNS



Source: comScore

ภาพที่ 1.3 จำนวนผู้ชมและใช้งานแต่ละเว็บตั้งแต่เดือนมีนาคม 2551 – มีนาคม 2552

ที่มา : <http://netfuture.wordpress.com>

จากภาพเปรียบเทียบอัตราการใช้งาน Facebook กับ Social Network อื่นๆ

- ผู้ใช้ Facebook เติบโต 170% เมื่อเทียบกับปี 2008 ถ้าคิดเป็นระยะเวลาใช้งานโตใกล้เคียงกันคือ 182%
- Twitter อัตราการเติบโตสูงกว่า 1400% แต่เทียบเป็นจำนวนทั้งหมดแล้วยังน้อยอยู่
- Xiaonei ของจีนก็มีอัตราการเติบโตสูงเช่นกัน 197%
- LinkedIn มาเรื่อยๆ เก็บตลาดของตัวเองได้ครบ

Exhibit 8: Popularity Parameters, Mar 09

Popularity Parameters (Mar 09)	Total Unique Visitors		Total Minutes		Total Pages Viewed	
	In millions	% change over Mar 08	In millions	% change over Mar 08	In millions	% change over Mar 08
Total Audience	1,021	30%	1,560,031	21%	2,466,785	16%
Global SNS						
MySpace.com	128	10%	17,501	-14%	37,976	-20%
Facebook.com	295	170%	56,368	182%	87,289	99%
Orkut	52	81%	15,269	33%	46,806	40%
Friendster.com	25	-36%	3,303	-59%	10,472	-44%
Hi5.com	64	45%	6,432	18%	14,634	1%
Classmates.com Sites	19	19%	202	36%	364	19%
Twitter.com	19	1400%	236	1860%	367	1709%
Regional SNS						
CyWorld	21	61%	4,648	56%	23,749	78%
Mixi.jp	13	-11%	1,734	-21%	2,829	-56%
Xiaonei.com	20	197%	2,264	318%	4,601	364%
51.com	12	72%	753	94%	2,235	127%
56.com	33	48%	476	-40%	375	-29%
Professional SNS						
LinkedIn.com	17	144%	186	170%	415	239%
Xing	3	14%	56	-27%	106	-6%
Viadeo	3	166%	37	385%	64	267%

Source: comScore

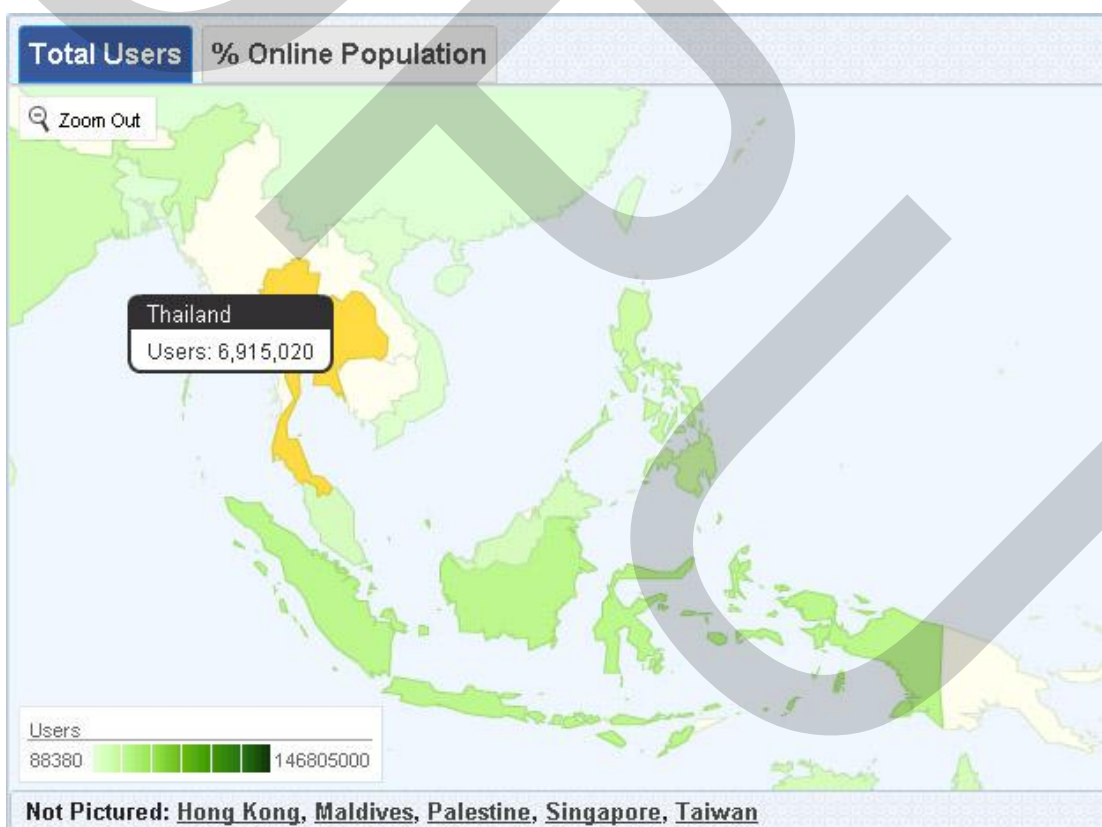
ภาพที่ 1.4 ภาพอัตราการใช้งาน Facebook กับ Social Network อื่นๆ

ที่มา <http://netfuture.wordpress.com>

สำหรับประเทศไทยนั้น ภาพรวมของการใช้อินเทอร์เน็ตจากผลการวิจัยตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบันกระแสเว็บไซต์ยังคงได้รับความนิยมสูงสุดทุกเพศทุกวัยตั้งแต่วันเรียนจนถึงวัยทำงาน จากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของเนคเทค พ.ศ. 2544 ในฐานะสำนักงานเลขานุการกรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ (วรรณสิกา เชื้อชาติไทย, 2544) จากการสุ่มตัวอย่างผู้ติดตามบ้าน 78,000 ครัวเรือน พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 3.5 ล้านคน สาเหตุของการเล่นอินเทอร์เน็ตหรือการให้บริการเว็บไซต์เป็นที่นิยมมากของคนรุ่นใหม่

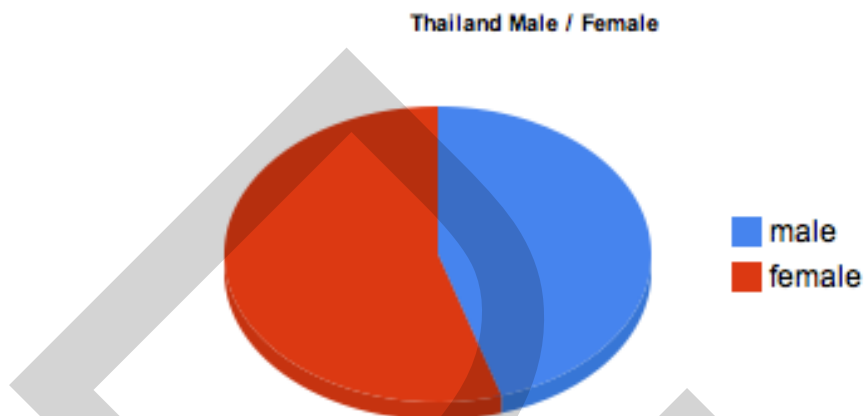
ข้อมูลจากเว็บไซต์ CheckFacebook.com เผยผลสำรวจการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมของโลกอย่าง facebook.com พบว่าได้หวั่นเป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานเฟสบุ๊คเติบโตรวดเร็วที่สุดในโลก อัตราการเติบโตอยู่ที่ 38.63% เพิ่มขึ้น 484,000 ราย อันดับ 2 เป็นเวียดนาม 15.75% เพิ่มขึ้น 90,740 รายและอันดับ 3 คือประเทศไทย 14.86% เพิ่มขึ้น 133,740 ราย (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2552)

จากสถิติผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ CheckFacebook เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2554 พบว่ามีคนไทยใช้งานทั้งสิ้น 6,915,020 คน คิดเป็นสัดส่วน 1.20 % ของผู้ใช้เฟสบุ๊คทั่วโลก ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นสัดส่วน 54.8 % และผู้ชาย คิดเป็นสัดส่วน 45.2 % กลุ่มผู้ที่ใหญ่ที่สุดมีอายุระหว่าง 18-24 ปี รองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-34 ปี อันดับสามใกล้เคียงกันระหว่างอายุ 14-17 ปี และกลุ่ม 35-44 ปี



ภาพที่ 1.5 สถิติการใช้งาน facebook.com ในประเทศไทย

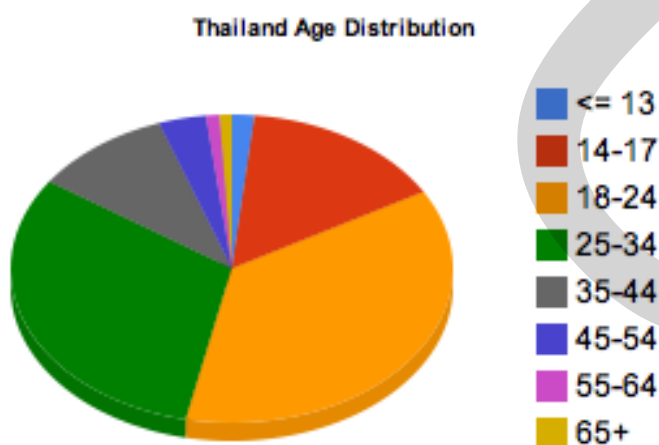
Demographic



- อัตราผู้ใช้ที่เป็นหญิง 58.8% หรือ 3,753,120 สมาชิก
- อัตราผู้ใช้ที่เป็นชาย 45.2% หรือ 3,095,220 สมาชิก

ภาพที่ 1.6 สถิติอัตราผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย แบ่งตามเพศ

อายุสมาชิกกลุ่มผู้ที่ใช้งานมากที่สุดคือช่วงอายุ 18-24 ปี คิดเป็นสัดส่วน 36.6% รองลงมาคือ ช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นสัดส่วน 31.2% และ ช่วงอายุ 14-17 ปี คิดเป็นสัดส่วน 15.0%



ภาพที่ 1.7 สถิติอัตราผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย แบ่งตามช่วงอายุ จากเว็บไซต์ CheckFacebook

ที่มา: <http://www.checkfacebook.com/>

เทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่อย่างการให้บริการเครือข่ายทางสังคมในลักษณะเว็บไซต์ ชุมชนออนไลน์อย่าง www.facebook.com นั้น มีข้อดีคือ การสร้างความสัมพันธ์ทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่การสนทนาซึ่งกันและกันเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ลดช่องว่างทางระยะทางและเวลา เพราะทำให้ได้พบเพื่อนใหม่ และยังสามารถได้พบเพื่อนเก่าๆที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานาน แต่ยังสามารถโคจรกลับมาเจอกันในเว็บไซต์ออนไลน์คอมพิวเตอร์เว็บไซต์นี้ได้เช่นกัน ทำให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็วมากขึ้น โดยไม่ใช่แค่การรู้จักกันในกลุ่มเล็กๆเท่านั้น และยังทำให้เกิดการสื่อสารกันครอบคลุมทั่วโลก

ในแง่ของความเป็นสื่อสมัยใหม่นั้น เปรียบเสมือนการย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารมีความทันสมัย รวดเร็ว และความก้าวล้ำทางเทคโนโลยีมากขึ้น จากสมัยก่อนที่การสื่อสารทางจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจากความผิดพลาดทางเทคนิค อาทิ จดหมายไม่ถึงมือผู้รับ โทรเลขส่งไม่ถึง เป็นต้น แต่เมื่อสังคมมีความก้าวหน้าทางวัฒนธรรมที่มีทิศทางที่เปลี่ยนแปลงออกไป วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ในด้านต่างๆ ที่ต้องการให้ประชาชนมีการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย ง่ายและรวดเร็วขึ้น เทคโนโลยีต่างๆจึงพัฒนาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่สี่ อาทิ เสื้อผ้า อาหาร ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม หรือปัจจัยเสริม โทรศัพท์มือถือ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเสียงหรือวิทยุติดตามตัว ทำให้ผู้คนมีการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น จากที่เคยใช้เวลาในการติดต่อสื่อสารเป็นระยะเวลา 1-2 วัน ในปัจจุบันเพียงแค่เปิดเครื่องคอมพิวเตอร์และเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต และใช้โปรแกรมออนไลน์ต่างๆ อย่างที่กล่าวมาข้างต้น ก็สามารถติดต่อกับเพื่อนหรือคนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาไม่ถึง 1 นาที และทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถสอบถามพูดคุยได้อย่างอิสระ โดยที่ไม่ต้องรอคำตอบเป็นระยะเวลานานเมื่อเทียบกับการใช้โทรศัพท์หรือการเขียนจดหมาย นอกจากนี้ผู้เล่นสามารถหาข้อมูลความรู้ เนื้อหาสาระต่างๆ ได้ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งเปรียบเสมือนมีห้องสมุดจากทั่วโลก ย่อส่วนมารวมไว้ในหน้าจอคอมพิวเตอร์เพื่อให้ผู้ใช้เลือกหาข้อมูลในสิ่งที่ตนต้องการ ในแง่ของการให้บริการอื่น เช่นการให้ความบันเทิงผ่านเว็บไซต์ต่างๆ อย่างที่ได้อธิบายข้างต้น เปรียบเสมือนโลกไซเบอร์แห่งจินตนาการที่ผู้เล่นไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงได้ เพราะผู้เล่นสามารถจะแสดงตัวตัวเป็นใครก็ได้ตามที่ผู้เล่นต้องการเพื่อเพิ่มอารมณ์ความสนุกสนานในการเล่นและการใช้บริการนั่นเอง

เหตุผลที่เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์อย่าง facebook ได้รับความนิยมสูงขึ้นในไทย คุณวฤตดา วรอาคม Director Business Planning บริษัท Mindshare Thailand จำกัด กล่าวไว้ (Positioning Magazine มีนาคม 2552)

เนื่องจาก facebook มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น เพราะยังเป็น Social Network ที่ค่อนข้างใหม่ กลุ่ม Friend's list ของคนที่เล่น facebook นั้น ถือเป็นกลุ่มคนรู้จักที่ค่อนข้างคุ้นเคยกัน หรือถ้ามีคนไม่ค่อยสนิทก็สามารถตั้ง Privacy ได้ เพื่อจะให้ใครเห็นข้อมูลส่วนตัวด้านใดได้บ้าง เพราะฉะนั้นข้อมูลต่างๆ (Photo, Status Update, Comment, etc.) ที่ผู้ใช้นำมาแชร์ก็จะเป็นส่วนตัวและบ่งบอกถึงเป็นตัวตนมากขึ้น

นอกจากนี้ Applications ช่วยบ่งบอกถึงความเป็นตัวตน Self Expression ของผู้ใช้ได้ หลากหลายมากขึ้น เช่น การ Become a fan ของ ดารา นักร้อง รายการที่ชอบดู แปรนดัดในดวงใจ การแต่งตัวแต่งบ้านให้กับสัตว์เลี้ยงในสไตล์ที่ตัวเองชอบ / การโพสต์รูปที่เกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ต่างๆ ที่ได้ไปมา ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร บาร์ดี ท่องเที่ยว คอนเสิร์ต เป็นต้น

และรูปแบบการใช้งาน Applications ช่วยสนับสนุนการ Socialization ของวัยรุ่นได้ อย่างชัดเจน เช่น การส่งของให้กัน ไม่ว่าจะเป็น ดอกไม้ อาหาร / การไปเยี่ยมสัตว์เลี้ยงของเพื่อน / การเล่นเกมแข่งกับเพื่อน / การเขียน Notes เกี่ยวกับตัวเองและ Tag ให้เพื่อนเข้ามาเขียนของเพื่อน บ้าง และการทำ Quiz ในด้านทัศนคติต่างๆ แล้วเทียบดูว่ามีความเหมือนหรือต่างกับเพื่อนอย่างไร บ้าง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมี Applications ใหม่ๆ มาตลอดเวลา ตอบโจทย์ความต้องการด้าน Personalization เช่น การส่งสิ่งของอินเทอร์เน็ตต่างๆ ที่เลือกได้ไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็น ตุ๊กตา Blythe เครื่องประดับแฟชั่นแบรนด์เนม Vivienne Westwood โคนัท Krispy Kreme ปลูกต้นไม้ช่วยโลกร้อน / การส่งของให้กันตามเทศกาลสำคัญๆ อย่างวาเลนไทน์ ปีใหม่ เป็นต้น

อนึ่ง ส่วนประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งของ facebook.com ที่ทำให้ได้รับความนิยมสูงขึ้น ประกอบด้วยส่วนประกอบดังนี้

1. หน้าแรก (Home) เป็นหน้าหลักที่รวบรวมความเคลื่อนไหวล่าสุดของเพื่อน โดยสามารถเลือกดูจากสิ่งที่เขาทำล่าสุดผ่าน ข่าวใหม่ (News) สถานะ (Status) รูปภาพ (Pics) ลิงค์ (Link) หรือจะดูเป็นภาพรวมผ่าน ข่าวทั้งหมด ในหน้านี้เป็นหน้ารวม Applications และสามารถค้นหาเพื่อนผ่านทาง Friend Finder ได้เช่นกัน ซึ่งที่นิยมคือการค้นหาเพื่อนในบัญชีอีเมลของเราเอง

2. ข้อมูลส่วนตัว (Profile) แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน ด้านซ้ายสุดจะเป็นรูปโปรไฟล์ ขนาด 2 x 1.5 นิ้ว (ใหญ่กว่า hi5 ซึ่งรูปโปรไฟล์มีขนาดไม่ถึง 1 นิ้ว) ถัดลงไปด้านล่างเป็นข้อมูลส่วนตัว เช่น วันเกิด ต่อด้วยรายชื่อเพื่อนพร้อมภาพประกอบเล็กๆ จากนั้นเป็นลิงค์ที่เราโพสต์ไว้ ส่วนกลางของหน้า เป็นส่วนที่อนุญาตให้เราโพสต์สถานะ รูปภาพ ลิงค์ต่างๆ ได้ตลอดเวลา และเราสามารถรับฟีดแบ็กจากเพื่อนในเรื่องนั้นๆ ได้ทันที ผ่านทาง แสดงความคิดเห็น-ชอบ-แชร์ (Comment-Like-Share) ผ่าน The wall

การสร้างสรรค์ให้เกิด Interactive ในหน้านี้อาจทำได้ด้วยการโพสต์เรื่องราวใหม่ๆ นำ
ต้นตอของแบรนด์ในหน้านี้ได้ด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้เรายังสามารถเพิ่ม Applications ต่างๆ ที่ชื่นชอบไว้ในส่วนของข้อมูลส่วนตัว
ได้อีกด้วย

ส่วนด้านขวาสุด ตอนบนเป็นพื้นที่ของโฆษณาที่เป็นแบนเนอร์ ทั้งนี้หน้าข้อมูลส่วนตัว
ได้รับการ Redesign ใหม่เมื่อกลางปี 2551 ที่ผ่านมาให้ดูง่ายขึ้น ไม่รกตา

3. เพื่อน (Friend) แยกความเคลื่อนไหวของเพื่อนแต่ละคนโดยละเอียด และส่วนนี้มีการ
เก็บข้อมูลของหมายเลขโทรศัพท์ด้วย แต่ไม่ได้เป็นการบังคับแต่อย่างใด นอกจากนี้ยังสามารถ
ค้นหาเพื่อนๆ จากส่วนนี้ได้ด้วย

4. กล่องข้อความ (Inbox) จะเป็นข้อความที่ถูกฝากไว้จากเพื่อนๆ ผ่านทางข้อความที่
สามารถแนบลิงก์ไปด้วยได้

ทั้งนี้มุมขวาสุดของเลย์เอาต์ในทุกหน้าของ facebook จะเป็น facebook Chat ที่เปิด
โอกาสให้เราแชตสดๆ กับเพื่อนในรายชื่อของเราซึ่งขณะนั้นใช้งาน facebook อยู่

ประเทศไทยได้มีการนำเสนอข่าวสารจากเดิมที่เคยปรากฏอยู่บนกระดาษ (Print
newspaper) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่รู้จักกันดีในนามของ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ (Online
newspaper) โดยเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะให้บริการข่าวสารฟรี โดยมีรายได้หลักจาก
การโฆษณา เนื้อหาที่นำเสนอจะมีความแตกต่างไปตามธรรมชาติของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ

รายชื่อหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่ทั้งหมดในประเทศไทยแบ่งออกเป็นเป็นหมวดหมู่ดังนี้
หนังสือพิมพ์ทั่วไป

รายวัน

ข่าวสด เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ในเครือมติชน

คมชัดลึก เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ในเครือเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ที่มียอดจำหน่ายเป็นอันดับที่สองของ

ประเทศ

ไทยรัฐ สัญลักษณ์เป็นภาพพื้นเพื่อง ปากกานนก สายฟ้า และกล้องถ่ายรูป ซ่อน
กันอยู่ภายในวงกลม ขวามือมีตัวอักษร ไทยรัฐ

ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน

แนวหน้า หนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน

บางกอก ทูเดย์ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ในเครือกราฟิก คอร์เนอร์ พับลิชชิง

บ้านเมือง	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน มีรูปปกคาบข่าวอยู่บนตัวหนังสือ "บ้านเมือง" สีแดงเป็นสัญลักษณ์
ประชาทรรศน์	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน
พิมพ์ไทย	หนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ที่มีชื่อเสียงในอดีตจนถึงปัจจุบัน มีชาวสีแดงเป็น สัญลักษณ์ เว็บไซต์พิมพ์ไทย
มดิชน	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ในเครือมดิชน
โลกวันนี้	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน ในเครือวิญญูะ
สยามรัฐ	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวันที่มีอายุยาวนานที่สุดที่ยังวางจำหน่ายอยู่
M2F	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เริ่มฉบับแรกวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2554 โดยมีการพิมพ์แจกฟรีในตอนเช้าวันจันทร์ถึงศุกร์ เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์

รายสามวัน

มหาประชาชนฉบับความจริงวันนี้

รายสัปดาห์

ดอกเบ็ญจธุรกิจรายสัปดาห์

โลกวันนี้ วันสุข

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ

รายวัน

กรุงเทพธุรกิจ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวธุรกิจ ในเครือเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

เอเอสทีวีผู้จัดการ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวธุรกิจ และการเมือง ในเครือผู้จัดการ

โพสต์ทูเดย์ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวธุรกิจ ในเครือโพสต์ พับลิช ซิง

ทันหุ้น หนังสือพิมพ์รายวัน เสนอข้อมูลเกี่ยวกับหุ้น การลงทุน ตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหุ้นรายวัน ความรู้สำหรับนักธุรกิจ

ข่าวหุ้น ข่าวสารเพื่อการลงทุน วิเคราะห์เจาะลึกเรื่องหุ้น

รายสามวัน

ประชาชาติธุรกิจ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวธุรกิจ ในเครือมดิชน

ฐานเศรษฐกิจ เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวธุรกิจ ในเครือฐานเศรษฐกิจ

สยามธุรกิจ	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวธุรกิจ เว็บไซต์สยามธุรกิจ
รายสัปดาห์	
ดอกเบี๋ยธุรกิจรายสัปดาห์	เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วิเคราะห์หุ้น ตลาดหลักทรัพย์ การลงทุน การเงิน การธนาคาร การตลาด เทคโนโลยี
กรุงเทพธุรกิจ บีชวีค	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสัปดาห์ เสนอข่าวธุรกิจ ในเครือเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป
ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสัปดาห์ เสนอข่าวธุรกิจ ในเครือแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป
หนังสือพิมพ์กีฬา	
รายสามวัน	
สยามกีฬารายวัน	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวกีฬา ในเครือสยามสปอร์ตเว็บไซต์ เครือสยามสปอร์ต
สตาร์ชอคเกอร์	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวฟุตบอล โดยเฉพาะฟุตบอลยุโรป
คิกออฟ	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวกีฬา ในเครือฐานเศรษฐกิจ
สปอร์ตพูล	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวฟุตบอล และอัตราต่อรอง โดยเฉพาะฟุตบอลยุโรป ในเครือสยามสปอร์ต
สปอร์ตแมน	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวฟุตบอล และอัตราต่อรอง โดยเฉพาะฟุตบอลยุโรป ในเครือสยามสปอร์ต
ฟุตบอลพูลฉบับตลาดลูกหนัง	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวฟุตบอล และอัตราต่อรอง โดยเฉพาะฟุตบอลยุโรป ในเครือสยามสปอร์ต
รายสามวัน	
ซูเปอร์พูล	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวฟุตบอล และอัตราต่อรอง โดยเฉพาะฟุตบอลยุโรป ในเครือวิญญูะ เว็บไซต์ซูเปอร์พูล
มองอย่างเซียน	เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวฟุตบอล และอัตราต่อรอง โดยเฉพาะฟุตบอลยุโรป ในเครือสยามสปอร์ต

หนังสือพิมพ์บันเทิง

รายวัน

สยามคารา เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวบันเทิง ในเครือสยามสปอร์ต

คาราเดลี เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน เสนอข่าวบันเทิง ในเครือ

รายสามวัน

สยามบันเทิง เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวบันเทิง ในเครือสยามสปอร์ต

มาษาเซนแนล เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายสามวัน เสนอข่าวบันเทิง ในเครือ
ทราฟฟิก คอร์เนอร์ พับลิชชิง

ที่มา : th.wikipedia.org/wiki/รายชื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

และจากข้อมูลของ 9accounting.com พบว่ามีเว็บไซต์หนังสือพิมพ์กระดาษที่ผันตัวเอง
มาเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควบคู่กัน ในประเทศไทยมีอยู่ด้วยกันหลักๆดังนี้

ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์รายวัน รายงานข่าว เหตุการณ์บ้านเมืองของไทยทุกแง่มุม รวดเร็ว

<http://www.thairath.co.th>

เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์รายวัน เสนอข่าวสาร การเมือง เศรษฐกิจ กีฬา บันเทิง การศึกษา
ไอที สิ่งแวดล้อม เกษตร

<http://www.dailynews.co.th>

มติชน หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน เสนอข่าวสาร เศรษฐกิจ ต่างประเทศ บันเทิง การศึกษา
สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข สังคม กีฬา ข่าวภูมิภาค ผู้หญิงและครอบครัว และคอลัมน์ประจำ

<http://www.matichon.co.th/matichon>

ผู้จัดการ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน เสนอข่าวสารด้านต่าง ๆ วิเคราะห์ข่าว ข่าวดังจากหนังสือพิมพ์
ในเครือผู้จัดการ

<http://www.manager.co.th>

กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์รายวัน เสนอข่าวสาร สาระ ด้านธุรกิจ เทคโนโลยี การเมือง
สังคม การศึกษา บันเทิง ฯลฯ

<http://www.bangkokbiznews.com>

คม ชัด ลึก หนังสือพิมพ์รายวัน ในเครือเดอะเนชั่นฯ เสนอข่าวสารประจำวัน บทความ
บทวิเคราะห์ เหตุการณ์บ้านเมือง

<http://www.komchadluek.com>

บ้านเมือง เสนอข่าวสาร การเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม กรุงเทพฯ สาธารณสุข
สิ่งแวดล้อม การศึกษา ฯลฯ

<http://www.banmuang.co.th/>

เดอะเนชั่น : The Nation หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เสนอข่าวสาร การเมือง ธุรกิจ สังคม
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี กีฬา ท่องเที่ยว และข่าวบริการ

<http://www.nationmultimedia.com>

ข่าวสด หนังสือพิมพ์ข่าวสด เป็นหนังสือพิมพ์รายวัน เสนอข่าวสาร การเมือง เศรษฐกิจ
ต่างประเทศ กีฬา สังคม เยาวชน บันเทิง การศึกษา ฯลฯ

<http://www.matichon.co.th/khaosod>

ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ เสนอข่าวเศรษฐกิจ การเมือง การท่องเที่ยว
การเงิน เอสเอ็มอี

<http://www.thannews.th.com>

บางกอก โพสต์ หนังสือพิมพ์บางกอก โพสต์ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ เสนอ
ข่าวสาร ธุรกิจ สังคม การเมือง การศึกษา บันเทิง โดยจะเน้นข่าวสารทางด้านธุรกิจ และเทคโนโลยี

<http://www.bangkokpost.com>

ประชาชาติธุรกิจ นำเสนอข่าวสารในด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ต่างประเทศ

<http://www.prachachat.net>

สยามกีฬา หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวสาร เกาะติดสถานการณ์ข่าวกีฬา รายงานข่าวกีฬา
ผลการแข่งขันกีฬา

<http://www.siamsport.co.th>

แนวหน้า เสนอข่าวสารเหตุการณ์ปัจจุบัน บทวิเคราะห์ข่าว ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ
อาชญากรรม ธุรกิจ เกษตร บันเทิง ภูมิภาค และข่าวประกาศทั่ว ๆ ไป พร้อมข้อมูลข่าว 7 ฉบับ
ย้อนหลัง

<http://www.naewna.com>

โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในเครือบางกอกโพสต์ เสนอข่าวสารทางด้านธุรกิจ การ
วิเคราะห์เศรษฐกิจในประเทศ และต่างประเทศ การเงิน การเมือง การศึกษา กีฬา และสถานการณ์
ข่าวสารในปัจจุบัน

<http://www.posttoday.com>

ไทยโพสต์ อีสาระแห่งความคิด หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ เสนอข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม
ต่างประเทศ และกีฬา

<http://www.thaipost.net>

สยามดารา หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน เสนอข่าวดารา ศิลปิน นักร้อง ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ ข่าวในวงการบันเทิง

<http://www.siamdara.com>

สยามรัฐ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์รายวัน เสนอข่าวการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม ภูมิภาค การศึกษา-วิทยาการ บันเทิง กีฬา และข่าวต่างประเทศ

<http://www.siamrath.co.th>

สยามธุรกิจ หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ รายงานข่าวด้านเศรษฐกิจ พร้อมถาม-ตอบปัญหาเศรษฐกิจ

<http://www.siamturakij.com>

บางกอกทูเดย์ เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่ให้ข่าวสารควบคู่ไปกับความบันเทิงในรูปแบบของ Social & Info tainment

<http://www.bangkok-today.com>

ที่มา: <http://www.9accounting.com/newspaper.html> (สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2554)

นอกจากนี้เว็บ “ทรูฮิตส์ (Truehits)” ได้จัดอันดับสื่อและข่าวยอดนิยม ประจำวันที่ 30 มิถุนายน 2553 อันดับหนึ่ง คือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ มีผู้เข้าชม 336,437 คน เข้าชมหน้าข่าวทั้งหมด 2.7 ล้านหน้า และมีผู้เข้าชมรายใหม่คิดเป็นร้อยละ 17 สำหรับเว็บข่าวยอดนิยมอันดับสอง คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ มีผู้เข้าชม 200,460 คน เข้าชมหน้าเว็บข่าวทั้งหมด 1.2 ล้านหน้า และมีผู้เข้าชมรายใหม่คิดเป็นร้อยละ 24 และอันดับที่สาม คือ หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ มีผู้เข้าชม 68,664 คน เข้าชมหน้าเว็บข่าวทั้งหมด 370,000 หน้า และมีผู้เข้าชมรายใหม่คิดเป็นร้อยละ 25

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า เว็บไซท์หนังสือพิมพ์ที่ผู้วิจัยทำการเลือกนั้น กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

“นักข่าว” หลายคนในยุคนี้ ไม่ได้แค่อยู่ในพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์แหล่งข่าว หาข้อมูล และจากนั้นส่งข่าวถึงสถานี หรือสำนักพิมพ์เท่านั้นแต่ “นักข่าว” กำลังมีสื่อเป็นของตัวเอง นอกเหนือจากสามารถสนองความต้องการของตัวนักข่าวเองในการได้รายงานเบื้องหลังข่าวที่ไม่อาจบอกในเบื้องหน้าได้

ศุภานี เดชาบูรณานนท์ รองประธานกรรมการบริหาร กรุ๊ปเอ็ม ประเทศไทยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “หากเปรียบเทียบแล้วก็เป็นวิธีการ Marketing Product โดยใช้สื่อทวิตเตอร์ที่สามารถสร้างแฟนผู้อ่าน ผู้ชม หรือเป็นดาราเหมือนการสร้างแฟนคลับ และในทางกลับกันนักข่าวก็สามารถได้ข้อมูลจากผู้ที่สื่อสารกลับมาได้ เพราะในที่สุดแล้ว Consumer ก็กลายเป็นผู้ที่สื่อสารให้ข่าวด้วย หากเปรียบเทียบแล้วก็เหมือนคอลัมน์นิสต์สมัยก่อนที่ผู้อ่านติดตามทางคอลัมน์ และเขียนจดหมายพุดคุย

การพุดคุยได้อย่างสะดวกจากความสามารถของโซเชียลเน็ตเวิร์ค เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และเทคโนโลยีอย่างสมาร์ตโฟน ที่เอื้อให้ทวีตได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ผู้อ่านหรือแฟนฯ รู้สึกเข้าถึงและใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งในอนาคตสามารถสร้างขึ้นเป็นชุมชนของตัวเองขึ้นมาได้ และสามารถต่อยอดในอนาคตหากนักข่าวคนนั้นดังและเป็นที่ต้องการของสินค้าและบริการในการเป็นพรีเซนเตอร์ นอกเหนือการเช็คเรตติ้ง หรือรับคำติชมจากผู้อ่านหรือผู้ชมโดยตรง เพื่อนำมาปรับปรุงตัวเองให้ถูกใจผู้ชมมากขึ้น” (ไพเราะ เลิศวิราม(บรรณาธิการ),2553:73)

กระแสการเมืองทำให้คนไทยกระหน่ำใช้ facebook จนมียอดอัตราดาวน์โหลดสูงชันอย่างน่าจับตา โดยเฉพาะสัปดาห์สุดท้ายของเดือนเมษายน 2553 ที่สื่อหลากหลายและมีแอปพลิเคชันเริ่มเป็นรูปเป็นร่างจนอยู่ตัวด้วยการออกมาชุมนุมตามจุดต่างๆ ทั่วทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอย่างเช่น เชียงใหม่

ในวิกฤติที่มีสื่อแดง พลังของ Social Network อย่างเช่น facebook ถูกนำมาใช้เป็นสนามรบทางความคิดผ่านข้อความ ข้อมูล รูปภาพ และคลิปข่าวต่างๆ เหนือกว่ายุคโทรศัพท์มือถือที่เป็นการบอกต่อแบบ One to One แม้แต่อีเมลก็ตาม การส่งต่อแต่ละครั้งต้องใส่พิมพ์ชื่ออีเมลเจาะจงผู้รับทีละคน

ใน facebook การส่งไปยังทุกคนในลิสของเราทำได้ด้วยการกดครั้ง ไม่ต้องระบุผู้รับ ทำให้ “วงรอบของการบอกต่อ” หรือ “Viral Process” ใช้เวลาดันลงมาก เกิดขึ้นได้หลายครั้งในระยะเวลาสั้นๆ ขยายกลุ่มผู้รับรู้ได้ว่าการสื่อสารแบบดั้งเดิมทั้งหมดอย่างมหาศาล

Facebook เป็นเทคโนโลยีที่เชื่อมคนเข้ามาได้ เป็นการสื่อสารที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวจากคนหนึ่งไปยังกลุ่มคนในสังคมได้หลายๆ คน ท่ามกลางวัฒนธรรมของคนในโลกออนไลน์ที่เข้าสู่เว็บ 3.0 หรือบางคนเรียกว่า People 3.0 คือ Many to Many จาก 2.0 ที่ยังเป็น People to People

นักพัฒนจักษ์ อัดตนนท์ ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “โซเชียลเน็ตเวิร์คมีบทบาทต่อการเมืองไทยอย่างมากในวันนี้ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนจากการชุมนุมของ “สื่อหลากหลาย” ที่มาจากการรวมตัวกันบนเฟซบุ๊กในกลุ่ม “มั่นใจว่าคนไทยเกิน 1 ล้านคนต่อต้านการยุสภา” ที่ตอนนี้มีสมาชิกกว่า 4 แสนคนแล้วในเวลาเพียงไม่ถึง 1 เดือน ซึ่งเป็นการรวมตัวที่เร็วมาก โดยเขาประเมินว่า 60-70% ของกลุ่มคน

สื่อหลากหลายที่มาชุมนุมกันนั้นมาจากช่องทางดังกล่าว ที่ส่วนมากเป็นคนรุ่นใหม่อายุประมาณ 25-35 ปี และมีการบอกต่อไปยังกลุ่มคนอื่นๆที่ไม่ได้ใช้ช่องทางนี้แต่มีความเห็นเดียวกัน แล้วมารวมตัวกันจนเป็นกลุ่มใหญ่ได้” (ไพเราะ เลิศวิราม, 2553:77)

ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวพัฒนากุล คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กล่าวไว้ว่า “ปกตินักข่าวจะเคยชินกับการเก็บข้อมูลเฉพาะเนื้อหา โดยมีฝ่ายภาพแยกต่างหาก แต่ตอนนี้นักข่าวทำข่าวขึ้นหนึ่งต้องจินตนาการไปพร้อมๆ กันว่าจะนำเสนอออกหลากหลายช่องทางอย่างไร ต้องใช้ภาพ เสียง กราฟิกประกอบ รวมไปถึงเทคนิคการเล่าเรื่องอย่างไร เหมือนนักข่าวสำนักข่าวรอยเตอร์และอีกหลายๆองค์กรข่าวในต่างประเทศที่ทำได้หลายอย่างในตัวเองคนเดียว

นอกจากนี้ยังต้องทำงานให้ได้เร็วอีกด้วย เพราะผู้รับสารยุคใหม่อยากเห็นข่าวนั้นมีความอัปเดตอย่างต่อเนื่องและแน่นอนที่สุดเมื่อต้องเลือกความรวดเร็ว ความรอบคอบและความถูกต้องย่อมน้อยลง นักข่าวจึงควรเป็นคนฉับไว รอบรู้และมีไหวพริบ มีทักษะของการค้นคว้า ตรวจสอบข้อมูลได้เร็ว ตัดสินใจได้ดีดังนั้น นักข่าวยุคใหม่จะไม่ใช่แค่ักข่าว แต่เป็นทั้งเอดิเตอร์และโปรดิวเซอร์ไปพร้อมๆ กัน”

และจักรกฤษ เพิ่มพูน บรรณาธิการอาวุโส กรุงเทพธุรกิจ มองว่า ในอนาคตเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ต้องเปลี่ยนไป บ.ก. ต้องคิดให้หนักว่าจะบริหารเนื้อหาอย่างไร ที่จะได้ใช้ทั้งกับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หรือกระทั่งคิดเนื้อหาลงอินเทอร์เน็ต ฉะนั้นสิ่งที่ต้องการทำคือ ต้องสร้างคนทำงาน หรือกอง บ.ก. ให้เป็น “Multi Journalist” คือสามารถที่จะมีทักษะทำงานได้หลายสื่อพร้อมๆ กัน ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่าย (ริณี เรืองหนู, 2553:36)

ดร.มานะ ตริยชาติวัฒน์ อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เห็นว่า “เราสามารถนำ Social Media ในเชิงข่าวสืบสวนสอบสวนได้อีกมาก หรือแค่ระดมความคิดเห็นก็เป็นประโยชน์ เพราะหัวใจหลักอย่างหนึ่งของ Social Media ก็คือ การสนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้ใช้ด้วยกันเองหรือถ้าเราไม่มองว่าตัวเราเป็นผู้ส่งข่าว คือ เราเป็นผู้รับสารจากนักการเมือง หรือนักธุรกิจ ก็น่าจะนำ Social Media เป็นเวทีสาธารณะที่ระดมความคิดเห็นได้มากกว่านี้”

ส่วนชวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี ประธานชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เห็นว่า “ทิศทางสื่อใหม่ในอนาคตสุดท้ายคงหนีไม่พ้นเรื่องการปรับตัว แต่จะปรับตัวไปในทิศทางใด สื่อหลักต้องทำความเข้าใจกับ Social Media อย่างเป็นระบบ เช่น สื่อจะบูรณาการข่าวให้เข้ากับ Social Media อย่างไรให้ลงตัว นี่คือโจทย์หลักในการปรับตัวเข้าสู่ออนไลน์” (ริณี เรืองหนู, 2553:38)

การมาของ Social Network นั้นทำให้เกิดสังคมย่อยๆ ขึ้นมากมาย ทั้งกลุ่มที่เป็นเพื่อนกัน กลุ่มที่มีความสนใจด้านเดียวกัน ซึ่งทำให้เราสามารถเข้าไปหาข้อมูลติดตามความเคลื่อนไหว

ของสิ่งที่เราสนใจได้อย่างสะดวก เนื่องจากสินค้าหลายแบรนด์หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างก็เปิด Hi5 หรือ Facebook กันเป็นแถว นอกจากนี้เรายังสามารถที่จะใช้เพื่อเป็นการสอบถามความคิดเห็นจากบุคคลทั่วไปได้เช่นกัน โดยดูจาก Comment ที่เกิดขึ้นหรือการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่มีคนโพสต์เอาไว้

นอกจากการเป็นแหล่งข้อมูลในการทำข่าวที่ดีแล้ว Social Network ยังจัดว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถกระจายข่าวสารออกไปได้ ซึ่งถ้าเป็นสื่อมวลชนเอง ก็สามารถที่จะเพิ่มช่องทางในการเขียนข่าวในกับตัวเองได้โดยอาจจะใช้เป็นช่องทำสำหรับการเล่นประเด็นในอีกแง่มุมที่อาจจะไม่สามารถทำได้ในสื่อที่ตนประจำอยู่ รวมถึงบุคคลทั่วไปที่สามารถจะเปลี่ยนตัวเองเป็นนักข่าวพลเมืองได้ในพริบตาเมื่อเข้าสู่

นอกจากนี้ยังมีการหาหรือโตะกลมของผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงหนังสือพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในเรื่อง ดิจิทัล มีเดีย จนมีข้อสรุปว่า ถึงเวลาแล้วที่คนทำหนังสือพิมพ์ต้องรู้จักใช้รูปแบบการทำงานผ่านระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อขยายฐานคนอ่านและเชื่อมโยงผู้อ่านข่าวสารด้วยการใช้ประโยชน์จาก Social Media ไม่ว่าจะเป็น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรือแม้กระทั่งการผลิตเว็บไซต์เครือข่ายสังคมของสื่อสิ่งพิมพ์เอง เพื่อรักษาที่ยืนของหนังสือพิมพ์ให้คงอยู่ต่อไปได้อีกในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารสมัยใหม่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง www.facebook.com กำลังมีบทบาทมากกว่าการเป็นแค่เครื่องมือติดต่อสื่อสารส่งข่าวแบบเดิม ด้วยประสิทธิภาพความเร็วของ Facebook สามารถส่งต่อข้อมูลในแบบเรียลไทม์ สร้างการรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว วินาทีต่อวินาที ในแบบที่หาไม่ได้จากสื่อแบบเก่า และด้วยพื้นที่สื่อที่เปิดกว้างให้กับการแสดงออกทางความคิดที่หลากหลาย ผู้รับข้อมูลเป็นทั้งผู้ส่งข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน จึงทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนที่มีความคิดและความชอบเดียวกัน จนเกิดเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่ในโลกออนไลน์ จึงเป็นประเด็นที่น่าศึกษาในกรณีของ “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” กรณีศึกษา : ผู้สื่อข่าวออนไลน์ โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้สื่อข่าวออนไลน์ว่ามีพฤติกรรมอย่างไร มีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์อย่างไร เรื่องราวที่สื่อสารนั้นเป็นรูปแบบใด และมีการสร้างเครือข่ายกันอย่างไร โดยทำการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ที่เป็นผู้สื่อข่าวระหว่างโตะบ้านเทิงและโตะข่าวไอที และมีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์มาเป็นระยะเวลา 1 ปีเป็นต้นไป

1.2 ปัญหาวิจัย

1. ผู้สื่อข่าวออนไลน์ มีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com อย่างไร
2. ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com อย่างไร
3. ผู้สื่อข่าวออนไลน์ สร้างเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความเป็นเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัย “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ” กรณีศึกษา : ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน แบ่งตามช่วงอายุเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงและประจำโต๊ะข่าวไอที ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 6 คน กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงและประจำโต๊ะข่าวไอที ช่วงอายุ 30 ปี เป็นต้นไป จำนวน 6 คน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการออนไลน์, ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ และผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ประโยชน์และความพึงพอใจรวมถึงการสร้างเครือข่ายของผู้สื่อข่าวออนไลน์ และผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะ www.facebook.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด รูปแบบการสื่อสารที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์

www.facebook.com นั้นเป็นเรื่องที่ยังไม่มีผู้ใดศึกษา ซึ่งทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ระยะเวลาในการทำการศึกษาคือ เดือนมีนาคม – มิถุนายน 2554

1.5 นิยามศัพท์

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com”
กรณีศึกษา : ผู้สื่อข่าวออนไลน์ จำเป็นต้องมีการนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อความเข้าใจความหมายของ ศัพท์แต่ละคำให้ถูกต้องตรงกันดังนี้

เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ (Social Network) หมายถึงเว็บไซต์ที่ให้บริการผู้เล่นทำการ สื่อสารระหว่างกันในกลุ่มเล็กๆ ที่มีความสนใจร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ ชุมชนออนไลน์จะทำในรูปแบบของการส่งข้อความ การสนทนา การแชท การเขียนไดอารี่ การดู หนังสืงและการฟังเพลง การโหลดคลิปวิดีโอ ในการศึกษาคั้งนี้หมายถึง www.facebook.com ซึ่งเป็น เว็บไซต์ให้บริการทางการสื่อสารเพื่อความบันเทิง การเชื่อมความสัมพันธ์ทางการสื่อสารที่ไม่จำกัด เฉพาะการโต้ตอบระหว่างผู้เล่น 2 คน เท่านั้น แต่ยังสามารถเปิดโอกาสให้ผู้เล่นคนอื่นๆเข้ามาร่วม เป็นเพื่อนเพื่อทำการสนทนาโต้ตอบระหว่างกันได้ นอกจากนั้น facebook.com ยังให้ผู้เล่นสามารถ ทำการโหลดภาพ แบ่งปันภาพ โหลดเพลง โหลดคลิปวิดีโอ เขียนไดอารี่ออนไลน์ การตกแต่งเว็บ เพจและการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน โดยผ่านทาง comment และ status

พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ หมายถึง (1) ระยะเวลาที่ผู้สื่อข่าว ออนไลน์ โ้้้ข่าวสิดปะและบันเทิง ใช้บริการเว็บไซต์ facebook.com ซึ่งมีประสบการณ์มากกว่า 1 ปี เป็นต้น ไป (2) ความถี่ที่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ใช้บริการเว็บไซต์ facebook.com ในแต่ละครั้ง (3) สาเหตุที่ผู้สื่อข่าว เลือกเล่นเว็บไซต์ facebook.com (4) พฤติกรรมต่างๆของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ในขณะที่เล่นเว็บไซต์ facebook.com

ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ หมายถึง สิ่งที่ ผู้สื่อข่าวออนไลน์ โ้้้ข่าวบันเทิงและโ้้้ข่าวไอที ได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com อาทิ การติดต่อสื่อสารกับแหล่งข่าว การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน การสร้างเว็บ เพจเป็นของตนเอง การได้รับความบันเทิงจากการฟังเพลง ชมคลิปวิดีโอ หรือการเขียนไดอารี่ ออนไลน์ สามารถนำมาปรับใช้กับการทำงาน อีกทั้งยังเป็นการผ่อนคลายความเครียด คลายความ เหนงา การมีส่วนร่วมทางสังคม และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การรวมกลุ่มในชุมชนเสมือนจริงที่เกิดขึ้นผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต เป็นลักษณะของชุมชนที่รวมกลุ่มกันทางความคิด โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อสาร เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ความรู้ ความบันเทิง สร้างความสัมพันธ์ ไม่มีลักษณะพื้นที่ทาง

กายภาพแต่เป็นพื้นที่เกิดขึ้นในอาณาบริเวณเครือข่ายการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งในการวิจัยนี้ หมายถึง www.facebook.com

ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ในที่นี้หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เสาะแสวงหา ข้อเท็จจริง รวบรวมข้อมูล ของสถานการณ์ในสังคม โดยนำเสนอในรูปแบบของ เนื้อหา บทความ ข่าวทุกชนิดผลิตขึ้นเว็บไซต์ ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ASTVผู้จัดการออนไลน์, ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ และ ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้สื่อข่าวออนไลน์ โต้ข่าวบนเททงและโต้ข่าว ไอที ที่สามารถนำไปปรับใช้ในการทำงานและชีวิตประจำวันเกี่ยวกับเรื่องของการสื่อสารผ่านสื่อ ใหม่ได้
2. เป็นแนวทางสำหรับกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการนำเครือข่ายชุมชน ออนไลน์มาประยุกต์ใช้งาน
3. เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นข้อเสนอแนะให้แก่ผู้สร้างเว็บไซต์ หรือเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการ สร้างกฎระเบียบและมาตรการในการควบคุมที่รัดกุมมากยิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการและ สังคมให้ดียิ่งขึ้น
4. เพื่อนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทางวิชาการและการค้นคว้าต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ทำการศึกษาโดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated communication - CMC)

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าว (Information Exposure Theory)

2.3 แนวทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification- Theory)

2.4 แนวคิดทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร

2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

2.7 แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

2.8 แนวคิดการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบ (Observational Learning- Modeling)

2.9 แนวคิดทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

2.10 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated communication - CMC)

โดยอันดับแรกผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงการพัฒนาการและความสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้ใช้การสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ที่มีผู้ใช้เป็นจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยมีผู้ให้ความหมายของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ไว้ ดังนี้

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication: CMC) เกิดขึ้นในช่วงปี 1970 และ 1980 โดยเริ่มต้นจากระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Networking) ถูกนำมาใช้เพื่อการสื่อสารกันระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ซึ่ง Santoro (อ้างถึงใน วิทวัส เกื่อนทอ, 2543 : 14) ได้กล่าวว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นี้เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกทางการสื่อสารให้กับบุคคลหรือกลุ่มโดยตรง และในการสื่อสารรูปแบบนี้

เครื่องคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวกลางของการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับเครือข่ายโทรศัพท์ที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

วอลเตอร์ (Walther) ได้ให้ความหมายของ CMC ว่า หมายถึง การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (Computer Conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (Synchronous) หรือต่างเวลา (Asynchronous) โดยที่ผู้ส่งใส่รหัส (Encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (Text Message) ซึ่งถูกถ่ายทอด (Relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่อาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความรวดเร็วและมีการตอบกลับที่สามารถตอบกลับไปยังผู้สื่อสารได้ทันทีคล้ายกับการพูดคุยต่อหน้ากันนั้น ยังเป็นการสื่อสารที่มีข้อจำกัด

ดังที่ ปาร์ค และ ฟรอยด์ (Parks and Floyd) ได้อธิบายว่า จุดแตกต่างระหว่างการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face to Face) และการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นจะขาด Social Context Clues คือ ขาดสภาพทางกายภาพ (Physical Environment) และพฤติกรรมการแสดงอวัจนภาษา ระหว่างกันของผู้สื่อสาร

ดังนั้น ข้อจำกัดของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ คือ การขาดการมองเห็นลักษณะท่าทาง แววตา และการแสดงอารมณ์ทางสีหน้า รวมทั้งน้ำเสียงของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดทางด้าน การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคแก่ผู้ใช้แต่อย่างใด เนื่องจากการใช้คอมพิวเตอร์ในรูปแบบต่างๆ ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และยังคงกลายเป็น “สถานที่” สำหรับการสร้างโอกาสในการรู้จักหรือเป็นมิตรกับผู้ใช้คนอื่นๆ บนโลกไซเบอร์

กันติ กันภัย (2443) กล่าวไว้ว่าการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ CMC ทำให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ฉันมิตรหรือแม้แต่ทำให้คนแต่งงานกันได้ และคนในสังคมจำนวนหนึ่งใช้ CMC เป็นเครื่องมือเพื่อแก้ปัญหาของตนเองที่กำลังประสบอยู่ ความสัมพันธ์ฉันเพื่อนทางออนไลน์อาจจะพัฒนามาจากคนที่ไม่เคยพบปะเห็นหน้ากันมาก่อน โดยไม่คำนึงถึงถิ่นที่อยู่หรือบางครั้งไม่คำนึงถึงเพศ อายุและสัญชาติ

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542:16) ผู้ซึ่งทำวิจัยเกี่ยวกับมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ได้ให้ความหมายของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ว่า “เป็นการสื่อสารที่ใช้คอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางระหว่างผู้ใช้งานร่วมกันเป็นการสื่อสารที่ทำให้อุปสรรคเรื่องสถานที่และเวลาหมดไป”

นอกจากนี้ Hoffman และ Novak (อ้างถึงใน เพ็ญทิพย์ จิรินุสรณ์, 2539:24)พบว่า อินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบการแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information pull) ซึ่งมีความแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ที่จะมีลักษณะของการผลักดันเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร เข้าสู่ประชาชน (Information push) รูปแบบการบริโภคข่าวสารของสื่อทั้งสองประเภทจึงแตกต่างกัน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้นั้นมากกว่าสื่ออื่น ๆ ผู้ใช้สามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการเปิดรับ และเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้ รวมทั้งการเรียกหาข้อมูลสามารถทำได้โดยไม่จำกัดจำนวน ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับสาร และสามารถควบคุมข่าวสารที่ตนเองต้องการจะเปิดรับได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ในปัจจุบันเมื่อมีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้รับสารจะสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ตามความพอใจของตน เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารก็จะมีปฏิสัมพันธ์ (Interact) เพื่อติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็น

กิตติ กันภัย (2543:26) ยังกล่าวอีกว่าคุณสมบัติความต่างของ CMC กับสื่อรุ่นก่อนที่สำคัญคือลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง ในการสื่อสารบนระบบอินเทอร์เน็ตนี้ ไม่จำกัดสถานที่ในการสื่อสาร CMC กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely Distributed) สามารถใช้กับคอมพิวเตอร์เครื่องไหนก็ได้ในโลกในการเข้าระบบสื่อสาร และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เนื่องจาก CMC เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (transient) ไม่คิดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการนำเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่น ๆ สามารถต่อเข้าไปในระบบเมื่อไหร่ก็ได้ที่ต้องการ ส่วนเรื่องราวที่นำเสนอในสื่ออินเทอร์เน็ต ก็มีไม่จำกัดเช่นกัน CMC ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ย่อมได้ (Manipulation of content) แล้วแต่ที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารเรื่องอะไร สามารถสร้างเว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ มากมายไม่จำกัด และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถจับกลุ่ม สร้างกลุ่มใหม่กันตามความสนใจได้

กาญจนา และ คณะ (2543:42) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารแบบใหม่ในรูปแบบอินเทอร์เน็ตไว้ดังนี้

1. การไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารหลายคนสู่ผู้รับหลายคน และเป็นการสื่อสารข้อมูลของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งที่ส่งไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการเครือข่ายผู้ใช้ข่าวสาร หรือระบบกระดานข่าวคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังลดข้อจำกัดของเวลา และระยะทางการสื่อสารออกไป เพราะไม่ว่าผู้ส่งสารจะอยู่บริเวณซีกโลกใด ๆ ของโลกก็สามารถสื่อสารกันได้
2. ผู้ส่งสารมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับสาร เนื่องจากระบบ Interactive
3. การแบ่งประเภทของผู้รับสารสูงมากเป็นรายบุคคล
4. ระดับการโต้ตอบสูง

5. ปฏิบัติการป้อนกลับมีบ้างแต่ยังมีข้อจำกัดอาจจะนับพลังหรือต้องรอ
6. ศักยภาพในการเก็บรักษาข่าวสารสูงมาก
7. ลักษณะอวัจนภาษาค่อนข้างมาก
8. ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถควบคุมการไหลของสารได้เท่าเทียมกัน
9. การสื่อสารจากจุดศูนย์กลางคอมพิวเตอร์ให้บริการเฉพาะกลุ่ม คือการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังศูนย์บริการ โดยที่ผู้รับต้องเป็นสมาชิกหรือลงทะเบียนเอาไว้ และการเข้าถึงข้อมูลนี้ได้จะต้องการใช้ชื่อและรหัสผ่านด้วย

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยง เป็นที่แพร่หลายอย่างมาก จนจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสามารถขจัดปัญหาในเรื่องของกาลและเทศะออกไป เพราะสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลกก็ตาม หากมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโยงใยไปถึงก็สามารถจะติดต่อสื่อสารถึงกันได้ภายในเสี้ยววินาที อีกทั้งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความสมบูรณ์คือ ให้การแสดงผลที่เป็นทั้งภาพ เสียง และตัวอักษร จึงทำให้สะดวกในการใช้ จนกลายเป็นแหล่งข้อมูลใหม่ขนาดใหญ่ที่มีผู้นิยมเข้าไปใช้บริการ

จะเห็นได้ว่าในยุคปัจจุบันเราอมรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มากขึ้น เนื่องจากความสามารถของคอมพิวเตอร์พัฒนาให้มีความรู้สึกเสมือนจริง (Virtual Reality) แม้ว่าจะยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ไม่สามารถแสดงหรือรับรู้ถึง สีหน้า น้ำเสียง อารมณ์ และท่าทาง อันเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสื่อสารไม่น้อยไปกว่าตัวเนื้อหาของสารได้ แต่ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารก็มีวิธีการปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการสื่อสาร ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยการสรรหาวิธีที่จะสื่อสารกันได้ในข้อจำกัดที่มีอยู่

สำหรับในประเทศไทยการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั้น ได้เข้ามามีบทบาทในสังคมไทย โดยเฉพาะสังคมเมืองเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากก็คือ การค้นหาไฟล์ และ ฐานข้อมูลแบบเครือข่ายไฮแมงมุม ซึ่งจะมีข้อมูลข่าวสารมากมายที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของ Multi Media ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายในรูปแบบของสื่อที่ผสมผสาน ให้ข้อมูลได้ทั้ง รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ แหล่งข้อมูลที่จะให้ค้นหาที่มีไม่จำกัด เพราะสามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้ใช้ยังมีความนิยมในการใช้บริการในรูปแบบอื่น ๆ อีกมาก เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การดาวน์โหลดข้อมูล การพูดคุยแสดงความคิดเห็นผ่านห้องสนทนา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร (Information Exposure Theory)

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยเลือกให้ความสนใจเกี่ยวกับผู้รับสาร (Receiver) โดยมีความเชื่อที่ว่า ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการเลือกรับสื่อด้วยตนเอง (Active) ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร ก็เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้เช่นกัน กล่าวคือ การที่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อประเภทใด ชนิดใดก็ตาม ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร คัดสรร และแสวงหาข่าวสารตามความต้องการ หรือความคาดหวังจากการรับสารนั้นๆ ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล โดยกระบวนการเลือกสรรข่าว (Selective Process) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วย

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดจากที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะ และความสามารถของตนเอง โดยผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ และหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความคิดและความรู้สึกของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา ซึ่งเมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทักษะ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร โดยเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะของตนเอง การเลือกจดจำนี้ เปรียบเสมือนเป็นเครื่องกรองขั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งก็อาจจะลืมเนื้อหาส่วนนั้นไม่เป็นที่ต้องการ หรือไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

แนวคิดในกลุ่มการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร (Information Acquisition) เสนอว่า ในการวิเคราะห์กระบวนการของการสื่อสารนั้น จะต้องไม่เริ่มต้นจากผู้ส่งสาร หากว่าจะต้องเริ่มต้นพิจารณาจาก “ผู้รับสาร” เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ในยุคปัจจุบันสังคมข่าวสารมีการผลิตข่าวสารต่างๆ ขึ้นมากมายเกินความต้องการและความสามารถในการเปิดรับสารจากทุกแหล่งและทุกประเภท ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและเป็นเรื่องที่แต่งขึ้น ดังนั้นสภาวะการณ์ที่ผู้รับสารจะต้องเผชิญหน้ากับการที่มีข่าวสารมากเกินไป จึงกลายเป็นความยุ่งยากที่จะค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารเอง ที่จะสามารถรับสารได้ง่ายและรวดเร็ว จึงทำให้ผู้ใช้เลือกใช้วิธีการใดๆ ในการเลือกรับสารที่เป็นความพยายามที่น้อยที่สุด แต่ก็ยังสามารถบรรลุเป้าหมายกับการเลือกรับสารนั้นๆ ได้

จากแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารนี้ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย เพื่อชี้ให้เห็นพฤติกรรมการเปิดรับสารจากเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของกลุ่มผู้ใช้บริการ ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการใช้ประโยชน์ เพื่อความเพลิดเพลิน ความบันเทิง และตอบสนองความต้องการเพื่อความพึงพอใจของตนเองอย่างไร และวัดว่าระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุ 25-30 ปี กลุ่มกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไปนั้น มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ รวมทั้งระยะเวลา ความถี่และความคาดหวังที่ได้จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com อย่างเป็นต้น

2.3 แนวทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นศึกษาถึงผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อ (Active Receiver) ว่ามีกระบวนการอย่างไร แนวทางการศึกษาดังกล่าวอยู่ภายใต้แนวคิดที่ว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกิดขึ้นจากความต้องการ (Need) ซึ่งมีที่มาต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคลเกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานภายในจิตใจบุคคล และประสบการณ์โดยตรงจากที่บุคคลนั้นได้รับจากสังคมโดยตรง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องถึงความต้องการ แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจตามมา

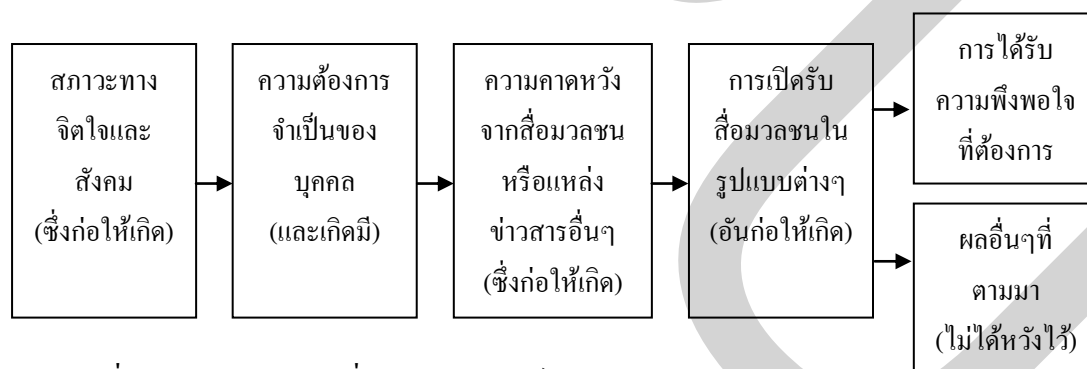
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ถูกพูดถึงครั้งแรกโดยแคทซ์ (Katz) จารูวรรณ กิตตินราภรณ์ (2547) เขากล่าวว่า การวิจัยทางการสื่อสารควรจะเปลี่ยนแปลงจากแนวคิดและคำถามที่ว่า “สื่อส่งผลกระทบต่อผู้รับสารอย่างไร” ไปเป็นการหาคำตอบว่า “ผู้รับสารกระทำอย่างไรกับสื่อ” เนื่องจากแคทซ์มองผู้รับสารในฐานะเป็นผู้กระทำ (Active) และเป็นผู้ที่สามารถที่จะเลือกเปิดรับสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) ที่เป็นแค่ผู้รับสื่ออย่างเดียว

แคทซ์และคณะ (Katz & Others) ได้ทำการศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจโดยศึกษาและเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อีเมลในการเทศอิสราเอล เป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐานซึ่งเน้นที่ความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาพิสูจน์โดยสมมติฐานใดๆ ที่แคทซ์และคณะได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยมีองค์ประกอบ 3 อย่างดังนี้

1. Mode คือ ลักษณะความต้องการ ได้แก่
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น (Strengthen)

- 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง (Weaken)
2. Connection คือจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอกได้แก่
 - 2.1 เพื่อรับข่าวสาร ความรู้ (Information)
 - 2.2 เพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (Gratification)
 - 2.3 เพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ (Credibility and Confidence)
 - 2.4 เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Contact)
3. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์ต้องการเชื่อมโยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง (Self)
 - 3.2 ครอบครัว (Family)
 - 3.3 เพื่อนฝูง (Friend)
 - 3.4 ผู้ปกครอง สังคม (State and Society)
 - 3.5 ขนบประเพณี วัฒนธรรม (Tradition and Culture)

โดยองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวกับเรื่องแนวคิดในเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน” สามารถแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารของแคทซ์และคณะ

ที่มา : จารูวรรณ กิตตินราภรณ์ (2547:45)

แบบจำลองนี้ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและการใช้สื่อสารมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกผู้บริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพอใจของตนเองในรูปแบบและเหตุผลที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ แคมป์และคณะ ได้ศึกษาและอธิบายถึงปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสารดังนี้

1. สภาพทางสังคมและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (The Social And Psychological Origins) ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันออกไป

2. ความต้องการและความคาดหวังในการใช้สื่อของผู้รับสาร (Needs, Expectation of the Mass Media) ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไป

โดยทั้งสองปัจจัยนี้ สรุปได้ว่าความพึงพอใจที่แตกต่างกันจึงนำไปสู่ผลของพฤติกรรม การเปิดรับสารที่แตกต่างกันนั่นเอง

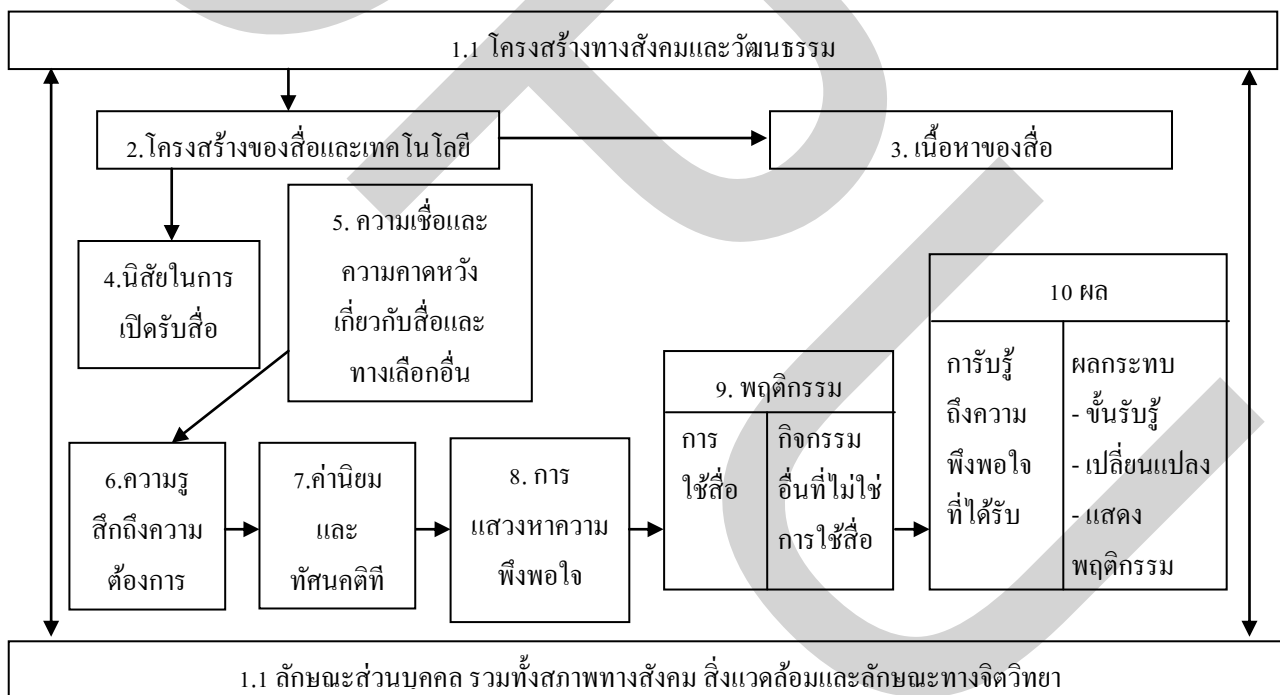
อนึ่ง ความต้องการก็เป็นตัวแปรสำคัญตัวแปรหนึ่งในการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยการศึกษาตามทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการพื้นฐานของ มนุษย์ (Needs) ตามแนวคิดของ มาสโลว์ (Maslow) ได้แก่ ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Need) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการด้านความรัก (Belonging and Love Need) ความต้องการความมีชื่อเสียง (Esteem Needs) และความต้องการ ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง (Self-Actualization Needs for Orientation) ซึ่งเป็นความต้องการที่ จะแสวงหาระเบียบและเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ซึ่งความต้องการอย่างสุดท้ายนี้เป็นความ ต้องการที่มนุษย์พึงมีเพื่อความอยู่รอดในสังคมนั่นเอง

จากแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสารต่อการเปิดรับ และใช้ประโยชน์จาก สื่อมวลชนของนักวิชาการและนักคิดต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการ สร้างแบบสอบถาม เพื่อวัดความต้องการและเหตุผลในการเปิดรับเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ โดย ผู้วิจัยแบ่งความต้องการออกเป็น

1. ความต้องการข้อมูลสารสนเทศ (Information)
 - 1.1 เพื่อทราบข้อมูลและเหตุการณ์ต่างๆ (Surveillance)
 - 1.2 เพื่อหาข้อแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติและการตัดสินใจต่างๆ
 - 1.3 เพื่อการเรียนรู้และการศึกษา การค้นคว้าตามความต้องการ (Social Integration)
2. ความต้องการการมีส่วนร่วม เชื่อมโยงตนเองเข้ากับสังคม (Social Integration)
3. ความต้องการความบันเทิงเพื่อลดและผ่อนคลายความตึงเครียด (Entertainment)
4. เพื่อสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) เพื่อเสริมสร้าง ความมั่นใจในการแสดงออกความเป็นตัวเอง
5. เพื่อผลประโยชน์อื่นๆ ของตนเอง

ปาล์มกรีน (Palmgreen) ได้รวบรวมงานวิจัยของนักวิชาการต่างๆ และได้สร้างแบบจำลองซึ่งแสดงโครงสร้างและขอบเขตของทฤษฎีขึ้น เพื่อจัดวางกระบวนการของความพึงพอใจในการใช้สื่อท่ามกลางสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบต่างๆ โดยแบบจำลองต่างๆแสดงให้เห็นโครงสร้างที่ซับซ้อน และมีการเชื่อมโยงกันในลักษณะความสัมพันธ์สองทางของตัวแปรต่างๆ พร้อมแสดงให้เห็นว่ากระบวนการความพึงพอใจที่เกิดขึ้นนั้น ท่ามกลางความสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับลักษณะส่วนตัวของแต่ละบุคคล

อย่างไรก็ตาม จุดสำคัญของแบบจำลองนี้ไม่ได้อยู่ที่ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) อย่างที่ได้มีการศึกษาวิจัยในยุคต้นๆ แต่อยู่ที่การแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมต่างๆที่เกิดจากแรงจูงใจหรือความต้องการส่วนบุคคล นอกจากนี้ แบบจำลองนี้ยังแสดงให้เห็นถึงการแสวงหาความพึงพอใจจากการใช้สื่อที่กล่าวถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลกับการใช้สื่อและตัวแปรทางสังคมและจิตวิทยาด้วย



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ที่มา : จรินทร์ ธานีลปะกุล 2545:35

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และผลกระทบที่กลุ่มผู้ใช้บริการได้รับจากเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com เป็นต้น

2.4 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)

เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นๆ มีอยู่ในสังคม นับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้าหากจะมองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมก็เปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่างๆ ที่มีเส้นหลายๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่างๆ เหล่านี้กับจุดๆ หนึ่งซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่างๆ เป็นตัวแทนของบุคคลรอบๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลายๆ เส้นนั้น หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมที่สำคัญ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลอื่นๆ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารอย่างเดียวยังไม่พอที่จะเรียกว่า เป็นเครือข่ายสังคมได้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย ซึ่งได้แก่การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล เครื่องใช้ ไม้สอย อาหาร การบริการ (Transaction) ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันและกันของบุคคลต่างๆ ที่มีอยู่ในเครือข่ายสังคมนั้น เป็นความสัมพันธ์ในทุกๆ ด้านที่บุคคลทั้งหมดในเครือข่ายสังคมมีต่อกันทั้งในด้านของระบบเศรษฐกิจ การแต่งงาน เครือญาติ การเมือง สุขภาพอนามัย ฯลฯ ส่วนพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมขึ้น ได้แก่ การไปมาหาสู่เยี่ยมเยียนกัน การปรึกษาหารือกัน การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นต้น เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่งๆ จึงเปรียบเสมือนสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ และขณะเดียวกันบุคคลนั้นๆ ก็เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมทางสังคมของบุคคลอื่นๆ ในเครือข่ายสังคม ซึ่งสามารถมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้อื่นด้วยเช่นกัน

การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมนั้น จะเน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลที่ดำรงอยู่ในเครือข่ายสังคมว่า จะส่งผลต่อพฤติกรรมซึ่งกันและกันอย่างไร ซึ่ง Jeremy Boissevain (อ้างถึงใน พิมพัลลภ ปริดาสวัสดิ์ และ วาทีนิ บุญชะลิกขมี, 2533) ได้เสนอถึงลักษณะความสัมพันธ์ทาง

สังคมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไว้ 4 ลักษณะด้วยกันด้วยกัน ดังนี้คือ

1. ความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย อันเนื่องมาจากบทบาทที่มีอยู่ในสังคม : ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage : Multiplicity) ลักษณะของความสัมพันธ์นี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีบทบาท (Role Theory) เพราะในเครือข่ายสังคมนั้น จะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่ของแต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้นมีได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทพ่อ บทบาทผู้ใหญ่ในบ้าน บทบาทลูก บทบาทของประธานคณะกรรมการหมู่บ้านต่างๆ เป็นต้น ดังนั้น บุคคลสองคนอาจมีความสัมพันธ์กันได้ ทั้งในบทบาทเดียวหรือหลายบทบาทประกอบกัน เรียกว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเดี่ยวและความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Uniplex or Single – stranded และ Multiplex or Multi - stranded) ซึ่งบทบาทแต่ละบทบาทจะมีบรรทัดฐานและความคาดหวังเป็นตัวชี้แนะแนวทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกันและกัน

2. ความสัมพันธ์ทางสังคม ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) เพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เช่น สิ่งของ ความช่วยเหลือต่างๆ เงินทอง หรือบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทนกันต่อไปภายหน้า โดยที่ตัวบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจเองในการที่จะเลือก หรือมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแลกเปลี่ยนอะไรกับอีกบุคคลหนึ่ง เช่น ความเป็นเพื่อนระหว่าง นาย ก. กับนาย ข. อาจเป็นไปได้ทั้งในเรื่องของความรัก ความซื่อสัตย์ การให้ของขวัญในโอกาสต่างๆ การให้ยืมเงินทอง แต่ นาย ก. และ นาย ข. ก็อาจเลือกที่จะแลกเปลี่ยนในเพียงบางสิ่งบางอย่างซึ่งกันและกันเท่านั้น ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความเหมาะสมหรือความพอใจที่จะได้จากการแลกเปลี่ยนนั้นๆ ด้วย

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow) ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกัน หรือแข่งขันกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน อีกทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุลกัน (Balance reciprocity) และไม่สมดุลกัน (negative reciprocity)

ขึ้นด้วย ซึ่งหมายถึงการได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน ทั้งในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน โดยฝ่ายหนึ่งอาจได้รับมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์? (Frequency and Duration of Relationship) ความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์นั้น เป็นปัจจัยที่นำไปสู่คุณภาพของความสัมพันธ์ในลักษณะการเกิดความสัมพันธ์เชิงซ้อน และในทำนองเดียวกันความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์ ก็เป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงซ้อน ความผูกพันและความมีอิทธิพลต่อกัน และกันในด้านพฤติกรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับความถี่และความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์ ประกอบขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาของความสัมพันธ์ด้วย ยิ่งบุคคลมีความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งบ่อยครั้งเพียงใดและบุคคลมีช่วงระยะเวลาของการรู้จักกันนานเท่าใด ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคนจะมีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมของกันและกันมากขึ้นเท่านั้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร

การที่มนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม จำเป็นที่จะต้องใช้ “การสื่อสาร” มาเป็นเครื่องมือที่จะช่วยเชื่อมโยงบุคคลในกลุ่มเข้าด้วยกัน โดยมีผู้ให้นิยามของ “เครือข่ายการสื่อสาร” ได้หลากหลายดังต่อไปนี้

วินิจ เกตุขำ กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง แบบแผนการติดต่อ เกี่ยวข้องและประสานงานกันภายในกลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มจะมีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2533) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง ระบบการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารในระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งมีเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

เครือข่ายมีหลายระดับ ตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย กลายเป็นเครือข่ายย่อยภายใต้เครือข่ายใหญ่

หากมองในแง่พฤติกรรมมนุษย์แล้ว โดยปกติมนุษย์จะมีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่งหรือมากกว่านั้น ประกิติแล้วบุคคลในระบบจะทำการติดต่อกับบุคคลอื่นๆ และเพิกเฉยกับบุคคลอื่นๆ ที่เหลือด้วยเช่นกัน (หากระบบนั้นมีขนาดใหญ่) การไหลของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงกลายเป็นรูปแบบที่เรียกว่า “โครงสร้างการสื่อสาร” (Communication structure) หรือ “เครือข่าย” (network)

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร จะอธิบายการสร้างความผูกพันของตนเข้ากับหมู่คณะ โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันใน โครงสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคล เครือข่ายการสื่อสารประกอบ ขึ้นด้วยการติดต่อระหว่างบุคคล โดยจะติดต่อกันในรูปแบบการไหลของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการวิจัยการสื่อสาร โดยการใช้การวิเคราะห์เครือข่ายนั้นเป็นการชี้เฉพาะไปที่ โครงสร้างการสื่อสารและเพื่อให้เข้าใจถึงภาพรวมของปฏิกริยาของมนุษย์ในระบบเพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการสื่อสารต่อบุคคล

การวิเคราะห์เครือข่ายเป็นการปล่อยให้คำพูดไหลออกมาในระบบ และทำการเปรียบเทียบโครงเปรียบ โครงสร้างการสื่อสารด้วยโครงสร้างสังคม เพื่อที่จะดูว่าโครงสร้างสังคมมีความสัมพันธ์กับเครือข่ายการสื่อสารอย่างไร ดังนั้นจึงจะต้องเข้าใจโครงสร้างทางสังคมด้วย เช่น ช่องทางการสื่อสาร

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเป็นหนึ่งในหลายๆ วิธีการวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในส่วนที่การวิจัยอื่นๆ ไม่เน้น เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางการสื่อสารระหว่างคนสองคนหรือมากกว่านั้น

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารจะเป็นการค้นหาคำตอบของสิ่ง 2 สิ่ง คือ

1. พฤติกรรมทางธรรมชาติทางการสื่อสารของมนุษย์
2. เนื้อหาและข้อมูลของการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง การแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม รวมถึงการสื่อสารที่ใช้ในการสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งมีทั้งเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ ตรงกันข้ามเครือข่ายเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่ความเข้มข้นของการสื่อสารที่ต่างกัน

เครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้เป็นประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายที่ได้มีการวางแผนอย่างแน่นอน ดังนั้น เครือข่ายเหล่านี้มีโครงสร้างที่มีแบบแผน บทบาทและสถานภาพของสมาชิกจึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาอย่างมาก ชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ทุกวันต้องการวางแผนเครือข่ายการสื่อสารแทบทั้งสิ้น

ในขณะที่เดียวกันการติดต่อสื่อสารของคู่สื่อสารภายในเครือข่ายจะมี 2 ลักษณะคือ

1. เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลหลายคน (Radial Personal Network) คือการที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลหลายคน แต่ในกลุ่มบุคคลที่บุคคลนั้นติดต่อสื่อสารด้วยจะไม่มี การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน บุคคลส่วนใหญ่ที่ติดต่อสื่อสารด้วยนั้นมีความผูกพันกันแบบผิวเผิน เช่น คนรู้จักหรือผู้ร่วมงาน เป็นต้น และเป็นการติดต่อสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกัน

2. เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลแบบซ้อนติดกัน (Interlocking personal Network) คือ การที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ อีกหลายคน โดยกลุ่มคนในเครือข่านั้นจะมีการติดต่อสื่อสารถึงกันทั้งหมด และความสัมพันธ์แบบสนิทสนม เช่น เพื่อนสนิทหรือญาติ โดยแต่ละบุคคลจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าเมื่อบุคคลได้มีการรวมกลุ่มขึ้น แต่ละคนจะมีการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในลักษณะต่างๆ รวมถึงทำหน้าที่ของตนเพื่อให้กลุ่มดำรงอยู่และดำเนินไปได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของเครือข่าย facebook เครือข่ายนั้นมีการรวมตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบใน www.facebook.com เหมือนกัน โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารในแบบต่างๆ เพื่อให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่าย มีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายของกลุ่มร่วมกัน มีการสื่อสารระหว่างเครือข่าย

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

โรเจอร์ (Rogers)(2526) ได้ให้ความหมายของคำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ไว้ว่า เป็นการประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจในระบบการสื่อสารและการใช้คอมพิวเตอร์บนฐานข้อมูลเดียวกันในการค้นหาข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล และการติดต่อสื่อสารด้วยความเร็วและถูกต้อง

คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของคำว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งหมายความถึง ความรู้ในผลิตภัณฑ์ หรือคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ การติดต่อสื่อสาร การรวบรวมและการนำข้อมูลมาใช้อย่างทันการ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพด้านการผลิต การบริการ การบริหาร และการดำเนินการ รวมทั้งเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบ ทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การพัฒนาด้านคุณภาพชีวิตและการพัฒนาคุณภาพประชาชนในสังคม

จินตนา วัฒนทกโกศล (2543)กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศหมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการดำเนินงานต่างๆ เพื่อการจัดทำสารสนเทศไว้ใช้งาน ซึ่งจะประกอบด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีคมนาคมเป็นหลัก รวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูล

ข่าวสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น ด้านการศึกษา โดยมีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการจัดการ และจัดเก็บข้อมูล เพื่อความสะดวกและเป็นระบบ ส่วนเรื่องของการสื่อสารนั้นจะมีการใช้การสื่อสารในรูปแบบของระบบโทรคมนาคมมาใช้เป็นสื่อกลางในการจัดการข้อมูล เผยแพร่ภาพและเสียงออกไปเพื่อทำการสื่อสารเช่นเดียวกัน

องอาจ กุญชรทองพิทักษ์ (2539) ซึ่งให้เห็นว่าระบบเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ตซึ่งมีที่มาจาก การค้นคว้าวิจัยที่เชื่อมโยงเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ของแต่ละมหาวิทยาลัยเข้าไว้ด้วยกัน และต่อมาได้ขยายวงกว้างขึ้นในหมู่ประชาชนทั่วไป จนเกิดการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารติดต่อกันไปทั่วโลก ซึ่งก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยข้อได้เปรียบของการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นที่นิยมและเป็นที่โดดเด่นที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตได้เป็น 5 ประการ ดังนี้

1. ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล ทั้งที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันและ นอกเครือข่ายที่ห่างไกลกัน ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวมากขึ้นอีกทั้งยังทำให้ ประหยัดเวลามากขึ้นเช่นกัน

2. เป็นแหล่งความรู้อันยิ่งใหญ่ เนื่องจากมีข้อมูลข่าวสาร งานวิจัย ที่หลากหลายและ ครอบคลุมทั่วทุกมุมโลก และโปรแกรมที่เป็นประโยชน์ต่างๆ มากมายหมุนเวียนอยู่ในเครือข่าย เพื่อให้ผู้สนใจสามารถอ่านและศึกษาได้ทั่วทุกมุมโลก

3. เป็นช่องทางในการกระจายความรู้จากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง ทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว

4. ในการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน ข้อมูลจากบุคคลหนึ่งจะถูกส่งไปถึงอีกบุคคลหนึ่ง ได้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เนื่องจากระบบจะมีการตรวจสอบการส่งข้อมูล ซึ่งหากไม่ถึงผู้รับก็จะ ขึ้นข้อความเตือนให้ผู้ส่งทราบถึงผลการล้มเหลวของการส่งข้อมูลนั้นๆ

5. ช่วยลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเอกสารต่างๆลงได้มาก

จากข้อได้เปรียบดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถพัฒนาตนเองใน ด้านต่างๆ ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด กล่าวคือ สามารถค้นคว้าความรู้ใหม่ๆ ที่มีอยู่ในทั่วทุกมุมโลกได้ใน ระยะเวลาอันรวดเร็ว สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่อื่นๆ ได้ใน ช่วงเวลาเดียวกันทั้งในและต่างประเทศ สามารถสืบค้นข้อมูลวิชาการจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัย ต่างๆ ทั่วโลก ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน ได้รับเพื่อนใหม่ๆ จากทั่วทุกมุมโลกอีก เช่นกัน นอกจากนี้ในด้านการศึกษายังสามารถช่วยในเรื่องของการเรียนการสอนในชั้นเรียน เช่น การส่งรายงานและการปรึกษาปัญหาทางวิชาการต่างๆ กับอาจารย์โดยผ่านการสื่อสารที่เรียกว่าการ แลกหรือการเขียนแม่ล เป็นต้น

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของเราในทุกๆด้าน เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถทำลายกำแพงในเรื่องของสถานที่และเวลาได้เป็นอย่างมาก นอกจากนั้นยังทำให้เกิดนวัตกรรมทางการศึกษาขึ้นเสมอๆ มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเรียนการสอนอย่างแพร่หลาย ถือได้ว่าการใช้ “อินเทอร์เน็ต” นับเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอยู่สูงในปัจจุบัน โดยบริการที่ได้ความนิยมและมีประโยชน์มากในการบริการอย่างหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตคือ การค้นหาข้อมูลผ่านระบบ เวิลด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web) ขององค์กรต่างๆ ซึ่งเป็นที่นิยมเนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และผู้รับสารเป็นผู้ควบคุมการใช้บริการเอง นอกจากนั้นยังเป็นสื่อที่สามารถตอบโต้ได้อย่างรวดเร็ว และมีรูปแบบการบริการที่หลากหลาย นับตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การแสดงความคิดเห็น ผ่านกระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ การสนทนาผ่านทางคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

คำว่า “อินเทอร์เน็ต” ไม่ได้เป็นคำเฉพาะที่ใช้กันในหมู่ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์เท่านั้น หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลอีกต่อไปแล้ว เราสามารถได้ยินคนกล่าวถึงอินเทอร์เน็ตได้จากทุกๆที่ แม้แต่ในชั้นเรียนของเด็กประถม อินเทอร์เน็ต ไม่ได้เป็นองค์กร และไม่ได้เป็นสถาบัน ไม่มีใครเป็นเจ้าของ อินเทอร์เน็ตสามารถควบคุมตัวของมันเองได้

จากกรอบแนวคิดนี้ ผู้วิจัยได้เลือกเอาสื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบของเว็บไซต์เป็นสื่อในการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการสื่อสาร เนื่องจากเว็บไซต์เป็นสื่อสมัยใหม่โดยเฉพาะเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากขึ้นท่ามกลางสื่อต่างๆมากมาย ที่มีผู้ให้รับสารเลือก เพื่อชี้ให้เห็นถึงพัฒนาการทางสารสนเทศอีกทั้งแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความคาดหวังของผู้ใช้ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคแต่ละสมัย อีกทั้งเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ยังเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งกับผู้รับสารที่มีบทบาทรุก (Active Receiver) กล่าวคือเป็นสื่อที่ผู้รับสารสามารถใช้และควบคุมได้ตามความต้องการ นั่นคือสามารถเปิดรับเพื่อใช้บริการด้วยตนเองได้ตลอดเวลา บ่อยครั้งเพียงใดก็ได้และสามารถเลือกช่องทางหรือเนื้อหา โดยใช้คุณสมบัติต่างๆของเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้เช่นกัน

2.7 แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

อัลเบิร์ต บันดูรา (Albert Bandura) นักจิตวิทยาผู้คิดทฤษฎีทางสังคมปัญญา (Social Learning Theory, Social Cognitive Theory) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การเรียนรู้” ที่ไม่แตกต่างไปจากนักจิตวิทยาคนอื่นๆ ที่ให้ความหมายว่าเป็น “การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม” แต่การตีความของคำว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในความคิดของบันดูรา มีความแตกต่างกันออกไปเนื่องจาก

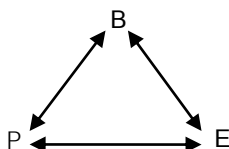
นักจิตวิทยาในกลุ่มพฤติกรรมนิยมมองการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในแง่ของการแสดงออกหรือที่เรียกว่า Performance หมายถึง บุคคลจะต้องแสดงออกในพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจึงเกิดการเรียนรู้ แต่นั่นคือการกลับมองว่า การเรียนรู้ไม่จำเป็นที่จะต้องพิจารณาในแง่ของการแสดงออก หากได้มาซึ่งความรู้ใหม่ๆ (Acquired) นั่นถือว่าการเรียนรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว แม้วังยังไม่ได้มีการแสดงออกก็ตาม ดังนั้นการเรียนรู้ของบันดูราจึงมักจะเน้นเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายใน

บันดูราได้สร้างทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) โดยเกิดความเชื่อว่าการเรียนรู้ของมนุษย์ส่วนมากเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการลอกเลียนแบบ จึงเรียกรู้จากการสังเกตว่า “การเรียนรู้โดยการสังเกต” หรือ “การเลียนแบบ” และเนื่องจากมนุษย์มีการปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆ ตัวเสมอ บันดูราจึงอธิบายได้ว่า การเรียนรู้ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้นมีอิทธิพลซึ่งกันและกันเสมอ

บันดูราจึงเปลี่ยนชื่อทฤษฎีจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) เนื่องจากบันดูราพบการทดลองว่า สาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งในการเรียนรู้ด้วยการสังเกต คือ ผู้เรียนจะต้องเลือกสังเกตสิ่งที่ต้องการเรียนรู้โดยเฉพาะ และสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ ผู้เรียนจะต้องมีการเข้ารหัส (Encoding) ในความทรงจำระยะยาวได้อย่างถูกต้อง ผู้เรียนต้องสามารถที่จะประเมินได้ว่าตนเลียนแบบได้ดีหรือไม่ดีอย่างไร และจะต้องควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้ด้วย (Meta Cognitive) บันดูราจึงสรุปผลการทดลองว่า การเรียนรู้โดยการสังเกตจึงเป็นกระบวนการทางการรู้คิดหรือพุทธิปัญญา (Cognitive Process)

บันดูราได้นำเสนอแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญาดังนี้

1. ความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์ของอินทรีย์และสิ่งแวดล้อมและถือว่าการเรียนรู้ก็เป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและสิ่งแวดล้อม โดยผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกันและกัน บันดูรา ถือว่าทั้งบุคคลที่ต้องการจะเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุของพฤติกรรมและได้อธิบายการปฏิสัมพันธ์ดังนี้



B = พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของคน (Behavior)

P = บุคคล (Person)

E= สิ่งแวดล้อม (Environment)

ภาพที่ 2.3 การปฏิสัมพันธ์ของการเรียนรู้ระหว่างพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม

2. ความแตกต่างของการเรียนรู้ (Learning) และการกระทำ (Performance) มีความสำคัญมาก บันดูราได้สรุปว่าพฤติกรรมของมนุษย์อาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.1 พฤติกรรมตอบสนองที่เกิดจากการเรียนรู้ ผู้ซึ่งแสดงออกหรือกระทำสม่ำเสมอ

2.2 พฤติกรรมที่เรียนรู้แต่ไม่ได้แสดงออกหรือกระทำ

2.3 พฤติกรรมที่ไม่เคยแสดงออกทางการกระทำ เพราะไม่เคยเรียนรู้จริงๆ

3. บันดูราไม่เชื่อว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะคงตัวอยู่เสมอ เพราะสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และทั้งสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยนี้ไม่ได้มีอิทธิพลที่เท่าเทียมกัน หากแต่บางปัจจัยอาจจะมีอิทธิพลมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่ง และต้องอาศัยระยะเวลาที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมีผลต่ออีกปัจจัยอื่นๆ เป็นต้น

ปัจจัยทั้ง 3 สามารถสรุปได้ออกมาเป็นคู่ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่าง P - B ที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคิด ความรู้สึก และการกระทำ ความคาดหวัง ความเชื่อ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป้าหมายความตั้งใจ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวกำหนดลักษณะและทิศทางของพฤติกรรมสิ่งที่บุคคล เชื่อและรู้สึก จะกำหนดว่าบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเช่นใด ในขณะที่เดียวกัน การกระทำของบุคคลก็จะเป็นตัวกำหนดลักษณะ การคิดและการตอบสนองทางอารมณ์ ลักษณะทางร่างกาย ระบบการเรียนรู้ระบบประสาท มีผลต่อพฤติกรรม ศักยภาพของบุคคล เช่นเดียวกับระบบการเรียนรู้และโครงสร้างของสมองก็ปรับเปลี่ยนได้โดยประสบการณ์ทางพฤติกรรมเช่นกัน

2. ความสัมพันธ์ระหว่าง E - P ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อม ความคาดหวัง ความเชื่อ อารมณ์ และความสามารถทางปัญญาของบุคคลนั้นจะพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโดยอิทธิพลทางสังคมที่เขาอาศัยอยู่จากลักษณะทางกายภาพของเขา เช่น อายุ ขนาดร่างกาย เชื้อชาติ เพศ และความน่าสนใจของร่างกายที่จะแยกออกจากสิ่งที่เขาพูดและกระทำ นอกจากนี้การตอบสนองยังขึ้นอยู่กับบทบาทและสังคมของเขอีกด้วย

3. ความสัมพันธ์ของ B - E ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมในชีวิตประจำวันของเรา พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขสภาพแวดล้อม ในขณะเดียวกันเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปนั้น ทำให้พฤติกรรมถูกเปลี่ยนไปด้วยสภาพแวดล้อมเอง และจะไม่มียุติผลใดๆต่อบุคคล จนกว่าจะมีพฤติกรรมบางอย่างเกิดขึ้น เนื่องจากทั้งพฤติกรรม

และสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกันและกัน ดังนั้นบุคคลจึงจำเป็นต้องเป็นทั้งผู้ก่อให้เกิดและเป็นทั้งผู้ผลิตของสภาพแวดล้อม การมีผลซึ่งกันและกันนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมุมมองของกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม

การศึกษาวิจัย “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” นี้จึงใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธปัญญาเป็นกรอบแนวการวิจัย โดยมีแนวคิดในการศึกษาที่สำคัญดังนี้

2.8 แนวคิดการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบ (Observational Learning Modeling)

บันดูรา (1977) กล่าวว่า คนเรามีการปฏิสัมพันธ์ (Interact) กับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบๆตัวเราเสมอ การเรียนรู้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกันและกัน พฤติกรรมของคนเราส่วนมากจะเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) หรือการเลียนแบบจากตัวแบบ (Modeling) สำหรับตัวแบบไม่จำเป็นต้องเป็นตัวแบบที่มีชีวิตเท่านั้น แต่อาจจะเป็นสัญลักษณ์ เช่น ตัวแบบที่เห็นในโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ หรืออาจจะเป็นรูปภาพในหนังสือการ์ตูนก็ได้ นอกจากนี้ คำบอกเล่าด้วยคำพูดหรือข้อมูลที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ก็เป็นตัวแบบได้ การเรียนรู้โดยสังเกตไม่ใช่การลอกเลียนแบบจากสิ่งที่สังเกตโดยผู้เรียนไม่ได้คิด เพราะคุณสมบัติของผู้เรียนก็มีความสำคัญเช่นกัน เช่น ผู้เรียนจะต้องมีความสามารถที่จะรับรู้สิ่งเร้า และสามารถสร้างรหัสหรือกำหนดสัญลักษณ์ของสิ่งที่สังเกตเก็บไว้ในความทรงจำระยะยาว และสามารถเรียกใช้ในขณะที่ต้องแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบ

บันดูราได้เริ่มทำการวิจัยเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบตั้งแต่ปี 1960 เป็นต้นมา โดยได้ทำเป็นโครงการวิจัยระยะยาวและได้ทำการพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ทีละอย่าง โดยกลุ่มทดลองและควบคุมอย่างละเอียด และเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

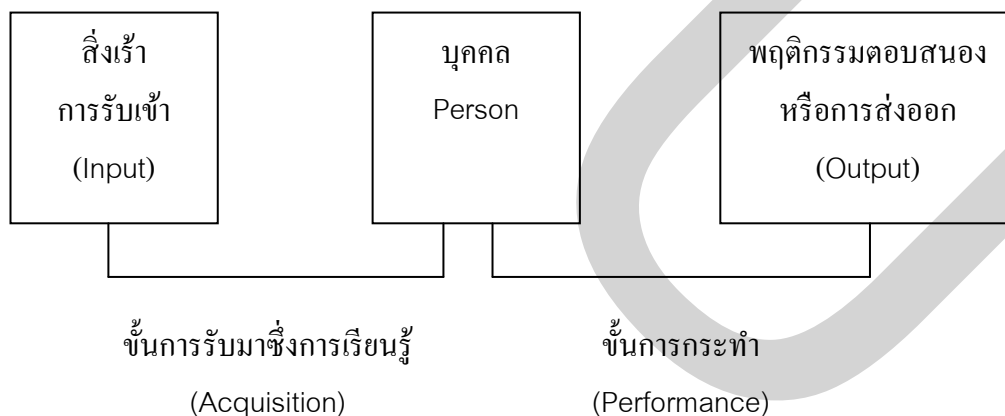
การทดลองชิ้นแรกโดยบันดูรา รัส และรัส เป็นการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวโดยการสังเกต บันดูราและคณะได้แบ่งเด็กออกเป็น 3 กลุ่ม โดยให้กลุ่มที่หนึ่งมีตัวอย่างจากตัวแบบที่มีชีวิตแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว เด็กกลุ่มที่สองมีตัวแบบที่ไม่มีพฤติกรรมก้าวร้าว และเด็กกลุ่มที่สามไม่มีตัวแบบแสดงพฤติกรรมให้ดูเป็นตัวอย่าง สำหรับเด็กในกลุ่มที่หนึ่ง การทดลองเริ่มด้วยตัวเล็กและตัวแบบเล่นตุ๊กตา (Tinker Toys) โดยใช้เวลาประมาณ 1-10 นาที ตัวแบบลุกขึ้นต้อย เตะ ทูบตุ๊กตาที่ทำด้วยยางแล้วเป่าลม ฉะนั้นตุ๊กตาจึงทนต่อการเตะต้อยหรือแม้ว่าจะนั่งทับหรือยืนก็ไม่แตก สำหรับเด็กกลุ่มที่สองนั้น เด็กเล่นตุ๊กตาใกล้ๆกับตัวแบบ แต่ตัวแบบไม่แสดงพฤติกรรมก้าวร้าวให้ดูเป็นตัวอย่าง เด็กกลุ่มที่สามเล่นตุ๊กตาโดยไม่มีตัวแบบ หลังจากเล่นตุ๊กตาแล้วถึงแม้ว่าผู้ทดลองพาเด็กไป

คู่มือห้องตุ๊กตาที่นำเล่นมากกว่า แต่บอกว่าห้ามจับตุ๊กตา เพื่อให้เด็กรู้สึกค้ำใจ เสร็จแล้วพาเด็กไปอีกห้องหนึ่งที่ละคน ซึ่งมีตุ๊กตาหลายชนิดวางอยู่และมีตุ๊กตาดูที่เหมือนกับตุ๊กตาดั้งแบบตะตอย และทุบรวมอยู่ด้วย ผลการทดลองพบว่า เด็กในกลุ่มที่หนึ่งจะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว ตะตอยทุบรวมทั้งนั่งทับตุ๊กตาดูที่เหมือนกับที่สังเกตกับตัวแบบ แสดงและค่าเฉลี่ย (Mean) ของพฤติกรรมก้าวร้าวที่แสดง โดยเด็กกลุ่มนี้ทั้งหมดสูงกว่าค่าเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กกลุ่มที่สองและกลุ่มที่สาม

การทดลองขั้นที่สองเป็นการทดลองของบันดูรา ร็อบ และร็อบ โดยใช้วิธีการทดลองเหมือนการทดลองขั้นที่หนึ่งแต่ใช้ภาพยนตร์แทนของจริง โดยกลุ่มที่หนึ่งดูภาพยนตร์เป็นตัวแบบแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว อีกกลุ่มหนึ่งดูภาพยนตร์ที่ตัวแบบไม่แสดงพฤติกรรมที่ก้าวร้าว ผลของการทดลองที่ได้เหมือนกันกับการทดลองที่หนึ่ง คือ เด็กกลุ่มที่หนึ่งจะมีการแสดงพฤติกรรมที่ก้าวร้าวกว่าเด็กกลุ่มที่สอง

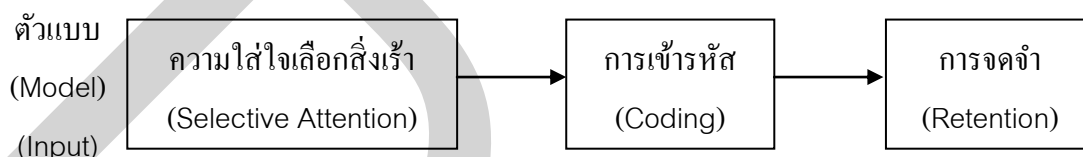
ขั้นของการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือเลียนแบบ

บันดูรากล่าวว่า การเรียนรู้ทางสังคมด้วยการรู้คิดจากการเลียนแบบมี 2 ขั้น ได้แก่ ขั้นการได้รับการซึ่งการเรียนรู้ (Acquisition) ทำให้สามารถแสดงพฤติกรรมได้ และขั้นการกระทำ (Performance) ซึ่งอาจจะกระทำหรือไม่กระทำก็ได้ การแบ่งขั้นของการเรียนรู้ทำให้ทฤษฎีพฤติกรรมนิยมชนิดอื่นๆ ซึ่งแสดงจากแผนภาพที่ 2.4 ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองขั้นการเรียนรู้โดยการเลียนแบบ

ขั้นการรับมาซึ่งการเรียนรู้ ประกอบด้วยส่วนประกอบที่สำคัญเป็นลำดับ 3 ลำดับดังแผนภาพที่ 2.5 ดังนี้



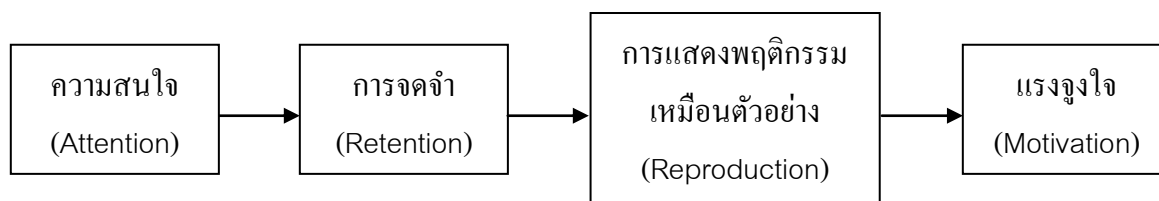
ภาพที่ 2.5 แบบจำลองส่วนประกอบของการเรียนรู้ขึ้นกับการรับมาซึ่งการเรียนรู้

จากแผนภาพที่ 2.5 จะเห็นได้ว่า ส่วนประกอบทั้ง 3 อย่าง ของการรับมาซึ่งการเรียนรู้ เป็นกระบวนการเรียนรู้ซึ่งเป็นกระบวนการทางพุทธิปัญญา (Cognitive Processes) ซึ่งความใส่ใจที่เลือกสิ่งเร้ามีบทบาทสำคัญในการเลือกตัวแบบ

สำหรับขั้นการกระทำนั้น (Performance) นั้นขึ้นอยู่กับผู้เรียน เช่น ความสามารถทางด้านร่างกาย ทักษะต่างๆ รวมทั้งความคาดหวังที่ได้รับแรงเสริมซึ่งเป็นแรงจูงใจ กระบวนการที่สำคัญในการเรียนรู้โดยการสังเกต

บันดูรา ได้อธิบายกระบวนการที่สำคัญในการเรียนรู้โดยการสังเกตหรือการเรียนรู้โดยตัวแบบว่ามีทั้งหมด 4 อย่างคือ

1. กระบวนการเอาใจใส่ (Attention)
2. กระบวนการจดจำ (Retention)
3. กระบวนการแสดงพฤติกรรม (Reproduction)
4. กระบวนการจูงใจ (Motivation)



ภาพที่ 2.6 แบบจำลองกระบวนการในการเรียนรู้โดยการสังเกต



1.กระบวนการความใส่ใจ (Attention Process)

บันดูรากล่าวว่า ความใส่ใจของผู้เรียนเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ถ้าผู้เรียนไม่มีความใส่ใจในการเรียนรู้ โดยการสังเกตหรือลอกเลียนแบบก็จะไม่เกิดขึ้น การเรียนรู้ชนิดนี้ ความใส่ใจจึงเป็นสิ่งที่แรกที่สุดที่ผู้เรียนต้องมี ผู้เรียนจะต้องรับรู้ส่วนประกอบที่สำคัญของพฤติกรรมของ ผู้ที่เป็นตัวแบบองค์ประกอบที่สำคัญของตัวแบบที่มีอิทธิพลต่อความใส่ใจของผู้เรียนมีหลายอย่าง เช่น เป็นผู้ที่มีการเกียรติสูง (High Status) มีความสามารถสูง (High Competence) หน้าตาดี รวมทั้งการแต่งตัว การมีอำนาจที่จะให้รางวัลหรือการลงโทษ

คุณสมบัติของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการใส่ใจ เช่น วัยของผู้เรียน ความสามารถทางด้านพุทธิปัญญา ทักษะการใช้มือและส่วนต่างๆ ของร่างกาย รวมทั้งตัวแปรทางบุคลิกภาพของผู้เรียน เช่น ความรู้สึกว่าตนนั้นมีค่า (Self - Esteem) ความต้องการและทัศนคติของผู้เรียน ตัวแปรเหล่านี้มักจะเป็สิ่งจำกัดขอบเขตของการเรียนรู้โดยการสังเกต เป็นต้น

2.กระบวนการจดจำ (Retention Process)

บันดูราอธิบายว่า การที่ผู้เรียนหรือผู้สังเกตสามารถที่จะเลียนแบบหรือแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบได้ก็เป็เพราะผู้เรียนบันทึกสิ่งที่ตนสังเกตจากตัวแบบไว้ในความทรงจำระยะยาว บันดูราพบว่าผู้สังเกตที่สามารถอธิบายพฤติกรรม หรือการกระทำของตัวแบบด้วยคำพูดหรือสามารถมีภาพพจน์ที่ตนสังเกตไว้ในใจจะเป็ผู้ที่สามารถจดจำสิ่งที่เรียนรู้โดยการสังเกตได้ดีกว่าผู้ที่เพียงแต่พูดเฉยๆ (Visual Imagery) และสามารถเข้ารหัสด้วยคำพูดหรือถ้อยคำ (Verbal Coding) จะเป็ผู้ที่สามารถแสดงพฤติกรรมเลียนแบบจากตัวแบบได้แม้ว่าเวลาจะผ่านไปนานๆและนอกจากนี้ถ้าผู้สังเกตหรือผู้เรียนมีโอกาสได้เห็นตัวแบบแสดงสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ซ้ำ จะเป็การช่วยความจำได้ดียิ่งขึ้น

3.กระบวนการแสดงพฤติกรรมเหมือนกับตัวแบบ (Reproduction Process)

กระบวนการแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบเป็กระบวนการที่ผู้เรียน แปลสภาพ (Transform) ภาพพจน์ (Visual Image) หรือสิ่งที่จำไว้เป็การเข้ารหัสถ้อยคำ (Verbal Coding) ในที่สุดแสดงออกมาเป็การกระทำหรือพฤติกรรมเหมือนกับตัวแบบ ปัจจัยสำคัญของกระบวนการนี้คือ ความพร้อมทางด้านร่างกายและทักษะที่จำเป็นจะต้องใช้ในการเลียนแบบผู้เรียน ถ้าหากผู้เรียนไม่มีความพร้อมก็จะไม่สามารถที่จะแสดงพฤติกรรมเลียนแบบได้

บันดูรากล่าวว่า การเรียนรู้โดยการสังเกตหรือเลียนแบบ ไม่ใช่เป็พฤติกรรมที่ลอกเลียนแบบอย่างตรงไปตรงมา การเรียนรู้โดยการสังเกตประกอบด้วยกระบวนการทางพุทธิปัญญา (Cognitive Process) และความพร้อมทางด้านร่างกายของผู้เรียน ฉะนั้นในขั้นการแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบ (Reproduction) ของแต่ละบุคคลจึงมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้เรียน

บางคนอาจจะทำได้ดีกว่าตัวแบบ แต่คล้ายคลึงกับตัวแบบในบางส่วน บางส่วนเหมือน บางส่วนไม่เหมือน หรือผู้เรียนบางคนไม่สามารถทำตามพฤติกรรมเหมือนตัวแบบได้ ดังนั้น บัณฑิตจึงให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีหน้าที่เป็นตัวแบบ เช่น ผู้ปกครอง หรือครู ควรใช้ผลย้อนกลับที่ต้องตรวจสอบแก้ไข (Correcting Feedback) เพราะจะเป็นการช่วยเหลือให้ผู้เรียนหรือผู้สังเกตมีโอกาสมหาความในใจว่าการแสดงพฤติกรรมของตัวแบบมีอะไรบ้าง และพยายามแก้ไขให้ถูกต้อง

4. กระบวนการจูงใจ (Motivation Process)

บัณฑิตอธิบายว่า แรงจูงใจของผู้เรียนที่จะแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบที่ตนสังเกต เนื่องมาจากการคาดหวังว่า การเลียนแบบจะนำประโยชน์มาใช้ เช่น การได้รับแรงเสริมหรือรางวัล หรือการจะนำประโยชน์บางสิ่งบางอย่างมาให้ รวมทั้งคิดว่าการแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบจะทำให้คนหลีกเลี่ยงปัญหาได้ ในห้องเรียนเวลาที่ครูให้รางวัลหรือลงโทษพฤติกรรมของนักเรียนคนใดคนหนึ่ง นักเรียนทั้งห้องจะเรียนรู้โดยการสังเกตและเป็นแรงจูงใจให้ผู้แสดงพฤติกรรมหรือไม่แสดงพฤติกรรม เวลาที่นักเรียนแสดงความประพฤติดี เช่น นักเรียนคนหนึ่งทำการบ้านมาส่งตรงเวลา และถูกต้องทุกข้อ เมื่อครูมีการให้รางวัลจากความประพฤติดี เด็กนักเรียนคนอื่นๆ ก็จะพยายามเลียนแบบพฤติกรรมนั้นๆ เพื่อความคาดหวังว่าจะได้รับแรงเสริมหรือรางวัลบ้าง ในทางกลับกัน เมื่อนักเรียนคนใดคนหนึ่งมีความประพฤติไม่ดีและโดนลงโทษ นักเรียนทั้งชั้นก็จะไม่ปฏิบัติตาม

จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธรปัญญา (Social Cognitive Learning Theory) นั้นสามารถนำมาอธิบายร่วมกับการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ที่ทำให้เกิดการจดจำ การลอกเลียนแบบตัวต้นแบบที่เป็นเพื่อนสมาชิกด้วยกันที่ผู้เล่นเข้าไปดูความเคลื่อนไหวของเพื่อนหรือต้องการเอาเป็นแบบอย่าง และส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมในการใช้คอมพิวเตอร์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในเรื่องของการพัฒนาตนเอง ระยะเวลาที่ใช้ และพฤติกรรมส่วนบุคคล เป็นต้น

2.9 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (stimulus-response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R theory) และนำมาประยุกต์ใช้ (Defleur, 1989 : 173) อธิบายว่าบุคคล มีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทาง สังคมและวัฒนธรรมทำให้มีพฤติกรรมการสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกัน

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ที่สำคัญคือ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อถือ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัย 2 ประการ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการสื่อสารของผู้รับสารคือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 60-67)

1. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันย่อมจะมองหรือจะยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันไป
2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลทำให้การยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันเช่น ด้านประชากร (demographics) ได้แก่ อายุ เพศ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือด้าน จิตวิทยา (psychographics) ได้แก่ แบบแผนการดำเนินชีวิต (life style) หรือด้านการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกันก็มีผลทำให้บุคคลมีความชื่นชอบไม่เหมือนกันได้

แนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) ได้นำมาเป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้บนพื้นฐานความคิดที่ว่า อายุ ที่แตกต่างกันทำให้มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com แตกต่างกัน และความแตกต่างในเรื่องทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com เช่นกัน

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เรวดี คงสุภาพกุล (2539) ได้ศึกษาการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ตัวแปรที่ทำให้มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต การได้รับความรู้และการมีทัศนคติต่ออินเทอร์เน็ต คือการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเพื่อนในระบบที่มีปริมาณการใช้และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และส่วนใหญ่ผู้ศึกษาทั้งสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีการใช้งานจากอินเทอร์เน็ตในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนมากกว่าค้นหาหาข้อมูลเพิ่มเติมในสิ่งที่กำลังศึกษาอยู่

อรพิน จิรวฒนศิริ (2541) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษابริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตได้แก่ ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุและอาชีพ นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่ ความเป็นเจ้าของสื่อและทักษะการใช้สื่อ ซึ่งผู้ที่มีโอกาสเป็นเจ้าของสื่อหมายถึงมีเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งติดตั้งเครื่องอินเทอร์เน็ตและมีเลขที่ IP Address ใช้ส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง มีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่อมาก ส่วนผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อก็จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อน้อย ในขณะที่เดียวกันทักษะการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญการใช้สื่อมากจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อน้อยจะใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตน้อย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางด้านรายได้ ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในลักษณะโอกาสที่เป็นเจ้าของสื่อสูง และจะทำให้มีการใช้ประโยชน์เกิดขึ้น แต่กลับพบว่าไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์แต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะนักศึกษาปริญญาโทส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์อินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง

ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (website) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้มีวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นอันดับหนึ่งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง โดยปัญหาและอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างประสบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้เวลานานโหลดข้อมูลนาน การขัดข้องทางเทคนิค และการใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร

น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ (2543) ทำการศึกษาเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร ด้วยการศึกษากลุ่มตัวอย่างเดียวกันในเวลาที่แตกต่างกัน (One Group Pretest-Posttest Design) เพื่อการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเริ่มต้น และศึกษาว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในครอบครัวหลังจากการใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 123 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลทั้งก่อนและหลังการใช้อินเทอร์เน็ต

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้ในระดับปานกลาง คือ 2-3 วันต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาในการใช้ในระดับปานกลางคือ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และนิยมการใช้การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาคือ การสืบค้นหาข้อมูลด้วยไฮเปอร์เท็กซ์และการสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ที่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากมีความถี่ในการเปิดรับ

สื่อมวลชนลดลง แต่ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อมวลชนไม่ลดลง และผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากมีความถี่และระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ลดลงแต่ความถี่และระยะเวลาในการชมโทรทัศน์และฟังวิทยุไม่ลดลง แต่ผู้ที่มีความถี่และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากไม่มีพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลในครอบครัวลดลง ส่วนตัวแปรเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สินมีความสัมพันธ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (website) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บไซต์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5.52 ครั้ง และมีระยะเวลาในการใช้เฉลี่ยครั้งละ 2.44 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่มีการใช้บ่อยที่สุดคือช่วงเวลาระหว่างเวลา 2.01 – 24.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์มาแล้ว 1-2 ปี สถานที่ที่ใช้เว็บไซต์มากที่สุดคือ บ้านและที่ทำงาน และส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์โดยไม่เสียค่าบริการ วัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์พบว่า วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุดคือ 3 อันดับแรกคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง

โดยมี 3 เว็บไซต์ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้กันคือ ฮอตเมลล์ คอท คอม (Hotmail.com) ยะฮู คอท คอม (Yahoo.com) และ สนุก คอท คอม (Sanook.com) ในส่วนของความคาดหวังประโยชน์ที่ได้จากเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดย ความหวังประโยชน์ที่จะได้รับ 3 อันดับแรก คือการช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆที่น่าสนใจ ช่วยค้นหาความรู้ใหม่ๆ ในด้านการศึกษาและวิจัยช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ นั่นคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในการลงทะเบียนตรวจสอบผลลงทะเบียน แจ้งจบการศึกษา และตรวจสอบผลการศึกษา ในระดับมาก รองลงมาคือติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัย โดยส่วนใหญ่มีความสามารถลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน แจ้งจบการศึกษา และตรวจสอบผลการศึกษาได้อย่างสะดวก รวดเร็วในระดับปานกลาง รองลงมามีความพึงพอใจที่ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยในระดับปานกลาง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com กรณีศึกษา : ผู้สื่อข่าวออนไลน์ เป็นการศึกษาเชิงพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์โดยมุ่งศึกษาไปถึงผู้รับสารหรือเล่น facebook.com เป็นประจำ

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากการ ใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ facebook.com

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ เว็บไซต์ facebook.com เป็นประจำ จำนวน 12 คน

1กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 6 คน ได้แก่

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ASTV ผู้จัดการออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นางสาวเจิมใจ แยมศกา
ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวศิริรัตน์ สวัสดิ์หว่าง

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ไทยรัฐออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คนคือ นางสาวนันท์ภัส พิลหาเวสส
ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวกนกรัตน์ โกวิชัย

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ มติชนออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นางสาวปรีชยา ชิงห์
ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวตรีทิพย์ แสงอาภา

2 กลุ่มผู้ใช้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ ช่วงอายุ 30 ปี เป็นต้นไป จำนวน 6 คน

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ASTV ผู้จัดการออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นายวิวัฒน์ชัย ชะนิทร
ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวรมน คำรงค์ศิลปสกุล

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ไทยรัฐออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นายอุกฤษฏ์ ผลพิบูลย์
ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นายจตุติส รัตนคำแปง

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ มติชนออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นายเกษร น้อยทิพย์
ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวณัฐณี คงสนิท

เหตุผลที่แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม สามารถอธิบายได้ดังนี้

สำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 3 ฉบับที่เลือกนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีประสบการณ์ในการใช้บริการเว็บไซต์ www.facebook.com มาเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปีขึ้นไป แต่แบ่งตามช่วงอายุ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ ความสนใจและประสบการณ์ในการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ที่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจึงมีพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากเว็บไซต์ www.facebook.com ที่น่าจะแตกต่างกันออกไปเช่นกัน

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ด้วยการสนทนาตามประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา เป็นการสัมภาษณ์ด้วยตนเองเป็นรายบุคคล (Face to Face Interview)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล และสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ โดยรายละเอียดดังนี้

การสัมภาษณ์ ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม โดยการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และมีเครื่องมือในการช่วยทำการศึกษาศึกษา

ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ (กรอบในการสัมภาษณ์) ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด และเป็นคำถามชุดเดียวกันที่ใช้ในแต่ละช่วงอายุ ผู้สัมภาษณ์จะเน้นการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นรายบุคคล โดยใช้เครื่องมือบันทึกเทปในการสัมภาษณ์ เพื่อความถูกต้องแม่นยำ มีแนวคำถามแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นคำถามทางด้านพฤติกรรม ประเด็นคำถามด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและประเด็นการสร้างเครือข่ายที่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ได้จากการใช้บริการเว็บไซต์ออนไลน์ www.facebook.com โดยมีแนวคำถามหลักดังต่อไปนี้

3.2.1 ประเด็นคำถามด้านพฤติกรรม

1. ผู้เล่นมีการเล่นเว็บไซต์ facebook.com มาเป็นระยะเวลาานานเท่าไร
2. ทำไมผู้เล่นถึงเลือกเล่นเว็บไซต์ facebook.com
3. ระยะเวลาในการเล่นแต่ละครั้งนานเท่าไร
4. ผู้เล่นเลือกทำกิจกรรมอะไรเป็นส่วนใหญ่ในเว็บไซต์ เพราะอะไร
5. ผู้เล่นมีการเปิดรับเพื่อนเพื่อเข้ามาเป็นสมาชิกอย่างไร

3.2.2 ประเด็นคำถามทางการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

1. ผู้เล่นได้รับประโยชน์และได้เรียนรู้อะไรจากการเล่นเว็บไซต์ facebook.com
2. ข้อดีและข้อเสียที่ผู้เล่นได้รับ
3. การเล่นเว็บไซต์ facebook.com ทำให้ผู้เล่นมีความรู้สึกมั่นใจมากขึ้นหรือรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในสังคมมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

3.2.3 ประเด็นคำถามทางการสร้างเครือข่ายทางสังคม

1. รูปแบบการสื่อสารกับเพื่อนใน facebook.com เป็นอย่างไร
2. เรื่องราวที่สื่อสารกับเพื่อนใน facebook.com ส่วนใหญ่เกี่ยวกับอะไร
3. [Facebook.com](http://facebook.com) มีบทบาทกับการทำงานหรือไม่อย่างไร

3.3 การนำเสนอข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” กรณีศึกษา : ผู้สื่อข่าวออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม มาทำการวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษาวิจัย ซึ่งนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) เกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ว่ามีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างในกรณีต่างๆอย่างไร

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” กรณีศึกษา ผู้สื่อข่าวออนไลน์ จากการประมวลข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้และนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประมวลวิเคราะห์ โดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com

ส่วนที่ 3 การสร้างเครือข่ายของผู้สื่อข่าวออนไลน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการศึกษา ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการทำสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ตัวอย่าง จำนวน 12 คน ซึ่งได้แบ่งตามช่วงอายุเป็น 2 ช่วง ได้แก่ กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุตั้งแต่ 25-30 ปี จำนวน 6 คน กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีเป็นต้นไป จำนวน 6 คน

4.1 ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีพฤติกรรมใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com แตกต่างกันออกไป ระยะเวลาและความถี่ของกลุ่มผู้ใช้บริการประสบการณ์ในการใช้บริการ สาเหตุที่ใช้ และพฤติกรรมระหว่างการใช้บริการเว็บไซต์ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ในเว็บไซต์ การนำเสนอรายละเอียดบนหน้าเว็บเพจ และการเปิดรับเพื่อนเข้ามาเป็นสมาชิกสรุปได้ดังนี้

4.1.1 ระยะเวลาและความถี่

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุ 25-30 ปี มีประสบการณ์ในการเล่นเว็บไซต์นี้มาเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป และรู้จักดี เป็นอย่างดี เนื่องจากเว็บไซต์นี้เป็นที่นิยมในกลุ่ม

ผู้สื่อข่าวเป็นอย่างมาก กลุ่มตัวอย่างจึงคิดว่าถ้าไม่ได้เล่นแล้วจะเกิดความรู้สึกไม่ทันสมัยสถานการณ์ล้ำสมัย และมีความสนใจและการตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์นี้

สำหรับสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเล่นเว็บไซต์นี้เนื่องจากต้องการอัพเดทข้อมูลข่าวสารติดต่อกับเพื่อนเก่าๆ และติดตามความเป็นไปของเพื่อนๆ ปัจจุบันและเข้าไปมีส่วนร่วมในการแบ่งปันรูปภาพ กลุ่มตัวอย่างบางคนได้รู้จักเว็บไซต์ facebook.com จากการที่ตนได้เคยใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์อยู่แล้ว และเว็บไซต์นี้ก็เป็นที่นิยมกลุ่มเพื่อนจึงชักชวนให้หันมาเล่นแทนเว็บไซต์ hi5.com

ในขณะที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป มีความสนใจในการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ในขอบเขตที่จำกัดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างแรก เนื่องประสบการณ์ ลักษณะหน้าที่ของการทำงานและเวลาในการเล่นที่มีความจำกัดในเรื่องของอุปกรณ์ เวลา กลุ่มตัวอย่างมีการรู้จักเว็บไซต์ facebook.com จากเพื่อนๆ และแหล่งข่าว ประกอบกับเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจากหนังสือพิมพ์มาเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จึงจำเป็นต้องมาศึกษาและเข้ามาใช้บริการ

ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอทีที่มีอายุ 25-30 ปี ส่วนใหญ่มีความสนใจในการใช้บริการเว็บไซต์นี้ทุกวันอย่างต่อเนื่องและยังคงเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้สื่อข่าว กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการเล่นเว็บไซต์นี้มาเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเล่นเว็บไซต์นี้เนื่องจาก เป็นเครือข่ายออนไลน์ที่ใหญ่และสามารถทำอะไรได้หลากหลาย และสามารถติดต่อกับเพื่อนเก่าที่ไม่ค่อยได้เจอกัน นอกจากนี้ยังลองหันมาเล่นตามกลุ่มเพื่อนเพราะเห็นว่าเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

ในขณะที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอทีที่มี 30 ปีเป็นต้นไป มีการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ facebook.com เป็นประจำทุกวัน และเล่นมาเป็นเวลา 2-3 ปีเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างจะมีการใช้เวลาในการเล่นแต่ละครั้ง ครั้งละ 5 นาที ต่อวัน วันละหลายๆ ครั้ง และตั้งแต่ 1 ชั่วโมงเป็นต้นไป จนกระทั่งถึงการเปิดหน้าจอทิ้งไว้ทั้งวัน เพื่อต้องการแชร์ลิงค์ (Line) ข่าว เช็กประเด็นข่าว หาข้อมูลต่างๆ และพูดคุยกับเพื่อน

จากการศึกษาพฤติกรรมกรใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิงและโต๊ะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่ามีลักษณะในการเข้าใช้บริการเหมือนกัน คือ เข้าใช้บริการทุกวัน แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของความถี่ของเวลา ขึ้นอยู่

กับข้อจำกัดของกลุ่มตัวอย่าง เช่น อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์อย่างเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ใช่โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ที่จะมีความสามารถพิเศษในการเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่ายกว่า

4.1.2 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วม

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง

กิจกรรมที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 25-30 ปีเข้าร่วม คือ แปะลิงค์ (Link) ข่าว แชร์เพลงผ่านเว็บไซต์ youtube.com การอัปโหลดรูปภาพ การทำ group การเขียนไดอารี่ รวมถึงการติดต่อสื่อสารกัน จะเป็นการทักทายกัน คุยกันเรื่องนานาสาระต่างๆ รวมถึงการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน รวมไปถึง คิลปิน ดารา ผ่านทางคอมเมนต์ (Comment) และข้อความ (Message) เนื้อหารายละเอียดส่วนใหญ่ที่ได้ติดต่อสื่อสารกัน จะเป็นการทักทายกัน คุยเรื่องกระแสประเด็นข่าวที่กำลังมาแรง การแสดงการให้กำลังใจในเรื่องประสบการณ์ต่างๆที่ได้ไปเจอมาและเอามาเล่าสู่กันฟัง

ในขณะที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไปนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือแชร์ลิงค์ข่าวผ่านทางสถานะ อัปเดตสถานการณ์ต่างๆ ผ่านทางหน้าโฮม (Home) รวมไปถึงการเข้าไปนัดหมายแหล่งข่าว สถานะของแหล่งข่าว ตลอดจนกลุ่มเพื่อนด้วย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนจะเข้าไปเล่นเกมเพื่อผ่อนคลาย

ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที

กิจกรรมที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอทีที่มีอายุ 25-30 ปี เข้าร่วมคือ ส่งข้อความ แชร์ลิงค์ (Link) ข่าว แชร์รูปภาพ ตั้งกระดานข้อความเพื่อกระจายข่าว หลังจากทำหน้าที่แล้วก็จะเป็นการผ่อนคลายส่วนตัว เช่น คอมเมนต์ (Comment) สถานะ (Status) ของเพื่อน พุดคุยกับเพื่อน เล่นเกมในบางครั้ง

ในขณะที่กิจกรรมที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอทีที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป เข้าร่วมคือ แชร์ลิงค์ (Link) ข่าว โพสต์สถานะของตนเอง ดูสถานะเพื่อน ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนๆ จากหน้า วอล หรือ คอมเมนต์ บางกลุ่มตัวอย่างเข้ามาเพื่อฟังเพลงที่เพื่อนโพสต์เอาไว้ รวมถึงเอาไว้ศึกษาดูโปรโมชันสินค้า และร่วมกิจกรรมกับหน้าเพจต่างๆเพื่อชิงของรางวัล

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิงและโต๊ะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมมีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การแปะลิงค์ (Link) ข่าวที่ตัวเองผลิตและข่าวขององค์กรตัวเอง หาข้อมูลและมอนิเตอร์ (Monitor) ข่าวเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ และ

นอกเหนือจากนั้นแล้วก็จะโพสต์สถานะของตัวเองหรือคอมเมนต์ (Comment) สถานะและรูปภาพของเพื่อนเพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียด

4.1.3 การเปิดรับเพื่อนเข้ามาเป็นสมาชิก

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 25-30 ปี มีข้อจำกัดในการรับเพื่อนมาเป็นสมาชิก จะเลือกรับเฉพาะคนที่คิดว่ารู้จักหรือผ่านการคัดเลือกแล้วเท่านั้น เพื่อนที่รับเป็นสมาชิกคือจะเป็นเพื่อนสมัยเก่าสมัยเรียน เพื่อนปัจจุบัน เพื่อนในที่ทำงาน เพื่อนของเพื่อน เพื่อนของแฟน แหล่งข่าว หรือบุคคลที่สนใจ

อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป มีข้อจำกัดในการเปิดรับเพื่อนมาเป็นสมาชิกมากกว่า เพราะอยากรู้จักเฉพาะเพื่อนกันจริงๆเท่านั้น หรือเป็นแหล่งข่าว หรือเป็นบุคคลที่สนใจเท่านั้น ถ้าไม่รู้จักหรือไม่เปิดเผยรายละเอียดก็จะไม่รับ

ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที ที่มีอายุ 25-30 ปี มีข้อจำกัดและในการเปิดรับเพื่อนมาเป็นสมาชิกเช่นกัน จะเลือกรับเฉพาะคนรู้จักที่สนิทกันเท่านั้น หรือ เฉพาะแวดวงในการทำงานทางด้านองค์กรการสื่อสาร

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที ที่มีอายุ 30 ปี เป็นต้นไป มีการพิจารณาในการเปิดรับเพื่อนใหม่เข้ามาเป็นสมาชิกที่แตกต่างกันออกไป โดยมีการเลือกเช็คดูเบื้องต้นก่อนว่าไม่ได้เป็นโฆษณาขายของ หรือแอบแฝงประเด็นทางการเมือง ก็จะรับเป็นเพื่อนหมด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนเลือกรับเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้ว หรือรู้จักกับเพื่อน เพื่อนแนะนำมา บางกลุ่มตัวอย่างรับเพื่อนด้วยการเพิ่มเป็นเพื่อนแบบต่อหน้า หรือค้นหาเพื่อนจากอีเมล

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิงและโต๊ะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่าการเปิดรับเพื่อนเข้ามาเป็นสมาชิกนั้นเหมือนกันทั้งหมด คือ เลือกรับเฉพาะเพื่อนที่รู้จัก หรือเป็นเพื่อนของเพื่อน หรือเป็นแหล่งข่าวที่เป็นประโยชน์ในการทำงานข่าวเท่านั้น

4.2 ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์

www.facebook.com

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ที่แตกต่างกันออกไปโดยสรุปดังนี้

4.2.1 ประโยชน์ในการใช้บริการ

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง

จากการศึกษาพบว่า ประโยชน์ที่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 25-30 ปีได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์คือ ได้มีโอกาสเจอเพื่อนเก่า ที่ไม่เคยได้เจอกันมานาน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวจากกลุ่มเพื่อนและบุคคลอื่นๆ นอกจากนี้ยังเห็นว่าช่วยในการทำงานให้สะดวกขึ้นสามารถติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์

ในขณะที่ กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 30 ปี เป็นต้นไปนั้น พบว่า ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ได้แก่ เรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อัปเดตข่าวสารสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ ณ ปัจจุบัน ได้เร็วกว่าคนที่ไม่ได้เข้ามาเล่นเว็บไซต์นี้ การได้ติดต่อดีสารกับเพื่อน ได้ทราบความเคลื่อนไหวของเพื่อนแต่ละคน แשרประสบการณ์ส่วนตัวหรือประสบการณ์ร่วม สร้างความเพลิดเพลิน สามารถเป็นตัวช่วยในการนัดหมายการทำงาน หรือคุยกับคนต่างชาติ รวมไปถึงการใช้เฟสบุ๊คเพื่อตรวจสอบข้อมูลแหล่งข่าวหรือคัดกรองข้อมูลในฐานะนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) อีกด้วย

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที

จากการศึกษาพบว่า ประโยชน์ที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ที่มีอายุ 25-30 ปีได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์คือ เวลาที่คิดอะไรแล้วสามารถคิดออกมาได้ดั่งๆ โดยการโพสต์หน้าวอลล์ (Wall) และทราบว่าสังคมออนไลน์เชื่อม โยงกันมากแค่ไหนเมื่อสื่ออะไรออกไปเพียงไม่กี่วินาทีคนหลายๆคนที่อยู่ต่างสถานที่ที่มีปฏิริยาตอบกลับมาอย่างทันท่วงที เพื่อนสามารถค้นหาเราจากอีเมลล์ (E-Mail) รวมถึงเราก็ค้นหาเพื่อนได้เช่นกัน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนยังรู้สึกผ่อนคลาย เพลิดเพลินกับการเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์นี้

ในขณะที่กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที ที่มีอายุ 30 ปี เป็นต้นไป ได้รับประโยชน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์คือเรื่องของการเปิดกว้างในการรับข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงใช้เป็นช่องทางในการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อนให้ติดต่อกัน ได้รู้ความเคลื่อนไหวต่อสังคมและสถานการณ์ต่างๆ นอกจากนี้ยังช่วยในการมอนิเตอร์ข่าวที่ทราบกันอยู่แล้วแต่เพื่อเป็นบันไดที่จะตามประเด็นนั้นๆต่อไป ยังพบว่ามีการพัฒนาฟิเจอร์ตลอดเพราะแต่ละฟิเจอร์มักจะมีประโยชน์และเปิดกว้างให้นักพัฒนาเข้าถึงข้อมูลผู้ใช้งาน

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิงและโต๊ะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่า มีการใช้ประโยชน์ในการทำงานไปพร้อมๆกับประโยชน์ส่วนตัว คือ ได้ใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร เชื่อมโยงเครือข่าย

ทางสังคมระหว่างแหล่งข่าวและเพื่อนๆ จากการสร้างกลุ่ม (Group) หรือหน้าแฟนเพจ (Fan page) สะดวก รวดเร็ว เพียงไม่กี่วินาทีก็สามารถทำให้มีปฏิสัมพันธ์ตอบกลับมา

4.2.2 ข้อดีที่ได้รับ

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 25-30 ปีเห็นว่าข้อดีของเว็บไซต์ facebook.com คือ เป็นปรากฏการณ์ใหม่ของวงการข่าวที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เรียกได้ว่าย่อโลกทั้งใบไว้ในหน้าเว็บเดียว และนอกจากได้เจอเพื่อนที่ไม่ได้เจอมานาน นอกจากนั้นยังทำให้ได้เพิ่มมิตรภาพจากเพื่อนใหม่ๆ ที่หลากหลาย โดยการแนะนำจากกลุ่มเพื่อนที่มีอยู่

ส่วนผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป เห็นว่าข้อดีของเว็บไซต์ facebook.com ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น สามารถนัดหมายพูดคุย สัมภาษณ์กับแหล่งข่าวอยู่ทางไกลเช่นต่างประเทศที่เข้าถึงยาก

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที ที่มีอายุ 25-30 ปี เห็นว่าข้อดีของเว็บไซต์คือ ช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่เกิดขึ้นมาใหม่บนโลกออนไลน์ สามารถใช้ประโยชน์ทั้งในการทำงานและประโยชน์ส่วนตัว สื่อสารและรับรู้ความเคลื่อนไหวกับเพื่อนได้ง่ายขึ้น ตลอดเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนยังคิดว่าเว็บไซต์นี้เป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มการติดตามของผู้อ่าน เพราะบางครั้งผู้อ่านไม่ได้เข้าเว็บข่าวเพื่ออ่านข่าว แต่มีความสนใจอ่านข่าวที่นำเสนอผ่านเฟสบุ๊คมากกว่า

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป ให้ความเห็นว่าข้อดีของเว็บไซต์คือ สามารถติดตามข่าวสารที่สนใจ โดยรวมเอาไว้ในหน้าเว็บเดียว มีการสื่อสารระหว่างกันได้ฉับไวและทันทั่วถึง นอกจากนี้ยังทำให้ได้มีเพื่อนใหม่เพิ่มมากขึ้นด้วย

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโตะข่าวบันเทิงและโตะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่า ข้อดีที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือช่วยในเรื่องของการอัปเดต (Update) สถานการณ์ ข่าวสารปัจจุบัน สามารถรวบรวมข้อมูลทุกอย่างที่เราสนใจไว้ในหน้าเว็บเพียงหน้าเดียวและสามารถใช้เว็บไซต์นี้เหมือนกัน ในขณะที่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป จะพบข้อดีแตกต่างกันคือการนัดหมายแหล่งข่าวที่เข้าถึงยาก หรือแหล่งข่าวที่อยู่ต่างแดนผ่านหน้าวอลล์ (Wall) หรือทางข้อความ (Messages) แทนการใช้โทรศัพท์ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายลงได้

4.2.3 การมีส่วนร่วมในสังคม

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิงที่มีอายุ 25-30 ปี เห็นว่าการเล่นเว็บไซต์ facebook.com ทำให้รู้สึกมั่นใจว่าตนเองได้มีส่วนร่วมบนโลกออนไลน์อย่างน้อยกลุ่มตัวอย่างก็เป็นเสียงสะท้อนที่มีต่อสังคมได้ในเรื่องต่างๆผ่านการใช้เว็บไซต์นี้ และรู้สึกมั่นใจที่ได้แชร์ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องต่างๆที่เป็นประเด็นในสังคมผ่านการคอมเมนต์ (Comment) กลุ่มตัวอย่างบางคนยังรู้สึกมีส่วนร่วมในสังคมตรงที่ทำให้ไม่ตกประเด็นข่าว

อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิงที่มี 30 ปีเป็นต้นไป เห็นว่ารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ เมื่อมีกิจกรรมต่างๆสามารถแชร์ความรู้สึกที่มีได้ เหมือนเป็นคนสำคัญคนหนึ่งในกลุ่ม

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอที

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอทีที่มีอายุ 25-30 ปี เห็นว่าการเล่นเว็บไซต์ facebook.com ทำให้มีความรู้สึกมั่นใจมากขึ้น โดยเห็นว่าได้แสดงความคิดเห็นมากขึ้น จากการแสดงสถานะ เป็นส่วนหนึ่งในสังคมจากการ Tag (ติดป้ายชื่อ) รูปภาพที่มีเราจากเพื่อน เมื่อมีการนำเสนอข่าวมีคนติดตาม กด Like (ถูกใจ) แสดงความคิดเห็น บางครั้งหยิบยกประเด็นข่าวที่เราโพสต์ไปแล้วคู่กันฟัง ยังสามารถตรวจสอบความพึงพอใจของการเข้าชมข่าวได้ด้วยจำนวนการกดไลค์ (Like) และ คอมเมนต์ (Comment)

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอทีที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป เห็นว่ามีความรู้สึกมั่นใจมากขึ้นเมื่อได้ใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ facebook.com มีความรู้สึกดีระดับหนึ่ง ทำให้เรารู้ความเป็นไปของเพื่อน ทราบทัศนคติของเพื่อนใหม่ก่อนจะพบหน้า และทำให้เราเหมือนใกล้ชิดกับเพื่อนมากขึ้น

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโตะข่าวบันเทิงและโตะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่าการมีส่วนร่วมในสังคมนั้นแตกต่างกันออกไป และในเรื่องของการมีส่วนร่วมในสังคมออนไลน์ จากการแสดงความคิดเห็นต่างๆเปรียบเสมือนเสียงสะท้อนที่มีต่อสังคมผ่านเว็บไซต์นี้ นอกจากนี้ยังทราบความเคลื่อนไหวของแหล่งข่าวและเพื่อนทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกันมากขึ้น

4.3 ส่วนที่ 3 การสร้างเครือข่ายของผู้สื่อข่าวออนไลน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com

การสร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของผู้สื่อข่าวออนไลน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์แตกต่างกันออกไปโดยสรุปดังนี้

4.3.1 รูปแบบการสื่อสาร

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง

จากการศึกษาพบว่าการจากการใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ของกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 25-30 ปี มีรูปแบบการสื่อสารกับเพื่อนใน facebook.com ส่วนใหญ่คล้ายกันคือ พุดคุย ทักทายแสดงความคิดเห็นต่อเพื่อนที่จัดรวมกลุ่ม (Group) เดียวกัน รวมไปถึงคอมเมนต์ (Comment) สถานะของเพื่อน ระบายความรู้สึกที่มีอยู่ในขณะนั้น และแชร์ประสบการณ์ของตัวเองต่อสิ่งที่พบเจอ แชร์รูปภาพที่ถ่ายร่วมกัน

และจากการศึกษาพบว่าการจากการใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ของกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป มีรูปแบบการสื่อสารกับเพื่อนใน facebook.com คือ เข้ามาอัปเดต (Update) สถานการณ์ในกลุ่ม (Group) ว่ามีอะไรเคลื่อนไหวบ้าง นัดแนะเพื่อนสำหรับการเล่นเกมออนไลน์ผ่าน application อัปเดตสถานะของตัวเอง comment สถานะของเพื่อน รวมไปถึงแบ่งปันลิงค์ (Link) ที่มีเนื้อหาสาระดีๆ แก่กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอที

จากการศึกษาพบว่าการจากการใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ของกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอที ที่มีอายุ 25-30 ปี และกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโตะข่าวไอที ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป มีรูปแบบการสื่อสารกับเพื่อนใน facebook.com ในลักษณะที่เหมือนกันคือ ลักษณะการพุดคุยเหมือนในชีวิตประจำวัน ทักทาย พุดคุย แสดงความคิดเห็นกับสถานะหรือรูปภาพที่เพื่อนๆ แชร์ไว้

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโตะข่าวบันเทิงและโตะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่ารูปแบบในการสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างเหมือนกัน คือ แปะ ลิงค์ (Link) ข่าว ทักทายนัดคุย อัพเดทสถานการณ์ของตัวเองและเพื่อน แชร์ประสบการณ์ต่างๆที่ได้พบเจอมาในแต่ละวัน

4.3.2 รูปแบบการสื่อสาร

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 25-30 ปีเห็นว่า การเล่นเว็บไซต์ facebook.com มีบทบาทกับการทำงาน เพราะทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสังคมเครือข่ายที่เราเพิ่มเป็นเพื่อนหรือแอด (Add) ไว้ หรือจากคนที่แอด (Add) เรา สามารถแชร์ข่าวหรือผลงาน ผ่านลิงค์ เว็บไซต์หรือคลิปวิดีโอได้ เพื่อเป็นประโยชน์ให้คนอื่นๆได้ รวมถึงยังสามารถรายงานสถานการณ์ต่างๆผ่านสถานะแทนการพูดคุยผ่านโทรศัพท์และส่งรูปข่าวได้ แม้จะไม่ได้อยู่ในบริษัทก็ตาม

และกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวบันเทิง ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไปเห็นว่า การเล่นเว็บไซต์ facebook.com มีบทบาทกับการทำงาน คือ ทำให้สามารถติดต่อ นัดหมายกับแหล่งข่าวได้ถึงแม้จะเป็นบุคคลที่สามารถนัดหมายได้ยาก และยังช่วยในการสัมภาษณ์กับบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวแต่อยู่ต่างแดน ช่วยให้การงานสะดวกขึ้น นอกจากนี้เมื่อใดที่ facebook.com มีประเด็นหรือกระแสสังคมใหม่ๆเกิดขึ้น สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อีกด้วย

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอที

กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอที ที่มีอายุ 25-30 ปี เห็นว่า การเล่นเว็บไซต์ facebook.com มีบทบาทกับการทำงานมาก คือ ช่วยกระจายข่าวสาร และรับรู้กระแสตอบรับของแต่ละข่าวได้เป็นอย่างดีว่าเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังรับรู้ข่าวสารใหม่ๆผ่านสถานะของแหล่งข่าว รูปของแหล่งข่าว ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่ดี

อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโตะข่าวไอที ที่มีอายุ 30 ปีเป็นต้นไป เห็นว่า การเล่นเว็บไซต์ facebook.com มีบทบาทกับการทำงานในระดับหนึ่งคือ ช่วยในเรื่องของกรมอนิเตอร์โลก มอนิเตอร์ข่าวที่เกี่ยวข้องกับงานได้ในหน้าจอเดียว ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ญาติ ตราสินค้า และติดตามความเคลื่อนไหว เพื่อมาเป็นข้อมูลประกอบ หรืออ้างอิงในการทำข่าว รวมไปถึงใช้ในการคัดเลือกสถานที่ในการหาร้านอาหารเพื่อนำมาลงข่าว โดยดูจากคนที่มาโพสต์รูปภาพหรือสถานะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่าง โຕะข่าวบันเทิงและ โຕะข่าวไอทีทั้ง 2 ช่วงอายุ พบว่าเว็บไซต์ facebook.com มีบทบาทในการทำงานเหมือนกันคือ เป็นเครื่องมืออันสำคัญของผู้สื่อข่าวยุคดิจิทัล โดยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อสืบค้นและต่อ ยอดข่าวสารให้มีความหลากหลาย รวมทั้งยังเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร ซึ่งปัจจุบันหันมารับสารทาง facebook.com มากกว่าสื่อกระแสหลัก

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com” กรณีศึกษา ผู้สื่อข่าวออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ การใช้ประโยชน์ อีกทั้งการสร้างเครือข่ายที่ได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ โดยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะเว็บไซต์ www.facebook.com ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแก่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ในการศึกษามีดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความเป็นเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

ผู้ศึกษาได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ซึ่งแบ่งตามช่วงอายุและได้ข่าวได้แก่

กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 6 คน ได้แก่

กลุ่มผู้ให้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ ช่วงอายุ 25-30 ปี จำนวน 6 คน ได้แก่

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ASTV ผู้จัดการออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นางสาวเจิมใจ แยมผกา

ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวศิริรัตน์ สวัสดิ์ห้วง

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ไทยรัฐออนไลน์
ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นางสาวนันทภัท พิลหาเวสส

ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวกนกรัตน์ โกวิชัย

- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ มติชนออนไลน์
 ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นางสาวปรีชยา ชิงห์
 ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวตรีทิพย์ แสงอาภา
 กลุ่มผู้ใช้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ ช่วงอายุ 30 ปี
 เป็นต้นไป จำนวน 6 คน
- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ASTV ผู้จัดการออนไลน์
 ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นายวิวัฒน์ชัย ชะนิทร
 ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวรমন ดำรงศิลป์สกุล
- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ ไทยรัฐออนไลน์
 ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นายอุกฤษฏ์ ผลพิบูลย์
 ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นายจุลทิศ รัตนคำแปง
- ตัวแทนผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ มติชนออนไลน์
 ประจำโต๊ะข่าวศิลปะและบันเทิง จำนวน 1 คน คือ นายเกษตร น้อยทิพย์
 ประจำโต๊ะข่าวไอที จำนวน 1 คน คือ นางสาวณัฐฉิมา คงสนิท

5.1 สรุปผลการศึกษา

โดยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้ประโยชน์และการสร้างเครือข่ายของผู้สื่อข่าวออนไลน์จากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com นอกจากนี้ยังมีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเว็บไซต์ เว็บไซต์สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิง และโต๊ะข่าวไอที ทั้ง 2 กลุ่ม มีลักษณะการเข้าใช้บริการที่คล้ายกัน คือ เข้าใช้บริการทุกวัน เพื่อ ความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน และสามารถนำไปใช้ร่วมกับการทำงานได้ กิจกรรมต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมส่วนใหญ่จะเป็นการแปะลิงค์ (Link) ข่าวที่ตนเองผลิตหรือข่าวในองค์กร เพื่อการติดต่อสื่อสารกับแหล่งข่าวและเพื่อน ความต้องการติดตามความเคลื่อนไหวสถานการณ์ต่างๆในสังคม หาข้อมูลและเป็นการมอนิเตอร์

(Monitor) ข่าวเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน และนอกเหนือจากนั้นก็จะโพสต์สถานะของตัวเองหรือคอมเมนต์ (comment) สถานะและรูปภาพของเพื่อน

แต่จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของ ความถี่ของเวลา ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดและอุปกรณ์ของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างบางคนใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone) สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนก็กลับไปใช้บริการที่บ้านหลังเลิกงาน

นอกจากนี้การเปิดรับเพื่อนเพื่อเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ เลือกรับเฉพาะเพื่อนที่เรารู้จัก หรือเป็นเพื่อนของเพื่อน หรือเป็นแหล่งข่าวที่เป็นประโยชน์ในการทำข่าว

ส่วนที่ 2 ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

จากการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ [facebook.com](http://www.facebook.com) ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิง และโต๊ะข่าวไอที ทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะการใช้ประโยชน์ในด้านการทำงานไปพร้อมๆ กับประโยชน์ส่วนตัว คือใช้เป็นช่องทางการสื่อสารเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างแหล่งข่าวและเพื่อนๆ จากการสร้างกลุ่ม (Group) หรือหน้าแฟนเพจ (Fan page) สะดวก รวดเร็ว เพียงไม่กี่วินาที ก็สามารถทำให้มีปฏิสัมพันธ์ตอบกลับมารวมทั้งมีข้อดีในเรื่องของการอัปเดต (Update) สถานการณ์ ข่าวสารปัจจุบัน สามารถรวบรวมข้อมูลทุกอย่างที่เราสนใจไว้ในหน้าเว็บเพียงหน้าเดียวและสามารถใช้เว็บไซต์นี้ในการนัดหมายผ่านหน้าวอลล์ (Wall) แสดงความคิดเห็นต่อลิงค์ (Link) ข่าว ผ่านคอมเมนต์ (Comment) หรือทางข้อความ (Message) แทนการใช้โทรศัพท์ ประหยัดค่าใช้จ่ายลงได้ และช่วยผ่อนคลายความเครียด

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้ง 2 กลุ่ม ในเรื่องของการมีส่วนร่วมในสังคมออนไลน์ จากการแสดงความคิดเห็นต่างๆ เปรียบเสมือนเสียงสะท้อนที่มีต่อสังคมผ่านเว็บไซต์นี้ นอกจากนี้ยังทราบความเคลื่อนไหวของแหล่งข่าวและกลุ่มเพื่อนทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกันมากขึ้น

ส่วนที่ 3 การสร้างเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

จากการศึกษาลักษณะการสร้างเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ [facebook.com](http://www.facebook.com) ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ระหว่างโต๊ะข่าวบันเทิง และโต๊ะข่าวไอที ทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่า กลุ่ม (Group) มีส่วนช่วยในการสร้างเครือข่ายทางสังคมสำหรับผู้สื่อข่าวออนไลน์ได้มาก เนื่องจากมีการจัดกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน เช่น กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน เพื่อนเก่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการสื่อ

สิ่งต่างๆ เพียงครั้งเดียว เพื่อนสมาชิกทุกคนที่อยู่ในกลุ่ม (Group) เพื่อเป็นศูนย์กลางประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ให้รับรู้ได้อย่างทั่วถึง และการที่มีผู้อ่านมาแสดงความเห็นต่อข่าว ถือว่าเป็นการเปิดเชื่อมโยงให้นักข่าวได้รู้จักกับคนที่จะเป็นแหล่งข่าวในอนาคตได้

นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายสังคมที่เรียกว่า หน้าแฟนเพจ (Fan page) ที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการกดไลค์ (Like) เพื่อเข้าไปติดตามความเคลื่อนไหวและนำมาเป็นข้อมูลประกอบ อ้างอิง ในการทำข่าว รวมไปถึงเห็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชีวิต ความสนใจ ความปรารถนาและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในสื่อสังคมออนไลน์

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com กรณีศึกษา ผู้สื่อข่าวออนไลน์ สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

www.facebook.com เป็นเสมือนสังคมหนึ่งที่อยู่ในลักษณะของสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกกันว่า “Social Network Online” ซึ่งสังคมออนไลน์นี้เป็นสังคมที่รวมกลุ่มคนที่มีความชอบความสนใจในสิ่งเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน หรืออยู่คนละเว็บไซต์ แต่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถสื่อสาร ส่งต่อ หรือแบ่งปันกันได้ เป็นเว็บไซต์ที่กำลังนิยมสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ถือได้ว่าเป็นสื่อทางสังคมสมัยใหม่ Social Networking Online ที่ทำให้การติดต่อสื่อสาร สะดวก สบาย ง่ายขึ้น สามารถย่อโลกของการสื่อสารให้แคบลง สามารถเข้าไปทำการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถแลกเปลี่ยนข่าวที่ผลิตขึ้นหรือข่าวในองค์กรที่น่าสนใจกับเพื่อน พุดคุย สอบถาม ความเคลื่อนไหวของกลุ่มเพื่อน กลุ่มญาติ ติดต่อสื่อสารกับแหล่งข่าว ได้ฟื้นฟูมิตรภาพในอดีต รวมถึงการรู้จักกันต่อเป็นทอดๆ คล้ายเครือข่ายใยแมงมุมที่โยงกันไปมาได้ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Communities) ซึ่งสอดคล้องกับ บุญมาก ศิริเนาวกุล (2551) ที่กล่าวไว้ว่า เครือข่ายสังคม (Social Network) หมายถึงโครงสร้างทางสังคมซึ่งสามารถที่จะสร้างเป็นเครือข่าย ใดๆอย่างหนึ่งได้ โดยการใช้โหนด (Node) ซึ่งมีสัญลักษณ์เป็นวงกลม ซึ่งหมายถึง คน หรือกลุ่มคน หรือองค์กร และมีเส้นเชื่อมต่อระหว่างกันที่เรียกว่า Ties เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์กันในลักษณะเฉพาะต่างๆกันไป เช่น ญาติ ครอบครัว ความคิด คุณค่าทางสังคม เราสามารถที่จะสร้างเครือข่ายนี้ในหลายระดับตั้งแต่ระดับครอบครัวไปสู่จุดหมายปลายทางได้ด้วยการติดต่อสัมพันธ์กัน คุยกัน เพื่อขยายต่อความสัมพันธ์ตามจุดหมายที่เราอยากจะได้ เท่าที่ทำได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ พิมพัลลภ ปรีดาศาสตร์ และ วาทินี บุญชะลิกขมี (2553) รวบรวมความหมายของเครือข่ายสังคมไว้ว่า 1. ความสัมพันธ์มีความ

หลากหลาย อันเนื่องมาจากบทบาทที่มีอยู่ในสังคม : ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage : Multiplicity) เพราะในความสัมพันธ์นั้น จะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ตามบทบาทหรือหน้าที่ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนไม่ได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทพ่อ บทบาทผู้ใหญ่บ้าน บทบาทลูก บทบาทของประธานคณะกรรมการหมู่บ้านต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นบุคคลสองคนอาจมีความสัมพันธ์กันได้ทั้งในบทบาทเดียวหรือหลายบทบาทประกอบกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มนั้นมีบทบาทหลายบทบาทประกอบกันในขณะที่ใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ เช่น บทบาทผู้สื่อข่าว บทบาทผู้รับข่าว บทบาทความเป็นเพื่อน ซึ่งบทบาทแต่ละบทบาทจะมีบรรทัดฐานและความคาดหวังเป็นตัวชี้นำแนวทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกันและกัน 2. ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transaction Contact) บุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคมหรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ระหว่างคู่สัมพันธ์ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เช่น กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจที่จะเลือกรับเพื่อนเข้ามาเป็นสมาชิก

วัตถุประสงค์ของการให้บริการเว็บไซต์นี้คือ การสร้างสัมพันธ์ทางการสื่อสารที่มีการเปิดกว้าง ไม่จำกัดเฉพาะในกลุ่มสมาชิกเล็กๆ อย่างกลุ่มโปรแกรมสนทนา MSN ที่สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนที่มีอีเมลแอดเดรสของ Hotmail เท่านั้น แต่เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ยังสามารถเปิดรับเพื่อนจากทั่วโลกเข้ามาเป็นสมาชิกได้ด้วย ข้อดีของเว็บไซต์นี้คือเรื่องของการอัปเดต (Update) สถานการณ์ ข่าวสารปัจจุบัน และสามารถใช้เวลาในการนัดหมายต่างๆ ผ่านหน้าวอลล์ (Wall) แสดงความคิดเห็นต่อลิงค์ (Link) ข่าว ผ่านคอมเมนต์ (Comment) หรือทางข้อความ (Message) แทนการใช้โทรศัพท์ ประหยัดค่าใช้จ่ายลงได้ และช่วยผ่อนคลายความเครียด และสามารถรวบรวมข้อมูลทุกอย่างที่เราสนใจไว้ในหน้าเว็บเพียงหน้าเดียว ดังที่เพ็ญทิพย์ จิรินุสรณ์(2539) ศึกษาไว้พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้งานมากกว่าสื่ออื่น ๆ ผู้ใช้สามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการเปิดรับ และเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้ รวมทั้งการเรียกหาข้อมูลสามารถทำได้โดยไม่จำกัดจำนวน ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับสาร และสามารถควบคุมข่าวสารที่ตนเองต้องการจะเปิดรับได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ในปัจจุบันเมื่อมีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้รับสารจะสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ตามความพอใจของตน เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารก็จะมีปฏิสัมพันธ์ (Interact) เพื่อติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็น ในขณะที่ เอเบอร์โซล (อ้างถึงใน จินตนา วัฒนทกโกศล, 2543 : บทคัดย่อ) กล่าวว่า เว็บไซต์มีบางสิ่งที่คุณต้องการ และด้วยข้อเท็จจริงที่ว่าเราสามารถเข้าถึง

เว็บไซต์ได้จากที่โรงเรียน ห้องสมุด ที่ทำงานและที่บ้าน จึงมีความเป็นไปได้ที่มีผู้รับสารจะเข้าถึงเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตกว่าสื่ออื่น

www.facebook.com มีรูปแบบการสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อสารและใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ แสดงความคิดเห็น ความรู้สึก เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติผ่าน www.facebook.com แต่ในกรณีนี้จะขึ้นอยู่กับผู้เล่นทั้ง 2 หรือมากกว่านั้น มีการออนไลน์พร้อมกัน จึงจะสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านทางช่อง Chat หรือจะเป็นการฝากข้อความไว้ใน Inbox รวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในกลุ่ม (Group) ซึ่งเป็นคุณสมบัติโดดเด่นของ www.facebook.com เมื่อเปรียบเทียบกับเว็บประเภท Social Network ด้วยกันที่ผู้เล่นส่วนใหญ่นิยม

จากการศึกษาเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้ง 12 คน ซึ่งแบ่งตามอายุได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวบันเทิง ช่วงอายุ 25-30 ปี และช่วงอายุ 30 เป็นต้นไป ,กลุ่มผู้สื่อข่าวออนไลน์ ประจำโต๊ะข่าวไอที ช่วงอายุ 25-30 ปีและช่วงอายุ 30 เป็นต้นไป สามารถอภิปรายผลการศึกษากับ พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และการสร้างเครือข่ายที่ได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

พฤติกรรมการใช้บริการชุมชนออนไลน์ สามารถวัดได้จากระยะเวลาและความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังที่แมคคลอยด์และคณะ (อ้างถึงใน จิตรา เอื้อจิตวรบำรุง, 2544 : 19) ได้กล่าวไว้ว่า ตัวชี้วัดความถี่ของการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง ดังที่แมคคลอยด์และคณะได้กล่าวไว้ว่า ตัวชี้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ที่มีการใช้กัน ได้แก่ 1.วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ 2.วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน ซึ่งในกรณีของการการให้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีระยะเวลาและความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่าง มีข้อจำกัดอันเนื่องมาจากอุปกรณ์ที่แตกต่างกันออกไป การเปิดรับสื่อหลังเลิกงาน หรือมีการเปิดรับสื่อไปพร้อมกับการทำงาน หรือใช้บริการเว็บไซต์เพื่อการทำงานได้ด้วยเช่นกัน

2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์

www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

การใช้ประโยชน์และกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมทั้งหมด 2 กลุ่มเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เป็นการติดตามความเคลื่อนไหวสถานการณ์ต่างๆในสังคม ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้สื่อข่าวออนไลน์ โดยสามารถนำประโยชน์มาใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อสืบค้น ต่อยอดข่าวสาร รวมทั้งยังเป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร รวมไปถึงการ

แชร์ลิงค์ (Link) ข่าวที่ตนเองผลิตหรือข่าวในองค์กร เพื่อต้องการกระจายข่าวออกไปให้ได้มากที่สุด ยังสามารถช่วยในการวัดผลของข่าวว่ามีกระแสตอบรับมากน้อยแค่ไหน โดยวัดจากจำนวนการคอมเมนต์ (Comment) หรือจำนวนการกดไลค์ (Like) ซึ่งสอดคล้องกับ McCombs and Becker (อ้างถึงใน New Jersey : Prentice Hall, 1979 : 51-52) ที่ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการพื้นฐาน ว่าผู้รับสารมีความต้องการใช้สื่อมวลชนเพื่อวัตถุประสงค์ 6 ประการ 1. เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ 2. เพื่อต้องการคำแนะนำ 3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา 4. เพื่อความตื่นตัว สร้างความรู้สึกว่าได้อยู่ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น 5. เพื่อสร้างความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น 6. เพื่อความบันเทิง เพลิดเพลินและผ่อนคลาย

3. ความเป็นเครือข่ายจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ยังใช้เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com เป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างแหล่งข่าวและเพื่อนเก่าๆ ซึ่งถือเป็นกิจกรรมหลัก โดยติดต่อสื่อสารผ่านกลุ่ม (Group) คอมเมนต์ (Comment) ข้อความ (Message) ซึ่งการสื่อสารนี้สอดคล้องกับ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง ระบบการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารในระหว่างสมาชิกกลุ่ม ซึ่งมีเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงเครือข่ายกับเครือข่าย กลายเป็นเครือข่ายย่อยภายใต้เครือข่ายใหญ่ โดยแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้มีการรวมกลุ่มขึ้น แต่ละคนจะมีการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในลักษณะต่างๆ รวมถึงทำหน้าที่ของตนเพื่อให้กลุ่มดำรงอยู่และดำเนินไปได้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารของเครือข่าย www.facebook.com นั้นมีการรวมตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบใน www.facebook.com เหมือนกัน โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารในแบบต่างๆ เพื่อให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่าย มีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายของกลุ่มร่วมกันและมีการสื่อสารระหว่างเครือข่าย

สิ่งที่น่าสนใจในการวิจัยครั้งนี้คือ แนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences theory) ได้นำมาเป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้บนพื้นฐานความคิดที่ว่า อายุ ที่แตกต่างกันทำให้มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com แตกต่างกัน และความแตกต่างในเรื่องทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อพบว่าอายุและโต๊ะข่าวที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างนั้น ไม่สามารถเป็นตัวแปรหรือทำให้กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อ

ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้จากนี้แล้ว ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ด้วยเช่นกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า ถึงแม้จะมีข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ในปริมาณมากแต่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์ได้ไม่มากเพียงพออย่างที่ควรจะเป็น ควรปรับเปลี่ยนบทบาทของกองบรรณาธิการ โดยการแตกยอดประเด็น แลกเปลี่ยนความคิดที่เป็นประโยชน์ โดยใช้ Social Media มาประยุกต์ใช้งานเป็นเวทีสาธารณะเป็นที่ระดมความคิดเห็น เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

5.4.1 ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com กรณีศึกษา ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ว่ามีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์อย่างไร แต่ควรศึกษาในเชิงปริมาณ

5.4.2 ศึกษาอิทธิพลของเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ต่อการเลือกรับสื่อ โดยศึกษาว่ากลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ว่ามีการเลือกรับสื่ออย่างไร

5.4.3 ศึกษาเรื่องของการสร้างความหมาย การสร้างสังคมของผู้รับสารผ่านทางเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com โดยศึกษาเรื่องของความหมายที่ผู้รับสารได้รับและการนำไปใช้เชื่อมต่อกับสังคมอย่างไร

5.4.4 ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com กับ www.twitter.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ว่ามีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กิตติ กันภัย .(2543) **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รีนี เรืองหนู. (2553). **นักข่าว 3.0 โจทย์หินสื่อไทย**.กรุงเทพฯ:สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.หน้า 35.

บทความ

ไพเราะ เลิศวิราม. (2553,12 มีนาคม) “Facebook Time”. **Positioning Magazine**, ฉบับที่ 58. หน้า 77.

รณชัย สิงห์คำ (2553,12 มีนาคม) “Facebook Time”. **Positioning Magazine**, ฉบับที่ 58. หน้า 82.

อังศุมาลิน บุรุษ. (2552,พฤศจิกายน) “โลกของข่าวบนเว็บ 2.0 ถึงเวลา Change คนข่าว”. **ราชดำเนิน**, ฉบับที่ 18. หน้า 12.

งานวิทยานิพนธ์

กรองทอง เกิดนาค. (2551) **พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com**

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จินตนา วัฒนทกโกศล. (2543) **การใช้ประโยชน์ และการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต : การศึกษาเฉพาะ**

นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน วิทยานิพนธ์ ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนส์ถ์ เกษมไชยยานนท์. (2544) **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web Sites) ของผู้ใช้ในเขต กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**

น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ. (2543) การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานระยะเริ่มต้นในเขต

กรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสาร
วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธน์สดี เกษมไชยานันท์. (2544) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (website) ของผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขา
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เรวดี คงสุภาพกุล. (2539) การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

วัลณี โอพารโซติสถานนท์. (2548) ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล

ข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (Online Newspaper) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาสื่อสาร
มวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรรณพร กลิ่นบัว. (2552) การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน www.facebook.com ของกลุ่มวัย

ทำงาน วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. (2539) พฤติกรรมสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขต

กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

อรพิน จิรวัดนศิริ. (2541) การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษา

เปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์
ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

MGR Online. สํารวจการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมของโลก facebook.com

สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2552, จาก <http://www.manager.co.th>

เวิร์ด เพลส คอทคอม. (2552). ผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network. สืบค้นเมื่อ

15 พฤษภาคม 2552,

จาก <http://netfuture.wordpress.com/2009/07/19/analysis-facebook-social-network/>

เจี๊จก เฟซบุ๊ก คอทคอม. (2552). ความนิยม Facebook ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ

15 พฤษภาคม 2552, จาก <http://www.checkfacebook.com/>

นาย แอคเค้าท์ติ้ง คอทคอม. (2554). เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ

13 มกราคม 2554, จาก <http://www.9accounting.com/newspaper.html>

BOOKS

Danah m. boyd. (2006) **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship** .School of Information University of California-Berkeley,

James A. Hunt. (2005) **Saving Face(book): The influence of technical knowledge on predicting College students' use of privacy settings within the facebook online social network site**, University of South Alabama,

Zizi Papacharissi. (2011) **A networked self: identity, community and culture on social network sites**, New York,



ภาคผนวก



ตัวอย่างหน้าเว็บ www.facebook.com หน้าแรก (Home)

The screenshot displays the Facebook home page interface in Thai. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and links for Home, Profile, and Account. Below this is a left-hand navigation menu with options like News Feed, Messages, Events, Friends, and various notification counts. The main content area is the News Feed, which features several posts. The first post is from 'Mai' and includes a quiz result and a photo of a Muay Thai fighter. The second post is from 'Warin Trino' and mentions a contest. The third post is from 'Gru Mun Ba May' and also mentions a contest. To the right of the news feed, there are several sidebars: 'Events' with upcoming events, 'Find More Friends' with a 'Gru Mun Ba, More Friends Are Waiting' notification, 'Requests' showing 71 friend requests and other notifications, 'Pokes' with a notification from 'สุพรรณา เจริญศุภา', and 'Get Connected' with a 'Who's on Facebook?' notification. At the bottom right, there is a chat notification for 20 messages.

ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัว (Profile)

facebook Search Gru Mun Ba May Home

Peeyaah Singh About

Work and Education

Employers **matchonline**

College **มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**
Bangkok, Thailand

High School **บางปะกอกวิทยาคม**
Bangkok, Thailand

Living

Thailand
Bangkok, Thailand
Current City

Family Add as family

ภานุวัฒน์ สังฆะภรณ์
Brother (Pending)

Nong Aern Kookik
Sister

Pare Chomsang
Sister

Basic Info

Birthday **March 27**

Relationship Status **Single**

Contact Info

Screen Name **peeyaahsingh (AIM)**

Email **peeyaah_yimpan@hotmail.com**
peeyaah_yimpan27@hotmail.com

Sponsored

แบรนด์ใหม่ มือ1 มือ2

เชิญเพื่อนแอดมาเปิดร้าน
รวมสินค้าทั้งแบรนด์ ไม่
แบรนด์ มือ1 มือ2 ไร้ข้อบ
กั้นในราคาเบาๆ แบ่งกันช
อบแบ่งกันชงแหละ

Chat (Offline)

ตัวอย่างเพื่อน (Friend)

The screenshot shows the Facebook interface for the profile 'Gru Mun Ba May'. The page is titled 'Friends (421)' and features a search bar for finding friends. Below the search bar, there is a grid of friend profiles, each consisting of a profile picture, a name, and some additional information like university or workplace. The profiles are arranged in two columns.

Profile Picture	Name	Additional Info
	Panicha Sukcharoenma	(KMUTT) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
	Bird Tanatorn	Dhurakij Pundit University
	Anawat Buamuang	Suwannaramwityayom
	Tukta Bupphamas	
	นางสาว ดนชนก แก้วมณี	แผนกคำตอบแทนและสารสนเทศ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
	Anoma Sornbali	
	Intarachai Panichakul	
	Tea Time	มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีมหานคร
	ปิยวรรณ ไชยพียงยาง	Works at กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
	Aumm Benjawan	Works at Dusit International
	คุณนาย การไฟฟ้า	
	Kriengsak Chaipangyang	Khanom, Nakhon Si Thammarat, Thailand

ตัวอย่างการเพิ่มเพื่อน (Add Friend)

The screenshot shows a Facebook interface with the following elements:

- Header:** Facebook logo, search bar, and browser tabs.
- Profile:** Gru Mun Ba May, Edit My Profile.
- Navigation:** News Feed, Messages, Events (5), Friends (69), Recently Updated, Status Updates, JR.2, Gangster, JOURNALISM, Create Group..., Game Requests (88).
- Friends Section:** Friends (Edit Friends), Requests.
- Friend Requests:**
 - ประทุมทิพย์ ช่มกลาง:** 2 mutual friends. Buttons: Confirm, Not Now.
 - TaTae Narak:** 1 mutual friend. Buttons: Confirm, Not Now.
 - Wanida Panyanan:** 1 mutual friend. Buttons: Confirm, Not Now.
 - Samata Tang:** Suggested by สุวรรณมา เจริญกุลศล. Buttons: Add as Friend, Ignore.

ตัวอย่างการค้นหารายชื่อเพื่อน (Search)

The screenshot displays a Facebook search interface. At the top, the search bar contains the Thai characters "ชูล" (Chul). Below the search bar, a "People" section lists search results:

- Chuladis Ratanakhumpaeng**: Bangkok, Thailand
- Mekong Chula**: Bangkok, Thailand, 2 mutual friends
- Peace Chula**: 1 mutual friend
- Chularat Mounkaew**: 5 mutual friends
- Chulalak JobJob (เส้นทางสู่โตมานัน)**: 2 mutual friends
- Chulely Boonthanate**: Bangkok, Thailand, 1 mutual friend
- Chuleeporn Wunbamrung**: Bangkok, Thailand, 10 mutual friends
- Chulaluk Wongaekapan**: 1 mutual friend

Below the search results, there is a "What's on your mind?" section and a "Status" button. On the right side of the page, there are several sponsored advertisements and activity updates:

- Sponsored: So KOOL WHITE POOL PARTY**: Is Back on Saturday 26th at the best location ever in Bangkok. Open bar from 3 to 4 PM...
- pudding.to**: Free photo book plus Lomography camera? Pure Awesomeness! Pudding.to photo festival! 2,446 people like this.
- Activity Log**: Gru Mun Ba reached Level 32 in Diamond Dash. Like · Comment. Gru Mun Ba completed Level 16 in Candy Crush.

The user's profile "Gru Mun Ba May" is visible at the top right, and the page is viewed from the perspective of the user.

ตัวอย่างกล่องข้อความ (Inbox)

Facebook | Messages

นายสมาด หล้าหิंस - การศึกษาและการท

facebook

Search

Gru Mun Ba May
Edit My Profile

News Feed

Messages

Updates 2

Sent

Events 5

Friends 69

Create Group...

Game Requests 88

Application Requests 12

More 2

Friends on Chat

Messages

Mark as Unread Report Spam Delete

Select: All, Read, None

Jommie, นางสาว ตลชนก
October 30 at 3:50pm

ธนาพงศ์ ทองเสนอ
October 27 at 8:11am

Cherry Ryry
October 20 at 9:19am

Cherry Ryry
October 18 at 4:03pm

ตัวอย่างหน้าเว็บของผู้ใช้บริการ www.facebook.com

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for a user named Chuladis Ratanakhumpaeng. The page is in Thai and displays a timeline of posts and activities. The profile picture is visible at the top left. The main content area shows several posts, including one about a Thai film festival and another about a car service. The right sidebar contains a calendar, a list of apps used, and a list of places checked in.

Profile Information:
 Name: Chuladis Ratanakhumpaeng
 Location: near Bangkok
 Timeline: Now

Posts:

- Post 1:** เพราะพวกอำมาตย์ ขุนนางแท้ๆ ชีวิตของได้เสมาถึงลำบากเพียงนี้ ก็หันแก่งใส่ท้ายปายสิ
 Like · Comment
 Wonder Amijang and 6 others like this.
- Post 2:** Art Mc'arty NK เสน่ห์ของอ้ายเสมา ทำให้อ้ายเสมาลำบากแอะ...
 See Translation
 14 hours ago · Like
- Post 3:** Somchai Ngamvannagul สมาน้ำหนักอยากเป็นโพ่
 13 hours ago · Like
- Post 4:** Chuladis Ratanakhumpaeng สงสัยต้องไปกินแหวะเสี้ยนเลือกอาชีพ ชื่อคาบ ไข่กระ ที่เมืองไคโนะฮะทอน
 See Translation
 13 hours ago · Like · 1

Shared Link:
 Chuladis Ratanakhumpaeng shared a link.
 16 hours ago
 ทั้มทีมเองจริง นี่เป็นกรณีตัวอย่าง สำหรับสาว ๆ ที่ถูกปลอมเฟซบุ๊ก และทวีตเตอร์ แจ้งความได้ะครับ
 See Translation
 ทั้มทีม'สอนหลักฐานแจ้งความแผ่นดินแดน ขอให้หยุดการกระทำ www.thairath.co.th
 "ทั้มทีม" ลารายชื่อ 7 คนวงคุณแม่ไม่แจ้งความ สม.มีบุรี หลังถูกแผ่นดินแดนแอบอ้างชื่อเปิดเฟซบุ๊กทำให้เสียชื่อเสียงเสียง พร้อมขอให้เลิกการกระทำ และขอร้องเฟ้น

Apps Recently Used:
 MMS (MOTOR SERVICES)
 foursquare
 Instagram

foursquare May
 Total Check-ins
 6 check-ins
 Top Places
 Circle @ Soi Ruamruedee 1 check-in
 TrueCoffee (ทรูคอฟฟี่) 1 check-in

Calendar:
 Now
 May
 April
 2012
 2011
 2010
 2009
 2008
 2005
 2004
 1996
 Born

Chat:
 Chat (Offline)

ตัวอย่างหน้าเว็บของผู้ใช้บริการ www.facebook.com

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for a user named Gibb Linhawess. The page layout includes a top navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Gru Mun Ba May' with a 'Home' dropdown menu. The profile header shows the user's name 'Gibb Linhawess', a 'Timeline' dropdown, and a 'Now' dropdown. The main content area displays several posts:

- A link post from Gibb Linhawess, dated Monday near Bangkok, sharing a link to a Thai Rath article: "พานณะ... 555+ James Ruangsak http://www.thairath.co.th/content/ent/261682". Below the link is a small thumbnail image and a text snippet in Thai: "นาย ตื่นเต้น 'จอมเจ้าเปิดศักราชอินดี้' 'ป๊อ-เอี๊ยะวิวิท' www.thairath.co.th".
- A post from Gibb Linhawess, dated Monday, showing a profile picture update. The image is a photograph of a man and a woman in formal attire standing outdoors. Below the image are the options 'Like · Comment · Share' and a notification that 'Verawan Mameow likes this.'.
- A post from Gibb Linhawess, dated Monday, showing a cover photo update. The image is a photograph of the same man and woman from the previous post, framed as if seen in a car's side-view mirror.

On the right side of the page, there is a vertical calendar-style navigation menu with months from 'Now' to 'Born'. At the bottom right, there is a 'Chat (Offline)' button.

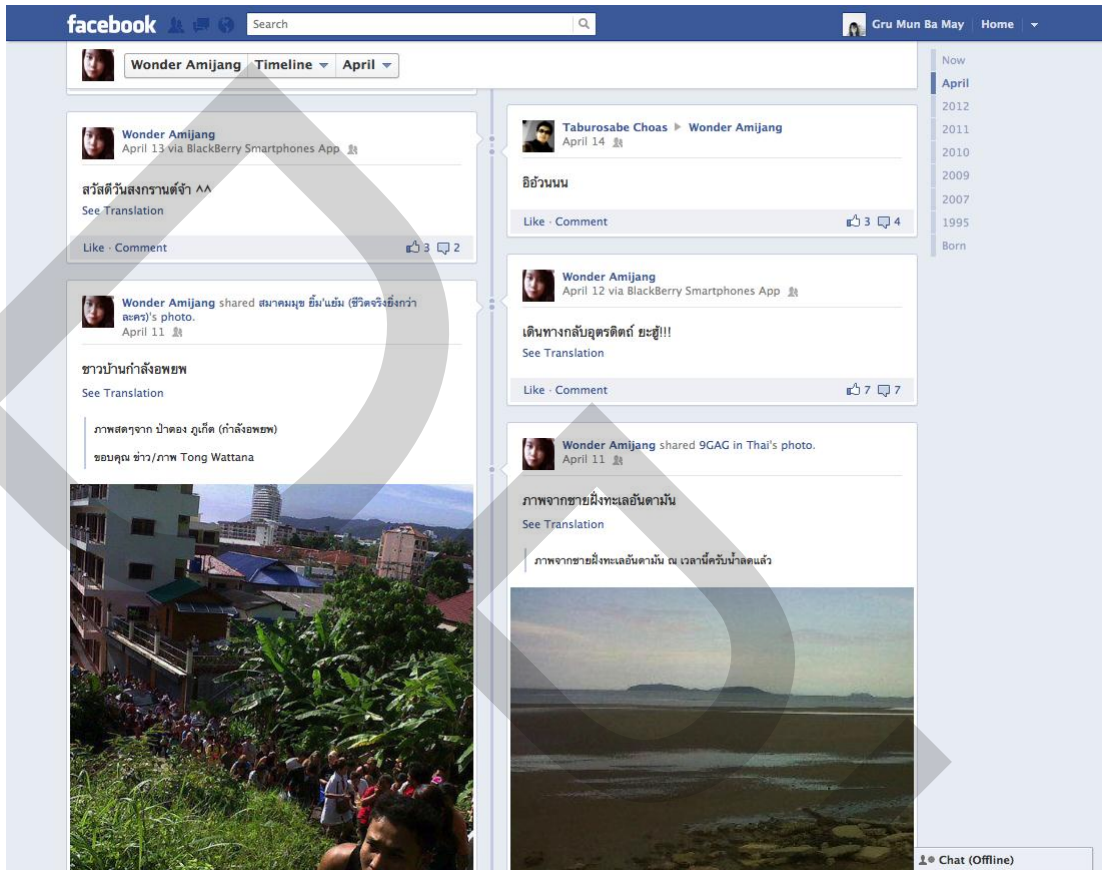
ตัวอย่างหน้าเว็บของผู้ใช้บริการ www.facebook.com



ตัวอย่างหน้าเว็บของผู้ใช้บริการ www.facebook.com



ตัวอย่างหน้าเว็บของผู้ใช้บริการ www.facebook.com



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

เมธินี ไชยพั่งยาง

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี :

นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปีการศึกษา 2546