

พฤติกรรมกาารสื่อสาร ทักษะคติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ
ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร



นาย ปรมศวร รัมยากร

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาโทศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3519-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION BEHAVIOR, ATTITUDE AND USE OF BULLETIN BOARD VIA WORLD WIDE WEB
OF TEENAGERS IN BANGKOK

Mr. Poramate Rummyakul

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3519-9

หัวข้อวิทยานิพนธ์

พฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดาน
ข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นาย ประเมศวร์ รัมย์ยากูร

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. ประมะ สตะเวทิน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พัชนี เขยจรรยา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. ประมะ สตะเวทิน)

..... กรรมการ

(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปรเมศวร์ รัชยากร : พฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดาน
ข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร. (COMMUNICATION
BEHAVIOR, ATTITUDE AND USE OF BULETTIN BOARD VIA WORLD WIDE WEB OF
TEENAGERS IN BANGKOK) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. ปรมะ สตะเวทิน, 142 หน้า.
ISBN 974-17-3519-9

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้ ทักษะคิด
และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัว
ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 416 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม
ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์ข้อมูลโดย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุ 21 ปี เป็นนิสิต และนักศึกษา
2. ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการใช้กระดานข่าวในระดับต่ำ ใช้กระดานข่าวที่บ้าน
นิยมเข้าเว็บไซต์ประเภทบันเทิง และมักเข้าไปอ่านกระทู้ในกระดานข่าวเพียงอย่างเดียว โดย
เว็บไซต์ www.pantip.com เป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุด
3. ปริมาณการใช้กระดานข่าวมีความสัมพันธ์กับทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว
4. ปริมาณการใช้กระดานข่าวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว
5. ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว
6. ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวได้ดีที่สุด

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2546

4585223228 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: ATTITUDE / BULLETIN BOARD / COMMUNICATION BEHAVIOR / INTERNET / TEENAGER /
WORLD WIDE WEB

PORAMATE RUMYAKUL : COMMUNICATION BEHAVIOR, ATTITUDE AND USE OF
BULETTIN BOARD VIA WORLD WIDE WEB OF TEENAGERS IN BANGKOK.

THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PARAMA SATAWEDIN, Ph.D, 142 pp.

ISBN 974-17-3519-9

The purpose of this research was to examine the correlation among exposure, attitude and the use of bulletin board via World Wide Web of teenagers in Bangkok. The samples were 416 teenagers. Questionnaires were used to collect the data. SPSS / PC was employed for data processing. Percentage, Mean, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis were used for the analysis of the data.

The findings of the research were as follows :

1. Most of the samples were female, 21 years old and undergraduate students.
2. Most of the samples had low exposure to the bulletin board. They likely exposed the bulletin board at home for entertainment. They would rather read the message in the bulletin board than other activities. WWW.PANTIP.COM was most exposed by the samples.
3. Exposure to bulletin board correlated with attitude toward bulletin board.
4. Exposure to bulletin board correlated with the use of bulletin board.
5. Attitude toward bulletin board correlated with the use of bulletin board.
6. Attitude toward bulletin board could best explain the use of bulletin board.

Department....Public Relations..

Student's signature

Field of study ..Development Communication.. Advisor's signature.....

Academic year 2003

กิตติกรรมประกาศ

ไม่มีวิจนภาษาหรืออวิจนภาษาใด ไม่มีสื่อใด ไม่มีกระบวนการสื่อสารรูปแบบไหน และไม่มีนวัตกรรมขึ้นใดในโลกนี้ จะช่วยอธิบายความรู้สึกที่ข้าพเจ้ามีต่อคุณพ่อ และคุณแม่ ผู้ซึ่งให้กำเนิด พร้อมทั้งหยิบยื่นโอกาสให้กับผู้วิจัยมาตลอดทั้งชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณยาย ที่เป็นแรงบันดาลใจในการดำรงชีวิตของผู้วิจัยเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร. ปรมะ สตะเวทิน ที่ได้ให้เกียรติมาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้ให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลาเกือบ 1 ปีเต็ม จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ลุล่วงจนประสบผลสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ รศ. พัทธนี เขยจรรยา และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ได้กรุณาสละเวลามาสอบวิทยานิพนธ์ให้กับผู้วิจัย

ขอขอบคุณ คุณ นิพนธ์ นาชิน ที่ช่วยทำระบบแบบสอบถามให้กับผู้วิจัย รวมไปถึง พี่หน่อย เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจ รวมไปถึงคอยไต่ถาม และให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอบคุณมนุษยชาติทุกท่านที่ได้มีส่วนสำคัญในการสร้างนวัตกรรมต่างๆ มาให้ผู้วิจัยได้ศึกษา และเรียนรู้มาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยเชื่อว่าไม่ว่าโลกเราจะหมุนเวียนเปลี่ยนไปรวดเร็วขนาดไหน มนุษย์เราทุกคนมีศักยภาพที่จะตามมันทันอย่างแน่นอน

ปรเมศวร์ รัมย์ยากูร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 : บทนำ.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	14
ปัญหาในการวิจัย.....	14
สมมติฐานการวิจัย.....	14
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	15
ขอบเขตการวิจัย.....	16
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
บทที่ 2 : แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	18
1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร.....	18
ลักษณะของพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร.....	19
รูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร.....	20
ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร.....	20
คุณสมบัติของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร.....	21
พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้รับสาร.....	22
วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร.....	24
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	26
องค์ประกอบของทัศนคติ.....	27
ประเภทของทัศนคติ.....	27
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ.....	29
4. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม.....	34
ทัศนคติ และพฤติกรรม.....	34
องค์ประกอบของพฤติกรรม.....	35
5. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์.....	37

สารบัญ (ต่อ)

ลักษณะการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์.....	39
สภาพแวดล้อมของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์.....	40
6. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น.....	41
ความต้องการของวัยรุ่น.....	43
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
บทที่ 3 : ระเบียบวิธีวิจัย.....	51
รูปแบบการวิจัย.....	51
ประชากร.....	51
กลุ่มตัวอย่าง.....	51
วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	52
ตัวแปรในการวิจัย.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	53
การตรวจสอบเครื่องมือ.....	53
เกณฑ์การให้คะแนน.....	54
วิธีการวิเคราะห์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
บทที่ 4 : ผลการวิจัย.....	58
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE ANALYSIS).....	59
1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร.....	59
1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารในการใช้กระดานข่าว ของวัยรุ่น.....	61
1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่น.....	69
1.4 การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น.....	71
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (HYPOTHESIS TESTING).....	74
บทที่ 5 : สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	78
สรุปผลการวิจัย.....	79
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	79
2. การทดสอบสมมติฐาน.....	80
อภิปรายผลการวิจัย.....	81
ข้อเสนอแนะ.....	91

สารบัญ (ต่อ)

ข้อเสนอแนะทั่วไป.....91

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....93

รายการอ้างอิง.....95

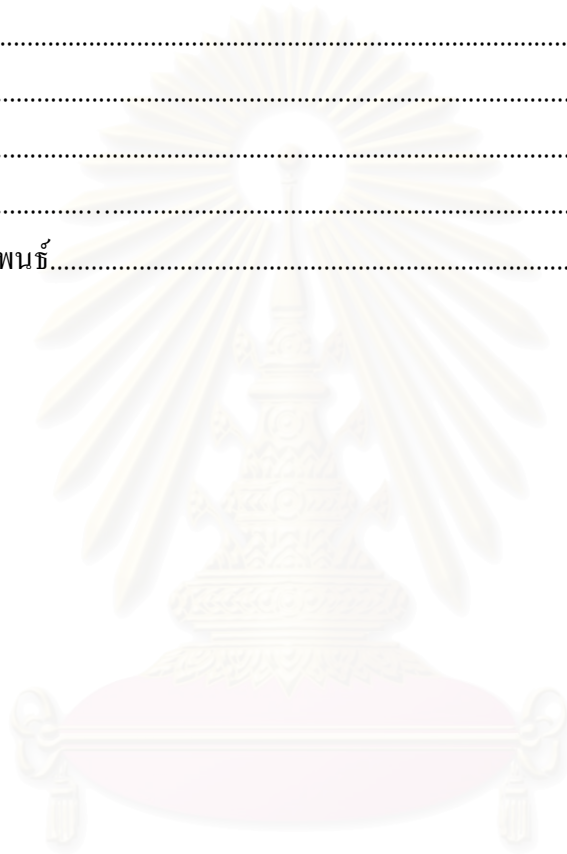
ภาคผนวก.....102

 ภาคผนวก ก.....103

 ภาคผนวก ข.....108

 ภาคผนวก ค.....120

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....142



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร.....	59
ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้กระดานข่าว.....	61
ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้กระดานข่าว.....	62
ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปริมาณการใช้กระดานข่าว.....	63
ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่ใช้กระดานข่าว.....	64
ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของเว็บไซต์.....	65
ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเว็บไซต์ ที่นิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวบ่อยที่สุด.....	66
ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว.....	68
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติ ที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่น.....	69
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์ จากกระดานข่าวของวัยรุ่น.....	71
ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นตามวัตถุประสงค์ ในการสื่อสารด้านต่างๆ.....	73
ตารางที่ 12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปริมาณการใช้กับทัศนคติที่มีต่อ กระดานข่าวของวัยรุ่น.....	74
ตารางที่ 13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปริมาณการใช้กับการใช้ประโยชน์ จากกระดานข่าวของวัยรุ่น.....	75
ตารางที่ 14 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทัศนคติกับการใช้ประโยชน์ จากกระดานข่าวของวัยรุ่น.....	76
ตารางที่ 15 แสดงการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ.....	77

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัลวิน ทอฟฟเลอร์ (Alvin Toffler, 1980 : 14) ได้กล่าวไว้ในหนังสือคลื่นลูกที่สามว่า (The Third Wave) “อารยธรรมใหม่ จะปฏิวัติสมมติฐานเก่าของเราโดยสิ้นเชิง โลกกำลังเคลื่อนที่ไปสู่ค่านิยมใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิศาสตร์กับการเมืองในรูปแบบใหม่ การดำเนินชีวิตแบบใหม่ การสื่อสารแบบใหม่ การที่จะเข้าใจโลกได้เช่นนั้น เราต้องปรับตัวของเราให้พร้อมที่จะรับสภาวะใหม่นั้น ซึ่งแน่นอนจะไม่ใช่การถอยกลับไปใช้วิธีการแบบเก่าๆมาแก้ปัญหาใหม่”

เมื่อโลกได้ผ่านเข้าไปสู่ยุคโลกาภิวัตน์อันเกิดจากความก้าวหน้าทางการสื่อสารแล้วนั้น เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเป็นอย่างมาก ซึ่งเทคโนโลยีต่างๆเหล่านี้ได้เข้ามาลดอุปสรรคต่างๆในการสื่อสารจนแทบจะทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปสรรคในเรื่องของเวลา และระยะทาง จากผลดังกล่าวนี้ทำให้ปัจจุบันมนุษย์จึงต้องยอมรับเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในขณะที่ยูเนสโก (UNESCO: United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization) ก็ได้สนับสนุนให้ทุกประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาหันมาสนใจกับเทคโนโลยีในการสื่อสารที่มากขึ้น โดยมีการวางแผน ออกกฎหมาย และสร้างโครงสร้างต่างๆ (Framework) เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนได้ใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารเหล่านั้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ จนนำไปสู่การคิดค้นนวัตกรรมในท้ายที่สุด

อินเทอร์เน็ตเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร

หากจะกล่าวถึงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ได้รับการกล่าวขวัญกันมากที่สุด และนับเป็นเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่จะนำประชากรโลกเข้าไปสู่ยุคโลกาภิวัตน์อย่างแท้จริง เทคโนโลยีนั้นได้แก่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

คาเรน โลว์รี มิลเลอร์ (Karen Lowry Miller, 2001 : 54) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตว่า จากสิ่งที่คนไม่เคยรู้จักเลยในยุค 80 (1980s) อินเทอร์เน็ตได้ขับเคลื่อนอย่างรวดเร็วในกลางยุค 90 (1990s) ซึ่งนั่นก็เป็นจุดเริ่มของกระแสโลกาภิวัตน์

อินเทอร์เน็ต หรือ Internet มาจากคำว่า Inter + Net ซึ่งคำว่า Inter หมายความว่า "ระหว่าง" สากล หรือ เชื่อมโยง ส่วนคำว่า Net หมายถึง ตาข่าย ส่วนในภาษาคอมพิวเตอร์ คำว่า Net จะหมายถึง "ระบบคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้" ดังนั้นคำว่า อินเทอร์เน็ต จึงหมายถึง "ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เชื่อมโยงกันและสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้ทั่วโลก" โดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นจะไม่มีศูนย์กลาง คอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่อยู่ในระดับเดียวกันไม่ต้องมีศูนย์กลางเหมือนคอมพิวเตอร์ระบบอื่น ๆ เช่น LAN เป็นต้น

จุดกำเนิดของอินเทอร์เน็ตนั้นมาจากเครือข่ายที่เรียกว่า "อาร์พานีต" (ARPA net) ซึ่งเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายใต้ความรับผิดชอบของ หน่วยงานโครงการวิจัยขั้นสูง (Advanced Research Projects Agency) หรือเรียกชื่อย่อว่า อาร์พา (ARPA) ในสังกัดกระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา ซึ่งจุดประสงค์ของอาร์พานีตในตอนนั้นคือเป็นเครือข่ายสำหรับการทดลองใช้ในการวิจัยของทหารเพียงอย่างเดียว

หลังจากนั้นได้มีการให้นักวิชาการพัฒนาเครือข่ายอาร์พานีตอย่างต่อเนื่อง จนมาถึงในปี พ.ศ.2512 มีการทดลองติดตั้งคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเข้าหากันเป็นครั้งแรก และหลังจากนั้นอาร์พานีตได้กลายเป็นเครือข่ายทดลองที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก และมีหน่วยงานอีกหลายแห่งเชื่อมต่อเข้ามาเพิ่มมากขึ้น จากสภาพของเครือข่ายเชิงทดลองอาร์พานีตก็กลายเป็นเครือข่ายที่ได้รับความสนใจกันอย่างกว้างขวาง

ในปลาย พ.ศ.2526 อาร์พานีตถูกแบ่งแยกออกเป็นสองเครือข่ายคือ เครือข่ายด้านการวิจัยและเครือข่ายของกองทัพ เครือข่ายด้านงานวิจัยยังคงใช้ชื่ออาร์พานีตอยู่เช่นเดิม ส่วนเครือข่ายของกองทัพมีชื่อเรียกใหม่ว่า มิลเน็ต (MILNET) และทั้งสองเครือข่ายยังคงได้รับทุนสนับสนุนจากกองทัพอยู่ ต่อมาหน่วยงานหลักของสหรัฐอีกหลายหน่วยงานซึ่งมีเครือข่ายที่ใช้โปรโตคอลทีวีพี/ไอพีเชื่อมต่อเข้ามามากมาย เช่น เอ็นเอสเอฟเน็ต และเครือข่ายของนาซา (NASA) เป็นต้น ชื่อที่ใช้เรียกเครือข่ายก็มีการปรับเปลี่ยนไปเป็นลำดับจาก อาร์พา อินเทอร์เน็ต เป็น เฟเดอรัล รีเสิร์ช อินเทอร์เน็ต และยังเปลี่ยนไปเป็นที่ซีพี/ไอพี อินเทอร์เน็ต จนกระทั่งในที่สุดกลายมาเป็นชื่อที่รู้จักกันแต่เพียงสั้น ๆ ในปัจจุบันคือ "อินเทอร์เน็ต"

ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะมีการแบ่งคอมพิวเตอร์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้ และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับติดต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะเปรียบเสมือนใยแมงมุม ซึ่งจุดตัดแต่ละเส้นคือ เครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง ส่วนเส้นที่โยงก็คือไปยังจุดตัดก็คือการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างเครือข่าย และด้วยเหตุนี้เองหากผู้ใช้ทำการเชื่อมต่อเข้าไปยังศูนย์บริการซึ่งเป็นส่วนกลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งหมด ผู้ใช้ก็จะสามารถติดต่อสื่อสารหรือค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ทุกมุมโลก

เมื่ออินเทอร์เน็ตได้ทำหน้าที่เหมือนสายใยที่เชื่อมทุกภูมิภาคของโลกเข้าด้วยกันอย่างไร้พรมแดนแล้วนั้น บริการ หรือ โปรแกรมรูปแบบต่างๆที่ต้องเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ได้ถูกคิดค้น และพัฒนากันอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนองตอบต่อความต้องการในด้านต่างๆของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตให้ได้มากที่สุด บริการ หรือ โปรแกรมดังกล่าวอาทิ เทลเน็ต (Telnet) โกเฟอร์ (Gopher) เวส (WAIS) อาร์ชี (Archie) ยูสเน็ต (Usenet) และอีเมล (E-mail) เป็นต้น แต่บริการที่ได้กล่าวมาข้างต้นเกือบจะทุกบริการได้เลิกให้บริการไปแล้ว เนื่องจากมีผู้คิดค้นบริการรูปแบบใหม่ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งนับเป็นบริการที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้สมบูรณ์แบบมากที่สุด บริการนั้นคือ เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web)

เวิลด์ไวด์เว็บ หรือที่เรียกสั้นๆว่า Web มีจุดกำเนิดโดย Tim Berners-Lee และสถาบัน European Laboratory for particle physics (CERN) ซึ่งเป็นสถาบันด้านฟิสิกส์กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยได้ถูกนำมาใช้ครั้งแรกในปี ค.ศ.1991 และเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปี ค.ศ.1991

ปัจจุบันเวิลด์ไวด์เว็บ เป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารของอินเทอร์เน็ตที่รวมเอาข้อมูลของระบบเครือข่ายทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ โดยข้อมูลที่อยู่ในเว็บจะมีลักษณะของตัวอักษรธรรมดา รูปภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งความสมบูรณ์แบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในลักษณะนี้ทำให้ เวิลด์ไวด์เว็บ ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนหลายคนมักเข้าใจว่าการใช้อินเทอร์เน็ต คือการใช้เวิลด์ไวด์เว็บ ทั้งที่ความเป็นจริงแล้ว เวิลด์ไวด์เว็บนั้นเป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่ง หรือเป็นเพียงบริการๆหนึ่งของอินเทอร์เน็ตเท่านั้น อาจจะกล่าวได้ว่าความสำคัญของ เวิลด์ไวด์เว็บนั้นแทบจะกลายเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของอินเทอร์เน็ตไปเลยทีเดียว

หน่วยงานที่ให้บริการเนื้อหาต่างๆผ่านระบบเวิลด์ไวด์เว็บนั้นจะมีชื่อที่อยู่เป็นของตัวเอง หรือเรียกว่า โดเมนเนม (Domain Name) เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้ามาหาข้อมูลได้อย่างถูกต้อง โดเมนดังกล่าวสามารถจดทะเบียนได้ที่ผู้ให้บริการจดทะเบียนที่มีอยู่หลายราย ตัวอย่างของโดเมนเนมเช่น โดเมนเนมของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยคือ www.chula.ac.th และของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคือ

www.tat.or.th เป็นต้น ทั้งนี้โดเมนเนมของแต่ละหน่วยงานจะไม่สามารถซ้ำกันได้ จึงทำให้มีการแย่งกันจดทะเบียนกันเป็นอย่างมาก และการจดเนมก็ได้กลายเป็นอีกหนึ่งธุรกิจหนึ่งของอินเทอร์เน็ตไปโดยปริยาย

เมื่อหน่วยงานได้จดโดเมนเนมแล้ว ก็จำเป็นที่จะต้องสร้างที่อยู่ให้กับข้อมูลต่างๆที่ต้องการนำเสนอ ที่อยู่นั้นเรียกว่าเว็บไซต์ (Web Site) ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะประกอบด้วยข้อมูลต่างๆหลายหน้า แต่ละหน้าของข้อมูลเรียกว่าเว็บเพจ (Web Page)

การที่เราจะเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าไปดูข้อมูลต่างๆของแต่ละเว็บไซต์ได้นั้นจะต้องสมัครเป็นสมาชิกกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่า ISP (Internet Service Provider) เสียก่อน ตัวอย่างของ ISP ในประเทศไทย เช่น บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (www.inet.co.th) หรือบริษัท ล็อกซอินโฟเซอร์วิส จำกัด (www.loxinfo.co.th) ซึ่งผู้สมัครจะได้รหัสผ่านเข้าสู่อินเทอร์เน็ต (Internet Account) เพื่อใช้ในการเข้าระบบอินเทอร์เน็ตต่อไป

นอกจากจะต้องสมัครเป็นสมาชิกแล้วยังต้องมีอุปกรณ์ต่างๆคือ คอมพิวเตอร์ โมเด็ม หรือตัวแปลงสัญญาณจากคอมพิวเตอร์ส่งผ่านสายโทรศัพท์เข้าเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และในทางกลับกันเพื่อแปลงข้อมูลจากเครือข่ายผ่านสายโทรศัพท์เข้าสู่คอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ต้องมีโปรแกรมที่ใช้ดูเว็บไซต์หรือที่เรียกว่าบราวเซอร์ (Browser) ซึ่งโปรแกรมเหล่านี้มักจะมีติดมากับโปรแกรมระบบของคอมพิวเตอร์ (Operation System) หรือเป็นโปรแกรมที่ไม่ต้องซื้อที่เรียกว่าฟรีแวร์ (Freeware) ซึ่งปัจจุบันนี้บราวเซอร์ที่ใช้ในการดูเว็บไซต์มีอยู่ 3 โปรแกรมหลักๆ คือ Internet Explorer, Netscape และ Opera โดยเวลาที่ต้องการดู ก็เพียงแต่ต่อสัญญาณเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต แล้วก็ใส่ที่อยู่ของเว็บไซต์ หรือโดเมนเนมที่ต้องการดู

ในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการกับผู้ที่ชอบท่องเที่ยวหาความรู้บนอินเทอร์เน็ตมากมาย หลากหลาย ประเภทดังนี้

1. ให้บริการดาวน์โหลดโปรแกรมใหม่ รวมทั้งเกมส์ต่างๆ
2. ขายสินค้า
3. วงการดนตรีและภาพยนตร์จากทั่วทุกมุมโลก
4. ให้คำปรึกษาด้านการดำเนินชีวิตกับผู้อื่น
5. นิตยสารออนไลน์
6. ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่สำคัญทั่วโลก

7. เว็บไซต์ตอบคำถามเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์
8. สอนออกแบบเว็บไซต์ หรือโฮมเพจ
9. ให้บริการซอฟต์แวร์ฟรี
10. เรื่องตลกขำขัน
11. ให้บริการ Search Engine
12. ข่าวกีฬา
13. แนะนำเว็บไซต์
14. สอนภาษาต่าง ๆ ฯลฯ

เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไปแล้วนั้นแทบจะครอบคลุมความสนใจของแต่ละบุคคลไปทั้งหมด ซึ่งนับเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เพราะผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสนองต่อความต้องการในด้านข้อมูลข่าวสารของเขาจนแทบจะทั้งหมด

จากคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ต และเว็ลด์ไวด์เว็บที่กล่าวไปนั้นจะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตนับเป็นสื่อที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือสามารถสื่อสารกับผู้รับสาร หรือผู้ใช้บริการได้หลายลักษณะหลายรูปแบบ ซึ่งเมื่อผนวกกับจุดเด่นในเรื่องของความไร้พรมแดน และการไม่ขึ้นอยู่กับเวลา (Timeliness) ของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแล้ว ทำให้อินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นสื่อใหม่ที่เข้ามาเติมเต็มการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์อย่างแท้จริง

ชุมชนบนเว็บไซต์

เมื่อได้ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการแล้ว เว็บไซต์ต่างๆก็พยายามพัฒนาบริการต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลบนเว็บไซต์ได้มากที่สุด ซึ่งผลที่ได้รับต่อมาก็คือเมื่อผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดีในบริการจากเว็บไซตนั้นๆ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก อัตราการเข้าชมเว็บไซต์ (Hit Rates) ก็จะเพิ่มมากขึ้น

อัตราการเข้าชมดังกล่าวนี้นับเป็นตัวชี้ชัดของแต่ละเว็บไซต์ได้ว่า เว็บไซต์ดังกล่าวเป็นที่นิยมสำหรับผู้ใช้บริการมากน้อยเพียงไร กล่าวคือหากอัตราการเข้าชมนั้นสูง แสดงว่าเว็บไซตนั้นเป็นที่นิยม ทั้งนี้การจับอัตราการเข้าชมดังกล่าวนี้สามารถทำได้โดยการใช้โปรแกรมจับอัตราการเข้าชม ซึ่งปัจจุบันมีผู้ให้บริการ โปรแกรมดังกล่าวอยู่หลายรายเช่น โปรแกรม WebTrend (<http://www.webtrend.com>) และ Truehits (<http://www.truehits.net>) เป็นต้น

ในแง่ของธุรกิจแล้วเมื่ออัตราการเข้าชมสูงขึ้น ทางเว็บไซต์เองก็จะได้รับผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจในท้ายที่สุด กล่าวคืออัตราการเข้าชมเว็บไซต์ที่มากขึ้น หมายถึงมีผู้ใช้จำนวนมากในเว็บไซต์ ทำให้การขายโฆษณาเพื่อลงโฆษณาในเว็บไซต์ (เช่นการขายป้ายโฆษณา หรือที่เรียกว่า Banner) ซึ่งเป็นการหารายได้หลักของผู้ประกอบการเว็บไซต์นั้น สามารถทำได้โดยง่าย เนื่องจากผู้ซื้อโฆษณามีหลักประกันได้ว่าการลงโฆษณาในเว็บไซต์นั้นๆมีโอกาสจะผ่านสายตาผู้ใช้บริการมากที่สุด

ดังนั้นจากการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์แบบธรรมดาๆ ผู้ให้บริการต่างพยายามพัฒนาบริการเสริมในเว็บไซต์ตน เพื่อสนับสนุนการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับผลในเชิงธุรกิจ ซึ่งบริการต่างๆเหล่านี้มักจะมีรูปแบบการบริการที่แตกต่างไปจากแบบเดิม กล่าวคือในลักษณะของการให้ข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียว ได้เปลี่ยนเป็นการที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับข้อมูลข่าวสารที่เว็บไซต์นั้นให้บริการได้ (Interactive) ทั้งกับเว็บไซต์ผู้ให้บริการเอง และผู้ใช้บริการด้วยกันเอง ทำให้รูปแบบการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ ที่แต่เดิมเป็นแบบทางเดียว (One-way Communication) คือจากเว็บไซต์ไปสู่ผู้ใช้บริการนั้น ได้กลายเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) คือผู้ใช้บริการสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ และสามารถโต้ตอบข้อมูลเหล่านั้น (Feedback) กลับไปให้ทางเว็บไซต์ และผู้ใช้บริการรายอื่นๆทราบได้

เมื่อผู้ใช้ของเว็บไซต์สามารถเข้ามารับข้อมูลข่าวสารต่างๆ และโต้ตอบกับเว็บไซต์ หรือผู้ใช้รายอื่นๆผ่านทางกรเข้าชมเว็บไซต์ได้นั้น ทำให้เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์ได้กลายเป็นชุมชนย่อยๆ (Community) บนโลกอินเทอร์เน็ตไปโดยปริยาย เพราะผู้ใช้หลายรายได้รับข้อมูลเหมือนกัน (จากในเว็บไซต์) และสามารถพูดคุย หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ผ่านเว็บไซต์นั้นๆได้ เสมือนกับการใช้ชีวิตในชุมชนจริงๆที่สมาชิกแต่ละคนมีการสื่อสารกันตลอดเวลา

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นจึงกลายเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Cultural forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual community) ที่เกิดขึ้นขนานไปกับโลกแห่งความเป็นจริง (รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์, 2543 : 23)

การสื่อสารผ่านเว็บไซต์จึงเป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ก่อให้เกิดชุมชน ซึ่งนับว่าเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นมาใหม่ในสังคมไทย ซึ่งผู้ให้บริการเว็บไซต์เหล่านั้นได้พยายามที่จะหาช่องทาง และบริการต่างๆ เพื่อให้ชุมชนดังกล่าวนี้แข็งแกร่งมากขึ้น กล่าวคือทุกคนที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนรู้สึกผูกพันกับสมาชิกภายในชุมชน และกับชุมชนเอง (เว็บไซต์) ตลอดจนการให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งเมื่อเกิดความ

ผูกพันลักษณะดังกล่าวแล้ว ผู้ใช้บริการก็จะกลับมาใช้บริการเว็บไซต์นั้นซ้ำแล้วซ้ำอีก ทางด้านผู้ให้บริการก็จะได้รับผลในแง่ของอัตราการเข้าชมที่สูงขึ้น

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการที่เว็บไซต์แต่ละแห่งมีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ให้บริการในรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) นั้นย่อมที่จะก่อให้เกิดความผูกพันที่ลึกซึ้งมากกว่าเว็บไซต์ที่ยังคงเสนอบริการที่เป็นรูปแบบของการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) (Esrock and Leichty, 1998)

กิตติพล อัจฉริยารชย์(นิตยสาร วิน โดว์ แมกกาซีน, กรกฎาคม 2545 : 45) ได้แบ่งกลุ่มคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยแบ่งตามความรู้สึก หรือความผูกพัน ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

กลุ่มวิพากษ์ทั่วไป : ผู้คนเริ่มผูกพันกันในระดับหนึ่ง เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ อย่างกว้างๆ นอกเหนือจากการเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัวเพียงอย่างเดียว แรงดึงดูดใจที่จะให้กลับมา ณ ที่แห่งเดิมเริ่มก่อตัวขึ้น แต่ก็ยังมีไม่มากพอที่จะยึดเหนี่ยวคนกลุ่มนี้ไว้ได้ทุกสถานการณ์ หากใช้เวลาช่วงระยะหนึ่งแต่ยังไม่สามารถเข้าร่วมสื่อความรู้สึกกับบุคคลอื่น ๆ ได้ ความพยายามก็จะเริ่มหมดลงและเลิกคิดถึงชุมชนนั้นๆ ไปในที่สุด

กลุ่มวิพากษ์เฉพาะทาง : กลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะทางในด้านเดียวกัน ย่อมพูดคุยกันเป็นเรื่องเป็นราวได้ดีกว่าการคบหากับคนนอกกลุ่ม ดังนั้นคนที่อยู่ภายในกลุ่มเฉพาะทางเดียวกัน จึงมีโอกาสผูกพันกับผู้ใช้คนอื่น ๆ ในกลุ่มค่อนข้างมาก ความสัมพันธ์ลักษณะดังกล่าวเริ่มสร้างเส้นใยยึดเหนี่ยวสมาชิกแต่ละคนไว้ แต่หากอยู่ในช่วงเริ่มต้นพัฒนาความสัมพันธ์และชุมชนยังไม่แข็งแรงมากพอ อาจเกิดการบอบช้ำจากการกระทบกระทั่งกันทางความคิดได้เช่นเดียวกัน และนั่นอาจทำให้ความสัมพันธ์เจริญเติบโตไปในทางที่ซำลง

กลุ่มร่วมกันกระทำการ : เมื่อความสัมพันธ์เจริญเติบโตมากขึ้นในระดับหนึ่ง คนกลุ่มดังกล่าวอาจตัดสินใจร่วมมือกันสร้างสรรค์ผลงานร่วมกัน เช่น Linux Open Source ที่เป็นแหล่งรวมบรรดาโปรแกรมเมอร์อิสระจากนานาประเทศเข้าด้วยกัน จุดประสงค์เพื่อพัฒนาลินุกซ์ให้สามารถเทียบชั้นกับระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้ โดยเปิดต้อนรับสมาชิกอย่างอิสระ ทุกคนมีเป้าหมายที่ชัดเจนและพูดคุยภาษาเดียวกัน ทำให้ความสัมพันธ์ในกลุ่มค่อนข้างแข็งแรง และเมื่อเกิดปัญหาขึ้นก็สามารถร่วมมือแก้ไขได้อย่างเป็นปึกแผ่น

กลุ่มร่วมทางความรู้สึก : เป็นกลุ่มที่ผูกพันกันมากที่สุด ไม่ใช่เพราะการสนทนาภาษาเดียวกัน หรือร่วมด้วยช่วยกันทำอะไรอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ทั้งหมดผูกพันกันด้วยความรู้สึก แบ่งปันกันเป็นเจ้าของสถานที่ ทุกคนมีส่วนร่วมในชุมชนเหมือนกัน และพร้อมจะแบ่งปันความรู้สึกที่กระทบสู่สมาชิกในชุมชนซึ่งกันและกัน การแวกกลับเข้ามาที่ไซต์หรือชุมชนของคนกลุ่มนี้ไม่ได้หวังผลประโยชน์ใด ๆ หากแต่เพื่อเข้ามาสัมผัสความรู้สึก บอกทุกข์ทนายเพื่อนร่วมชุมชน แค่นั้นก็เป็นทีเพียงพอใจแล้ว

ในขณะที่ ปรเมศวร์ วินศิริ (นิตยสารเปรียว, กรกฎาคม 2542 : 160) ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ www.sanook.com กล่าวว่า "ทุกวันนี้ผมนั่งทำเว็บไซต์ ผมไม่เคยนึกถึงเทคนิคอล คิดถึงแต่คน ผมชอบคิดว่าใครนั่งตรงข้ามเครื่องที่ผมทำโฮมเพจ เขาอาจจะเห็นทหาร แม่บ้าน พยาบาล อาจจะเป็นคุณตา เกษียณอายุแล้ว ปลุกต้นไม้เสร็จก็มานั่งเล่นเว็บไซต์ผม ผมหาเพื่อนให้เขาได้ใหม่ อาจเป็นเด็กที่พ่อแม่ไปงานสังคม ทิ้งเขาไว้กับคอมพิวเตอร์ อาจเป็นพ่อแม่แล้วมีลูกนั่งอยู่ตรงกลาง หรืออาจจะเป็นเด็กวัยรุ่น อยากจะหาเพื่อน ค็นี่จะไปเที่ยวไหนดี เขาอาจจะเห็นใครก็ได้ เขาจะมีความสุขใหม่กับเว็บไซต์ของผม"

จากข้อความดังกล่าวจะเห็นได้ว่าชุมชนบนเว็บไซต์นั้น ได้กลายเป็นชุมชนย่อยๆที่เกิดขึ้นแล้วในสังคมไทย และชุมชนเสมือนจริงเช่นนี้ ซึ่งสมาชิกภายในสังคมต่างมีความสัมพันธ์กัน และ มีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันเสมือนในชีวิตจริง จะกลายมาเป็นช่องทางที่สำคัญในการพัฒนาสังคมจริงๆในลำดับต่อไป

กระดานข่าว เครื่องมือในการสร้างชุมชนบนเว็บไซต์

บริการหนึ่งที่นับว่าเป็นบริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารกันได้ และเป็นบริการที่มีศักยภาพที่จะสนับสนุนให้ผู้ใช้เกิดความผูกพันกันจนกลายเป็นกลุ่มร่วมทางความรู้สึกนั้น ได้แก่กระดานข่าว (ดูตัวอย่างกระดานข่าวที่ ภาคผนวก ข.) หรือที่เรียกกันว่าเว็บบอร์ด (Web Board)

จุดเริ่มของเว็บบอร์ดมาจากการที่ ทอม ทรุสก็อต และ จิม อีลิส (Tom Truscot and Jim Elis อ้างใน สมนึก กิริโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, สมชาย นำประเสริฐชัย, 2537) นักศึกษาปริญญาโท 2 คนของมหาวิทยาลัยคุกด์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาซอฟต์แวร์ที่ทำให้ผู้คนที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ต่างระบบกันสามารถที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเรื่องต่าง ๆ ในรูปการเสนอข้อคิดเห็น อภิปรายโต้ตอบกันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งระบบเครือข่ายที่ถูกเชื่อมโยงโดยโปรแกรมดังกล่าวได้ถูกเรียกว่า "ยูสเน็ต" (Usenet)

ยูสเน็ตเปรียบเสมือนระบบกระดานข่าวขนาดมหึมาที่มีผู้ใช้ในอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าไปใช้บริการได้ ยูสเน็ตเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสารที่กว้างใหญ่ไพศาล เอื้ออำนวยให้ผู้ใช้บริการรับรู้ข่าวสารจากทั่วโลก นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นของเราเองในเรื่องนั้น ๆ ได้ด้วย (สมนึก กิริโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย, 2537)

หลังจากนั้นยูสเน็ตถูกพัฒนาอย่างเป็นลำดับจนเป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง จนผู้ใช้บริการยูสเน็ตได้มีการแบ่งกลุ่มออกตามความสนใจของตนเองเป็นหลายหัวข้อ เช่นกลุ่มสนใจเรื่องกีฬา เรื่องการแพทย์สุขภาพ เรื่องบันเทิง การศึกษา เศรษฐกิจ ฯลฯ กลุ่มสนทนาที่ถูกแบ่งออกตามความสนใจลักษณะนี้ถูกเรียกว่า “กลุ่มข่าว” (Newsgroup) ซึ่งหัวข้อแต่ละหัวข้อจะใช้ชื่อย่อเป็นตัวกำหนดเพื่อความสะดวกในการเรียกชื่อ ตัวอย่าง เช่น ทางด้านวิทยาศาสตร์มีคำย่อว่า sci ทางด้านดาราศาสตร์ใช้ชื่อย่อว่า astro เป็นต้น

ปัจจุบันยังมีผู้ใช้ให้ความสนใจกลุ่มข่าวอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเมื่อเวปไซด์ไวด์เว็บได้กำเนิดขึ้น และแต่ละเวปไซด์ก็กำลังที่จะพยายามที่จะหาวิธีในการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันโดยตรงผ่านทางเวปไซด์ได้ทันที เพื่อผลของการสร้างชุมชนบนเวปไซด์นั้น จึงได้มีการนำจุดเด่นของกลุ่มข่าวบนยูสเน็ต ที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างอิสระ ตามความสนใจของแต่ละบุคคล มาผสานเข้ากับความโดดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาของเวปไซด์ไวด์เว็บขึ้น

บริการห้องเสวนา (Chat Room) และกระดานข่าว (Bulletin Board, Message Board และ Web Board) จึงกลายมาเป็นบริการที่ถูกพัฒนามาจากแนวความคิดของกลุ่มข่าวในยูสเน็ต กล่าวคือผู้ใช้สามารถมาพูดคุยกันได้แบบเสมือนจริง (Realtime) ในบริการห้องเสวนา และผู้ใช้ก็ยังเขียนข้อความทิ้งไว้เพื่อให้ผู้ใช้รายอื่นๆ ได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวได้ โดยทั้งสองบริการนี้ผู้ใช้สามารถทำกิจกรรมร่วมกันภายในเวปไซด์เหล่านั้นๆ แห่งเดียว โดยไม่ต้องไปเข้าเวปไซด์เพื่อเปิดโปรแกรมอื่นๆ อีก นอกจากนี้ทั้งสองบริการยังถูกแบ่งออกเป็นหัวข้อย่อยๆ ตามความสนใจของผู้ใช้บริการ เหมือนกับกลุ่มข่าวแต่ละกลุ่มอีกด้วย

อย่างไรก็ตามแม้บริการห้องเสวนานั้นจะเป็นบริการที่เปิดกว้างสำหรับผู้ให้บริการเวปไซด์ทุกราย แต่ในความเป็นจริงแล้วการแลกเปลี่ยนข่าวสารจะจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการที่รู้จักกันเท่านั้น เพราะรูปแบบการบริการในแบบเสมือนจริงนั้นทำให้มีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเป็นอุปสรรคในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เช่นความเกรงใจ และความกลัวเป็นต้น ดังนั้นกว่าที่ผู้ใช้บริการจะได้แลกเปลี่ยนข่าวสารได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ก็ต้องเมื่อผู้ใช้ทั้งสองฝ่ายได้ทำความคุ้นเคยกันมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว

กระดานข่าวได้เข้ามาเป็นบริการที่ซดเซยข้อค้อยของบริการห้องเสวนาในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร แม้จะไม่มีศักยภาพขนาดแลกเปลี่ยนข่าวสารได้แบบเสมือนจริงเท่ากับบริการห้องเสวนา แต่กระดานข่าวมีจุดเด่นที่ผู้ใช้จะมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ กล่าวคือผู้ใช้บริการสามารถเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นของตน และเข้าไปอ่านข้อความที่ผู้ใช้รายอื่นได้เขียนทิ้งไว้ได้ โดยที่ผู้ใช้แต่ละรายสามารถเขียนโต้ตอบข้อความนั้นๆ ได้โดยที่ต่างฝ่ายต่างไม่ต้องรู้จักกัน และไม่ต้องทำความรู้จักกันก่อนที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารแต่อย่างใด

ปัจจุบันกระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บในประเทศไทยสามารถแบ่งออกตามลักษณะการให้บริการได้ดังนี้

1. บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เป็นบริการที่เน้นให้ผู้ใช้บริการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในด้านต่างๆตามประเภทเนื้อหาของแต่ละเว็บไซต์ ในขณะที่บางเว็บไซต์ก็จะแบ่งกระดานข่าวออกเป็นหมวดย่อยๆ ตามลักษณะข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกในการเลือกใช้บริการ ตัวอย่างเช่น โต๊ะราชดำเนินของเว็บไซต์ Pantip.com (<http://www.pantip.com/cafe/rajdumnern/>) ที่เป็นกระดานข่าวสำหรับการแลกเปลี่ยนข่าวสารในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น

2. บริการสอบถามผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน กระดานข่าวลักษณะนี้ผู้ใช้สามารถเขียนคำถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่แต่ละเว็บไซต์ได้จัดหามาเป็นผู้ตอบคำถามให้ นอกจากนี้ในบางเว็บไซต์ยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการรายอื่นสามารถตอบคำถามนั้นๆ ได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่นบริการ “ถามผู้รู้” ของ Mweb.co.th (http://www.mweb.co.th/ExpertForum/default.php?category_id=02) ในหมวดของภาพยนตร์ที่มี คุณ นันทกว้าง สิริสุนทร นักวิจารณ์ภาพยนตร์เป็นผู้ตอบคำถาม เป็นต้น

3. บริการในเชิงธุรกิจ เป็นบริการที่มีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนในเชิงธุรกิจ กล่าวคือเป็นกระดานข่าวเพื่อให้ผู้ใช้ได้ประกาศ โฆษณา หรือชักชวน ให้ผู้ใช้บริการรายอื่นมาซื้อสินค้าหรือบริการของตนเอง ตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ Thai2hand (<http://www.thai2hand.com>)

วัยรุ่นไทยกับอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่ และเป็นนวัตกรรมที่เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ ทำให้กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังอยู่ในวงที่จำกัดอยู่มาก ซึ่งจากการวิจัยของคณะกรรมการโทรคมนาคม และสารสนเทศแห่งชาติ ของสหรัฐอเมริกา (National Telecommunications and Information

Administration, 2002) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตของคนอเมริกัน พบว่ากลุ่มเด็ก และวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด และครอบครัวที่มีเด็ก หรือวัยรุ่นที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ก็มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าครอบครัวกลุ่มอื่นๆ (62%) นอกจากนี้ผลจากการวิจัยของ Jupiter Communications (<http://cyberatlas.internet.com>) ก็ยังสนับสนุนว่าเด็กวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 97 ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1998 ถึงปี ค.ศ.2002 หรือจาก 8.4 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 16.6 ล้านคน ทำให้สามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มากที่สุดเลยทีเดียว

การที่วัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เนื่องมาจากอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาใหม่และได้กลายเป็นนวัตกรรมในยุคของเขา และจากความต้องการของวัยรุ่นที่ต้องการตำแหน่งทางสังคม และต้องการแสดงความสามารถให้เป็นที่ยอมรับในสังคมนั้นทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนค่านิยม-ทางสังคมอย่างหนึ่งในกลุ่มของวัยรุ่น กล่าวคืออินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นกระแสแฟชั่น (Fashion) ไปโดยปริยาย

อย่างไรก็ตามกระแสแฟชั่นของการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นนั้นส่งผลทำให้วัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยแห่งการเรียนรู้สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการศึกษาค้นคว้าเพื่อประกอบในการเรียนนั้น อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญในแวดวงการศึกษาเป็นอย่างมาก ซึ่งในสหรัฐอเมริกา 98% ของโรงเรียนเอกชนทั้งหมดมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (Anne Catagni และ Elizabeth Farris, 2001)

ในประเทศไทยนั้นรัฐบาลเองก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการนำอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆมาช่วยยกระดับทางการศึกษา และเปิดโอกาสให้เกิดความเท่าเทียมกันในทางการศึกษาของเยาวชนไทย จึงได้จัดตั้งโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยหรือ SchoolNet ขึ้นเมื่อประมาณกลางปี พ.ศ.2539 เพื่อเชื่อมต่อโรงเรียนมัธยมศึกษาทั่วประเทศสู่อินเทอร์เน็ต และเปิดโอกาสให้เยาวชนไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีโอกาสสัมผัส และตัดดวงความรู้จากอินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึง โดยโครงการดังกล่าวนี้มีกรมสามัญศึกษาเป็นฝ่ายประสานงานโรงเรียน สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติรับผิดชอบด้านนโยบายและกลยุทธ์ และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ดูแลรับผิดชอบด้านเทคนิค

โครงการ SchoolNet เป็นแนวคิดที่สอดคล้องในการตอบสนองนโยบายของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 กล่าวคือการมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งเป็นการดำเนินการตามนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (ไอที -2000) อีกด้วย

ทั้งนี้โครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยมีวัตถุประสงค์หลักคือต้องการให้ทุกโรงเรียนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยน และศึกษาข้อมูลทางการศึกษาระหว่างนักเรียน อาจารย์ และโรงเรียนกับแหล่งข้อมูลทั่วโลก ทั้งนี้โครงการดังกล่าวได้ถูกคาดหวังให้เป็นโครงการที่จะทำให้นักเรียนสามารถเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตกันได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนมีความเข้าใจในเทคโนโลยีสารสนเทศในวงกว้างมากขึ้น

จากโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยดังกล่าว นับการเพิ่มโอกาสให้กับนักเรียนไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับวัยรุ่นของประเทศ ที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวใช้ ให้สามารถใช้บริการต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ

นอกจากนี้ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ราคาของคอมพิวเตอร์ชุด และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ (เช่น โมเด็ม) ที่ถูกลง และการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) ที่กำลังเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ (จากข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2545 มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต 13 ราย: นิตยสาร วินโดว์ แมกกาซีน, 2545) รวมไปถึงปริมาณร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้นอย่างเป็นวงกว้างไปทั่วประเทศ นับเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนวัยรุ่นไทยได้มีโอกาสในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกันเพิ่มมากขึ้นทั้งสิ้น

วัยรุ่นไทยกับกระดานข่าว

Truehits.net (<http://www.truehits.net>) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ ที่บริการโปรแกรมสำหรับการวัดอัตราการเข้าชมเว็บไซต์ในประเทศไทย (Hit Rate) ที่ดำเนินการ โดยสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ได้รายงานสถิติภาพรวมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ภาพรวมประจำปีพ.ศ. 2545 ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม ถึง 31 ธันวาคม 2545 พบว่า 3 เว็บไซต์จากการจัดอันดับ 5 อันดับแรกได้แก่ อันดับที่ 1 เว็บไซต์ Sanook.com (<http://www.sanook.com>) อันดับที่ 3 เว็บไซต์ www.Thaimisc.com (<http://www.thaimisc.com>) และอันดับที่ 4 คือ M T H A !.com (<http://www.mthai.com>) เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น นอกจากนี้ทั้ง 3 เว็บไซต์นั้นมีกระดานข่าวเป็นจุดเด่นในเว็บไซต์อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์ www.Thaimisc.com ที่มีการให้กระดานข่าวฟรีสำหรับผู้ใช้บริการ เพื่อให้หน้ากระดานข่าวดังกล่าวไปใช้ตามความต้องการของตนเอง เช่นการเปิดกระดานข่าวสำหรับเพื่อนในกลุ่ม และการนำกระดานข่าวไปใส่ไว้ในเว็บไซต์ที่ตัวเองสร้างขึ้นเอง เป็นต้น

ตัวเลขด้านสถิติ และข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้แสดงให้เห็นว่า วัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่มีจำนวนมากในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้กระดานข่าวยังเป็นบริการสำคัญ ที่เว็บไซต์ในประเทศไทย ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่นได้ใช้ เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างชุมชน (Community) เพื่อก่อให้เกิดผลกับอัตราการเข้าชมเว็บไซต์ (Hit Rates) ของเว็บไซต์ตน

จากความสัมพันธ์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นระหว่างกระดานข่าว และวัยรุ่นนั้น เมื่อวัยรุ่นได้เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต และกระดานข่าวมากที่สุด การศึกษาพฤติกรรมที่วัยรุ่นได้แสดงในการใช้กระดานข่าวทั้งในเรื่องบทบาทในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับปริมาณการใช้จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อให้ทราบว่าสิ่งที่เว็บไซต์แต่ละรายได้คาดหวังไว้ (ที่ต้องการให้วัยรุ่นเข้ามาใช้บริการเพื่อเพิ่มอัตราเข้าชม) จะตรงกับพฤติกรรมที่แท้จริงของวัยรุ่นหรือไม่ และมากน้อยเพียงไร

นอกจากนี้สำหรับผู้ให้บริการเว็บไซต์แล้ว ควรจะทราบว่าวัยรุ่นซึ่งถือเป็นผู้รับ และส่งสารผ่านทางสื่อ (กระดานข่าว) นั้นมีทัศนคติต่อสื่อที่ได้เตรียมไว้เป็นอย่างไร ซึ่งหากมีทัศนคติที่ไม่ดีในการใช้แล้ว การให้กระดานข่าวอาจจะต้องมีการพิจารณาทบทวนใหม่

ท้ายที่สุด แม้กระดานข่าวเหมือนจะเป็นเครื่องมือในการประกอบการเชิงพาณิชย์ของเว็บไซต์ แต่ในแง่ของการเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแล้ว กระดานข่าวทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังนั้นการศึกษาว่าแท้จริงแล้ววัยรุ่นได้ใช้สื่อชนิดนี้เพื่อไปใช้ประโยชน์ในด้านใดบ้าง และใช้ไปในเชิงบวกหรือลบอย่างไร เป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยคิดว่าหากผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผนการสื่อสารได้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องแล้วย่อมจะทำให้การวางแผนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับสื่ออินเทอร์เน็ต และกระดานข่าวนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นไทย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้กับทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น
5. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

ปัญหานำการวิจัย

1. วัยรุ่นมีพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวอย่างไร
2. ปริมาณการใช้กับทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่
3. ปริมาณการใช้กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่
4. ทักษะคิดกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่
5. ตัวแปรใดสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่น
2. ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น
3. ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น
4. ปริมาณการใช้สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิยามศัพท์ในการวิจัย

กระดานข่าว หรือ Bulletin Board หรือ Message Board หรือ เว็บบอร์ด (Web board) คือบริการลักษณะหนึ่ง ที่ให้บริการผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีลักษณะเหมือนกระดานสำหรับผู้ใช้บริการได้แสดงความคิดเห็น ด้วยการตั้งประเด็นใหม่ขึ้นมาที่เรียกว่า “กระทู้” เพื่อให้ผู้ใช้บริการรายอื่นๆ ได้เข้ามาอ่าน หรือเขียนข้อความโต้ตอบภายในกระทู้นั้นๆ

อินเทอร์เน็ต หมายถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกัน จนกลายเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ของข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารในรูปแบบต่างๆ

เว็ลด์ไวด์เว็บ หมายถึงระบบการสื่อสารแบบภาพ และเสียงผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) เป็นเครื่องมือในการแสดงผล ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในเว็ลด์ไวด์เว็บนั้นมีรูปแบบทั้งตัวอักษร รูปภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว

เว็บไซต์ หมายถึงที่อยู่ของข้อมูลข่าวสารในระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลหลายรูปแบบเช่น ข้อมูลภาพ และข้อมูลเสียง ทั้งนี้ในแต่ละเว็บไซต์จะมีความเป็นเอกภาพทางด้านเนื้อหาของตนเอง

วัยรุ่น หมายถึงประชาชนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และถือสัญชาติไทย ทั้งเพศชาย และหญิง ที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปี

พฤติกรรมการสื่อสาร หมายถึงลักษณะของการสื่อสารผ่านการใช้กระดานข่าว ซึ่งประกอบไปด้วยปริมาณการใช้ สถานที่ที่ใช้บริการ ประเภทของเว็บไซต์ที่ใช้บริการ และเว็บไซต์ที่วัยรุ่นไทยนิยมเข้าไปใช้กระดานข่าว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งพฤติกรรมการสื่อสารผ่านการใช้กระดานข่าวออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1. **การเปิดรับข่าวสาร** คือการที่ผู้ใช้บริการเข้าไปใช้กระดานข่าว เพื่อเข้าไปรับสารแต่เพียงอย่างเดียว กล่าวคือการใช้บริการเข้าไปอ่านข้อความ หรือกระทู้ที่ผู้อื่นเขียนทิ้งไว้แต่เพียงอย่างเดียว
2. **การสื่อสาร** คือการที่ผู้ใช้บริการเข้าไปใช้กระดานข่าว เพื่อเข้าไปรับสารและส่งสาร กล่าวคือผู้ใช้บริการเข้าไปอ่านข้อความที่ผู้อื่นเขียนทิ้งไว้

และมีการเขียนข้อความโต้ตอบกับข้อความนั้นๆ หรือการที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้จ้องกระทู้ขึ้นมาเอง เพื่อให้ผู้ใช้บริการคนอื่นเข้ามาอ่าน

ปริมาณการใช้ หมายถึงผลคูณของความถี่ในการใช้ และระยะเวลาที่ใช้กระดานข่าว

ทัศนคติ หมายถึงความเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยของวัยรุ่นไทย ในการใช้กระดานข่าวซึ่งแบ่งออกเป็นทัศนคติในเชิงบวก และทัศนคติในเชิงลบ

การใช้ประโยชน์ หมายถึงการใช้กระดานข่าว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในด้านต่างๆ ที่ได้ตั้งไว้ก่อนมาใช้บริการ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆดังต่อไปนี้

- ใช้ค้นหาหาข้อมูลประกอบการเรียน
- ใช้เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด
- ใช้เพื่อประกาศในเชิงพาณิชย์ เช่น โฆษณาขายสินค้า หรือบริการ
- ใช้เพื่อเสนอความคิดเห็นของตนเองให้ผู้อื่นได้รับทราบ
- ใช้สอบถามข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ
- ใช้เพื่อพูดคุยในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักกัน
- ใช้เพื่อประกาศหาคู่ หรือเพื่อน
- ใช้เพื่อขอคำปรึกษาทางการศึกษา
- ใช้ประกาศ หรือแนะนำเว็บไซต์ให้คนอื่นเข้าไปดู
- ใช้เพื่อรับทราบความคิดเห็นของคนอื่นต่อประเด็นที่ตัวเองสนใจ
- ใช้เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ
- ใช้เป็นที่หาความบันเทิง

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร (ได้แก่ การเปิดรับข่าวสาร การสื่อสาร ความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ สถานที่ที่ใช้ และความนิยมของเว็บไซต์ที่ให้กระดานข่าว) ทัศนคติ และ การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นไทย ที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปี ทั้งเพศชาย และหญิง ที่เคยใช้กระดานข่าวของผู้จัดทำเว็บไซต์ในประเทศไทย และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. งานวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคติ และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการเว็บไซต์ทั้งของภาครัฐ และเอกชนที่กำลังให้กระดานข่าว หรือ กำลังริเริ่มที่จะให้กระดานข่าว เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง และวางแผนในการให้กระดานข่าวให้กับวัยรุ่นไทยได้อย่างเหมาะสม
2. งานวิจัยชิ้นนี้ยังเป็นแนวทางในการพัฒนา และผลักดันกระดานข่าวให้เป็นที่ใหม่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และความคิดเห็น ให้กลับผู้ใช้กลุ่มอื่นๆที่ไม่ใช่วัยรุ่น จนเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้างต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากการใช้กระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของวัยรุ่นไทย ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะคิด
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ
4. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิด และพฤติกรรม
5. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์
6. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เป็นการถ่ายทอดสาร (Message) ระหว่างผู้เกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย คือผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) โดยสารดังกล่าวจะถูกผู้ส่งสารส่งผ่านไปทางสื่อ (Channel) ไปยังผู้รับสาร ซึ่งองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

1. ผู้ส่งสาร (Source หรือ Sender) – คือบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้นผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคนคนเดียว หรือหลายคนก็ได้
2. สาร (Message) – คือผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส (Code)
3. สื่อ (Media) – คือสิ่งที่ขนส่งสาร หรือเป็นพาหนะของสาร กล่าวอีกนัยหนึ่งสื่อก็คือสิ่งที่นำ หรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารให้ปรากฏ

4. ผู้รับสาร (Receiver) – คือบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นคนคนเดียว หรือหลายคนก็ได้

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารเป็นการเน้นศึกษาในแง่พฤติกรรมศาสตร์ โดยดูว่าผู้สื่อสารมีการกระทำที่แสดงออกมาในกระบวนการสื่อสารอย่างไร และเป็นในรูปแบบใด ซึ่งชวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารไว้ว่า พฤติกรรมกรรมการสื่อสารคือ การกระทำ หรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ ซึ่งมีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นการสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อวัตถุประสงค์เป็นหลัก คือความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งพฤติกรรมกรรมการสื่อสารเปรียบเสมือนกลไกที่สำคัญประการหนึ่งสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคมมนุษย์

ลักษณะของพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

ลักษณะของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารจะประกอบไปด้วย 4 ลักษณะใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. มีลักษณะเป็นกระบวนการ – กระบวนการของการสื่อสารนั้นดำเนินในลักษณะที่เป็นวงจรต่อเนื่องกันตลอดเวลา โดยผู้สื่อสารนั้นจะสลับเปลี่ยนบทบาทของตนโดยไม่รู้ตัว หรือไม่ได้สังเกต ซึ่งวงจรของกระบวนการสื่อสารประกอบด้วยพฤติกรรมกรรมการเข้ารหัส (Encoding Behaviour) พฤติกรรมถ่ายทอดและการรับ (Transmitting and Receiving Behaviour) พฤติกรรมการถอดรหัส (Decoding Behaviour) และพฤติกรรมการตีความหมาย (Interpreting Behaviour)
2. มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคม และกระบวนการทางวัฒนธรรม – ผู้ร่วมพฤติกรรมกรรมการสื่อสารจะสร้าง หรือกำหนดความหมายไปตามลักษณะปัจจัยด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในตัวบุคคลเช่น ความทรงจำ ความหวัง และทัศนคติ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ร่วมพฤติกรรมกรรมการสื่อสารยังได้รับแรงผลักดันจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ที่เป็นกรอบของการดำเนินชีวิตในสังคมเช่น จารีตประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม และกฎหมาย เป็นต้น
3. เป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสาร – กระบวนการสื่อสารไม่ได้กำเนิดขึ้นอย่างลอยๆ หากแต่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของสภาพการณ์ หรือสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสารเช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมือง เศรษฐกิจ เป็นต้น

4. เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณ และการเรียนรู้ทางสังคม – คนเราทุกคนมีสัญชาตญาณที่ต้องการแสดงออกเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารมาตั้งแต่กำเนิด เมื่อคลอดลูก เด็กทารกที่ออกมา ก็จะร้องเพื่อต้องการสื่อสารกับแม่ทันที ซึ่งเมื่อโตขึ้นมนุษย์เราก็จะเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเช่นการใช้ภาษาท่าทาง น้ำเสียง จากบุคคลรอบๆตัวในสังคม

รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสาร

การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคมเป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งจำแนกเป็นกระบวนการในสองลักษณะดังนี้ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531)

1. พฤติกรรมปกปิด (Covert Behaviour) – เป็นพฤติกรรมการสื่อสารที่ไม่สามารถสังเกตได้จากภายนอก เกิดจากกระบวนการภายในตัวบุคคล เกี่ยวข้องกับระดับสติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก ตัวอย่างเช่นความเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยเป็นต้น
2. พฤติกรรมเปิดเผย (Overt Behaviour) – เป็นพฤติกรรมการสื่อสารที่สามารถสังเกตได้จากภายนอก เกิดจากการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์ เหตุการณ์ หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลทำให้เกิดพฤติกรรมการสื่อสารที่เห็นได้ชัด เช่น การพูด การหัวเราะ และการแสดงสีหน้าเป็นต้น

รูปแบบการสื่อสารทั้งสองแบบนี้มีความเกี่ยวเนื่อง และสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด จะเห็นได้จากการใช้กระดานข่าวนั้นการที่ผู้ใช้บริการได้เข้าไปแสดงความคิดเห็นด้วยการเขียนข้อความไว้ หรือเขียนโต้ตอบกับกระทู้ที่ตนได้อ่านไปนั้นเป็นพฤติกรรมเปิดเผย แต่หากผู้ใช้เข้าไปอ่านกระทู้ที่คนอื่นเขียนไว้ แล้วรู้สึกไม่พอใจกับข้อความดังกล่าว แต่ไม่ได้แสดงความคิดเห็นผ่านทางกระดานข่าวนั้นจะเป็นพฤติกรรมปกปิด

ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร และผู้รับสารคือบุคคลอย่างน้อย 2 คนที่มีบทบาทร่วมกันอยู่ในกระบวนการสื่อสาร ถ้าไม่มีผู้ส่งสาร และผู้รับสารแล้ว กระบวนการสื่อสารก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ ในขณะที่หากมีแต่ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงฝ่ายเดียวการสื่อสารก็จะเกิดไม่ได้เช่นกัน

เมตตา กฤตวิทย์, พัทณี เชยจรรยา และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์ (2530) ได้อธิบายถึงผู้ส่งสาร และผู้รับสารไว้ดังต่อไปนี้

ผู้ส่งสาร - คือบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่ม หรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจก็ตาม ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้แนะว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่งๆ นั้นจะเป็นไปในรูปแบบใด และมีผลอย่างไร หรืออีกนัยหนึ่งก็คือเป็นผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (Respond) จากผู้รับสาร

ผู้รับสาร - คือผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความ และการตอบสนองจะโดยตั้งใจ หรือไม่ก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) กลับไปยังผู้ส่งสาร

คุณสมบัติของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร

จากความสัมพันธ์ และความสำคัญของผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่ได้กล่าวไปนั้นการศึกษายทบาทในกระบวนการสื่อสารของทั้ง 2 ฝ่ายนั้นเป็นเรื่องจำเป็น เพื่อที่จะให้การสื่อสารในแต่ละครั้งนั้นเกิดประสิทธิผลจนทำให้การสื่อสารในครั้งนั้นๆบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีดังต่อไปนี้ (สวนิต ชมาภักย์)

1. คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

- เป็นผู้มีความมั่นใจที่จะให้ผู้อื่นรับรู้ความประสงค์ของตน
- เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของเรื่องราวที่ต้องการจะสื่อสารกับผู้อื่น
- เป็นผู้ที่มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถ และความพร้อมในการรับสารของผู้ที่ตนสื่อสารด้วย (ผู้รับสาร) ซึ่งสิ่งที่จะต้องพิจารณาได้แก่ ความต้องการ ความรู้ ประสบการณ์ และทัศนคติของผู้รับสาร
- เป็นผู้รู้จักใช้กลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม กับผู้รับสาร

2. คุณสมบัติของผู้รับสาร

- เป็นผู้พยายามรับรู้เรื่องราวข่าวสารต่างๆ อยู่เสมอ
- เป็นผู้ที่มีความไวรู้สึกรวดเร็ว และถูกต้อง

- เป็นผู้ที่มีปกติวิสัยสามารถบังคับกับความสนใจของตน ให้มาอยู่ที่เรื่องราวที่ผู้ส่งสารกำลังเสนออยู่ได้

พฤติกรรมกรสื่อสารของผู้รับสาร

ผู้รับสาร หรือ Receiver นั้นนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะในแง่ของการศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารแล้ว หากเราทราบว่าผู้รับสารมีความต้องการในการสื่อสารเป็นอย่างไร ผู้ส่งสารก็จะสามารถเลือกสาร (Message) และช่องทางในการสื่อสาร (Channel) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด ซึ่งนั่นก็หมายความว่า การสื่อสารก็จะเกิดประสิทธิผลสูงสุด

พฤติกรรมกรสื่อสารของผู้รับสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะดังต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541)

1. พฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร หรือสิ่งที่ผู้รับสารกระทำโดยปกติ ซึ่งมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ทั้งด้านสังคมวิทยา และจิตวิทยาดังต่อไปนี้

1.1 ทักษะในการสื่อสาร – ผู้รับสารต้องใช้ทั้งการสื่อสารเชิงวัจนะ และอวัจนะประกอบกันในการสื่อสาร ซึ่งทักษะในการสื่อสารนั้นมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร 2 ประการหลักๆ 1) *มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสาร* กล่าวคือภาษานั้นมีอิทธิพลทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ และการคิด ตลอดจนการคิดวิธีการในการตัดสินใจของตน 2) *มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการถอดรหัส* หรือตีความหมายสารที่ผู้ส่งสารได้ส่งมา

1.2 ทักษะคติ – ผู้รับสารจะมีทัศนคติต่อปัจจัยต่างๆ 3 ประการ ได้แก่ 1) *มีทัศนคติต่อตนเอง (Attitude Toward Self)* ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความมั่นใจจนนำไปสู่ความเข้าใจสารที่ผู้ส่งสารส่งมา 2) *มีทัศนคติต่อสาร (Attitude Toward Message)* กล่าวคือการทำที่ผู้รับสารมีท่าที, ความรู้สึกนึกคิด, รสนิยม และความรู้สึกในด้านอื่นๆ ที่มีต่อสาร ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อสารก็จะทำให้เกิดผลในแง่ของความกระตือรือร้นที่จะรับสารนั้นๆ 3) *ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร (Attitude Toward Source)* หากผู้รับสารมีความเชื่อถือ ความเลื่อมใส ความชอบ ความประทับใจ และทัศนคติที่ดีในด้านอื่นๆ ต่อผู้ส่งสาร ก็จะสนใจติดตามการสื่อสารของผู้ส่งสาร

1.3 ความรู้ – ความรู้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการตัดสินใจเลือกรับสาร และตีความหมายสาร ซึ่งผู้รับสารต้องมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร (Knowledge of the Content of the Message) เพื่อที่จะได้เข้าใจเนื้อหาสาระของสารได้อย่างถูกต้อง และต้องมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the Content of the Communication Process) เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.4 สถานภาพในสังคม และวัฒนธรรม – ผู้รับสารแต่ละคนนั้นล้วนเป็นสมาชิกของแต่ละสังคม ซึ่งแต่ละสังคมย่อมมีบรรทัดฐาน (Norms) และวัฒนธรรม (Culture) ที่คอยกำหนดบทบาท และหน้าที่ หรือสถานภาพของคนในสังคมนั้นๆ ซึ่งคนที่มีสถานภาพแตกต่างกันในสังคมก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปตามบทบาท และหน้าที่ของตน ดังนั้นพฤติกรรมการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ก็ได้รับอิทธิพลมาจากสถานภาพที่ได้รับในสังคมของผู้รับสาร ผู้รับสารจึงต้องมีพฤติกรรมในการสื่อสารให้สอดคล้องกับสถานภาพของตนเองเช่นถ้าผู้รับสารเป็นเด็กนักเรียน ก็ต้องฟังครูสอนหนังสือ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องฟังคำสั่งสอนของพ่อแม่ด้วย

2. พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชน แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารสามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวความคิดตามบทบาทในการรับสารของผู้รับสารได้แก่

- แนวความคิดที่มักถามว่าสื่อมวลชนจะทำอะไรกับผู้รับสาร เป็นการมองว่าผู้รับสารเป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive Audience) ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลโดยตรงจากสื่อมวลชน และไม่มีทางเลือกในการใช้สื่อมวลชน
- แนวคิดที่มักถามว่าผู้รับสารจะทำอะไรกับสื่อมวลชน เป็นลักษณะของการมองว่าผู้รับสารเป็นผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Active Audience) กล่าวคือผู้รับสารใช้สื่อมวลชนอย่างมีเจตนาเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ รวมไปถึงการตัดสินใจใช้สื่อมวลชนด้วยตนเอง ทั้งนี้แนวความคิดดังกล่าวนี้เป็นแนวความคิดสมัยใหม่ ซึ่งได้มีทฤษฎีมาอธิบายดังต่อไปนี้

1. การใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจ (Uses and Gratification) – เป็นการศึกษาที่เน้นการใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน (the Uses of Media Content) เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ (Gratifications) หรือเพื่อทำความต้องการให้สมบูรณ์ (Need Fulfillment) พฤติกรรมของผู้รับสารสามารถอธิบายได้ด้วยความต้องการ (the Need) และ ความสนใจ (Interest) ของบุคคล (คูทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจประกอบ)

2. การแสวงหาข่าวสาร (Information – Seeking) – ปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้รับสารก็จะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตน ซึ่งทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารเป็นทฤษฎีที่อธิบายขั้นตอนในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร ที่มีพื้นฐานมาจากแนวคิดทางจิตวิทยาว่าด้วยการลงรอยกันของทัศนคติ (Attitude Congruence) กล่าวคือบุคคลจะมี “ภาพ” หรือ “Image” เป็น 3 ระดับ 1) ภาพของความจริง (Image of Reality) ที่มีผลมาจากเป้าหมาย ความเชื่อ และความรู้ของแต่ละบุคคล 2) ภาพที่ประกอบด้วยความคิดของตนเอง (Self-concept) 3) ภาพที่ประกอบด้วยรูปแบบการใช้ข่าวสาร (Information Using “Set”) ซึ่งเป็นภาพที่ควบคุมพฤติกรรมของผู้รับสารในการแสวงหา และจัดการข่าวสาร

3. พฤติกรรมทางเลือกในการสื่อสาร (Selective Communication Behavior) – ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกรับสารอยู่ 4 ขั้นตอน ได้แก่

3.1 การเลือกเปิดรับ หรือการเลือกใช้สื่อมวลชน (Selective Exposure)

3.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

3.3 การเลือกรับรู้ หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation)

3.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention)

ทั้งนี้การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยม เป้าหมาย ความสามารถต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การใช้ประโยชน์ รูปแบบลีลาในการสื่อสาร สภาพในสถานการณ์การสื่อสาร และประสบการณ์ หรือนิสัยของผู้รับสาร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารเป็นตัวบ่งชี้ว่าผู้ส่งสาร และผู้รับสารนั้น จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อไปเพื่อให้เกิดผลในด้านใดต่อตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดจากความสัมพันธ์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร การที่เราจะพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นจึงจำเป็นต้องดูวัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่ายด้วย

แชรรมม์ (Schramm อังโน ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 31) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารเอาไว้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)	1. เพื่อทราบ (Understand)
2. เพื่อสอน หรือให้การศึกษา (Teach or Educate)	2. เพื่อศึกษา (Learn)
3. เพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain)	3. เพื่อหาความพอใจ (Enjoy)
4. เพื่อเสนอ หรือชักจูงใจ (Propose or Persuade)	4. เพื่อกระทำ หรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

ในการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นนั้น วัยรุ่นผู้ซึ่งเป็นผู้สื่อสาร (Communicator) ที่มีบทบาทของทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ย่อมที่จะมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารก่อนที่มาใช้กระดานข่าว ซึ่งผู้วิจัยได้นำวัตถุประสงค์ในการสื่อสารมาอธิบายว่าวัยรุ่นจะมีการใช้ประโยชน์ในด้านใดบ้าง เนื่องจากการใช้ประโยชน์นั้นมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร เช่นหากวัยรุ่นมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการความบันเทิงแล้ว เขาย่อมจะใช้กระดานข่าวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง

การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

การสื่อสารแบบสองทางเป็นอีกกระบวนการหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมกรสื่อสาร กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสาร ได้ส่งสารผ่านสื่อ ไปยังผู้รับสารแล้ว แทนที่กระบวนการสื่อสารจะจบลงเพียงเท่านั้นอย่างการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ผู้รับสารกลับมีปฏิกิริยาสื่อสารกลับ (Feedback) ซึ่งการสื่อสารในการสื่อสารแบบสองทางนี้จะมืบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารในคนๆเดียว

การสื่อสารกลับนั้นเปรียบเสมือนเป็นสัญญาณที่แสดงให้ เห็นว่าผู้รับสารมีความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสารส่งไปมากน้อยเพียงไร และบรรลุกับความหมาย หรือวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารหรือไม่ นอกจากนี้การสื่อสารกลับยังทำหน้าที่ในการชี้ช่องทางในการแสดงพฤติกรรมในการสื่อสารที่เหมาะสมให้กับผู้ส่งสารในอนาคต เพื่อที่จะพัฒนาการสื่อสารนั้นๆให้สมบูรณ์มากขึ้น

ประเภทของการสื่อสารกลับสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท โดยใช้เกณฑ์ของความเร็ว หรือช้าในการสื่อสารกลับ

1. การสื่อสารกลับทันทีทันใด (Immediate Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ใช้เวลารวดเร็วในการส่งสารจากผู้รับสาร กลับไปยังผู้ส่งสาร เช่นการพูดคุยกับเพื่อน การโทรศัพท์คุยกัน และการประชุมในองค์การ เป็นต้น

2. การสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) ตรงข้ามกับการสื่อสารกลับทันทีทันใด การสื่อสารกลับที่ล่าช้าใช้นั้ใช้ระยะเวลามากกว่าที่ผู้รับสารจะส่งสารกลับไปยังผู้ส่งสาร เช่นการส่งจดหมายเพื่อไปตอบปัญหาชิงรางวัล หลังจากเห็นคำถามในโทรทัศน์ และการตอบจดหมายเป็นต้น

ปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีจุดเด่นในเรื่องการแลกเปลี่ยนข่าวสารอย่างอิสระนั้น นับว่าเป็นสื่อที่สนับสนุนให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางอย่างแท้จริง อย่างในกรณีของกระดานข่าว เมื่อผู้ใช้บริการได้ตั้งกระทู้ขึ้นมา (ผู้ส่งสาร) ผู้ใช้บริการรายอื่นก็สามารถเข้ามาอ่านได้ (ผู้รับสาร) ซึ่งผู้ใ้รายนั้นก็สามารถเขียนโต้ตอบกับกระทู้ที่ตนเพิ่งอ่านได้ (Feedback)

ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะพิเศษของอินเทอร์เน็ต และกระดานข่าวนั้น การสื่อสารกลับผ่านทางกระดานข่าวได้ครอบคลุมทั้ง 2 ประเภทของการสื่อสารกลับเอาไว้ กล่าวคือหากผู้ตั้งกระทู้ได้เขียนกระทู้ของตนเสร็จแล้ว โดยมีผู้ใช้บริการรายอื่นเข้ามาอ่านและได้เขียนข้อความโต้ตอบไป หากผู้ตั้งกระทู้ยังคงเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต และใช้กระดานข่าวอันนั้นอยู่จะสามารถเห็นการสื่อสารกลับได้ทันที จึงนับว่าเป็นการสื่อสารกลับทันทีทันใด ในขณะที่เดียวกัน หากผู้ตั้งกระทู้เขียนกระทู้เสร็จแล้วเลิกใช้กระดานข่าว โดยมีผู้ใช้บริการรายอื่นมาเขียนโต้ตอบทิ้งไว้ ผู้ตั้งกระทู้จึงเข้าไปใช้บริการหลังจากนั้นอีก เพื่อดูว่ามีใครมาเขียนโต้ตอบกับกระทู้ ก็จะกลายเป็นการสื่อสารกลับแบบล่าช้า

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นคำซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากภาษาละตินคือคำว่า Aptus แปลว่า โน้มเอียง และเหมาะสม ซึ่งความหมายของทัศนคติคือผลรวมของสภาวะทางจิตในด้านความรู้สึกภายใน และความคิดเห็น ที่แสดงออกมว่าชอบ หรือไม่ชอบ (ทัศนคติเชิงบวก ทัศนคติเชิงลบ) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้ผ่านประสบการณ์ หรือได้รับการเรียนรู้มา

แม้ทัศนคติจะเป็นเรื่องที่อยู่ภายในจิตใจของคนเราแต่ละคน แต่ทัศนคติดังกล่าวได้เป็นสิ่งที่มีมาตั้งแต่กำเนิด หากเกิดขึ้นเมื่อคนเราได้ผ่านประสบการณ์ต่างๆ หรือได้รับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆมา ซึ่งทัศนคติจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้ผ่านเรื่องราวเหล่านั้นมาช่วงหนึ่ง จนสามารถสรุปได้ว่าเรื่องนั้นๆเป็นอย่างไร กล่าวได้ว่าทัศนคตินั้นเกี่ยวเนื่องกับกระบวนการเรียนรู้โดยตรง ทั้งนี้ทัศนคติที่มีอยู่นั้นมักจะถูกอ้างอิงกับสิ่งที่รับรู้มาทั้งสิ้น

เมื่อทัศนคติได้เกิดขึ้นแล้ว แม้จะเป็นเพียงความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจ แต่จากการที่คนเราจะได้ทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมานั้น ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ กระบวนการคิดวิเคราะห์ และประเมินผลอย่างมีระบบในระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นทัศนคติจึงมีความมั่นคงถาวร ยากต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ แม้จะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามารบกวนก็ตาม

องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการดังนี้ (Zimbardo and Ebbesen, 1970)

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั้งสิ่งที่ชอบ หรือไม่ชอบ ซึ่งความเชื่อเหล่านี้ได้มาจากความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ หากบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ในแง่ดี บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีกับสิ่งนั้นด้วย

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) จากการที่คนเรามีค่านิยมส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน การมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับอารมณ์ หรือค่านิยมที่แต่ละคนมีอยู่

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behaviour Component) เป็นส่วนของทัศนคติที่ทิ้งไปในแนวทางการปฏิบัติ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก หากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมาชัดเจนแน่นอน ทัศนคติย่อมมีลักษณะชัดเจนแน่นอนเช่นกัน และสามารถรู้จากพฤติกรรมได้ว่าทัศนคติดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวกหรือลบ

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. ทัศนคติเชิงบวก หมายถึงทัศนคติที่ดีต่อเรื่องราว หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งทัศนคติดังกล่าวนี้อาจทำให้เกิดการชักนำให้บุคคลเกิดพฤติกรรม หรือการแสดงออก

2. ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่ไม่ดีต่อเรื่องราว หรือบุคคล ซึ่งอาจจะเกิดจากการไม่เชื่อใจ สงสัย ในพฤติกรรม ความเข้ากันไม่ได้ทางด้านอุปนิสัย และความโกรธ หรือเกลียด ที่มีต่อบุคคล หรือเรื่องราว นั้นๆ

3. ทัศนคติไม่แสดงความคิดเห็น คือการนิ่งเฉย หรือไม่แสดงท่าทีต่อปัญหา หรือเรื่องราวใดๆ อย่างสิ้นเชิง กล่าวคือการอยู่ตรงกลางระหว่างทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบนั่นเอง

ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติประเภทไหน ทัศนคติจะยังคงมีผลมาจากความคิด ความรู้ และความเข้าใจ ที่สอดคล้องกับความรู้สึกรักของแต่ละบุคคล ซึ่งทัศนคติอาจออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันทั้งในทางเชิงบวก และเชิงลบ ซึ่งขึ้นมาจากประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้นเป็นสำคัญ (ศศิวิมล ตามไท, 2542)

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ทัศนคตินั้นเกิดจากการเรียนรู้ การรับรู้ รวมไปถึงอารมณ์ความรู้สึกของแต่ละบุคคล ซึ่งก่อนที่ทัศนคติจะเกิดขึ้นมานั้น จะมีสาเหตุในการเกิดทัศนคติต่อไปนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลได้เคยมีประสบการณ์กับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ทั้งในแง่ดี หรือไม่ดี ทัศนคติที่เกิดขึ้นนั้นก็จะมีทิศทางเป็นไปตามประสบการณ์ที่บุคคลนั้นเคยประสบมา

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communications) เนื่องจากทัศนคติเกิดมาจากกระบวนการเรียนรู้ การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นจะทำให้บุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการติดต่อสื่อสารนั้น จะมีผลต่อการเกิดทัศนคติด้วย เช่นพ่อแม่มักสอนลูกให้ตัดบาตรเป็นประจำ เพื่อให้ได้บุญ ลูกก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการตัดบาตรด้วย

3. แบบอย่าง (Models) การเลียนแบบจากแบบอย่างนั้นสามารถทำให้เกิดทัศนคติได้ เมื่อบุคคลได้เห็นแบบอย่างว่ามีพฤติกรรมอย่างไรแล้ว ก็จะแปรความหมายว่าพฤติกรรมที่ได้เห็นนั้นว่าดี หรือไม่ดี ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติขึ้น

4. ความเกี่ยวข้องทางสถาบัน (Institutional Factors) หรือการเข้าเกี่ยวกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทักษะหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องทางสถาบันเช่น โรงเรียน วัด ครอบครัว หรือหน่วยงานต่างๆ แต่ละสถาบันไม่เพียงแต่แหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ แต่ยังถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดทัศนคติขึ้นมาได้

ในการใช้กระดานข่าวนั้นหากผู้ใช้บริการมีประสบการณ์ หรือได้รับข้อมูลข่าวสารที่ดีมีประโยชน์จากกระดานข่าวแล้ว ผู้ใช้บริการนั้นๆย่อมมีทัศนคติในเชิงบวกต่อกระดานข่าว ในทางตรงกันข้ามหากผู้ใช้บริการมีประสบการณ์ หรือได้รับข่าวสารที่ไม่ดี หรือไม่ใช่สิ่งที่ตนเองต้องการแล้วย่อมจะมีทัศนคติในเชิงลบต่อกระดานข่าว นอกจากนี้หากผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี หรือไม่ดีแล้ว พฤติกรรมการใช้กระดานข่าว และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้กระดานข่าว (การใช้ประโยชน์) นั้นก็จะสอดคล้องกับทัศนคตินั้นๆด้วย (The Behaviour Component)

3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อเป็นการศึกษาในแง่ของการที่กลุ่มผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อในลักษณะของ “ผู้กระทำ” หรือ Active person ซึ่งการที่ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อใดๆนั้นจะเกิดมาจากการตอบสนองความต้องการของตนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับตนมากที่สุด ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมในการสื่อสารของตนว่าจะใช้สื่ออะไร ต้องการสารแบบไหน และต้องการนำสารที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในด้านใด

สุรพงษ์ โสธนเสถียร (2533) ได้สนับสนุนแนวความคิดในการที่ผู้รับสารเป็นผู้กระทำไว้ว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ นั้นเสมือนเป็นส่วนกลับของการเผยแพร่ข่าวสาร (Diffusion of Innovation) กล่าวคือการเผยแพร่ข่าวสารนั้นจะมีจุดเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร ไปสู่ผู้รับสาร แต่การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ นั้นเป็นการศึกษาว่าผู้รับสารมีกระบวนการอย่างไรในการเปิดรับสื่อใดสื่อหนึ่ง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวคือพฤติกรรมการสื่อสารนั่นเอง (Communication Behavior) ทั้งนี้การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทเป็นผู้รุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Goal Directed)

2. การใช้ หรือการเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว ก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตนตามข้อ 1 มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลจากการชักจูงของผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว

3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อ หรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกันผู้ส่งสารจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อให้บริการประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากการที่ผู้ส่งสารเองนั้นพอใจจากการสื่อสารก่อนหน้านี้

แคทซ์ และคณะ (Katz and others, 1974 อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบหลายๆองค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ ซึ่งได้แก่องค์ประกอบทั้ง 3 อย่างดังนี้

1. Mode คือลักษณะความต้องการ เช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร
 - 2.2 การติดต่อเพื่อความพึงพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความเชื่อมั่น และทางสถานภาพ
 - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Reference คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อน
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบดังกล่าว แคทซ์ และคณะได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำการวิจัยเรื่องการใช้ และการทำให้เกิดความพึงพอใจไว้ว่า เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ 1) ปัจจัยด้านสังคม และจิตวิทยาของ 2) ความต้องการซึ่งทำให้เกิด 3) การคาดหวังจาก 4) สื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ ซึ่งนำไปสู่ 5) รูปแบบต่างๆ ของการใช้สื่อมวลชน (หรือการกระทำกิจกรรมอื่นๆ) ซึ่งทำให้เกิด 6) การทำให้เกิดความพอใจตามที่ต้องการ และ 7) ผลอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลที่ไม่ได้ตั้งใจ (Katz and others, 1974 อ้างใน ประมะสตะเวทิน, 2541 : 113)

เดวิดสัน (Davidson อ้างใน พัทธนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล, ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 266) ได้แสดงการสนับสนุนแนวความคิดของแคทซ์ โดยให้ข้อคิดว่าบุคคลทุกคนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคม และสภาพแวดล้อมรอบๆตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการของสังคม

แนวความคิดของแคทซ์ดังกล่าวนี้อาจนำมาอธิบายพฤติกรรมการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นได้ กล่าวคือ 1) วัยรุ่นอาจจะเข้าไปคุยกับเพื่อนๆ ซึ่งได้เคยเข้าไปใช้กระดานข่าวบนเว็บไซต์เพื่อแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับทีมฟุตบอลที่ตนเองชอบแล้ว 2) วัยรุ่นคนนั้นจึงอยากจะไปใช้กระดานข่าว 3) เพื่อแสดงความคิดเห็นของตนเองใน 4) กระดานข่าวบ้าง 5) จึงเข้าไปทดลองใช้ และ 6) พบว่าตนเองสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใช้รายอื่นๆเกี่ยวกับทีมฟุตบอลที่ตนเองชอบ ได้จริง ซึ่งการใช้กระดานข่าวดังกล่าว 7) ทำให้วัยรุ่นคนนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับฟุตบอลในด้านอื่นๆด้วย

นอกจากนี้จากการที่การใช้ประโยชน์จากสื่ออื่นที่เกี่ยวข้องกับความจำเป็นหลักนั้น ความต้องการที่เกิดขึ้นอาจมาจากความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมาสโลว์ (Maslow) ได้แบ่งลำดับความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Human Needs) ออกเป็นลำดับขั้น โดยเรียงลำดับจากความต้องการในขั้นของความจำเป็นระดับต่ำ คือความต้องการด้านร่างกาย ไปสู่ความจำเป็นที่สำคัญขึ้นมา จนถึงความต้องการด้านจิตใจ ซึ่งนับเป็นความต้องการในระดับสูง ซึ่งแนวคิดความต้องการของมนุษย์ที่ มาสโลว์ได้กล่าวไว้มี 5 ประการดังต่อไปนี้ (อ้างใน เกศริน พนารังสรรค์, 2543)

1. ความต้องการทางร่างกาย (Psychological Needs) – เป็นความต้องการแรก และนับว่าเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ กล่าวคือเป็นความต้องการเพื่อหาสิ่งมาประกอบการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการปัจจัย 4 (อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย) รวมไปถึงความต้องการทางเพศ ซึ่งความต้องการทางร่างกายต่างๆต่อไปนี้ ถ้าบุคคลได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอแล้วก็จะเกิดความต้องการในระดับสูงขึ้นไป

2. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Safety Needs) – หลังจากได้บรรลุความต้องการขั้นพื้นฐานแล้ว บุคคลย่อมต้องการความปลอดภัย และมั่นคงให้กับชีวิตตนเอง ซึ่งนับว่าเป็นการทำให้เกิดแรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรม เช่น การต้องการใช้บริการทางการแพทย์ การออมทรัพย์ และการศึกษา เป็นต้น

3. ความต้องการความรัก และเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Love and Belonging Need) – จากเหตุผลของการที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม บุคคลแต่ละบุคคลย่อมต้องการความรัก การยอมรับ ความรู้สึกที่ดี และความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่นๆ เพื่อให้ตนเองรู้สึกว่าไม่ได้อยู่อย่างโดดเดี่ยว

4. ความต้องการมีเกียรติ และศักดิ์ศรี (Esteem Need) – หมายถึงความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากบุคคลอื่น ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง หรือมีความภูมิใจเมื่อประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นความต้องการที่เกิดจากภายใน และภายนอกดังต่อไปนี้

4.1 ความต้องการยกย่องที่เกิดจากภายใน (Inwardly-Directed Ego Needs) – เป็นความต้องการที่สะท้อนถึงความต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อการยอมรับส่วนตัว เพื่อการยกย่อง เพื่อความสำเร็จ ความเป็นอิสระ ความพึงพอใจส่วนตัวต่างงานที่ทำเป็นไปได้ด้วยดี

4.2 ความต้องการยกย่องที่เกิดจากภายนอก (Outwardly-Directed Ego Needs) – ประกอบด้วยความต้องการเพื่อการยกย่อง การมีชื่อเสียง สถานะ และการยกย่องนับถือจากบุคคลอื่น

5. ความต้องการความสำเร็จส่วนตัว หรือความพึงพอใจส่วนตัว (Self-Actualization Need) – นับเป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ที่จะตอบสนองศักยภาพ และความปรารถนาของแต่ละบุคคลที่ตัวเองอยากได้รับ เช่น การต้องการเป็นผู้บริหารประเทศ ความฝันที่จะเป็นดารานักร้อง หรือความต้องการที่จะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

นอกจากลำดับความต้องการทั้ง 5 ขั้นแล้วนั้น มนุษย์ยังมีความต้องการอีกประการหนึ่งคือ ความต้องการอยากเรียนรู้ (Need for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจ สภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการจะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม

จากความต้องการที่ มาสโลว์ ได้กล่าวมานี้ ในการบรรลุความต้องการส่วนบุคคลในแต่ละขั้นนั้น แต่ละบุคคลย่อมมีวิถีทางที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งวิถีทางดังกล่าวนี้รวมไปถึงการใช้สื่อต่างๆ เพื่อเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และที่ตนเองต้องการได้รับเพื่อที่จะมาสนับสนุน หรือแก้ไขจนทำให้ เป้าหมายที่ได้วางไว้สำเร็จลุล่วงไปได้ ซึ่ง แมคคอมส์ และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979 อ้างใน รูปณี สุวรรณฉัตรชัย, 2542) ได้อธิบายว่าบุคคลจะใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการในด้านต่างๆต่อไปนี้

1. ต้องการเรียนรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจาก สื่อ เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญ และควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อต่างๆ จะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ รอบๆตัวได้
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อ จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถ นำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย อารมณ์

ดังนั้นการใช้ประโยชน์จากสื่อจึงเป็นการที่ผู้รับสารนั้นเกิดความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่ง ความต้องการดังกล่าวเกิดมาจากปัจจัยด้านสังคม และจิตวิทยาของแต่ละบุคคล จนนำไปสู่การเปิดรับสื่อ ใดสื่อหนึ่งเพื่อมาบรรลุความต้องการของตน โดยผู้รับสารจะเปิดรับสื่อในลักษณะของการมีบทบาทเป็นผู้ รุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Goal Directed) ทั้งนี้จากความสัมพันธ์ของการตั้ง วัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อ เพื่อสนองความต้องการของตนเองดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวความคิด วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร เพื่อมาอธิบายการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ จากการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นน ได้แก่ เพื่อความบันเทิง (Entertain) เพื่อการศึกษา (Educate) เพื่อข้อมูลข่าวสาร (Inform) และเพื่อชักจูง หรือเชิญชวน (Persuade)

4. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม

จากกระบวนการการใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตน และเป็นผู้เลือกว่าจะใช้สื่อชนิดใดเพื่อมาตอบสนองความต้องการของตนเองจนทำให้เกิดความพึงพอใจนั้น นับว่ากระบวนการการใช้ประโยชน์ดังกล่าว เป็นพฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร ที่ผู้รับสารมีบทบาทในลักษณะกระตือรือร้น หรือที่เรียกว่า Active Audience

แนวความคิดดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่าการใช้ประโยชน์จากสื่อใดสื่อหนึ่งของผู้รับสารนั้น นับเป็นพฤติกรรมสื่อสารอย่างหนึ่งที่ผู้รับสารได้กระทำขึ้นในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้มีผลมาจากปัจจัยด้านสังคม เช่นอายุ และตำแหน่งหน้าที่การงาน และปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น ความต้องการ และความพึงพอใจ (Katz and others, 1974 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541 : 113) ทั้งนี้จากปัจจัยทางด้านจิตวิทยานั้น ทัศนคตินับเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรม จึงอาจกล่าวได้ว่าทัศนคติจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสมอ

ทัศนคติ และพฤติกรรม

นักจิตวิทยามักจะสนใจศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกภายในจิตใจมนุษย์ เช่นทัศนคติว่าจะนำไปสู่พฤติกรรมของมนุษย์อย่างไร ซึ่งเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆภายใต้จิตใจของมนุษย์แล้ว สิ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือ พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกต่อผู้อื่น ดังนั้นเรื่องของ การสื่อสารจึงอยู่ในความสนใจของนักจิตวิทยาเช่นเดียวกัน เนื่องจากการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งสิ้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

นอกจากนี้จากการที่ คาร์ล ไอ โฮฟแลนด์ และคณะ (Carl I. Hovland and Others, 1953 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2540; 29) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสารคือกระบวนการที่บุคคลหนึ่งส่งสิ่งเร้าเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของคนอื่นๆ” ทำให้เห็นได้ว่าการสื่อสารมีอิทธิพลอย่างมากในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งนอกจากการสื่อสารจะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของคนซึ่งเป็นการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้นั้น การสื่อสาร (พฤติกรรม) ยังมีส่วนเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดของคนเรานำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติอีกด้วย

ทัศนคติคือผลรวมของความคิด และความรู้สึกภายในคนเรา ที่มีต่อสิ่งต่างๆรอบตัวในแง่ของการเห็นด้วย และไม่เห็นด้วย หรือที่เรียกกันว่าทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบ ซึ่งทัศนคติเกิดจากกระบวนการเรียนรู้โดยตรง (ดูทฤษฎีทัศนคติประกอบ)

ในขณะที่พฤติกรรมเป็นการแสดงออก หรือการกระทำใดๆ ซึ่งมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติ ที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม แต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากได้รับความรู้ จากแหล่งต่างๆไม่เท่ากัน มีการตีความสารที่รับมาไปคนละทิศทาง ทำให้เกิดการเรียนรู้ และการสั่งสมประสบการณ์ในเรื่องความรู้ที่ไม่เท่ากัน ซึ่งจะนำไปสู่การมีทัศนคติที่ไม่เหมือนกัน

จะเห็นได้ว่าทัศนคติ ซึ่งเป็นความรู้สึกภายในของมนุษย์นั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยพฤติกรรมดังกล่าวยังรวมไปถึงการใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากผู้รับสารที่ใช้สื่อเพื่อสนองต่อความต้องการของตน และเป็นการใช้อย่างมีเป้าหมายในการสื่อสารอีกด้วย กล่าวคือการใช้บุคคลมีการใช้ประโยชน์ หรือพฤติกรรมต่อสื่อใดสื่อหนึ่งสิ่งใดนั้น ย่อมจะมีผลสืบเนื่องมาจากทัศนคติที่เกิดขึ้นด้วย ถ้าบุคคลนั้นมีทัศนคติในเชิงบวกกับสื่อ เขาย่อมจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อชนิดนั้น

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (Cronbach อ้างในศศิวิมล ตามไท, 2542 : 44-45) ได้อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นจากองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) – เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเรามีพฤติกรรมเกิดขึ้นก็เพราะต้องการสนองความต้องการของตน หรือต้องการทำตามวัตถุประสงค์ที่ตนได้ตั้งไว้ คนเรายังมีความต้องการหลายๆอย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อนความต้องการอื่นๆ

2. ความพร้อม (Readiness) – ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการประกอบพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ คนเราจะมีความพร้อมในแต่ละด้านที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นพฤติกรรมของทุกคนจึงไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน และไม่สามารถจะประกอบพฤติกรรมได้ทุกรูปแบบ

3. สถานการณ์ (Situation) – คนเรายังจะประกอบพฤติกรรมที่ตนเองต้องการ เมื่อมีโอกาส หรือสถานการณ์นั้นๆเหมาะสมสำหรับการประกอบพฤติกรรม

4. การแปลความหมาย (Interpretation) – แม้จะมีโอกาสในการประกอบพฤติกรรมแล้ว คนเราก็มักจะประเมินสถานการณ์ หรือคิดพิจารณาก่อนที่จะทำพฤติกรรมนั้นๆ ลงไป เพื่อให้พฤติกรรมนั้นมีความเสี่ยงน้อยที่สุด และสามารถที่จะสนองตอบความต้องการของเขาได้มากที่สุด

5. การตอบสนอง (Respond) – หลังจากได้แปลความหมาย หรือได้ประเมินสถานการณ์แล้ว พฤติกรรมก็จะถูกกระทำ ตามวิธีการที่ได้เลือกในขั้นตอนของการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับ (Consequence) – เมื่อประกอบพฤติกรรมไปแล้วผลที่ได้รับจากการกระทำนั้นๆ อาจตรงกับความต้องการ (Confirm) หรืออาจจะไม่ตรงกับความต้องการที่ตนเองได้คาดไว้ (Contradict)

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) – เมื่อคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ก็จะประสบกับความผิดหวัง ซึ่งเมื่อเกิดความผิดหวังแล้วคนๆ นั้นก็อาจจะกลับไปแปลความหมายใหม่ เพื่อที่จะหาวิธีที่จะสนองความต้องการของตนเองใหม่

จากองค์ประกอบของพฤติกรรมดังกล่าวนี้ ทักษะคิดจะเข้ามามีความสัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือจากการที่ทักษะคิดเกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์โดยตรงของคนเรานั้น เมื่อคนเราเคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งมา จนผลที่ได้รับจากการประกอบพฤติกรรมนั้น ไม่ตรงกับความต้องการแล้ว (Contradict Consequence) คนๆ นั้นย่อมที่จะเกิดทัศนคติในเชิงลบกับพฤติกรรมนั้น และจะมีการสร้างปฏิกริยาต่อความผิดหวังที่เกิดขึ้น โดยจะมีผลในการประกอบพฤติกรรมในครั้งต่อไป เมื่อเขาต้องการจะทำพฤติกรรมอีก ในขั้นตอนของการแปลความหมายนั้น (Interpretation) หากมีทัศนคติในเชิงลบกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดมาจากประสบการณ์ และการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับตัวเองในครั้งก่อน แม้เขาจะมีโอกาส และสถานการณ์ที่เหมาะสมในการประกอบพฤติกรรมที่ตนเองต้องการแล้ว เขาก็อาจจะไม่ประกอบพฤติกรรมนั้นอีก โดยเลือกหาวิธีการสนองตอบความต้องการในรูปแบบอื่นแทน

ในการใช้กระดานข่าวนั้น หากวัยรุ่นได้เข้าไปใช้บริการแล้ว การใช้บริการสามารถสนองตอบความต้องการของวัยรุ่นได้ หรือสามารถทำให้วัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ก่อนมาใช้บริการนั้นลุล่วงไปได้ (Confirm Consequence) เช่นการได้รับข้อแนะนำด้านการเรียนที่เป็นประโยชน์ ในการทำการบ้าน วัยรุ่นคนนั้นๆ ก็จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อกระดานข่าว และยอมที่จะกลับมาใช้บริการอีก กล่าวคือเขาก็จะมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวซ้ำแล้วซ้ำอีก

ในทางกลับกันหากการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นนั้น ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เขา คาดหวังได้ เช่น ไม่ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์หลังจากการไปตั้งกระทู้ไว้ (Contradict Consequence) วัย รุ่นก็จะเกิดทัศนคติในเชิงลบต่อกระดานข่าว ซึ่งเมื่อวัยรุ่นคนดังกล่าวมีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข่าว สารอีก เขาก็จะคิดหาหนทางในการแลกเปลี่ยนข่าวสารวิธีอื่นๆ (Interpretation) เพราะเขาไม่เชื่อแล้วว่า จะ สามารถใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวได้

5. ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated Communication)

การสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ หรือที่มักเรียกว่า CMC เป็นกระบวนการสื่อสารผ่าน เครื่องข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับการแจกจ่ายข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว และมีข้อมูลหลากหลาย (อ้างใน ศุภนิสา ทดลา, 2542) ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) โดย การป้อนอักษรผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารก่อนที่สารดังกล่าวจะผ่านเข้าสู่เครือข่าย (เช่น ระบบ Lan และอินเทอร์เน็ต) แล้วถูกถอดรหัส (Decoding) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร การสื่อสาร ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์อันทันสมัย ซึ่งนับว่าเป็นสื่อใหม่นี้ กำลังเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์การสื่อสารที่ละน้อย (Schrag, 1986)

จอห์น ดีเซมเบอร์ (John December, <http://www.december.com/cmc/study/center.html>) ได้แสดง ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ว่า “การสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ (CMC) เป็นการสื่อสารของมนุษย์ที่ผ่านตัวกลางที่เป็นคอมพิวเตอร์ ซึ่งรวมระบบการสื่อสารเครือข่าย คอมพิวเตอร์ผ่านอินเทอร์เน็ต และระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ซึ่งผู้ที่ศึกษา CMC จะสนใจศึกษาในเรื่องที่เป็นปรากฏการณ์ (Phenomena) ของการสื่อสารกลุ่ม”

แนวคิดหลักที่สำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์มีดังต่อไปนี้

1. โปรแกรมที่นำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่ง โปรแกรมดังกล่าวต้องมีคุณลักษณะในการสร้างปฏิสัมพันธ์ กล่าวคือสามารถแสดงผล ส่งข้อมูล ได้ตอบ และประมวลผล ทั้งนี้คุณลักษณะดังกล่าวจะเน้นไปในเรื่องของการส่งข้อมูลกลับ (Feedback) ไปใน ลักษณะของข้อความ

2. ด้วยเหตุผลในเรื่องของความสะดวกสบายจากการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ทั้งในเรื่องของเวลา และสถานที่ (Space and Time) นั้น ทำให้มีผลกระทบโดยตรงกับชีวิตของเรา ทั้งในแง่ของตัวบุคคล ที่จะมีเวลาในการทำงานมากขึ้น มีแหล่งในการสื่อสารที่เพิ่มขึ้น มีเวลาพักผ่อนมากขึ้นเนื่องจากประหยัดเวลาในการเดินทาง หรือมีกิจกรรมนันทนาการที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มากขึ้นเป็นต้น และในแง่ของกลุ่ม เช่นจากเดิมต้องส่งเอกสารผ่านโทรสาร ก็สามารถส่งเอกสารผ่านทางอีเมลล์ หรือการเก็บ หรือส่งผ่านข้อมูลข่าวสารจำนวนมากได้ในคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวเป็นต้น

ปัจจุบันนี้อาจจะกล่าวได้ว่าทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์นั้นได้ถูกนำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะกับเว็ลด์ไวด์เว็บ ซึ่งสารที่อยู่ในกระบวนการสื่อสาร CMC ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บจะสามารถเป็นไปได้ทั้งรูปแบบตัวอักษร รูปภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้กระบวนการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บดังกล่าวยังถูกพัฒนาให้ผู้ใช้มีช่องทางในการปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น

จากเหตุผลของการเพิ่มการปฏิสัมพันธ์ จนมีการพัฒนารูปแบบในการปฏิสัมพันธ์ และบริการอื่นๆผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถแบ่งประเภทบริการดังกล่าวได้ตามเกณฑ์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่ง มอร์ริส (Morris, 1996) ได้แบ่งรูปแบบการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตไว้ 4 ประเภทดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลไม่พร้อมกัน (One-to-One Asynchronous Communication) คือการที่ผู้ส่งสารส่งสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปยังผู้รับสารเพียงคนเดียว และช่วงเวลาที่ปฏิสัมพันธ์นั้น ไม่เป็นไปในลักษณะทันทีทันใด ผู้รับสารอาจจะต้องใช้เวลาในการรับสารที่ส่งมา ตัวอย่างของบริการประเภทนี้ได้แก่ อีเมลล์

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-Many Asynchronous Communication) คือผู้ส่งสารส่งสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยสารดังกล่าวจะสามารถรับได้โดยผู้รับสารหลายคน ทั้งนี้ช่วงเวลาในการปฏิสัมพันธ์ก็ยังคงไม่ทันทีทันใด ตัวอย่างเช่น การเขียนข้อความทิ้งไว้ในกระดานข่าว ที่ผู้ใช้บริการรายอื่นๆสามารถเข้ามาอ่านข้อความนั้นได้ทุกคน แต่จะมีไม่กี่คนที่เขียนโต้ตอบ (Feedback) กับข้อความนั้น

3. การสื่อสารแบบทันทีทันใด (Synchronous Communication) คือการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และรับสารสามารถดำเนินกระบวนการสื่อสารไปได้ในแบบทันทีทันใด ซึ่งรวมทั้งแบบบุคคลกับบุคคล (one-to-

one) และบุคคลกับกลุ่ม (one-to-many) ด้วย ตัวอย่างเช่น การใช้ห้องสนทนา (Chat Room) ที่ผู้ส่งสารสามารถพิมพ์ข้อความพูดคุยกับผู้ใช้รายอื่นๆ ได้ทั้งในแบบคุยเป็นการส่วนตัว และคุยกันหลายคน

4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมกัน (Asynchronous Communication) คือการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และรับสารสามารถดำเนินกระบวนการสื่อสารไปไม่ได้ในแบบทันทีทันใด ซึ่งรวมทั้งแบบบุคคลกับบุคคล (one-to-one) บุคคลกับกลุ่ม (one-to-many) และกลุ่มกับบุคคล (many-to-one) การให้บริการข้อมูลในเว็บไซท์เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดสำหรับการสื่อสารประเภทนี้ กล่าวคือเมื่อเว็บไซท์บริการข้อมูล (Sender) ผู้ใช้บริการอาจจะเข้ามาดูข้อมูลดังกล่าวเมื่อไรก็ได้ (Receiver) และผู้ที่เข้ามาดูข้อมูลดังกล่าวก็อาจมีหลายรายพร้อมกัน (one-to-many)

ลักษณะการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

ความไม่เจาะจงในการสื่อสารในรูปแบบ CMC ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่าการสื่อสารไม่เจาะจงผู้รับสาร หรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Social Emotional) ซึ่งไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นกันเอง คือไม่เร้าอารมณ์ และไม่เจาะจงผู้รับสาร ซึ่งผู้ร่วมสื่อสารแบบ CMC จะต้องปรับสภาพตัวเองเพื่อให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (ศุณีสา ทดลา, 2542)

นอกจากนี้ ไมเคิล แจฟเฟ้ (Michael Jaffe, 1994 อ้างใน เพ็ญพรรณ รัชชิตกุล, 2544 : 23-24) ได้สรุปลักษณะเด่นๆ ของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ไว้ดังต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย (Democratic Participation) คือการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี เพื่อเป้าหมายที่เป็นส่วนรวมของประเทศ โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นทางการเมือง การสื่อสารแบบ CMC เช่นการ โฟสกระทู้ในกระดานข่าวในกลุ่มเกี่ยวกับการเมือง ที่ผู้ใช้กระดานข่าวสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเมืองได้อย่างเต็มที่
2. การตัดสินใจ (Decision-Making) การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้สื่อสารสามารถตัดสินใจได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว เนื่องจากในการสื่อสารดังกล่าวผู้สื่อสารทุกคนจะไม่ทราบสถานภาพทางสังคมที่แท้จริงของกันและกัน ซึ่งจะทำให้ผู้สื่อสารรู้สึกเท่าเทียมกัน และจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การแสดงตัวตน และความมีประชาธิปไตย (Identity and Democratization) จากกระบวนการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นช่องทาง (Channel) ในการสื่อสารนั้น ทำให้ความกลัวใน

การแสดงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลลดลง เนื่องจากไม่ต้องแสดงตัวตนที่แท้จริง และสามารถใช้นามแฝงได้ ดังนั้นการแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ไม่ปลอดภัย การวิพากษ์วิจารณ์เรื่องราวต่างๆ สามารถทำได้อย่างปลอดภัยมากขึ้น

สภาพแวดล้อมของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ได้เปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างอิสระ โดยเน้นการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิก ซึ่งเมื่อสมาชิกมีการปฏิสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกันจนถึงระดับหนึ่งแล้ว ก็จะทำให้เกิดชุมชนย่อยๆ ขึ้นในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกว่า “ชุมชนจำลอง” (Virtual Community)

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์จนทำให้เกิดชุมชนในลักษณะของชุมชนจำลองขึ้นนั้น ยังก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมในการสื่อสารรูปแบบใหม่ดังนี้ (ศุภิสสา ทดลา, 2542)

1. สภาพไร้การขัดขวาง และควบคุม (Disinhibition) จากการที่ผู้รับสาร และส่งสารติดต่อสื่อสารกันผ่านทางคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว ทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้เต็มที่ โดยที่ต่างฝ่ายไม่ต้องรู้จักกันมาก่อน นอกจากนี้ทั้งสองฝ่ายไม่ต้องเห็นอวัจนะภาษา เช่น สีหน้า ท่าทาง และน้ำเสียงใดๆ ของคู่สื่อสารเลย

2. การเปลี่ยนเพศ (Gender Swapping) เป็นสิ่งที่เกิดต่อเนื่องมาจากสภาพไร้การขัดขวาง และควบคุม กล่าวคือเมื่อคู่สื่อสารไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน และไม่ได้เห็นหน้ากันระหว่างสื่อสาร ผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายก็สามารถเปลี่ยนเพศตัวเอง เพื่อใช้ในการสื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ

3. การเป็นตัวตนหลากหลายรูปแบบ (Multiple Identities) เมื่อผู้สื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์มีอิสระในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้เต็มที่ โดยไม่ต้องทราบสถานภาพ เพศ รูปร่างหน้าตา หรือรายละเอียดอื่นๆ ผู้สื่อสารจึงมีโอกาสที่จะเปลี่ยนบทบาท และสถานภาพของตนให้สอดคล้องกับการสื่อสาร หรือความต้องการของตนเองที่ไม่สามารถเป็นได้ในชีวิตจริง

จากทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์นั้น กระดานข่าวนับเป็นบริการหนึ่งที่ใช้สื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ และสนับสนุนการปฏิสัมพันธ์ โดยกระดานข่าวมีรูปแบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-Many Asynchronous Communication) กล่าวคือผู้ใช้บริการจะสามารถตั้งกระทู้ไว้ โดยมีผู้ใช้บริการรายอื่นเข้ามา

อ่าน หรือเขียนโต้ตอบทีหลังในลักษณะแบบไม่ทันที่ทันใด ทั้งนี้จากการที่กระดานข่าวมีสภาพไร้การขัดขวาง และควบคุม (Disinhibition) ผู้ใช้กระดานข่าว ไม่ว่าจะเป็นในบทบาทของผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารนั้น ไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน หรือรู้สถานภาพที่แท้จริงในการสื่อสารกันในการสื่อสารเลย ซึ่งทั้งสองฝ่ายสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้โดยอิสระ

6. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

วัยรุ่นนับเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่ออย่างแท้จริง เนื่องจากเป็นช่วงที่คนเราเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจจากวัยเด็ก ไปสู่วัยผู้ใหญ่ ซึ่งนับเป็นวัยแห่งความหนุ่มสาวอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามเนื่องจากแต่ละคนมีอัตราการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย และจิตใจที่ไม่เท่ากัน จึงไม่มีใครสามารถชี้ชัดได้ถึงช่วงอายุที่แท้จริงของวัยรุ่นได้แน่นอน ตัวอย่างของผู้ที่ได้แบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นได้แก่

สุชา จันทน์เอม (อ้างในดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) แบ่งวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะคือ

1. วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) คืออายุระหว่าง 13-15 ปี
2. วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) คืออายุระหว่าง 15-18 ปี
3. วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) คืออายุระหว่าง 18-21 ปี

ในขณะที่ รัญจวน อินทรกำแหง (2520) ได้แบ่งวัยรุ่นออกเป็น 2 ระยะคือ

1. วัยรุ่นตอนต้น คืออายุระหว่าง 13-15 ปี
2. วัยรุ่นตอนปลาย คืออายุระหว่าง 16-18 ปี

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงอายุวัยรุ่นของ สุชา จันทน์เอม เนื่องจากเห็นว่าช่วงอายุดังกล่าว(13-21 ปี) ครอบคลุมจำนวนของวัยรุ่นที่มากกว่า นอกจากนี้ช่วงอายุที่ดำเนินไปจนถึง 21 ปีนั้น วัยรุ่นมักจะมีสถานภาพเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยปีที่ 3 หรือ 4 ซึ่งนับเป็นก้าวสุดท้ายในช่วงของวัยรุ่น ก่อนที่จะเรียนจบไปทำงาน และมีบทบาทของวัยผู้ใหญ่ต่อไป

จากความสำคัญของการเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของวัยรุ่นนั้น สุชา จันทน์เอม (จิตวิทยาทั่วไป, 2539) ได้แสดงความเห็นว่าวัยรุ่นควรเป็นวัยที่ต้องศึกษาเป็นพิเศษเนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. วัยรุ่นเป็นวัยที่เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อจากวัยเด็กมาสู่วัยผู้ใหญ่ – เด็กวัยรุ่นจึงมีความสับสนเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้สมกับวัย เนื่องจากเมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจแล้ว วัยรุ่นจึง

ไม่สามารถทำพฤติกรรมที่ตนเคยปฏิบัติเมื่อตอนเป็นวัยเด็กได้ ในขณะที่เดียวกันวัยรุ่นก็จะประสบปัญหาในการทำพฤติกรรมเฉกเช่นผู้ใหญ่เช่นกัน

2. วัยรุ่นเป็นวัยที่เด็กมีความรู้สึกทางเพศ – เด็กวัยรุ่นจึงต้องการคำแนะนำ ความรู้ จากผู้ใหญ่ หรือแหล่งความรู้อื่นๆ ในการปรับตัวทางเพศอย่างเหมาะสม

3. วัยรุ่นเป็นวัยที่เด็กต้องการเตรียมตัวสำหรับอาชีพ – วัยรุ่นจะต้องทำการศึกษา สำรวจ ทดสอบความรู้ ความสามารถ และความสนใจของตนเองที่จะเลือกอาชีพ

4. วัยรุ่นเป็นวัยที่เด็กต้องการจะยึดมั่นในอุดมการณ์ ปรัชญาชีวิตของตนเอง – วัยรุ่นมีพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมที่เป็นลักษณะเฉพาะ ไม่เหมือนกับวัยอื่นๆ ดังนั้นผู้ใหญ่ควรจะศึกษาวัยรุ่นอย่างถ่องแท้ เพื่อช่วยแนะนำแนวทางในการดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสม

นอกจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย และจิตใจของวัยรุ่นแล้ว โยฮัน คันสันยูทซ์ และคณะ (จิตวิทยา, 2533) ได้กล่าวไว้ว่าวัยรุ่นยังเป็นวัยที่มีพัฒนาการทางบุคลิกภาพ-สังคม (Personality & Social Development) และทางด้านสติปัญญา (Intellectual Development) อีกด้วย

พัฒนาการทางด้านบุคลิกภาพ และสังคมนั้น วัยรุ่นจะเป็นวัยที่มีการเกาะกลุ่มกับเพื่อนเป็นอย่างมาก ซึ่งเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อเด็กเป็นอย่างมากในเรื่องของทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมต่างๆ ไป ทั้งนี้กลุ่มของวัยรุ่นจะประกอบไปด้วยสมาชิกที่เป็นทั้งเพศหญิง และชาย โดยแต่ละกลุ่มจะมีกิจกรรมทางสังคมด้วยกัน

สำหรับพัฒนาการด้านสติปัญญานั้น วัยรุ่นจะเป็นวัยที่มีการพัฒนาทางสติปัญญาอย่างรวดเร็ว จนเทียบเท่าผู้ใหญ่ จะแตกต่างกันในเรื่องของความสุขุม และประสบการณ์ ซึ่งลักษณะที่เด่นชัดของการพัฒนาการด้านสติปัญญาของวัยรุ่นนั้น ได้แก่การที่วัยรุ่นสามารถมีความคิดแก้ปัญหาได้อย่างมีระบบจนประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหามากกว่าวัยเด็ก การที่วัยรุ่นมีความสามารถในการจำที่ดี และการที่วัยรุ่นมีความสามารถในการคิดเชิงนามธรรม กล่าวคือวัยรุ่นจะสามารถคิดในสิ่งที่ตนเองไม่เห็นได้ ซึ่งความสามารถในส่วนนี้จะนำไปสู่การตั้งสมมติฐานเพื่อแก้ปัญหา และหาเหตุผลมาอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้

ดังนั้นเมื่อวัยรุ่นต้องการหาเหตุผลมาอธิบายปัญหาที่เขาพบ หรือเรื่องราวที่มาเกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจของเขา กระดานข่าวก็สามารถเป็นอีกช่องทางหนึ่งของวัยรุ่น ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อมาเป็นส่วนประกอบในการแก้ปัญหาของวัยรุ่นได้ ทั้งนี้หากความนิยมใน

การใช้กระดานข่าว (หรืออินเทอร์เน็ต) ในกลุ่มวัยรุ่นสูงมากเท่าใด แนวโน้มที่วัยรุ่นคนอื่นๆจะหันมาใช้กระดานข่าวก็เพิ่มขึ้นมากเท่านั้น เนื่องจากเพื่อนมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก

ความต้องการของวัยรุ่น

ความต้องการของวัยรุ่นนั้นสามารถแบ่งออกมาอย่างชัดเจนดังต่อไปนี้ (ผาสุก มุทขเมธา, 2530 อ้างใน พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์, 2543)

1. ต้องการตำแหน่งทางสังคม ต้องการแสดงความสามารถให้เป็นที่ยอมรับของเพื่อน และผู้ใหญ่อื่นๆ
2. ต้องการการเป็นอิสระ
3. ต้องการความยุติธรรม มีอุดมคติ
4. ต้องการมีสุขภาพสมบูรณ์
5. ต้องการปรัชญาชีวิต หรือหาคำตอบในสิ่งที่ยากรู้ด้วยตนเอง
6. ต้องการคบเพื่อนต่างเพศ มีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องเพศ
7. ต้องการมีส่วนร่วมรับผิดชอบครอบครัว
8. ต้องการเข้าใจวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ
9. ต้องการความซาบซึ้งในบทเพลง ดนตรี วรรณคดี ศิลปะ และธรรมชาติ
10. ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับนับถือตนเอง

จากความต้องการของวัยรุ่นดังกล่าวจะเห็นได้ว่าจากการวัดสถิติในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น วัยรุ่นเป็นกลุ่มใช้อินเทอร์เน็ตที่มากที่สุด เนื่องจากวัยรุ่นต้องการเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และยังต้องการเข้าร่วมกลุ่ม ซึ่งหากเพื่อนในกลุ่มใช้อินเทอร์เน็ตกันหมดแล้ว วัยรุ่นจึงต้องหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้เข้าร่วมกลุ่มนั้นๆ ได้อย่างกลมกลืน

นอกจากนี้งานวิจัยชิ้นนี้จะนำแนวคิดความต้องการของวัยรุ่นมาอธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น ว่าความต้องการของวัยรุ่นจะสอดคล้องกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวหรือไม่

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

องอาจ ฤทธิทองพิทักษ์ (2539) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บที่มหาวิทยาลัย และสนใจเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด

เรวดี คงสุภาพกุล (2539) ได้ศึกษาการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อการเริ่มต้นใช้ระบบ การได้รับความรู้ และการมีทัศนคติต่อระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา คือการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเพื่อน

เพ็ญทิพย์ จิรพิณสรณ์ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรเป็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการของตน นักศึกษาและบุคลากรใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าไปชมสื่อเว็ลด์ไวด์เว็บมากที่สุด

อมลยา สิริชนะ (2542) ได้ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักเรียนในโรงเรียนดีเด่นด้านการส่งเสริมกิจกรรมอินเทอร์เน็ตตามโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย พบว่าความรู้ และทัศนคติที่มีต่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และการใช้ประโยชน์นั้นเป็นผลมาจากทัศนคติมากกว่า

บุญส่ง แก้วรากมุก (2536) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการนำเอาเนื้อหาของสาระของหนังสือพิมพ์ มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา พบว่าปริมาณการอ่านแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาของสาระของหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน

วิไลพร จิตต์จุพานนท์ (2543) ได้ศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทยได้พบว่า

เว็บไซต์ที่นักเรียนสนใจมากที่สุดคือ Sanook.com เพราะได้รับข้อมูลที่หลากหลาย และตรงกับความต้องการ และพบว่าทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวก

รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์ (2543) ได้ศึกษามณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลาง คอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา: www.pantip.com และ www.sanook.com ได้พบว่า ลักษณะในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Cultural forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual community) ที่เกิดขึ้นขนานไปกับโลกแห่งความเป็นจริง นอกจากนี้ยังได้พบว่า การใช้มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง และใช้เพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

จิติรัตน์ พุทธิสารชัย (2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมการนำบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานในบริษัทร่วมทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเน็ตสูง แต่มีปริมาณการใช้งานต่ำ และได้รับประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการทำงานในระดับปานกลาง ซึ่งเท่ากับการได้รับประโยชน์ในด้านอื่นๆ (ที่ไม่ใช่การทำงาน)

โสภารวรรณ รัตนจิตรกร (2542) ได้ศึกษาทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายแบนเนอร์ ในระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไทย พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีทัศนคติเชิงบวกกับป้ายแบนเนอร์ โดยเห็นว่าเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ในเรื่องของการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ ซึ่งระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นมีผลต่อการเปิดรับป้ายแบนเนอร์มากขึ้น

กนิษฐรัตน์ แสงจันทร์ (2543) ได้ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติของ ผู้ปฏิบัติกรมฐานที่วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าทัศนคติต่อการปฏิบัติกรมฐานของผู้ปฏิบัติกรมฐานมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงกับการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ

ศศิวิมล ตามไท (2542) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องโดยเรียงลำดับตามความสำคัญได้แก่ สื่อบุคคล อาชีพค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง เพศ และสถานภาพโสด

อรนุช งามขาว (2543) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติตามกฎจรรยาบรรณของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติเกี่ยวกับกฎจรรยาบรรณ มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎจรรยาบรรณ และตัวแปรที่สามารถอธิบายการปฏิบัติตามกฎจรรยาบรรณได้ดีที่สุดคือทัศนคติ

ณัฐนันท์ เกลิมวงศาเวช (2534) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิเบ พบว่าทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ได้ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคาร และ โรงงานควบคุม พบว่า ทัศนคติต่อการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

นรินทร์ ทองหอม (2540) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้บริการจัดการงานของกรมการจัดหางาน ของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้บริการ โดยทัศนคติของผู้หางานสามารถอธิบายการใช้บริการจัดการหางานของกรมการจัดหางานได้ดีที่สุด

ศศิวิมล ปาลศรี (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติต่อการ ใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 17 พ.ย. 2539 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งในครั้งต่อไป

วันทนา สุรชีวิน (2541) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 พบว่าความรู้เกี่ยวกับ

ประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถร่วมก่อธบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ ทั้งนี้ทัศนคติต่อประเทศไทยสามารถธบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ดีกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวประเทศไทย

นิชดา เตรีมชัยศรี (2542) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน) พบว่าการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานมีมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านทางเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย

ต้องจิตต์ สุวรรณศร (2543) ได้ศึกษาความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง ความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากเว็บไซต์การเมืองไทย และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

สุวรรณณี เตชะวิรัชชน (2540) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงาน และการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

นิภา เมืองรัตน์ (2541) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัย ความเชื่อ ความศรัทธา และการปฏิบัติศาสนกิจของคริสตศาสนิกชนคาทอลิก พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารในส่วนของปริมาณการเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับความเชื่อ และความศรัทธา

พิชา รัตนพล (2540) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคม และชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน พบว่าระดับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ และข้อมูลข่าวสารในสายตาของสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อ่อนนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่ออ่อนนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยทัศนคติเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุด

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศนั้น พบว่าปริมาณการใช้ และทัศนคตินั้นมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ โดยทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์มากที่สุด ส่วนในแง่ของการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นนั้น (นักเรียน และนักศึกษา) วัยรุ่นนิยมเข้าไปเพื่อสนองตอบวัตถุประสงค์ในด้านความบันเทิงเป็นหลัก

งานวิจัยต่างประเทศ

ไมเคิล แอล เจมส์ และคณะ (Michael L. James and others, 1993) ได้ศึกษาประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้กระดานข่าว และผลที่มีต่อกิจกรรมการสื่อสารอื่นๆ (An Exploratory Study of Electronic Bulletin Board Use and Their Impact on Other Communication Activities) พบว่าผู้ใช้กระดานข่าวมีการศึกษาสูงกว่า ฐานะด้านการเงินดีกว่า และมีหน้าที่การทำงานที่ดีกว่าคนอเมริกันทั่วไป ซึ่งเหตุผลที่ใช้กระดานข่าวเพราะต้องการลดการใช้สื่อโทรทัศน์ หนังสือ โทรศัพท์ และการเขียนจดหมาย

แอสลีย์ ดักแกน, ไบรอัน เฮสส์, ดินน่า มอร์แกน, ซูเยิน คิม และแคทเธอริน วิลสัน (Ashley Duggan, Brian Hess, Deanna Morgan, Sooyeon Kim, and Katherine Wilson, 1999) ได้ศึกษาทัศนคติของเด็กนักเรียนที่มีต่อการใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาจากอินเทอร์เน็ต (Measuring Students' Attitude toward Educational Use of the Internet) พบว่าการมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาจากอินเทอร์เน็ตนั้นมีผลมาจาก 1) การติดตามข้อมูลจากเว็บไซต์ด้านการศึกษา 2) การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตกับเพื่อน 3) การเลือกเรียนวิชาที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง 4) ความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากขึ้นทั้งเพื่อวัตถุประสงค์ทั่วไป และเพื่อการศึกษา 5) มีสาเหตุที่ต้องทำให้ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยขึ้น 6) จำนวนบริการหลักของอินเทอร์เน็ตได้ถูกใช้มากขึ้น

อัลเลน ดี ทรูเอลล์ (Allen D. Truell, 2001) ได้ศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการประเมินผลของวิชาที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาประกอบการสอน (Student Attitudes toward and Evaluation of Internet-Assisted Instruction) พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างทัศนคติที่มีต่อการประเมินผลของวิชาที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาประกอบการสอน ในด้านของรูปแบบการเรียนรู้ เพศ และสถานะทางการศึกษา

กิดอ ฮิช สเตมเปิล เดอะเดิร์ด, โทมัส ฮาร์โกรฟ, และ โจเซฟ พี เบิร์นท (Guido H. Stempel III, Thomas Hargrove and Joseph P. Bernt) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตกับการเปลี่ยน

แปลงของการใช้สื่อมวลชนในปี 1995 ถึง 1999 (Relation of Growth of Use of the Internet to Changes in Media Use from 1995 to 1999) พบว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงไม่ใช่สาเหตุของการลดลงของปริมาณการใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ

ปีเตอร์ เวเฮ และทรูดี อี. จาคอปสัน (Peter Wei He and Trudi E. Jacobson, 1996) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ (What are They Doing with the Internet? A Study of User Information Seeking Behaviors) พบว่าเพศ สถานะทางการศึกษา และประสบการณ์ครั้งก่อนๆ จะทำให้พฤติกรรมการสืบค้นข้อมูล และทัศนคติที่มีต่ออินเทอร์เน็ตนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละคน

The Pew Internet Project (อ้างใน <http://cyberatlas.internet.com>, 2001) ได้ทำการศึกษากลุ่มปฏิสัมพันธ์ในอินเทอร์เน็ต (Internet Spurring Group Interaction) พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวอเมริกันได้เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะของกลุ่มหลักๆ 9 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มล้ำหน้า (The Getting Ahead Group) ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อเรื่องการค้า และการทำงานมืออาชีพ 2) กลุ่มใกล้ชิดตัว (The Getting By Group) ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานที่รับผิดชอบแบบวันต่อวัน 3) กลุ่มความเชื่อ (Belief Group) เพื่อพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องความเชื่อที่พิสูจน์ไม่ได้ 4) กลุ่มแนวทางชีวิต (Lifestylers) เพื่อติดต่อกับคนที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตเหมือนกัน 5) กลุ่มเชื้อชาติ (Ethnic and Racial Group) ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับคนที่มีเชื้อสายเดียวกัน 6) กลุ่มการกุศล (Civic Engagement Group) พูดคุย หรือติดต่อกับเรื่องการกุศล 7) กลุ่มการเมือง (Political Groupie) ติดต่อกับเรื่องการเมือง 8) กลุ่มบันเทิง (Entertainment Groupie) มักชอบพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องราวในวงการบันเทิง โดยเฉพาะเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ 9) กลุ่มกีฬา (Sports Junkies) พูดคุยเกี่ยวกับกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ ทั้งนี้จาก 9 กลุ่มดังกล่าวพบว่าวัยรุ่นมักจะเข้าไปในกลุ่มบันเทิง และกลุ่มเชื้อชาติ โดยกลุ่มบันเทิงนั้น วัยรุ่นจะเข้าไปใช้บริการนานกว่าคนช่วงอายุอื่นๆ

ซิม คิม เลา (Sim Kim Lau, 1998) ได้ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยที่มีต่อการใช้คอมพิวเตอร์ ในประเทศออสเตรเลีย (Attitudes of University Students to Computing: An Australian perspective) พบว่าประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์ และระดับการใช้ในอดีตสามารถอธิบายทัศนคติที่มีต่อคอมพิวเตอร์ได้ดีที่สุด

ซู-แบ็ก มูน และคณะ (Soo-Back Moon and others, 1994) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ประสบการณ์ และทัศนคติที่มีต่อคอมพิวเตอร์ (The Relationships among Gender, Computer Experience, and Attitudes toward Computers) พบว่านักเรียนที่มีประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์มากมีทัศนคติเชิงบวกต่อคอมพิวเตอร์

เบรนดา เอช. ลอยด์ (Brenda H. Loyd, 1984) ได้ศึกษาผลของเพศ อายุ และประสบการณ์การใช้คอมพิวเตอร์ที่มีต่อทัศนคติที่มีต่อคอมพิวเตอร์ (The Effects of Sex, Age, and Computer Experience on Computer Attitudes) พบว่าโดยรวมแล้วนักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อคอมพิวเตอร์ และประสบการณ์การใช้สามารถอธิบายทัศนคติที่มีต่อคอมพิวเตอร์ได้ดีที่สุด

จากงานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องนั้นพบว่าปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในเชิงบวก นอกจากนี้ประสบการณ์ครั้งก่อนก็มีผลต่อการใช้ประโยชน์ และทัศนคติ ส่วนในแง่ของอินเทอร์เน็ตนั้นพบว่าวัยรุ่นนิยมใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในด้านบันเทิง และกระดานข่าวนั้นมีผลกระทบต่อพฤติกรรมสื่อสารในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในแง่ของการใช้สื่อมวลชน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” กำหนดรูปแบบการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) ที่ใช้การวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือวัยรุ่นไทย อายุระหว่าง 13-21 ปี ทั้งเพศชายและหญิงที่เคยใช้กระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนชัดเจน (ประเมินค่าไม่ได้)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกเพื่มาดำเนินการวิจัยในครั้งนี้คือวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 13-21 ปี และเคยใช้กระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ

แต่เนื่องจากประชากรที่ต้องการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้จะต้องเคยไปใช้กระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บเท่านั้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนที่ไม่สามารถระบุจำนวนได้ แต่คาดว่ามีความมาก ดังนั้นขนาดของตัวอย่างจึงใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อังใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) พบว่าหากจำนวนประชากรมีค่าเท่ากับ ∞ ขนาดตัวอย่างก็จะมีประมาณ 400 คน เมื่อความเชื่อถือได้ของการเลือกตัวอย่างเท่ากับ 95% โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ 5% ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาคือวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยใช้กระดานข่าวจำนวน 400 คน

วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 13-18 ปี ที่เคยใช้กระดานข่าวผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บเท่านั้น

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ที่ถูกสร้างด้วยโปรแกรมภาษาเอชทีเอ็มแอล (HTML) พีเอชพี (PHP) และจาวาสคริปต์ (JAVA Script) ไปประกาศไว้ในกระดานข่าวในเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีกระดานข่าว (คูตัวอย่างที่ภาคผนวก ก.) ซึ่งในประกาศดังกล่าว ผู้วิจัยได้เขียนข้อความเชิญชวนผู้สนใจเข้ามาตอบแบบสอบถาม โดยมีชั่วโมงอินเทอร์เน็ต และของรางวัลอื่นๆเป็นแรงจูงใจในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้แจ้งในข้อความประกาศว่าผู้ที่เข้ามาตอบต้องมีคุณสมบัติอย่างไร

เมื่อผู้กรอกแบบสอบถามได้กรอกแบบสอบถามเสร็จแล้ว ระบบของแบบสอบถาม จะกั้นกรองคัดเลือกเฉพาะผู้กรอกแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตามที่ผู้วิจัยต้องการ โดยจะคัดเลือกผู้กรอกแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในเกณฑ์ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เข้าฐานข้อมูลจนครบจำนวนที่ต้องการ ส่วนผู้กรอกแบบสอบถามที่ไม่ได้อยู่ในเกณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการนั้น จะถูกระบบคัดออกจากฐานข้อมูลโดยอัตโนมัติ ซึ่งผู้ที่ตอบแบบสอบถามไปจะไม่ทราบว่าตนเองถูกคัดออกจากระบบหรือไม่

หลังจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นเวลา 2 เดือน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 416 ชุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 416 คนในงานวิจัยชิ้นนี้

ตัวแปรในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรออกเป็น 2 กลุ่ม คือตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1

- | | |
|-----------|---------------------------------|
| ตัวแปรต้น | ปริมาณการใช้กระดานข่าว |
| ตัวแปรตาม | ทัศนคติที่มีต่อการใช้กระดานข่าว |

สมมติฐานที่ 2

ตัวแปรต้น	ปริมาณการใช้กระดานข่าว
ตัวแปรตาม	การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

สมมติฐานที่ 3

ตัวแปรต้น	ทัศนคติที่มีต่อการใช้กระดานข่าว
ตัวแปรตาม	การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

สมมติฐานที่ 4

ตัวแปรต้น	ปริมาณการใช้ และทัศนคติที่มีต่อการใช้กระดานข่าว
ตัวแปรตาม	การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยอาศัยข้อมูลที่ศึกษาจากตำรา เอกสาร และเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวมีคำถามที่เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน 29 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1	คำถามด้านลักษณะทางประชากร	จำนวน 3 ข้อ
ตอนที่ 2	คำถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ในการใช้กระดานข่าว	จำนวน 6 ข้อ
ตอนที่ 3	คำถามเพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว	จำนวน 10 ข้อ
ตอนที่ 4	คำถามเพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ จากกระดานข่าว	จำนวน 12 ข้อ

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้ว ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัย เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้คำถามในแบบสอบถามครอบคลุม และสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการสื่อไปยังผู้ตอบแบบสอบถามได้อย่างเที่ยงตรงมากที่สุด

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเพื่อไปทดสอบหาความเชื่อถือได้ โดยนำไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 13-21 ปี และเคยใช้กระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ จำนวน 30 คน (Pre-test) ซึ่งกลุ่มคนดังกล่าวไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และเพื่อให้แน่ใจว่าคำถามที่ถามมีความเหมาะสม และมีความยากง่ายมากน้อยเพียงไร

หลังจากนั้นจึงนำมาทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือได้ เฉพาะในส่วนของแบบสอบถามที่เป็นอัตราส่วนแบบประเมินค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งผลการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของคำถามในส่วนต่างๆมีดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543)

คำถามในส่วนทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่นมีความเชื่อถือได้ = 0.8780

คำถามในส่วนการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นมีความเชื่อถือได้ = 0.9333

ซึ่งค่าดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามทั้งสองส่วนมีความเชื่อถือได้สูง สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ โดยไม่ต้องปรับปรุงแก้ไขอีก

เกณฑ์การให้คะแนน

1. พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว: วัดจากความถี่ในการใช้ และระยะเวลาที่ใช้ เพื่อหาปริมาณการใช้กระดานข่าว ตามเกณฑ์ดังนี้

ความถี่ในการใช้กระดานข่าว: ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ = 5 คะแนน

5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ = 4 คะแนน

3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ = 3 คะแนน

1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	=	2 คะแนน
นานกว่านั้น	=	1 คะแนน

ระยะเวลาในการใช้กระดานข่าวแต่ละครั้ง: ให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

มากกว่า 60 นาที	=	5 คะแนน
46 นาที – 60 นาที	=	4 คะแนน
31 นาที – 45 นาที	=	3 คะแนน
15 นาที – 30 นาที	=	2 คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที	=	1 คะแนน

ปริมาณการใช้กระดานข่าวพิจารณาจากผลคูณของคะแนนความถี่ในการใช้ กับระยะเวลาในการใช้ เพื่อเอามาเปรียบเทียบตามเกณฑ์ต่อไปนี้

21-25 คะแนน	มีปริมาณการใช้ในระดับสูงมาก
16-20 คะแนน	มีปริมาณการใช้ในระดับสูง
11-15 คะแนน	มีปริมาณการใช้ในระดับปานกลาง
6-10 คะแนน	มีปริมาณการใช้ในระดับต่ำ
1-5 คะแนน	มีปริมาณการใช้ในระดับต่ำมาก

2. ทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว : วัดจากการแสดงความรู้สึกที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อกระดานข่าว โดยมีข้อความที่กำหนดเป็นตัวชี้วัดตัวแปรว่าเป็นทัศนคติเชิงบวก หรือทัศนคติเชิงลบ ซึ่งใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale มีเกณฑ์วัดดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

จากนั้นผู้วิจัยนำค่าที่ได้มากำหนดทัศนคติในเชิงบวก – ลบ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังนี้

1.00 – 1.49	ทัศนคติเชิงลบมาก
1.50 – 2.49	ทัศนคติเชิงลบ
2.50 – 3.49	ทัศนคติเป็นกลาง
3.50 – 4.49	ทัศนคติเชิงบวก
4.50 – 5.00	ทัศนคติเชิงบวกมาก

โดยคำถามแต่ละข้อมีเกณฑ์ที่วัดดังต่อไปนี้

ข้อ 1, 2, 5, 8, 9	ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อการใช้กระดานข่าว
ข้อ 3, 4, 6, 7, 10	ทัศนคติเชิงลบที่มีต่อการใช้กระดานข่าว

3. การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว : วัดจากการใช้กระดานข่าวในด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารทั้ง 4 ประการ โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับดังนี้

5 = มากที่สุด
4 = มาก
3 = ปานกลาง
2 = น้อย
1 = ไม่ได้ประโยชน์เลย

จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการวัดระดับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวออกเป็นรายชื่อ โดยแบ่งระดับการใช้ประโยชน์ในแต่ละข้อออกเป็น 5 ระดับ คือ

1.00 – 1.49	ใช้ประโยชน์น้อยที่สุด
1.50 – 2.49	ใช้ประโยชน์น้อย
2.50 – 3.49	ใช้ประโยชน์ปานกลาง
3.50 – 4.49	ใช้ประโยชน์มาก
4.50 – 5.00	ใช้ประโยชน์มากที่สุด

โดยคำถามแต่ละข้อมีเกณฑ์ชี้วัดดังต่อไปนี้

ข้อ 2, 6, 12	ใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง
ข้อ 1, 5, 8	ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา
ข้อ 4, 10, 11	ใช้ประโยชน์เพื่อข้อมูลข่าวสาร
ข้อ 3, 7, 9	ใช้ประโยชน์เพื่อการชกูง หรือเชิญชวน

วิธีการวิเคราะห์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามถูกนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทักษะคดีที่มีต่อกระดานข่าว และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว
2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ปริมาณการใช้กระดานข่าว ทักษะคดีที่มีต่อกระดานข่าว และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ตามสมมติฐานข้อที่ 1, 2 และ 3

2.2 ใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปริมาณการใช้กระดานข่าว และทักษะคดีที่มีต่อกระดานข่าว กับตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้ประโยชน์ ตามสมมติฐานข้อที่ 4

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวผ่านระบบเว็ลด์ไวค์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบาย

- 1.1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ
- 1.2 พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว ของวัยรุ่น
- 1.3 ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่น
- 1.4 การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

2.1 ใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ปริมาณการใช้กระดานข่าว ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ตามสมมติฐานข้อที่ 1, 2 และ 3

2.2 ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปริมาณการใช้กระดานข่าว และทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว กับตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้ประโยชน์ ตามสมมติฐานข้อที่ 4

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาจำนวน 416 ราย สามารถจำแนกลักษณะต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในส่วนที่เกี่ยวกับ เพศ อายุและอาชีพ ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	416	100
ชาย	155	37.3
หญิง	261	62.7
อายุ (ปี)	416	100
13	15	3.6
14	29	7.0
15	36	8.7
16	45	10.8
17	55	13.2
18	58	13.9
19	47	11.3
20	33	7.9
21	98	23.6
อาชีพ	416	100
นักเรียน	173	41.6
นิสิต/นักศึกษา	216	51.9
พนักงานบริษัท	12	2.9
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	1.9
อื่นๆ	7	1.7

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 62.7 ส่วนเพศชายคิดเป็นร้อยละ 37.3

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 ปีนั้นเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 23.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มอายุ 18 ปี (ร้อยละ 13.9) และ 17 ปี (ร้อยละ 13.2) ในขณะที่กลุ่มอายุ 13 ปีเป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.6

นิสิต และนักศึกษานับเป็นอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาได้แก่ นักเรียน (ร้อยละ 41.6) พนักงานบริษัท (ร้อยละ 2.9) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 1.9) และอื่นๆ (ร้อยละ 1.7)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว ของวัยรุ่น

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในส่วนที่เกี่ยวกับ ความถี่ในการใช้กระดานข่าว ระยะเวลาในการใช้กระดานข่าว ปริมาณการใช้กระดานข่าว สถานที่ที่ใช้กระดานข่าว ประเภทของเว็บไซต์ที่นิยมเข้าไปใช้กระดานข่าว เว็บไซต์ที่นิยมเข้าไปใช้กระดานข่าว และพฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าวปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้กระดานข่าว

ความถี่ในการใช้กระดานข่าว	จำนวน	ร้อยละ
7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์	89	21.4
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	58	13.9
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	140	33.7
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	73	17.5
นานกว่านั้น	56	13.5
รวม	416	100

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้กระดานข่าวมากที่สุดนั้นอยู่ที่ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาได้แก่ 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 21.4) และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 17.5) ส่วนระดับความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้กระดานขำน้อยที่สุดได้แก่นานกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ที่ร้อยละ 13.5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการใช้กระดานข่าว

ระยะเวลาในการใช้กระดานข่าว	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 60 นาที	127	30.5
46 นาที – 60 นาที	67	16.1
31 นาที – 45 นาที	66	15.9
15 นาที – 30 นาที	129	31.0
น้อยกว่า 15 นาที	27	6.5
รวม	416	100

จากตารางที่ 3 พบว่าระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้กระดานข่าวมากที่สุดนั้นอยู่ที่ 15 นาที – 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 31 ซึ่งใกล้เคียงกับระดับ มากกว่า 60 นาที ที่คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาได้แก่ 46 นาที – 60 นาที (ร้อยละ 16.1) 31 นาที – 45 นาที (ร้อยละ 15.9) และน้อยกว่า 15 นาที (ร้อยละ 6.5) ซึ่งเป็นกลุ่มที่น้อยที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการใช้กระดาษข่าว

ปริมาณการใช้กระดาษข่าว	จำนวน	ร้อยละ
ระดับสูงมาก	30	7.2
ระดับสูง	52	12.5
ระดับปานกลาง	103	24.8
ระดับต่ำ	128	30.8
ระดับต่ำมาก	103	24.8

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการใช้กระดาษข่าวในสัดส่วนที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการใช้ในระดับต่ำนั้นมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 30.8) รองลงมาได้แก่ระดับปานกลาง และระดับต่ำมากซึ่งมีปริมาณเท่ากันคือร้อยละ 24.8

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่ใช้กระดานข่าว

สถานที่ที่ใช้กระดานข่าว	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	359	86.3
ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต	33	7.9
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	16	3.8
ที่ทำงาน	5	1.2
อื่นๆ	3	0.7
รวม	416	100

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้กระดานข่าวที่บ้านมากที่สุดถึงร้อยละ 86.3 รองลงมาได้แก่ ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 7.9) โรงเรียน/มหาวิทยาลัย (ร้อยละ 3.8) ที่ทำงาน (ร้อยละ 1.2) และที่อื่นๆ (ร้อยละ 0.7)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของเว็บไซต์ ที่นิยมเข้าไปใช้กระดานข่าว

ประเภทของเว็บไซต์ที่นิยมเข้าไปใช้กระดานข่าว	จำนวน	ร้อยละ
บันเทิง	291	70
การศึกษา	32	7.7
ข่าวสาร	56	13.5
ธุรกิจ	5	1.2
การเมือง	3	0.7
สาธารณสุข	0	0
อื่นๆ	29	7
รวม	416	100

จากตารางที่ 6 พบว่าเว็บไซต์ประเภทบันเทิงเป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุดถึงร้อยละ 70 รองลงมาได้แก่เว็บไซต์ประเภทข่าวสาร (ร้อยละ 13.5) และเว็บไซต์ประเภทการศึกษา (ร้อยละ 7.7) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยเข้าไปใช้กระดานข่าวในเว็บไซต์ประเภทสาธารณสุขเลย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเว็บไซต์
ที่นิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวบ่อยที่สุด

เว็บไซต์ที่นิยมเข้าไปใช้ กระดานข่าว	จำนวน	ร้อยละ
board.sk.ac.th	2	0.4
www.amp-club.com	1	0.2
www.baiya.com	3	0.7
www.bookcyber.com	1	0.2
www.bs.ac.th	1	0.2
www.chaliang.com	1	0.2
www.debsirin.ac.th	5	1.2
www.dekdee.com	76	18.3
www.educationzone.co	3	0.7
www.eduzones.com	1	0.2
www.eotoday.com	4	1.0
www.f4thailand.com	3	0.7
www.hunsa.com	46	11.1
www.kapook.com	16	3.8
www.krukate.com	1	0.2
www.kucity.com	1	0.2
www.lemononline.com	3	0.7
www.lesla.com	4	1.0
www.liverpoolthailand.com	3	0.7
www.manager.co.th	2	0.5
www.mthai.com	51	12.3
www.mweb.co.th	2	0.5
www.narak.com	1	0.2
www.ohzone.org	3	0.7
www.pocketonline.net	4	1.0

เว็บไซต์ที่นิยมเข้าไปใช้ กระดานข่าว (ต่อ)	จำนวน	ร้อยละ
www.pantip.com	108	26.0
www.ragnarok.in.th	1	0.2
www.riska.ac.th	1	0.2
www.sanook.com	23	5.6
www.satabun.com	3	0.7
www.sk.ac.th	1	0.2
www.spu.com	1	0.2
www.teenee.com	23	5.5
www.thai2hand.com	3	0.7
www.thaisharp.net	1	0.2
www.thaiware.com	8	1.9
www.vibulkij.com	1	0.2
www.wayoutmusic.com	4	1.0

จากตารางที่ 7 พบว่าเว็บไซต์ www.pantip.com เป็นเว็บไซต์ที่มีกลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุดถึงราวๆ 1 ใน 4 ส่วน หรือคิดเป็นร้อยละ 26 ส่วนอันดับรองลงมาได้แก่เว็บไซต์ www.dekdee.com (ร้อยละ 18.3) เว็บไซต์ www.mthai.com (ร้อยละ 12.3) และเว็บไซต์ www.hunsa.com (ร้อยละ 11.1)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการสื่อสาร
ในการใช้กระดานข่าว

พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้ กระดานข่าว	จำนวน	ร้อยละ
เข้าไปอ่านกระทู้เพียงอย่าง เดียว	144	34.6
เข้าไปตั้งกระทู้ใหม่	1	0.2
เข้าไปอ่านกระทู้ของผู้อื่นแล้ว เขียนโต้ตอบกับกระทู้นั้นๆ	142	34.1
เข้าไปอ่านกระทู้ เขียนโต้ตอบ กับกระทู้อื่นๆและตั้งกระทู้ใหม่	129	31
รวม	416	100

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้กระดานข่าวเพื่อเข้าไปอ่านกระทู้เพียงอย่างเดียวมากที่สุดถึงร้อยละ 34.6 ซึ่งใกล้เคียงกับการเข้าไปอ่านกระทู้ของผู้อื่นแล้วเขียนโต้ตอบกับกระทู้นั้นๆ (ร้อยละ 34.1) และการเข้าไปอ่านกระทู้ เขียนโต้ตอบกับกระทู้อื่นๆและตั้งกระทู้ใหม่ (ร้อยละ 31)

สรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (เข้าไปอ่านกระทู้เพียงอย่างเดียว) คิดเป็นร้อยละ 34.6 และมีพฤติกรรมการสื่อสาร (เข้าไปตั้งกระทู้ใหม่, เข้าไปอ่านกระทู้ของผู้อื่น แล้วเขียนโต้ตอบกับกระทู้นั้นๆ และเข้าไปอ่านกระทู้ เขียนโต้ตอบกับกระทู้อื่นๆและตั้งกระทู้ใหม่) คิดเป็นร้อยละ 65.4

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่น

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่น

ทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว	ระดับทัศนคติ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1. กระดานข่าวทำให้ท่านได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ	101 (24.3)	295 (70.9)	16 (3.8)	4 (1.0)	0	4.19	0.54	ทัศนคติเชิงบวก
2. กระดานข่าวเป็นบริการที่มีประโยชน์สำหรับท่าน	98 (23.6)	271 (65.1)	42 (10.1)	5 (1.2)	0	4.11	0.61	ทัศนคติเชิงบวก
3. การใช้กระดานข่าวทำให้ท่านเสียเวลา	12 (2.9)	29 (7.0)	106 (25.5)	226 (54.3)	43 (10.3)	3.62	0.87	ทัศนคติเชิงบวก
4. ข้อมูลที่ปรากฏในกระดานข่าวเป็นข้อมูลที่เชื่อถือไม่ได้	12 (2.9)	34 (8.2)	333 (80.0)	27 (6.5)	10 (2.4)	2.97	0.59	ทัศนคติเป็นกลาง
5. เมื่อท่านมีปัญหา ท่านคิดว่ากระดานข่าวเป็นทางออกที่ดีทางหนึ่ง	37 (8.9)	228 (54.8)	101 (24.3)	45 (10.8)	5 (1.2)	3.59	0.84	ทัศนคติเชิงบวก
6. การใช้กระดานข่าวเป็นเพียงกระแสความนิยมอย่างหนึ่ง	20 (4.8)	109 (26.2)	93 (22.4)	179 (43.0)	15 (3.6)	3.14	1.01	ทัศนคติเป็นกลาง
7. กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่เปิดช่องทางให้คนใส่ร้าย หรือกลั่นแกล้งกัน	98 (23.6)	158 (38.0)	105 (25.2)	44 (10.6)	11 (2.6)	2.31	1.03	ทัศนคติเชิงลบ
8. กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้คนเรากล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	147 (35.3)	232 (55.8)	28 (6.7)	9 (2.2)	0	4.24	0.67	ทัศนคติเชิงบวก
9. ข้อมูลข่าวสารในกระดานข่าวมีคุณค่าต่อท่าน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	77 (18.5)	271 (65.1)	62 (14.9)	5 (1.2)	1 (0.2)	4.00	0.64	ทัศนคติเชิงบวก
10. ขั้นตอนในการใช้กระดานข่าวนั้นยุ่งยาก และไม่สะดวกในการใช้บริการ	5 (1.2)	17 (4.1)	84 (20.2)	228 (54.8)	82 (19.7)	3.88	.811	ทัศนคติเชิงบวก

ค่าเฉลี่ย = 3.6 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.352

จากตารางที่ 9 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อกระดานข่าวที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.6 โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่ากระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้คนเรากล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น มีจำนวนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ การที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ากระดานข่าวทำให้ได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และการที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ากระดานข่าวเป็นบริการที่มีประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังคิดว่ากระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่เปิดช่องทางให้คนใส่ร้าย หรือกลั่นแกล้งกัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ที่ระดับ 2.31 และนับเป็นข้อเดียวที่อยู่ในระดับทัศนคติเชิงลบ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4 การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น

การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว	ระดับการใช้ประโยชน์ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ใช้ค้นคว้าหาข้อมูลประกอบการเรียน	70 (16.8)	241 (57.9)	75 (18)	27 (6.5)	3 (0.7)	3.84	0.81	มาก
2. เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด	190 (45.7)	213 (51.2)	9 (2.2)	4 (1)	0	4.42	0.59	มาก
3. ใช้เพื่อประกาศในเชิงพาณิชย์ เช่นโฆษณาขายสินค้า หรือบริการ	76 (18.3)	185 (44.5)	89 (21.4)	52 (12.5)	14 (3.4)	3.62	1.03	มาก
4. ใช้เพื่อเสนอความคิดเห็นของตนเองให้ผู้อื่นได้รับทราบ	156 (37.5)	234 (56.3)	17 (4.1)	5 (1.2)	4 (1)	4.28	0.69	มาก
5. ใช้สอบถามข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ	140 (33.7)	203 (48.8)	63 (15.1)	5 (1.2)	5 (1.2)	4.13	0.79	มาก
6. เพื่อพูดคุยในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักกัน	120 (28.8)	200 (48.1)	80 (19.2)	15 (3.6)	1 (0.2)	4.02	0.81	มาก
7. เพื่อประกาศหาผู้ หรือเพื่อน	17 (4.1)	109 (26.2)	126 (30.3)	133 (32)	31 (7.5)	2.88	1.02	ปานกลาง
8. ใช้เพื่อขอคำปรึกษาด้านการศึกษา	88 (21.2)	256 (61.5)	55 (13.2)	17 (4.1)	0	4.00	0.71	มาก
9. ใช้ประกาศ หรือแนะนำเว็บไซต์ให้คนอื่นเข้าไปดู	107 (25.7)	240 (57.7)	48 (11.5)	20 (4.8)	1 (0.2)	4.04	.766	มาก
10. ใช้เพื่อรับทราบความคิดเห็นของคนอื่นต่อประเด็นที่ตัวเองสนใจ	158 (38)	235 (56.5)	19 (4.6)	4 (1)	0	4.31	0.61	มาก
11. เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ	216 (51.9)	185 (44.5)	15 (3.6)	0	0	4.48	0.57	มาก
12. ใช้เป็นที่หาความบันเทิง	194 (46.6)	190 (45.7)	30 (7.2)	2 (0.5)	0	4.38	0.64	มาก

ค่าเฉลี่ย = 4.03 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.37

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.03 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาได้แก่การใช้กระดานข่าวเป็นที่หาความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการใช้กระดานข่าวเพื่อรับทราบความคิดเห็นของคนอื่นต่อประเด็นที่ตัวเองสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างใช้กระดานข่าวเพื่อประกาศหาคู่ หรือเพื่อนน้อยที่สุดที่ระดับค่าเฉลี่ย 2.88 ซึ่งนับเป็นการใช้ประโยชน์ข้อเดียวที่อยู่ในระดับปานกลาง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นตาม
วัตถุประสงค์ในการสื่อสารด้านต่างๆ

วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร	ค่าเฉลี่ย	ระดับของการใช้ประโยชน์
1. ใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง	4.15	มาก
2. ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา	3.99	มาก
3. ใช้ประโยชน์เพื่อข้อมูลข่าวสาร	4.36	มาก
4. ใช้ประโยชน์เพื่อการชักจูง หรือเชิญชวน	3.51	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้กระดานข่าวเพื่อข้อมูลข่าวสารมากที่สุดที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาได้แก่การใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.99) และใช้ประโยชน์เพื่อการชักจูง หรือเชิญชวน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ซึ่งนับเป็นระดับค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

สมมติฐานที่ 1 : ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ตารางที่ 12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปริมาณการใช้กับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ตัวแปร	ทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว	
	r	P
ปริมาณการใช้	0.267	0.000

จากตารางที่ 12 พบว่าปริมาณการใช้กระดานข่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือหากวัยรุ่นมีปริมาณการใช้กระดานข่าวมาก ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อกระดานข่าวมากตามไปด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตามค่าความสัมพันธ์ที่พบดังกล่าวนี้อยู่ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์จึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 2 : ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ตารางที่ 13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างปริมาณการใช้กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว	
	r	P
ปริมาณการใช้	0.163	0.001

จากตารางที่ 13 พบว่าปริมาณการใช้กระดานข่าวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือหากวัยรุ่นมีปริมาณการใช้กระดานข่าวมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวมากตามไปด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตาม ไรก็ตามค่าความสัมพันธ์ที่พบดังกล่าวนี้อยู่ในระดับต่ำมาก ความสัมพันธ์จึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐานที่ 3 : ทศนคติมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ตารางที่ 14 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างทศนคติกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว	
	r	P
ทศนคติ	0.284	0.000

จากตารางที่ 14 พบว่าทศนคติที่มีต่อกระดานข่าวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือหากวัยรุ่นมีทศนคติที่ดีต่อกระดานข่าว ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวมากตามไปด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตาม ค่าความสัมพันธ์ที่พบดังกล่าวนี้อยู่ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์จึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

สมมติฐานที่ 4 : ปริมาณการใช้สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

ตารางที่ 15 แสดงการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ

(เมื่อให้การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ)

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ² ที่เพิ่ม	สปส.ถดถอย		t	P
				B	Beta		
ทัศนคติ	0.284	0.081	0.078	0.296	0.284	6.029	0.000
ค่าคงที่				2.965		16.67	0.000

F= 36.348 (p<0.01)

จากตารางที่ 15 พบว่าทัศนคติเป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์ได้ที่ร้อยละ 8.1 ในขณะที่ปริมาณการใช้นั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นสามารถอธิบายได้ว่าทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้กับทักษะคิดที่มีต่อการใช้กระดานข่าว ของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น
5. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ วัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิง อายุระหว่าง 13-21 ปี และเคยใช้กระดานข่าวผ่านทางระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ จำนวน 416 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่น ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่น และการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่น

ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 416 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง 261 คน เพศชาย 155 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 21 ปี (98 ราย) รองลงมาคือ 18 ปี (58 ราย) และ 17 ปี (55 ราย) ซึ่งนิสิต และนักศึกษานับเป็นอาชีพที่กลุ่มตัวอย่างทำมากที่สุด ถึง 216 ราย รองลงมาได้แก่การเป็นนักเรียน 173 ราย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้กระดานข่าว 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีระยะเวลาในการใช้แต่ละครั้งประมาณ 15-30 นาที แต่โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการใช้กระดานข่าวอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุดคือบ้าน (ร้อยละ 86.3) เพื่อเข้าไปใช้บริการกระดานข่าวในเว็บไซต์ประเภทบันเทิง (ร้อยละ 70) โดยมีเว็บไซต์ www.pantip.com เป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ www.dekdee.com และ www.mthai.com

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้กระดานข่าวเพื่อเข้าไปอ่านกระทู้เพียงอย่างเดียวมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้กระดานข่าวในลักษณะของการประกอบพฤติกรรมการสื่อสาร (ร้อยละ 65.4) มากกว่าการเปิดรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียว

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อกระดานข่าว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคิดว่ากระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้คนเรากล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือ การคิดว่ากระดานข่าวทำให้ได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และคิดว่ากระดานข่าวเป็นบริการที่มีประโยชน์

อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างคิดว่ากระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่เปิดช่องทางให้คนใส่ร้าย หรือกลั่นแกล้งกัน ซึ่งเป็นข้อเสียที่เป็นทัศนคติเชิงลบ และมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

จากการศึกษาพบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวในระดับสูง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆมากที่สุด รองลงมาได้แก่การใช้กระดานข่าวเป็นที่หาความบันเทิง และการใช้กระดานข่าวเพื่อรับทราบความคิดเห็นของคนอื่นต่อประเด็นที่ตัวเองสนใจ

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างใช้กระดานข่าวเพื่อประกาศหาคู่ หรือเพื่อนน้อยที่สุด และนับเป็นการใช้ประโยชน์ข้อเดียวที่อยู่ในระดับปานกลาง

หากพิจารณาในแง่ของการใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้กระดานข่าวเพื่อข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมาได้แก่การใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา และใช้ประโยชน์เพื่อการชักจูง หรือเชิญชวน ตามลำดับ

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือปริมาณการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าว

สมมติฐานที่ 2 : ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือปริมาณการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

สมมติฐานที่ 3 : ทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าวของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว

สมมติฐานที่ 4 : ปริมาณการใช้สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือทักษะคิดสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวได้ดีที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดที่มีต่อกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่าปริมาณการใช้กระดานข่าวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทักษะคิด กล่าวคือหากวัยรุ่นมีปริมาณการใช้กระดานข่าวมาก ก็จะมีทักษะคิดที่ดีต่อกระดานข่าวมากตามไปด้วย

แม้ทักษะคิดจะเป็นเรื่องที่อยู่ภายในจิตใจของคนเราแต่ละคน แต่ทักษะคิดก็มิได้เป็นสิ่งที่มาตั้งแต่กำเนิด ทักษะคิดจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้ผ่านเรื่องราว หรือมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆ มาช่วงหนึ่ง จนสามารถสรุปได้ว่าสิ่งนั้นเป็นอย่างไร ทั้งนี้ทักษะคิดที่มีอยู่นั้นมักจะถูกอ้างอิงกับสิ่งที่ประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งเมื่อทักษะคิดได้เกิดขึ้นแล้ว แม้จะเป็นเพียงความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจ แต่จากการที่คนเราจะได้ทักษะคิดเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมานั้น ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ กระบวนการคิดวิเคราะห์ และประเมินผลมาอย่างมีระบบในระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นทักษะคิดจึงมีความมั่นคงถาวร ยากต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ แม้จะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามารบกวนก็ตาม

ซิมบาร์โด และเอ็บบเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) ได้กล่าวไว้ในแนวคิดองค์ประกอบของทักษะคิดว่า องค์ประกอบด้านพฤติกรรมเป็นส่วนของทักษะคิดที่ทิ้งไปในแนวทางการปฏิบัติ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก หากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมามีชัดเจนแน่นอน ทักษะคิดย่อมมีลักษณะชัดเจนแน่นอนเช่นกัน และสามารถรู้จากพฤติกรรมได้ว่าทักษะคิดดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวกหรือลบ

แนวความคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าหากวัยรุ่นได้เข้าไปใช้กระดานข่าวบ่อยครั้ง หรือไปใช้แต่ละครั้งเป็นเวลานานจนถึงระดับหนึ่งแล้ว (เกิดปริมาณการใช้) เขาย่อมที่จะเกิดทัศนคติต่อกระดานข่าว ซึ่งหากเขามีการใช้กระดานข่าวซ้ำแล้วซ้ำอีก เราก็สามารถรู้ได้ว่าวัยรุ่นนั้นย่อมมีทัศนคติที่ดี หรือทัศนคติในเชิงบวกต่อกระดานข่าว เนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมาชัดเจนแน่นอน ทัศนคดีย่อมมีลักษณะชัดเจนแน่นอนเช่นกัน

นอกจากนี้แม้เว็บไซต์ต่างๆจะคาดหวังว่าวัยรุ่น ซึ่งเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายหลักนั้น จะมีปริมาณการใช้กระดานข่าวสูง แต่จากผลการศึกษาพบว่าปริมาณการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นนั้นอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งน่าจะมีสาเหตุจากความสะดวกสบายจากการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ที่ไม่มีข้อจำกัดทั้งในเรื่องของเวลา (John December, <http://www.december.com/cm/c/study/center.html>) จนทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้เวลาเข้าไปใช้บริการมาก หรือบ่อยครั้ง จนส่งผลให้ผู้ใช้ไม่เกิดความรู้สึกหรือร้อนที่จะใช้กระดานข่าว เพราะสามารถเข้าไปเมื่อไร ที่ไหนก็ได้ และสามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการได้ทันที ไม่ว่าข้อมูลจะเก่าขนาดไหนก็ตาม ในขณะที่เปรียบเทียบกับการใช้สื่อชนิดอื่นเช่น โทรทัศน์ และวิทยุ ที่ผู้ใช้บริการต้องติดตามข้อมูลข่าวสารที่ตนสนใจตามตารางที่สถานีจัดไว้ และไม่อาจจะสืบค้นข้อมูลที่ตนเองต้องการย้อนหลังได้ ทำให้ผู้ใช้บริการต้องมีปริมาณการใช้สื่อดังกล่าวมากกว่าอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้การที่อินเทอร์เน็ตนั้นมีบริการที่หลากหลายให้กับผู้ใช้บริการ เช่น บริการห้องสนทนาออนไลน์ (Chat Room) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และบริการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้น ทำให้การใช้กระดานข่าวอาจเป็นแค่ส่วนหนึ่งในการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นก็ได้

จากเหตุผลดังกล่าว รวมไปถึงการที่ปริมาณการใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นผลคูณของความถี่ในการใช้ กับระยะเวลาในการใช้ ซึ่งแท้ที่จริงแล้ววัยรุ่นอาจจะมีความถี่ในการใช้กระดานข่าวสูง แต่อาจจะใช้เวลาในแต่ละครั้งเพียงไม่กี่นาที ทำให้ผลคูณที่ออกมานั้นก็ก็เป็นไปได้ ดังจะเห็นได้จากผลของความถี่ในการใช้กระดานข่าว และระยะเวลาในการใช้กระดานขาวนั้น แต่ละข้อมีค่าเฉลี่ยที่ไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก

ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

แอสลีย์ ดักแกน, ไบรอัน เฮสส์, ดีนน่า มอร์แกน, ซูเยอน คิม และแคทเธอริน วิลสัน (Ashley Duggan, Brian Hess, Deanna Morgan, Sooyeon Kim, and Katherine Wilson, 1999) ที่ได้ศึกษาทัศนคติของเด็กนักเรียนที่มีต่อการใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาจากอินเทอร์เน็ต (Measuring Students' Attitude toward Educational Use of the Internet) พบว่าการมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาจากอินเทอร์เน็ตนั้น ส่วนหนึ่งมีผลมาจากความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากขึ้นด้วย

นิภา เมืองรัตน์ (2541) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัย ความเชื่อ ความศรัทธา และการปฏิบัติศาสนกิจของคริสตศาสนิกชนคาทอลิก พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารใน ส่วนของปริมาณการเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับความเชื่อ และความศรัทธา

พิชญ รัตนพล (2540) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคม และชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน พบว่าระดับความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ และข้อมูลข่าวสารในสายตาของสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การสื่อสาร

สมมติฐานที่ 2 : ปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่าปริมาณการใช้กระดานข่าวของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว กล่าวคือหากวัยรุ่นมีปริมาณการใช้กระดานข่าวมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวมากตามไปด้วย

จากความสัมพันธ์ที่พบระหว่างตัวแปรปริมาณการใช้ และการใช้ประโยชน์ดังกล่าว นั้น สอดคล้องกับแนวความคิดของ สตรีทซ์ โซธเนสตีธ (2533) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการใช้ หรือการเปิดรับสื่อใดสื่อหนึ่งที่ได้เลือกสรรแล้ว ก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตนเอง มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลจากการชักจูงของผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งการที่เปิดรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง อย่างมีวัตถุประสงค์นี้คือการ ใช้ประโยชน์นั่นเอง

จากกระบวนการดังกล่าวจะเห็นได้ว่าหากเราต้องการจะได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านใด เราก็มักจะมีการใช้สื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารที่เราต้องการ ซึ่งหากเราต้องการข่าวสาร เพื่อไปสนองต่อวัตถุประสงค์ต่างๆที่เราได้ตั้งไว้ (การใช้ประโยชน์) มากเท่าไร นั่นย่อมจะส่งผลทำให้เราต้องเปิดรับสื่อต่างๆมากขึ้นตามไปด้วย (ปริมาณการใช้)

ในการใช้กระดานข่าวของวัยรุ่นก็เช่นเดียวกันหากวัยรุ่นนั้นเกิดความต้องการข้อมูลข่าวสารมากเท่าไร วัยรุ่นก็จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านกระดานข่าว หรือสื่อต่างๆ เพื่อมาสนองตอบความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ต่างๆที่ตนได้วางเอาไว้มากเท่านั้น

นอกจากนี้ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่อไปนี้

เพ็ญทิพย์ จิรพิณสุรณ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรเป็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการของตน

รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์ (2543) ได้ศึกษามณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา: www.pantip.com และ www.sanook.com ได้พบว่าการใช้มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้น เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว และเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง

นิชดา เตรียมชัยศรี (2542) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ (มหาชน) พบว่าการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานมีมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านทางเครือข่าย Intranet มากตามไปด้วย

ต้องจิตต์ สุวรรณศร (2543) ได้ศึกษาความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทย

สุวรรณณี เตชะวิรัชชน (2540) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงาน และการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย

บุญส่ง แก้วรามุข (2536) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการนำเอาเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา พบว่าปริมาณการอ่านแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน

ณัฐนันท์ เถลิวงศาเวช (2534) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

สมมติฐานที่ 3 : ทักษะที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว ของวัยรุ่น

ผลการศึกษาพบว่า ทักษะที่มีต่อกระดานข่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าว กล่าวคือหากวัยรุ่นมีทักษะที่ดีต่อกระดานข่าวก็จะมีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวมากตามไปด้วย

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวไว้ว่านักจิตวิทยามักจะสนใจศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกภายในจิตใจมนุษย์ เช่น ทักษะคิดว่าจะนำไปสู่พฤติกรรมของมนุษย์อย่างไร ซึ่งเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆภายใต้จิตใจของมนุษย์แล้ว สิ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือ พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกต่อผู้อื่น ดังนั้นเรื่องของการสื่อสารจึงอยู่ในความสนใจของนักจิตวิทยาเช่นเดียวกัน เนื่องจากการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งสิ้น

แนวความคิดดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิด และพฤติกรรมอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือทักษะคิด หรือความรู้สึกภายในของคนเรานั้นย่อมจะนำไปสู่พฤติกรรมเสมอ ทั้งนี้การใช้ประโยชน์นั้นเป็นพฤติกรรมการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้รับสารกระทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งแคทซ์ และคณะ (Katz and others, 1974 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541 : 113) ยังได้แสดงความเห็นว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้มีผลมาจากปัจจัยด้านสังคม เช่นอายุ และตำแหน่งหน้าที่การงาน รวมไปถึงปัจจัยด้านจิตวิทยาด้วย

แนวความคิดของ ครอนบาช (Cronbach อ้างในศศิวิมล ตามไท, 2542 : 44-45) ได้สนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นจากองค์ประกอบ 7 ประการได้แก่

1. ความมุ่งหมาย (Goal)
2. ความพร้อม (Readiness)
3. สถานการณ์ (Situation)
4. การแปลความหมาย (Interpretation)
5. การตอบสนอง (Respond)
6. ผลที่ได้รับ (Consequence)

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting)

ซึ่งในขั้นของการแปลความหมายนั้นคนเราแต่ละคนจะเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกันออกไป สืบเนื่องมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของตนเอง หากมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ย่อมจะเกิดพฤติกรรมกับสิ่งนั้นๆ ในขณะเดียวกันหากมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นแล้ว เขาย่อมจะไม่มี การตอบสนอง หรือมีพฤติกรรมกับสิ่งนั้นๆ อย่างแน่นอน

ดังนั้นหากวัยรุ่นคิดว่ากระดานข่าวเป็นสื่อที่เป็นประโยชน์ เป็นสื่อที่สามารถทำให้เขาสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการมีทัศนคติที่ดีอื่นๆ ต่อกระดานข่าว วัยรุ่นก็จะเกิดการตีความหมายว่ากระดานข่าวเป็นบริการที่ดี และน่าใช้บริการ ก็ย่อมที่จะส่งผลให้เกิดการใช้กระดานข่าว (พฤติกรรม) เพื่อที่จะมาสนองความต้องการในด้านข่าวสารที่เขาต้องการในท้ายที่สุด

นอกจากนี้ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่อไปนี้

วิไลพร จิตต์จุพานนท์ (2543) ได้ศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ จากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย ได้พบว่า ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวก

กนิษฐรัตน์ แสงจันทร์ (2543) ได้ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติของ ผู้ปฏิบัติกรรณฐานที่วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าทัศนคติต่อการปฏิบัติกรรณฐานของผู้ปฏิบัติกรรณฐาน มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงกับการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ

อรนุช งามขาว (2543) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจร ของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทัศนคติเกี่ยวกับกฎจราจร มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามกฎจราจร

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ พบว่าทัศนคติเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ได้ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคาร และ โรงงานควบคุม พบว่า ทักษะคิดต่อการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

ศศิวิมล ปาลศรี (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ละเอียดชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทักษะคิดต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 17 พ.ย. 2539 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่าทักษะคิดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งในครั้งต่อไป

สมมติฐานที่ 4 : ปริมาณการใช้สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของวัยรุ่นได้ดีที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือทักษะคิดเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวได้ดีที่สุด

จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าในระดับค่าที่เท่ากันระหว่างปริมาณการใช้ กับทักษะคิดนั้น การมีทักษะคิดที่ดีต่อกระดานข่าวนั้น จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ที่มากกว่าการมีปริมาณการใช้กระดานข่าวที่สูง กล่าวคือหากวัยรุ่นมีความคิดที่ว่ากระดานข่าวเป็นสื่อที่เป็นประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เขาย่อมที่จะใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวมากตามขึ้นไปด้วย (เนื่องจากทักษะคิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ ตามสมมติฐานที่ 3) ในขณะเดียวกันหากวัยรุ่นมีการใช้กระดานข่าวบ่อย หรือใช้แต่ละครั้งก็เป็นระยะเวลาที่นาน เขาก็ย่อมที่จะใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวมากเช่นเดียวกัน (เนื่องจากปริมาณการใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ ตามสมมติฐานที่ 2) แต่การใช้ประโยชน์ดังกล่าว นั้น จะเป็นการใช้ประโยชน์ที่น้อยกว่าคนที่มีความคิดที่ดีต่อกระดานข่าว

โดยปกติแล้วทักษะคิดมีด้วยกัน 3 ประเภทคือ ทักษะคิดเชิงบวก ทักษะคิดเชิงลบ และทักษะคิดไม่แสดงความคิดเห็น ซึ่งทักษะคิดจะออกมาในรูปแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของแต่ละคน ทั้งนี้ทักษะคิดเชิงบวกนับมีอิทธิพลในแง่ของการเกิดพฤติกรรมมากที่สุด กล่าวคือ เมื่อใดก็ตามที่เราเกิดทักษะคิดเชิงบวกต่อสิ่งใด ทักษะคิดลักษณะนี้จะทำให้เกิดการชักนำให้บุคคลเกิดพฤติกรรม หรือการแสดงออกมาในลำดับต่อไป ในขณะที่เดียวกันองค์ประกอบของทักษะคิดนั้น ก็ยังมีส่วนที่เป็นองค์ประกอบ

ที่เป็นพฤติกรรมอยู่ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวนี้ทำให้เราสามารถทราบได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้น นั้นเกิดมาจากทัศนคติประเภทใด (Zimbardo and Ebbesen, 1970)

จากความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมดังกล่าว จะเห็นได้ว่าทัศนคตินั้นเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลทำให้คนเราเกิดพฤติกรรมขึ้น ในการใช้กระดานข่าวก็เช่นเดียวกัน การใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวที่เกิดขึ้นก็ย่อมมาจากการที่ผู้ใช้บริการนั้นมีการเรียนรู้และมีประสบการณ์ที่ดีกับกระดานข่าว จนทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกระดานข่าว และนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในที่สุด

สำหรับในแง่ของการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่ามีการใช้ประโยชน์ในระดับสูง ซึ่งเป็นการใช้เพื่อข้อมูลข่าวสารมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) ซึ่งใกล้เคียงกับการใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง (ระดับค่าเฉลี่ย 4.15) และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวในเว็บไซต์ประเภทบันเทิงอีกด้วย

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของวัยรุ่นของ ผาสุก มุททเมธา (อ้างใน พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์, 2543) ที่ได้กล่าวว่าวัยรุ่นต้องการเข้าใจวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีใหม่ๆ และต้องการความซาบซึ้งในบทเพลง ดนตรี วรรณคดี ศิลปะ และธรรมชาติ จนเป็นผลทำให้วัยรุ่นต้องใช้กระดานข่าวเพื่อประโยชน์ในแง่ของข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง เพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง

นอกจากนี้จากการที่วัยรุ่นนิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวเพื่อประโยชน์ในแง่ของความบันเทิงนั้น สามารถอธิบายได้ว่าส่วนมากที่วัยรุ่นเข้าไปใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวนั้นเกิดมาจากการที่วัยรุ่นมีทัศนคติเชิงบวกต่อกระดานข่าวในการเป็นบริการที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการแก่เขาได้เมื่อยามที่ต้องการผ่อนคลาย หรือความสนุกสนานให้กับตนเอง

ผลการศึกษาที่พบยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆดังต่อไปนี้

อมลยา สิริชนะ (2542) ได้ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักเรียนในโรงเรียนดีเด่นด้านการส่งเสริมกิจกรรมอินเทอร์เน็ตตามโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย พบว่าการใช้ประโยชน์นั้นเป็นผลมาจากทัศนคติมากกว่า

ศศิวิมล ตามไท (2542) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมบริการบริโภคข้าวกล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมบริการบริโภคข้าวกล้องนั้น ทักษะเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องสำคัญกว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง

อรนุช งามขาว (2543) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรที่สามารถอธิบายการปฏิบัติตามกฎจราจรได้ดีที่สุดคือทักษะ

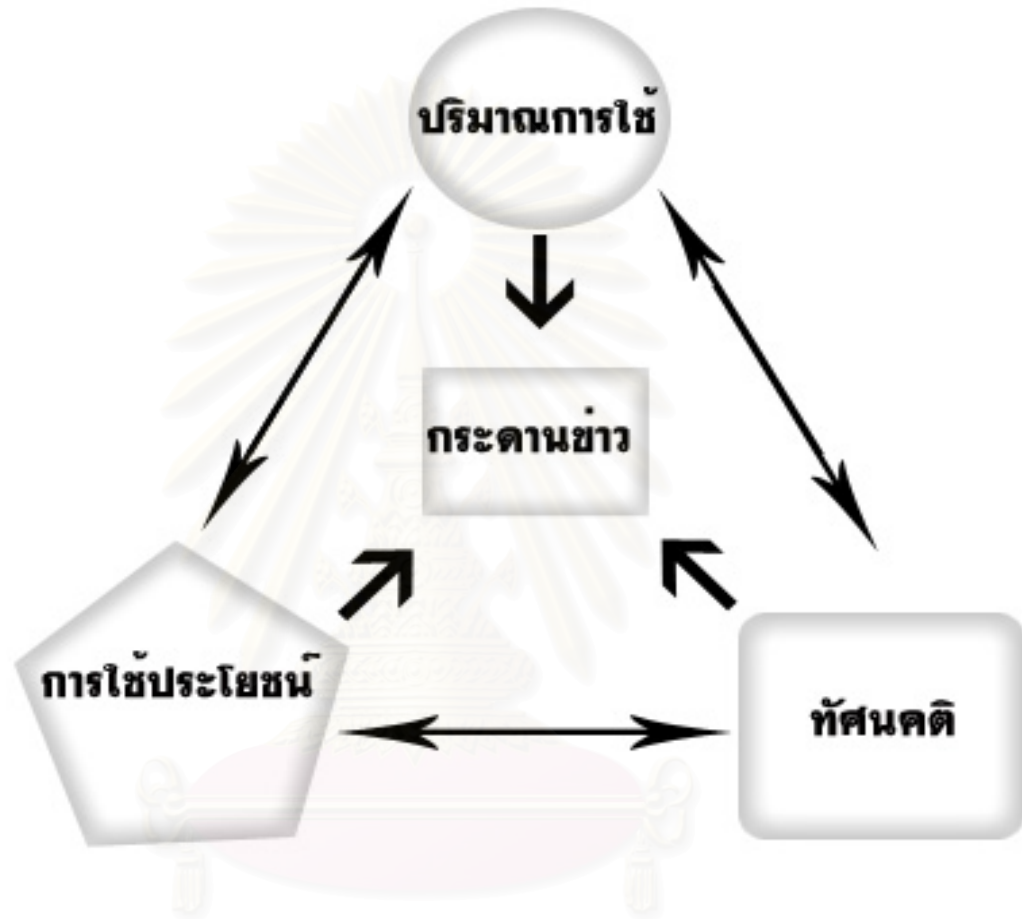
พีระนันท์ บุรณะ โสภณ (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมบริการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทักษะเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุด

นิรันดร์ ทองหอม (2540) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้บริการจัดงานของกรมการจัดหางาน ของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทักษะของผู้หางานสามารถอธิบายการใช้บริการจัดงานของกรมการจัดหางานได้ดีที่สุด

วันทนา สุรชีวิน (2541) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 พบว่าความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถร่วมกอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ ทั้งนี้ทัศนคติต่อประเทศไทยสามารถอธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยได้ดีกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวประเทศไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับความสัมพันธ์ที่พบระหว่างตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรได้แก่ ปริมาณการใช้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้สรุปออกมาเป็นแบบจำลองดังต่อไปนี้



สถาบันวิทยบริการ

จากแบบจำลองดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ และมีความเกี่ยวเนื่องกันทั้งหมด ซึ่งหากเราทราบค่าชีวิตของตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง เราย่อมที่จะสามารถทำนายแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นของตัวแปรส่วนที่เหลือได้ เช่น การที่วัยรุ่นมีปริมาณการใช้มาก ก็หมายความว่าเขาย่อมเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อกระดานข่าว และส่งผลให้มีการใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวในระดับสูงอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการศึกษาในครั้งนี้ รวมไปถึงการจัดอันดับเว็บไซต์ของ Truehits.net พบว่าเว็บไซต์ที่มีกระดานข่าวให้บริการแก่ผู้ใช้ในเว็บไซต์นั้น ส่วนมากจะเป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น หรือเป็นเว็บไซต์ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นวัยรุ่นเท่านั้น เช่น www.pantip.com , www.sanook.com , www.dekdee.com เป็นต้น ทั้งที่ความจริงแล้วกระดานข่าวนับเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างเป็นอิสระ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้กระดานข่าวสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่ และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกลุ่มวัยรุ่นที่มีการใช้กระดานข่าวในระดับสูง

ดังนั้นผู้ให้บริการเว็บไซต์ต่างๆทั้งภาครัฐ และเอกชน ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับวัยรุ่นเท่านั้น ควรจะพิจารณากระดานข่าวให้เข้ามาเป็นบริการหลักภายในเว็บไซต์ของตน เพื่อเป็นสื่อกลางในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ รวมไปถึงประเด็นอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการใช้กระดานข่าวในการให้ข้อมูลข่าวสาร และในแง่ของความบันเทิง ตามที่งานวิจัยชิ้นนี้พบว่าวัยรุ่นได้ใช้ประโยชน์จากกระดานข่าวในสองด้านนี้มากที่สุด ทั้งนี้เมื่อผู้ใช้ได้เข้ามาใช้บริการกระดานข่าวจนเกิดความรู้สึกร่วมกันจนกลายเป็นชุมชนบนเว็บไซต์แล้ว (Community) ผลลัพธ์ที่เว็บไซต์จะได้รับก็จะเหมือนกับเว็บไซต์ของวัยรุ่นทั้งหลาย ที่ได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการ จนก่อให้เกิดผลเป็นอัตราการเข้าชมที่สูงขึ้น (Hit Rates)

2. การวิจัยครั้งนี้พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นถึงราวๆหนึ่งในสาม (ร้อยละ 34.6) เข้าไปเปิดรับข่าวสารผ่านทางกระดานข่าวแต่เพียงอย่างเดียว กล่าวคือเข้าไปอ่านกระทู้แต่เพียงอย่างเดียว หากมองในแง่การสื่อสารแล้ว กลุ่มผู้ใช้ดังกล่าวไม่ได้แลกเปลี่ยนข่าวสารแต่อย่างใด ทำให้ในการใช้กระดานข่าวดังกล่าวไม่มีการปฏิสัมพันธ์เท่าที่ควร จนอาจจะนำไปสู่การขาดประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่านทางกระดานข่าว คือมีแต่คนรอที่จะอ่านแต่กระทู้ที่คนอื่นเขียน หรือตอบเท่านั้น แต่ไม่ต้องการที่จะเขียนกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นใดๆ ซึ่งหากกลุ่มผู้ใช้กลุ่มนี้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้กระดานข่าวไม่มีข่าวสารใหม่ๆ และไม่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารใดๆ ในท้ายที่สุดกระดานข่าวก็จะกลายเป็นบริการที่ไร้ความสำคัญในระบบอินเทอร์เน็ตไป

ดังนั้นผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่มีกระดานข่าวให้บริการอยู่ ควรจะมีการจัดผู้ดูแลกระดานข่าว ที่มีหน้าที่ในการเขียนกระทู้ใหม่ๆขึ้นมาเอง โดยกระทู้เหล่านั้นควรมีความน่าสนใจ มีความน่าดึงดูด และมี

แรงกระตุ้นให้ผู้อ่านรู้สึกอยากมีส่วนร่วมในกระทู้ต่างๆ เช่นการเปิดประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน พร้อมกับตั้งคำถามไว้ตอนท้ายในเชิงท้าทาย เพื่อให้ผู้อ่านได้มีแรงกระตุ้นในการโต้ตอบกระทู้ ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการกลุ่มที่เคยแต่เข้าไปอ่านกระทู้แต่เพียงอย่างเดียว ได้มีโอกาสในการเขียนโต้ตอบกับกระทู้มากขึ้น ในท้ายที่สุดเขาก็จะคุ้นเคยกับการเขียนโต้ตอบในกระดานข่าวจนกล้าที่จะโพสต์กระทู้ด้วยตนเอง

3. แม้ว่าค่าของทัศนคติที่พบในงานวิจัยชิ้นนี้จะอยู่ในระดับสูงก็ตาม แต่ในข้อของ กระดานข่าว เป็นเครื่องมือที่เปิดช่องทางให้คนใส่ร้าย หรือกลั่นแกล้งกันกลับมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ที่ระดับ 2.31 ซึ่งเป็นค่าที่น้อยที่สุดอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่าแม้วัยรุ่นจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีต่อกระดานข่าว แต่เขาก็ยังมีความลังเลว่ากระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่มีดาบสองคมต่อตัวเขาเองอยู่ และยังไม่มีความมั่นใจในการใช้บริการเท่าที่ควร

ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการกระดานข่าวมากยิ่งขึ้น เช่นการมีระบบลงทะเบียนสมาชิกก่อนเข้าไปยังกระดานข่าว เพื่อที่จะสามารถตรวจสอบผู้ที่ใช้บริการได้ เมื่อเวลามีปัญหาเกิดขึ้นเกี่ยวกับข้อความที่อยู่ในกระดานข่าวก็สามารถตรวจสอบว่าใครเป็นผู้เขียน หรือตอบได้ นอกจากนี้ในการให้บริการกระดานข่าว ทางเว็บไซต์ควรมีผู้ดูแลกระดานข่าวเพื่อที่จะกลั่นกรองกระทู้ และข้อความต่างๆก่อนที่จะนำกระทู้ขึ้นไปออนไลน์เพื่อให้ผู้ใช้รายอื่นเห็น ซึ่งหากเว็บไซต์สามารถตอบสนองความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการเช่นนี้ได้ ผู้ใช้กระดานข่าวย่อมที่จะหมดความลังเลในการใช้บริการในที่สุด

4. การวิจัยครั้งนี้พบว่าเว็บไซต์ที่วัยรุ่นนิยมเข้าไปใช้กระดานข่าวมากที่สุดคือเว็บไซต์ www.pantip.com นอกจากนี้จากงานวิจัยครั้งก่อนๆเช่น “การวิเคราะห์ว่าทกรรมบนอินเทอร์เน็ต Bulletin Board ของเว็บไซต์พันทิพย์” ของ เพ็ญพรรณ รัชชิตกุล (2544) และ “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา: www.pantip.com และ www.sanook.com” ของ รัตนาวิ เกียรติ นิยมศักดิ์ (2543) รวมไปถึงงานวิจัยเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตอื่นๆที่นิยมศึกษาเว็บไซต์ www.pantip.com นั้นแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเว็บไซต์ที่โดดเด่นในแวดวงอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ทั้งในด้านความนิยมของผู้ใช้บริการ และในด้านความนิยมเชิงวิชาการ ดังนั้นหากผู้ให้บริการเว็บไซต์รายอื่นๆ ต้องการริเริ่มที่จะให้บริการกระดานข่าว หรือต้องการพัฒนากระดานข่าวของตนเอง www.pantip.com น่าจะเป็นตัวอย่างที่ดี ในการพัฒนากระดานข่าว

5. การวิจัยครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นใช้กระดานข่าวที่บ้านมากที่สุดถึงร้อยละ 86.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครเกือบร้อยละ 90 มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่

สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ที่บ้าน ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในสังคมไทยแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสังคมเมืองในกรุงเทพมหานคร

ดังนั้นหากในอนาคตมีการรณรงค์ หรือต้องการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องใดให้กับวัยรุ่น สื่ออินเทอร์เน็ต หรือกระดานข่าวเอง ก็เป็นช่องทางที่จะมองข้ามไม่ได้ และน่าจะเป็นช่องทางที่สามารถประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่และเวลา นอกจากนี้ยังสามารถให้ข้อมูลภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รวมไปถึงข้อมูลที่เป็นอื่นๆ ได้เทียบเท่ากับสื่ออื่นๆ เช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการที่อินเทอร์เน็ตยังเป็นนวัตกรรมใหม่ในสังคมไทย ที่ยังไม่แพร่หลายมากนักในส่วนภูมิภาค ผู้วิจัยจึงจำกัดกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น หากมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่ออินเทอร์เน็ตได้แพร่กระจายไปยังท้องถิ่นต่างๆมากขึ้น ควรมีการศึกษาวัยรุ่นที่อยู่ในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศด้วย เพื่อให้ผลวิจัยสามารถอ้างอิงได้ถึงกลุ่มผู้ใช้กระดานข่าวที่เป็นวัยรุ่นทั่วประเทศ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตตามสื่อต่างๆ รวมไปถึงการศึกษาวิจัยครั้งก่อนๆ ล้วนสนับสนุนให้บริบทของการใช้กระดานข่าวนั้นอยู่แค่ในกลุ่มของวัยรุ่นเท่านั้น แต่ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วไปยังประชากรแทบจะทุกวัย งานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาประชากรที่มีช่วงอายุกว้างกว่าในงานชนิดนี้ เพื่อที่จะนำผลมาเปรียบเทียบกับปริมาณการใช้กระดานข่าวของคนช่วงวัยต่างๆว่าวัยใดมีปริมาณการใช้มากที่สุด นอกจากนี้ควรมีการศึกษาหาค่าความแตกต่างของประชากรในวัยต่างๆกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับกระดานข่าวด้วย
3. จากผลการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้พบว่าในส่วนของทัศนคติที่มีต่อกระดานข่าวนั้น แม้ค่าเฉลี่ยโดยรวมจะออกมาในเชิงบวก หากแต่ข้อที่ถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของกระดานข่าวนั้นกลับพบค่าที่ต่ำกว่าข้ออื่นๆอย่างเห็นได้ชัด (กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่เปิดช่องทางให้คนใส่ร้าย หรือกลั่นแกล้งกัน และ ข้อมูลที่ปรากฏในกระดานข่าวเป็นข้อมูลที่เชื่อถือไม่ได้) ดังนั้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระดานข่าวในอนาคตควรมี



การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Credibility) เพื่อที่จะได้ค่าออกมาแน่นอนว่าวัยรุ่นมีความเชื่อถือกระดานข่าวมากน้อยเพียงไร

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ ซึ่งผลเป็นการอธิบายโดยรวมเกี่ยวกับกระดานข่าว การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับตัวกระดานข่าวในเชิงลึกมากขึ้น เช่นการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีการแลกเปลี่ยนผ่านทางกระดานข่าว รวมไปถึงการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทในกระบวนการสื่อสารของผู้ใช้บริการกระดานข่าว เป็นต้น
5. ในการวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบริการอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ต เช่น บริการห้องสนทนาออนไลน์ (Chat Room) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ฯลฯ แล้วนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระดานข่าว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนิษฐรัตน์ แสงจันทร์. ความรู้ ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติของผู้ปฏิบัติกรรณฐานที่วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- เกศริน พนารังสรรค์. ผลของเพลงสอนภาษาอังกฤษที่มีต่อทักษะคิด การแสวงหาความรู้ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด แบบการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ และคณะ. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.
- ชลดา ทองสุกนอก. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคาร และโรงงานควบคุม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ฐปนีย์ สุวรรณฉัตรชัย. การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ฐิติรัตน์ พุทธิสารชัย. พฤติกรรมการนำบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานในบริษัทร่วมทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ณัฐนันท์ เถลิม่วงสาเวช. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะคิดเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ต้องจิตต์ สุวรรณศรี. ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ถิรนนท์ อนุวัชรวิวงศ์. พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่, 2527.

นิชดา เจริญชัยศรี. การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

นิตยสาร วินโดว์ แมกกาซีน, กรกฎาคม 2545 : 45.

นิตยสาร วินโดว์ แมกกาซีน, ธันวาคม 2545.

นิตยสารเปรียว, กรกฎาคม 2542 : 160.

นิภา เมืองรัตน์. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ความทันสมัย ความเชื่อ ความศรัทธา และการปฏิบัติศาสนกิจของคริสตศาสนิกชนคาทอลิก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

นิรันดร์ ทองหอม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้บริการจัดหางานของกรมการจัดหางานของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

บุญส่ง แก้วรากมุก. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน กับการนำเอาเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2540.

ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2541.

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในวันที่ 17 พ.ย. 2539 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

- พรทิพย์ ศิริสุทธิทรัพย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พัชณี เขยจรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : เอลโล่ การพิมพ์, 2538.
- พันธนันท์ เต็ดแก้ว. การศึกษาเปรียบเทียบการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ และสารบันเทิง การจดจำได้ และการนำไปใช้ประโยชน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- พิชญา รัตนพล. พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือ ของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีวิทยุชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- พีระนันท์ บูรณะโสภณ. พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- เพ็ญทิพย์ จิรพิณสุธรรม. พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- เพ็ญพรรณ รัชชิตกุล. การวิเคราะห์ว่าทกรรมบนอินเทอร์เน็ต Bulletin Board ของเว็บไซต์พันทิพย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532
- เมตตา กฤตวิทย์, พัทณี เขยจรยา และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- รัตนาวดี เกียรตินิยมศักดิ์. มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา: www.pantip.com และ www.sanook.com. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- เรวดี คงสุภาพกุล. การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- วันทนา สุรชีวิน. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. นนทบุรี, 2543.
- วิไลพร จิตต์จุพานนท์. การเปิดรับ ทักษะคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ศศิวิมล ตามไท. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการบริโภคข้างกล่องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ศศิวิมล ปาลศรี. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ศิราณี อนุศิลป์ชาญ. การใช้สื่อและการรับรู้ในประโยชน์ของข่าวสารภายหลังการรู้หนังสือของผู้หนังสือใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ศุภิสรา ทดลา. รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สมนึก คิริโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, สมชาย นำประเสริฐชัย. เปิดโลกอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : เอช เอ็น กรุ๊ป, 2537.
- สวนิต ขมภักย์. การสื่อสารของมนุษย์ แนวคิดและแนวปฏิบัติขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณะ. การเปิดรับ ทักษะคติ และความต้องการของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สุภาภรณ์ งามวงศ์น้อย. ทักษะคติ และพฤติกรรมการเปิดรับรายการวิทยุ โทรทัศน์ด้านการเกษตรของเกษตรกรในอำเภอท่าตะเียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2533.
- สุวรรณิ เตชะวิรัชชน. พฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงาน และการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

โสภารวรรณ รัตนจิตรกร. ทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายแบนเนอร์ ในระบบเว็ลด์ ไซด์ เว็บ ของผู้
ใช้บริการในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ ไซด์ เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพ
มหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลง
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อมลยา ศิริชนะ. ความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักเรียนในโรงเรียนดีเด่นด้าน
การส่งเสริมกิจกรรมอินเทอร์เน็ตตามโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย. วิทยา
นิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2542.

อรนุช งามขาว. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตามกฎจราจรของประชาชนคนเดินเท้า
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Cattagni, Anne; Farris, Elizabeth. Internet Access in U.S. Public Schools and Classrooms: 1994-2000.

Statistics in Brief. District of Columbia : National Center for Education Statistics, 2001.

December, John. 2000. CMC Study Center [Online]. December Center. Available from :

<http://www.december.com/cmc/study/center.html> [15 December 2002].

Duggan, Ashley; Hess, Brian; Morgan, Deanna; Kim, Sooyeon; Wison, Katherine. Measuring

Students' Attitude toward Educational Use of the Internet. California : the Annual Conference of the American Educational Research Association, 1999.

Esrock S; Leichy, G. Public Relations Review. New York : National Communication Journal, 1998.

He, Peter Wei; Jacobson, Trudi E. What are They Doing with the Internet? A Study of User Information

Seeking Behaviors. Internet Reference Services Quarterly; 31-51, 1996.

James, Michael L.; and Others. An Exploratory Study of Electronic Bulletin Board Use and Their

Impact on Other Communication Activities. Arizona : the Annual Convention of the Broadcast Education Association, 1993.

Karen, Lowry Mille. Newsweek Magazine. 2002 : 54.

Lau, Sim Kim. Attitudes of University Students to Computing: An Australian perspective. Australia :

Hypermedia & World, 1998.

Loyd, Brenda H. The Effects of Sex, Age, and Computer Experience on Computer Attitudes. Virginia :

Education Research Association, 1984.

Moon, Soo-Back; and others. The Relationships among Gender, Computer Experience, and Attitudes

toward Computers. Korea : the Mid-South Educational Research Association, 1994.

National Center for Education Statistics. Access in Public and Private School. Indicator of the Month.

District of Columbia, 1999.

National Telecommunications and Information Administration. A Nation Online : How Americans are

Expanding Their Use of the Internet. District of Columbia, 2002.

Northern Virginia Community Coll., Annandale. NVCC : Student Use of Personal Computer and

Internet. Virginia, 1999.

Pew Internet Project, The. 2001. Internet Spurring Group Interaction [Online]. Cyberatlas. Available

from : <http://cyberatlas.internet.com>, 2001 [15 December 2002].

- Siegle, Del; Ward, Layne; McCoach, D. Betsy. Instructional WebBoard Strategies in Secondary Education and University Teaching. Connecticut : Meeting of the American Educational Research Association, 2001.
- Stempel, Guido H., III; Hargrove, Thomas; Bernt, Joseph P. Relation of Growth of Use of the Internet to Changes in Media Use from 1995 to 1999. Journalism and Mass Communication Quarterly; 71-79, 2000.
- Toffler, Alvin. The Third Wave. Cavaye Place, London ; William Collins Sons & Co., Ltd, 1980.
- Troutman, Andria P. Attitudes toward Personal and School Use of Computers. Florida : the Annual Meeting of the Eastern Research Association, 1991.
- Truell, Allen D. Student Attitudes Toward and Evaluation of Internet-Assisted Instruction. Delta Pi Epsilon Journal; 40-49, 2001.
- Unesco. Many Voices, One World. Colchester : Spottiswoode Ballantyne, 1984.
- Wang, Yu-mei; Cohen, Arlene. University Use of the Internet. Guam : the National Convention of the Association for Educational Communications and Technology, 1998.
- Zenanko, Marsha A.; And others. A Survey of Internet Access and Usage in a Selected Sample of Northeast Alabama School. Alabama : the Annual Meeting of the Mid-South Educational Research Association, 1996.
- Zimbardo, Phili G, Ebbe B. Ebbesen and Christina Maslach. Influencing Attitudes and Changing Behavior : a Basic Introduction to Revlevance Methodology, Theory, and Applications. Reading, Massachusetts : Addison-Wesley, 1970.

ภาคผนวก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากบริการกระดานข่าว
ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 : ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

กรุณาใส่เครื่องหมาย X หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุปี
3. อาชีพ นักเรียน นิสิต/นักศึกษา
 พนักงานบริษัท รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว

กรุณาใส่เครื่องหมาย X หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. โดยเฉลี่ยแล้ว ท่านใช้บริการกระดานข่าวบ่อยครั้งเพียงใด
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> นานกว่านั้น | |

2. ในการใช้แต่ละครั้งท่านใช้เวลานานเท่าใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 60 นาที | <input type="checkbox"/> 46 นาที – 60 นาที |
| <input type="checkbox"/> 31 – 45 นาที | <input type="checkbox"/> 15 นาที – 30 นาที |
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15 นาที | |

3. สถานที่ใดที่ท่านมักใช้คอมพิวเตอร์เพื่อใช้บริการกระดานข่าวบ่อยที่สุด

(โปรดเลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บ้าน | <input type="checkbox"/> ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> โรงเรียน/มหาวิทยาลัย | <input type="checkbox"/> ที่ทำงาน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ | |

4. เว็บไซต์ประเภทใดที่ท่านเข้าไปใช้บริการกระดานข่าวมากที่สุด (โปรดเลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> บันทึกลง | <input type="checkbox"/> การศึกษา |
| <input type="checkbox"/> ข่าวสาร | <input type="checkbox"/> ธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> การเมือง | <input type="checkbox"/> สาธารณสุข |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ | |

5. เว็บไซต์ที่ท่านใช้บริการกระดานข่าวบ่อยที่สุด (โปรดระบุเพียงเว็บไซต์เดียว)

.....

6. เมื่อท่านใช้บริการกระดานข่าวท่านมักจะทำอะไรมากที่สุด (โปรดเลือกสิ่งที่ทำมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เข้าไปอ่านกระทู้เพียงอย่างเดียว | <input type="checkbox"/> เข้าไปตั้งกระทู้ใหม่ |
| <input type="checkbox"/> เข้าไปอ่านกระทู้ของผู้อื่นแล้ว
เขียนโต้ตอบกับกระทู้นั้นๆ | <input type="checkbox"/> เข้าไปอ่านกระทู้ เขียนโต้ตอบกับกระทู้อื่นๆ
และตั้งกระทู้ใหม่ |

ตอนที่ 3 : ทักษะคดีที่มีต่อกระดานข่าว

กรุณาใส่เครื่องหมาย X ในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายละเอียด	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. กระดานข่าวทำให้ท่านได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ					
2. กระดานข่าวเป็นบริการที่มีประโยชน์สำหรับท่าน					
3. การใช้กระดานข่าวทำให้ท่านเสียเวลา					
4. ข้อมูลที่ปรากฏในกระดานข่าวเป็นข้อมูลที่เชื่อถือไม่ได้					
5. เมื่อท่านมีปัญหา ท่านคิดว่ากระดานข่าวเป็นทางออกที่ดีทางหนึ่ง					
6. การใช้กระดานข่าวเป็นเพียงกระแสความนิยมอย่างหนึ่ง					
7. กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่เปิดช่องทางให้คนใส่ร้าย หรือกลั่นแกล้งกัน					
8. กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้คนเรากล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น					
9. ข้อมูลข่าวสารในกระดานข่าวมีคุณค่าต่อท่าน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้					
10. ขั้นตอนในการใช้กระดานข่าวนั้นยุ่งยาก และไม่สะดวกในการใช้บริการ					

ตอนที่ 4 : การใช้ประโยชน์จากบริการกระดานข่าว

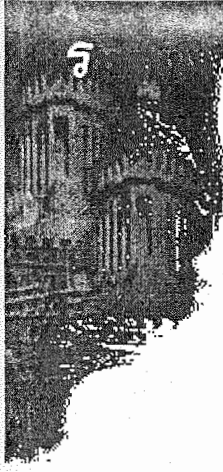
กรุณาใส่เครื่องหมาย X ในข้อความที่ตรงตามการใช้ประโยชน์ของท่าน

รายละเอียด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ใช้ค้นหาหาข้อมูลประกอบการเรียน					
2. เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด					
3. ใช้เพื่อประกาศในเชิงพาณิชย์ เช่น โฆษณาขายสินค้า หรือบริการ					
4. ใช้เพื่อเสนอความคิดเห็นของตนเองให้ผู้อื่นได้รับทราบ					
5. ใช้สอบถามข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ					
6. เพื่อพูดคุยในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักกัน					
7. เพื่อประกาศหาคู่ หรือเพื่อน					
8. ใช้เพื่อขอคำปรึกษาด้านการศึกษา					
9. ใช้ประกาศ หรือแนะนำเว็บไซต์ให้คนอื่นเข้าไปดู					
10. ใช้เพื่อรับทราบความคิดเห็นของคนอื่นต่อประเด็นที่ตัวเองสนใจ					
11. เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ					
12. ใช้เป็นที่หาความบันเทิง					

ภาคผนวก ข.




สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





สวัสดี พุดคุยกับ **นักธุรกิจ นักบริการ**
นักการตลาด

๕ กรณี บิกD2B เด็กไทยพับนก เด็กไทยบนบาน แต่ไม่มีใคร ภาวนา สงก่าลังใจเลย
เด็กไทยไม่รู้จัก วิถี แบบ ไทย เสียแล้ว น่าเป็นห่วงจริงๆ
จากคุณ : โด - [10 ส.ค. 46 22:18:44 A:203.118.74.49 X:]



๕ ความคิดเห็นที่ 1 
เห็นข่าวบางกระแสบอกมีสวดมนต์ สงก่าลังใจ ก็นับว่า ยังใช้ได้ ไม่รู้จริงป่าว เห็น ที่วิบอกมีแต่พับนก
จากคุณ : โด - [10 ส.ค. 46 22:27:16 A:203.118.74.49 X:]

๕ ความคิดเห็นที่ 2  **แต่ขอถาม**
นั่นสิน่าจะหันมาสวดมนต์ภาวนานะ เด็กๆสมัยนี้อาจไม่เคยรู้จักอาณิสงส์ขแองการสวดมนต์ว่าศักดิ์สิทธิ์กว่าพับนกเสียอีก
จากคุณ : เชื้อเถอะ (poedee) ☺ - [10 ส.ค. 46 22:35:34]



๕ ความคิดเห็นที่ 3  **แต่ขอถาม**
อ่านในมติชนวันนี้ก็เห็นมีบอกว่าสวดมนต์ให้บีกันนะคะ
จากคุณ : Amour ☺ - [10 ส.ค. 46 22:40:10]

๕ ความคิดเห็นที่ 4 

สวดมนต์ เอาบทสวดอะไรสวด น่าจะดู
ด้วย

หวังว่าคงไม่เอาบทสวดผี มาสวดเสียละ
ผู้ปวยอื่นพาลจะช็อคตาม


จากคุณ : s7s7 - [10 ส.ค. 46 22:49:03 A:203.149.37.193 X:]

☞ ความคิดเห็นที่ 5  

คาถาเรียกเงิน....รักษา



ล้อเล่นครับ 555

จากคุณ : possible ☺ - [10 ส.ค. 46 23:28:04]

☞ ความคิดเห็นที่ 6 


ไม่ตีเธอรอ จะได้เจริญแบบญี่ปุ่นไง

จากคุณ : คลั่งญี่ปุ่น - [11 ส.ค. 46 00:03:07 A:210.86.198.57 X:]

☞ ความคิดเห็นที่ 7  

คนมันหลงครับ ไม่เกิดพหุธิปัญญาหรอก

จากคุณ : Ped-Degree ☺ - [11 ส.ค. 46 00:06:40]

☞ ความคิดเห็นที่ 8 

ผมมองว่า หากเราจะมองอนาคต เป็นอย่างไรให้มองที่เด็ก



การที่เด็กมี ความเชื่อ แบบ ญี่ปุ่น แสดงว่า เด็กๆ รับ วัฒนธรรมญี่ปุ่น มาเต็มๆ

ทั้งๆที่ หากเทียบกัน ระหว่าง พับนก กับ ภาวนา สงจิตไปให้ก่าลังใจ
ความลุ่มลึก ต่างกันแทบเทียบไม่ติด

เพราะ บทสวด ส่วนใหญ่ มีคำสอน อยู่ด้วย



จริงๆแล้ว แม้แต่ บท สวดผี ถ้าแปลมา ก็จะมีหลักธรรมที่ดี สำหรับ สอนใจ ได้นะครับ
เพียงแต่มันไม่ถูก กาละเทศะ เท่านั้น

จากคุณ : โต - [11 ส.ค. 46 01:24:03 A:202.133.188.183 X:]

☞ ความคิดเห็นที่ 9  



ถ้าเดาไม่ผิด พันนงน่าจะเผยแพร่มาจากการดูญี่ปุ่น แล้วก็จำเอามาทำตามกัน

จากคุณ : Z (Zaaaa) ☺ - [11 ส.ค. 46 03:04:58]

☞ ความคิดเห็นที่ 10  

พวกเค้าหวังคนๆหนึ่งที่เค้ารัก การกระทำเหล่านี้ไม่แปลก...
แต่อย่าให้มันแปลกมากไปละกัน o_o อย่างเช่นเอาไก่มาไหว้....
เปงผมนะแค่สง่าภาวนา จากตรงนี้ก็พอ แต่ผมไม่ได้ชอบบ๊ิก และไม่ได้เกลียด..

จากคุณ : Darth Zomo ☺ - [11 ส.ค. 46 03:08:26]

☞ ความคิดเห็นที่ 11  

นะ
บางที เราอาจจะต้องทบทวน...
การแสดงออกเพื่อสนองตอบ.....ประเพณี + วัฒนธรรม




การภาวนา กับ การพันนง
ล้วนแต่...เป็นการแสดงออก...ถึงความหวังใจ (จุดมุ่งหมายเดียวกัน)


แต่...
ระหว่าง...การพันนง กับ การภาวนา
สิ่งใด...วัยรุ่น เข้าใจง่ายกว่ากัน
สิ่งใด...วัยรุ่น มองเห็นด้วยตา จับต้องได้ สัมผัสได้ กว่ากัน
สิ่งใด...วัยรุ่น เข้าใจง่ายกว่ากัน
สิ่งใด...วัยรุ่น ปฏิบัติได้ง่ายกว่ากัน



แม้ว่า จะต่างกันในแง่ ผล + สาระ

กระทรวงวัฒนธรรม
น่าจะ พิจารณาเรื่องนี้ นะครับ
"..การสร้างพฤติกรรมเชิงวัฒนธรรม..." ที่ปฏิบัติได้ง่าย ในชีวิตปัจจุบัน
แทนที่จะเอาแต่ สรรเสริญ...ชีวิตแบบเก่า (ที่ไม่สอดคล้องกับโลกปัจจุบันแล้ว)
แล้ว ก็น่า คนที่ ไม่ยอมรับวิถีเก่า ๆ ว่า เลว นอกคอก
แทนที่จะ...ทำให้ผู้คนเข้าใจว่า
วัฒนธรรม คือการแต่งตัว ไป เริงระบำรำฟ้อนบนเวที

.....
จากคุณ : ss.hh (ss.hh) ☺ - [11 ส.ค. 46 06:57:55]

👤 ความคิดเห็นที่ 12  
ไม่รู้วันพรุ่งนี้ เด็กเหล่านี้จะมีเวลากลับไปหาดอกมะลิสวย ๆ ซักดอกสองดอก ไปกราบ
แม่ตัวเองหรือเปล่านะ 
จากคุณ : แบดแมน ☺ - [11 ส.ค. 46 07:49:52]

👤 ความคิดเห็นที่ 13 
It's the same between wrapping the birds or preying .Buddhhism is not only
by outlook,it's come from the mind.
จากคุณ : Khon Thai - [11 ส.ค. 46 08:18:52 A:203.155.182.221 X:]

👤 ความคิดเห็นที่ 14  
พระคาถาชินบัญชร และคาถาต่ออายุครับ เฮ้อ... แต่ก็เหมือนคุณเพ็ดดีกริว่านะแหละ
อ่านความคิดเห็นคุณแบดแมนแล้วเศร้าใจแทนแม่ของคนเหล่านั้นเสียจริง ๆ
จากคุณ : RealWorld ☺ - [11 ส.ค. 46 08:59:35]



คลิกเพื่ออ่านกติกา มารยาท
คลิกเพื่ออ่าน **Help & FAQ**
ต้องการแตกประเด็นจากกระทู้เดิมคลิกที่นี่
ความคิด
เห็น :

ชื่อ / e-mail :

ไฟล์ประกอบ :

(gif, jpg, png, mid, wav, mp3, wma, swf)



สัจ พุดคุยกับ นักรุก นักรบริการ
นักรตลาด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Square > Misc

แวน..สายตาสั้น..เลนส์บาง

เนื้อความ เราเป็นคนหนึ่งที่ใส่แว่นนะ สายตาสั้น200กว่า รู้สึก
รำคาญมันมากๆ ไม่รู้จะทำยังไงดี ขอแม่ใส่คอนเท็กก็
แล้ว แต่แม่ไม่ให้ใส่ก็เพราะแม่เราบอกว่ามันอันตราย ติด
เชื่อง่าย..

รู้สึกแยะในบางครั้ง อยากรู้จะทำเลสิก มันก็แพงไป.. อยากรู้
ถามผู้รู้ละคะ เราเห็นเพื่อนเราสั้น800 แล้วมาน่ากลัวอะ
น่าเกลียดด้วยอ่า มันมีเลนส์แบบพิเศษมั๊ยคะ คือ เหมือน
กับเราสั้น 800 กว่า แต่พอใส่แว่นเลนส์พิเศษแล้วมันจะ
ดูสั้น เหมือนกับสั้นแค่ 200 เราสังเกตอะ ยิ่งสายตาสั้น
ขึ้น เลนส์มันยิ่งหนา แล้วมันจะทำให้ตาเราดูเล็กลง ช่วง
หน้าบริเวณตาอะ จะแคบลง มันดูน่าเกลียดอะ.. ทำไงดี
คะ ยิ่งอยู่นับวันสายตาเราก็อยิ่งสั้นขึ้นๆ ทำยังไงถึงจะให้
มันคงที่ เราพยายามไม่ดูทีวีใกล้ๆ ไม่เล่นคอมพิวเตอร์ฯ ไม่
อ่านนอนอ่านการ์ตูนนะ มันจะได้ผลป่าวคะ เอ้อ เราอายุ
15นะ สายตาจะคงที่เมื่อไหร่คะ ขอคำแนะนำด้วยคะ
ขอบคุณสำหรับทุกๆความเห็นที่มีประโยชน์นะคะ

Link ที่เกี่ยวข้อง <http://>

วัน / เวลา 11 ส.ค. 2003

ผู้โพสต์ เด็กใส่แว่น



โดยคุณ :

อีเมล :

ICQ (ถ้ามี) :

รายละเอียด :

ใส่รูปแสดง

อารมณ์

*

Send / ส่งข้อความ

Clear / ล้างข้อความ

หมายเหตุ :

1. ช่องที่มี * หมายถึงจำเป็นต้องกรอก
2. กรุณาเว้นวรรคข้อความเป็นระยะ เพื่อความสวยงาม
3. ในการร่วมแสดงความคิดเห็น คุณต้องปฏิบัติตาม กฎ กติกา มารยาท อย่างเคร่งครัด

ความเห็นที่ 8

contact lens ถ้าใส่แล้วมีการดูแลรักษาที่ถูกต้อง ถอดล้างทำความสะอาดดี การติดเชื้อมีโอกาสไม่มีเลย เราใส่มา 5 ปีแล้วไม่เคยตาอักเสบเลย

จากคุณ : อย - [09:18:15 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 203.113.67.XXX X

ความเห็นที่ 7

ลืมบอกไปว่าราคาของเลนส์ตัวนี้แพงหน่อยนะเราตัดมา 1400 บอกไว้ก่อนเพื่อเป็นข้อมูลตัดสินใจ

จากคุณ : ff - [08:34:49 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 203.151.53.XXX X

ความเห็นที่ 6

เราสายตาสั้นตั้ง650 ทางร้านแนะนำเลนส์ชื่อ uv400 ให้เราใส่สบายมากๆ ไม่หนา อย่างแต่ก่อนแถมคุณสมบัติของเลนส์ตัวนี้ป้องกันรังสีแดด แสงสะท้อนจากคอม จากเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิดจะลองไปถามร้านแว่นตาดูนะดีกว่าเลนส์เคลือบ EMI อีก

จากคุณ : ff - [08:31:00 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 203.151.53.XXX X

ความเห็นที่ 5

why don't u use contact lense ? i use it more than 10 years . they work very good

จากคุณ : ann - [07:36:57 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 65.24.21.XXX X

ความเห็นที่ 4

สั้นเหมือนกัน ถ้าสั้นมากเขาจะมีเลนส์ยอ คนที่สายตาสั้นมากๆ ลักษณะของเลนส์จะหนาเขาจะแนะนำให้ใช้เลนส์ยอ ลองถามร้านแว่นดู เขาจะให้คำแนะนำตลอด

จากคุณ : มารสาออย - [07:17:14 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 68.224.65.XXX X

ความเห็นที่ 3

สั้นเหมือนกัน100กว่าเอง ยังรำคาญตัวเองเลย

จากคุณ : เฟง - [04:16:39 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 203.113.34.XXX X


ความเห็นที่ 2

สั้นเหมือนกัน100กว่าเอง ยังรำคาญตัวเองเลย

จากคุณ : เฟง - [04:15:53 น. : 11 ส.ค. 2546] : IP 203.113.34.XXX X



ข้อความที่ท่านได้อ่านในเว็บเพจนี้ เกิดจากการเขียนโดยสาธารณชน และตีพิมพ์แบบอัตโนมัติ ผู้ดูแลเว็บไซค์แห่งนี้ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่รับผิดชอบต่อข้อความใดๆ ผู้อ่านจึงควรใช้วิจารณญาณในการกลั่นกรองด้วยตัวเอง และถ้าท่านพบเห็นข้อความใด ที่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรม กรุณาแจ้งมาที่ webmaster@MTHAI.COM เพื่อที่ทีมงานจะได้ดำเนินการทันที ขอขอบพระคุณ

กลับไปบนสุดของหน้า หรือ กลับไปหน้าแรกเอ็มไทย 



Copyright (c) MTHAI.com All rights reserved.

All comments are welcome at webmaster@mthai.com.





>> หน้าแรก -> บันเทิงและดนตรี > กีตาร์

ทำให้ประกาศนี้โดดเด่นกว่าคนอื่นๆ NEW!

:: ข้อมูลประกาศหมายเลข : MU1797573

จำนวนผู้เข้าชม : 203 | ตอบ :

หัวข้อ : ขาย : Fender Custom Shop classic player ผลิตปี 97 สี honey blondy พร้อมกล่องแท้และใบเซอร์

ราคา : 55000 บาท

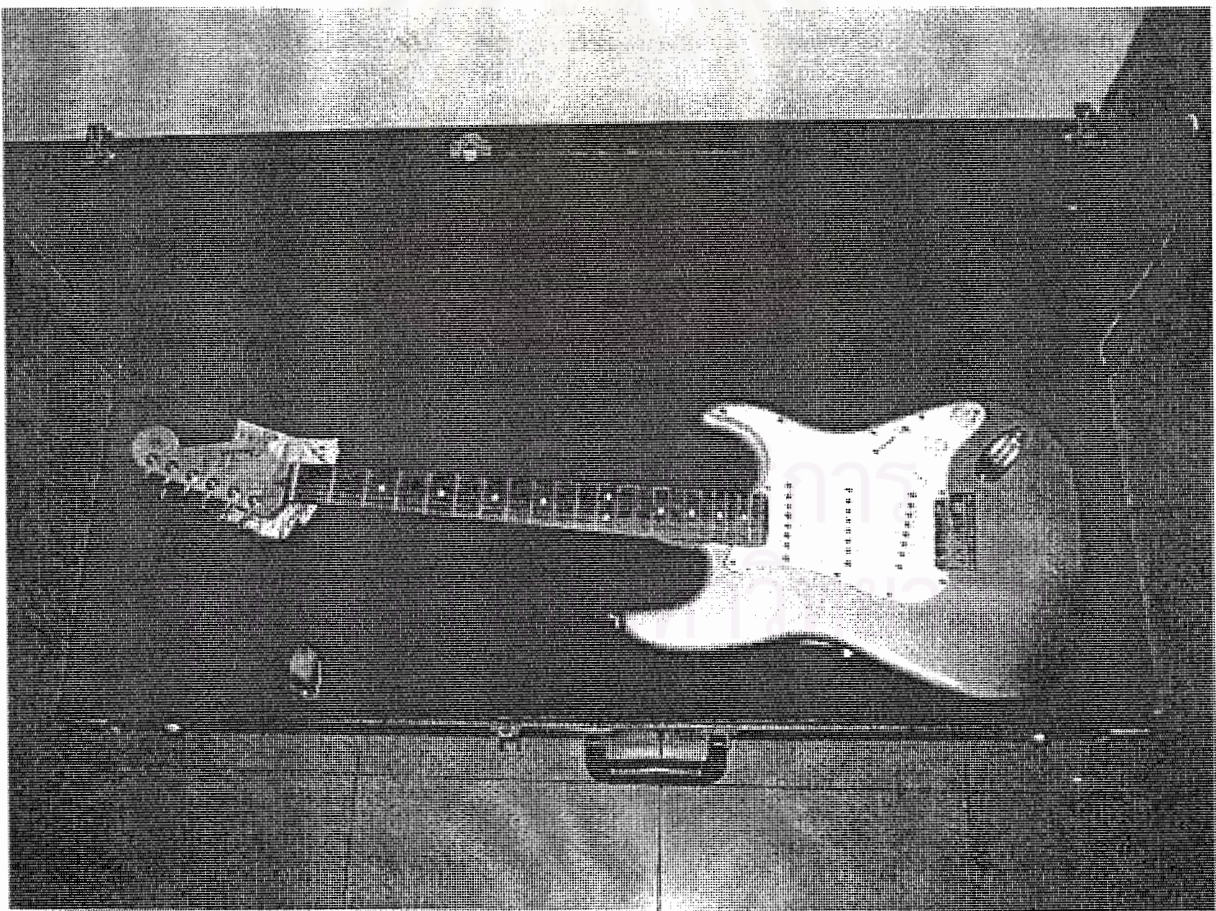
สินค้า : สินค้ามือสอง สภาพ 90%
อายุการใช้งาน : 4 ปี 0 เดือน

รายละเอียด : ขอโทษที่ครบลงรุ่นผิดไป ไม่ใช่ robert cray ครัม เป็นรุ่น custom classic player stratocaster เป็นรุ่นผลิตปี 97 แต่ใบเซอร์ออกในปี 99 อุปกรณ์ครบทุกอย่าง เป็นรุ่นคอแก้ว พร้อมกล่องและใบ certificate

การส่ง : - รับสินค้าที่บ้านหรือทำงาน

สินค้า :




รูปภาพ :





วันลงประกาศ : 7/8/2003 - 14:38 **ปรับปรุงล่าสุด** 8/8/2003


คลิกที่นี่ รับเงินสดทันใจอนุมัติใน 1 ชั่วโมง

แนะนำสินค้ารายการนี้ให้เพื่อนคุณ : E-mail เพื่อนคุณ : ชื่อคุณ :

 Bookmark
  พิมพ์
  แจกจ่ายประกาศ
ไม่เหมาะสม
 เก็บรายการนี้เข้าสู่
รายการส่วนตัว

๓๓๓

ข้อมูลผู้ประกาศ : เป็นสมาชิก !!!  แก้ไขประกาศนี้ |  ลบประกาศนี้


ติดต่อ : ชัย - (0) - (คำดี-ชม) [สินค้าทั้งหมดของเจ้าของประกาศ] [203.107.207.10x]
โทรศัพท์ : (01) 8442988 **มือถือ :** (01) 8442988
Email :  chaiteta@hotmail.com **ICQ :** -
Pager : 1 **FAX :** ()
ที่อยู่ : งามอินทรา กรุงเทพ **จังหวัด :** กรุงเทพมหานคร
ส่ง SMS ฟรี! : 1 - 2 - 3 - 4 - DTAC - GSM

! พบประกาศสินค้าผิดปกติทักหมาย หรือเป็นเท็จ ขอความร่วมมือจากทุกท่านช่วยคลิกแจ้งที่ [แจ้งประกาศไม่เหมาะสม](#) ทางเว็บไซค์จะได้ดำเนินการลบประกาศ เพื่อให้ชุมชนแห่งนี้ น่าอยู่และพัฒนาต่อไปได้ ด้วยความร่วมมือจากทุกท่าน

๓๓๓

๐ RNRWR BY...
ตอบ : ข้างหลังมีตรา custom shop+ลายเซ็นมัธยม ถ้ามีก็อยากได้
จาก : สนใจ

๓๓๓

๐ RNRWR BY...
ตอบ : ขอโทษที่ครับ รุ่นนี้ไม่ใช่ rebert cray ครับ เป็นรุ่น custom classic player ราคาใกล้เคียงกับรุ่น robert cray แต่งานเนียบมาก คอเป็นไม้ meble ปิดหน้าด้วย rosewood เฟรทไม้สีกเลยครับ เพราะเล่นน้อย เงามากกว่า มีคันโยกให้ด้วยครับ เป็นชุดของมันอยู่ในกล่อง
จาก :  ชัย (เจ้าของประกาศ)

๓๓๓

๐ RNRWR BY...
ตอบ : เท่าที่รู้ ด้านหลังของกีตาร์ช่วงคอจะไม่มีอะไรทั้งสิ้น(เรียบๆเป็นโลหะสีเงิน)จากคนที่เคยมี ส่วนช่วงคอปลายด้านหลังต้องมีสัญลักษณ์ ตัววี
จาก :

๓๓๓

๐ RNRWR BY...
ตอบ : เท่าที่รู้ ด้านหลังของกีตาร์ช่วงคอจะไม่มีอะไรทั้งสิ้น(เรียบๆเป็นโลหะสีเงิน)จากคนที่เคยมี ส่วนช่วงคอปลายด้านหลังต้องมีสัญลักษณ์ ตัววี
จาก :

ถ้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือต่อราคาอย่างไรใส่ข้อมูลข้างล่าง

๓๓๓

*ขอความกรุณาใช้คำพูดสุภาพ หากไม่ซื้อ ขอความกรุณาอย่าใช้คำพูดว่ากล่าว หรือโจมตีเจ้าของประกาศนะครับ

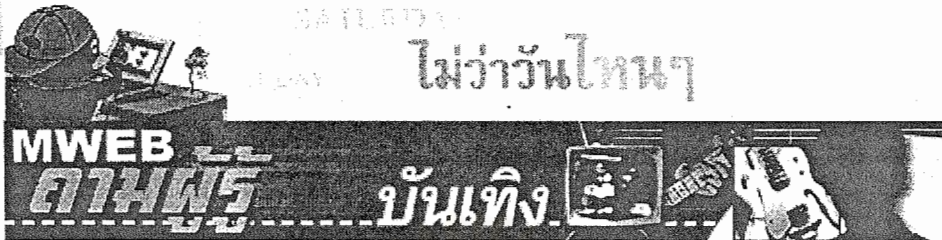
รายละเอียด :
ตอบโดยคุณ :
E-mail : เดือนทาง mail เมื่อมีคนมาตอบ
ICQ :



รักแม่รักพี่น้อง
 เว็บไซต์ชวนแม่และลูกร่วมงานกิจกรรมพิเศษ
 อบอุ่นตลอดทั้งเดือน

ค้นหาในเอ็มเว็บ

- หน้าแรก
- ▶ ข่าว
- ▶ กีฬา
- ▶ บันเทิง
- ▶ เกมส์
- ▶ วิทยุเรียน
- ▶ วันว่าง
- ▶ ผู้หญิง
- ▶ มุมเด็ก
- ▶ เทคโนโลยี
- ▶ ห้องเที่ยว
- ▶ ยานยนต์
- ▶ บ้าน
- ▶ ถามผู้รู้
- ▶ ชิงรางวัล



ถามผู้รู้เรื่อง : กีฬา | ผู้หญิง | บันเทิง | ไอที | การศึกษา | เพศศึกษา | กฎหมาย | ครอบครัว | สัตว์เลี้ยง |

MWEB ถามผู้รู้ > ถามผู้รู้เรื่องบันเทิง > ภาพยนตร์ > บันเทิง > นันทขว้าง สิริสุนทร
 ภาพยนตร์ โดย นันทขว้าง สิริสุนทร

ค้นหาคำถามที่ต้องการ

ค้นหา >>

วันจันทร์ที่

▶ สมาชิกเอ็ม

UNLIMITED INTERNET ACCESS
599 บาท

เข้าสู่ระบบ

ชื่อ:

รหัส:

สมัคร 5 สส.
นโยบายฯ
ข้อตกลงฯ
หากคุณสื

วัฒนธรรมหนังเกาหลี

นันทขว้าง สิริสุนทร
 [29 กรกฎาคม , 2002]

คำถาม : หนึ่งเกาหลีที่รักเข้ามาฉายในบ้านเรา โดยรายได้เกินหน้าเกินตาหนังไทย เลยอยากให้คุณแนะนำผู้ชมชาวไทย ว่าเมื่อเขาจะดูหนังเกาหลีสักเรื่อง เขาควรจะสังเกตวัฒนธรรมหรือสไตส์ ที่ซ่อนอยู่ในหนังเกาหลีบ้าง

คำตอบ : อันนั้นแล้วแต่คนครับ แต่ถ้าดูและสังเกตด้วยคงจะดี อย่างเช่น ผู้หญิงในชนชั้นกลางมักมีซู, เข็มสักริมมากในหนังเกาหลียุคใหม่ หรือทำไมชื่อหนังเกาหลีจะต้องเกี่ยวข้องกับ ชื่อของวันเดือนปี หรือฤดูกาล ความจริงโครงสร้างของหนังเกาหลีก็คล้ายเรื่องราวของเอเชีย ที่มีภูมิความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและเรียบง่าย ผมว่าไม่เกินสองปีนี้ หนังเกาหลีก็จะดังไป

<< ย้อนกลับ

▶ ถามผู้รู้เรื่อง บันเทิงท่านอื่น



ภาพยนตร์ นันทขว้าง สิริสุนทร
 นักวิจารณ์ภาพยนตร์

ถามผู้รู้ เรื่องอื่นๆ

เอ็มเว็บ ประเทศไทย และเว็บโซตในเครือ

เนื้อหา	ชุมชนออนไลน์	บริการ	ชื่อ-ขายสินค้า	พัฒนาเว็บไซต์	ข่าว
หน้าแรกเอ็มเว็บ	Sanook.com	หาเพื่อนรัก	สนุก! ซอฟต์แวร์	ธุรกิจ SME	M-V
ข่าว	มือถือ	หาเพื่อนคุย	สนุก! 1900	องค์กรใหญ่-ภาครัฐ	M-V
กีฬา	กล่องดิจิตอล	ไดอารี่	สารบัญเว็บไทย	บ้านและที่ดิน	Sar
บันเทิง	เกมส์	Chat	สนุก! ดาวโหลด	ตกแต่ง-ก่อสร้าง	Inte
ยานยนต์	วิทยุเรียน	เว็บบอร์ด	สังฆการี		
บ้าน	ข่าวสั้น	สนุก! คลับ	เล่นเกม		
ห้องเที่ยว			สมัครสมาชิกฟรี		



ภาคผนวก ค.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แบบสอบถาม
พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทศนคดี และการใช้ประโยชน์ จากบริการ
กระดานข่าว
ผ่านระบบเว็ลด์ไวต์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**

<<คำชี้แจง>>

- >> แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตรพัฒนการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- >> แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน 3 หน้าเว็บเพจ กรุณาดอบข้อมูลตามจริงเพื่อประโยชน์ในการศึกษา และเพื่อประโยชน์ในการรับของรางวัลของตนเอง
- >> ข้อมูลส่วนบุคคลต่างๆ ที่ถูกใช้ในแบบสอบถามชุดนี้ จะใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้นและทางเราจะเก็บไว้เป็นความลับ
- >> ผู้โชคดี 32 ท่านที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์ จะได้รับของรางวัลดังต่อไปนี้

1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
 2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
 3. Mousepad 20 รางวัล
- **จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่าน
ทางอีเมล**

>> หากมีข้อสงสัยประการใดกรุณาติดต่อ 0-9686-6172 หรือ pommae69@hotmail.com

****หมายเหตุ** "กระดานข่าว" ในแบบสอบถามชุดนี้ = เว็บบอร์ด (Webboard)**

ตอนที่ 1 : ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร
โปรดให้ข้อมูลตามจริง เพื่อประโยชน์ในการรับของรางวัล

ชื่อ - นามสกุล:	<input style="width: 95%;" type="text"/>
อีเมล:	<input style="width: 95%;" type="text"/> **กรุณาตรวจสอบ-หากได้รับรางวัลทางเราจะแจ้งไปยังอีเมลนี้**
ที่อยู่:	<input style="width: 95%;" type="text"/>
จังหวัด:	กรุงเทพมหานคร <input style="width: 20px;" type="text"/>
เพศ:	<input type="radio"/> ชาย <input type="radio"/> หญิง

อายุ:	<input type="text"/>
อาชีพ:	<input type="radio"/> นักเรียน <input type="radio"/> นิสิต/นักศึกษา <input type="radio"/> พนักงานบริษัท <input type="radio"/> รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ <input type="radio"/> อื่นๆโปรดระบุ
	<input type="text"/>

Continue >>



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการสื่อสารในการใช้กระดานข่าว
กรุณาเลือกคำตอบ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

- โดยเฉลี่ยแล้ว ท่านใช้บริการกระดานข่าวบ่อยครั้งเพียงใด
 - 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์
 - 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
 - 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
 - 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
 - นานกว่านั้น
- ในการใช้แต่ละครั้งท่านใช้เป็นเวลานานเท่าใด
 - มากกว่า 60 นาที
 - 46-60 นาที
 - 31-45 นาที
 - 15-30 นาที
 - น้อยกว่า 15 นาที
- สถานที่ใดที่ท่านมักใช้คอมพิวเตอร์เพื่อใช้บริการกระดานข่าวบ่อยครั้งที่สุด
 - บ้าน
 - ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต
 - โรงเรียน/มหาวิทยาลัย
 - อื่นๆ โปรดระบุ _____
 - ที่ทำงาน
- เว็บไซต์ประเภทใดที่ท่านนิยมเข้าไปใช้บริการกระดานข่าว (โปรดเลือกเพียงคำตอบเดียว)
 - บันเทิง
 - การศึกษา
 - ข่าวสาร
 - ธุรกิจ
 - การเมือง
 - สาธารณสุข
 - อื่นๆ โปรดระบุ _____
- เว็บไซต์ที่ท่านใช้บริการกระดานข่าวบ่อยที่สุด (โปรดระบุเพียงเว็บไซต์เดียว) _____ ตัวอย่าง(www.yourwebsite.com)
- เมื่อท่านใช้บริการกระดานข่าวท่านมักจะทำอย่างไร (โปรดเลือกสิ่งที่ทำมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว)
 - เข้าไปอ่านกระทู้เพียงอย่างเดียว
 - เข้าไปตั้งกระทู้ใหม่
 - เข้าไปอ่านกระทู้ของผู้อื่นแล้วเขียนโต้ตอบกับกระทู้นั้นๆ
 - เข้าไปอ่านกระทู้เขียนโต้ตอบกับกระทู้อื่นๆและตั้งกระทู้ใหม่

continue >>

11111111111111111111

ตอนที่ 3 : ทศนคดีที่มีต่อกระดานข่าว
 กรณีสื่อเครื่องหมาย x ในข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายละเอียด	โปรดเลือก
1.กระดานข่าวทำให้ท่านแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
2. กระดานข่าวเป็นบริการที่มีประโยชน์สำหรับท่าน	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
3. การใช้กระดานข่าวทำให้ท่านเสียเวลา	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
4. ข้อมูลที่ปรากฏในกระดานข่าวเป็นข้อมูล ที่เชื่อถือไม่ได้	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
5. เมื่อท่านมีปัญหา ท่านคิดว่ากระดาน ข่าว เป็นทางออกที่ดีทางหนึ่ง	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
6. การใช้กระดานข่าวเป็นเพียงกระแส ความนิยม อย่างหนึ่ง	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
7. กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่เปิดช่อง ทางให้ คนใส่ร้ายหรือกลั่นแกล้งกัน	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
8. กระดานข่าวเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คน เรา กล้าแสดงความคิดเห็นมากขึ้น	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
9. ข้อมูลข่าวสารในกระดานข่าวมีคุณค่า ต่อท่าน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
10. ขั้นตอนในการใช้กระดานขาวนั้นยุ่ง ยากและ ไม่สะดวกในการใช้บริการ	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>

ตอนที่ 4 : การใช้ประโยชน์จากบริการกระดานข่าว
 กรณีสื่อข้อความที่ตรงตามการใช้ประโยชน์ของท่าน

รายละเอียด	โปรดเลือก
1. ใช้ค้นคว้าหาข้อมูลประกอบการเรียน	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
2. เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
3. ใช้เพื่อประกาศในเชิงพาณิชย์ เช่น	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>

โฆษณาขายสินค้า หรือบริการ	
4. ใช้เพื่อเสนอความคิดเห็นของตนเองให้ผู้อื่นได้รับทราบ	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
5. ใช้สอบถามข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
6. เพื่อพูดคุยในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักกัน	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
7. เพื่อประกาศหาคู่ หรือเพื่อน	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
8. ใช้เพื่อขอคำปรึกษาทางการศึกษา	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
9. ใช้ประกาศ หรือแนะนำเว็บไซต์ให้คนอื่นเข้าไปดู	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
10. ใช้เพื่อรับทราบความคิดเห็นของคนอื่น ต่อประเด็นที่ตนเองสนใจ	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
11. เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>
12. ใช้เป็นที่หาความบันเทิง	<input type="text" value="โปรดเลือก"/>

Finish

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ผู้โชคดี 32 ท่านที่ตอบแบบสอบถามชุดนี้ จะได้รับรางวัลดังต่อไปนี้

<< ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล >>

<< ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล >>

<< Mousepad 20 รางวัล >>

****จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546****

**** ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล****

หากมีข้อสงสัยประการใดกรุณาติดต่อ 0-9686-6172 หรือ
pommae69@hotmail.com



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ Office of Information Technology

หน้าแรก English

ข้อมูลสำนัก

ความเป็นมา
ฐานะของหน่วยงาน
ผังการบริหาร
ขอบเขตภารกิจ
ผู้บริหารและบุคลากร

ข่าวสารและประวัติ
โครงสร้างเครือข่าย CUNET
การเชื่อมโยงเครือข่าย
โครงการใช้ firewall
เครือข่าย CANDO
Blocked IP Address

ผลิตภัณฑ์งานเครือข่าย

ปริมาณการรับส่งข้อมูลในเครือข่าย

สถิติการใช้โมเด็ม

เอกสารแผน ICT

แผนพัฒนาฯ จุฬาลงกรณ์ฯ ฉบับที่ 9
แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ

จุฬาลงกรณ์ฯ
แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสารของประเทศไทย

แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสาร ทบวงมหาวิทยาลัย

ร่างแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสาร จุฬาลงกรณ์ฯ
แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสาร จุฬาลงกรณ์ฯ (ฉบับปรับปรุง) NEW!

- ข่าว
 - ๙ ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา "พฤติกรรมการใช้สื่อสาร ทัศนคติและการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" [26 Jun 2003] NEW!
 - ๙ คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะจัดเสวนาทางวิชาการ เรื่อง "ชาติ...จะเป็นอย่างไร อยู่ที่ครอบครัวไทยยุค 2003" [26 Jun 2003] NEW!
 - ๙ ประกาศรายชื่อผู้สอบผ่านข้อเขียนและมีสิทธิ์สอบสัมภาษณ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่สำนักงาน(ธุรการ) และ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์(ระบบคอมพิวเตอร์) [26 Jun 2003] NEW!
 - ๙ ศูนย์ยุโรปศึกษาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะจัดงานเสวนาอาศรมความคิด หรือ Europe Talk Forum II ครั้งที่ 7(2002 - 2003) [24 Jun 2003] NEW!
 - ๙ มัณฑลพิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความประสงค์จะรับสมัครงาน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่สำนักงาน(การเงิน) P7 [23 Jun 2003]
 - ๙ ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์สอบ ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่สำนักงาน(ธุรการ) และ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์(ระบบคอมพิวเตอร์) [20 Jun 2003]
- >> มีต่อ...

- คู่มือใช้งานเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์ฯ (ไฟล์ pdf/ ไฟล์ zip)
- การใช้โปรแกรม Microsoft Outlook Express 5.x
- การใช้โปรแกรม Netscape Messenger 4.x
- การอัปเดต Internet Explorer เวอร์ชันเก่าให้เป็นเวอร์ชัน 6
- การเชื่อมต่อกับ CUNET
- การอ่านเมล
- การเปลี่ยนรหัสผ่าน
- การใช้ ftp
- การใช้โปรแกรม pine บนยูนิกซ์
- การใช้โปรแกรม Eudora Light
- ทิปสำหรับการใช้เว็บเมล NEW!

- แบบฟอร์มสำหรับขอใช้ CUNET
- หมายเลขโทรศัพท์สำหรับติดต่อ CUNET
- การป้องกันจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อันไม่พึงประสงค์
- ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ internet2

บุคลากร (Student)

เปลี่ยนรหัส
สารบัญโฮต
ตรวจสอบ
แจ้งปัญหา
โมเด็ม NEW!
CUNET ส
CUNET ส
อื่นๆ

ข่าว
สมัครงาน
เว็บบอร์ด
ถาม - ตอบ
สถานีถ่าย

สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ชั้น 4 อาคารจามจรี 3 ถนนพญาไท ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ : 0-2218-3314
โทรสาร : 0-2218-3338
คำแนะนำ : webmaster@it.chula.ac.th
คำถาม : help@chula.ac.th

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา "พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา "พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตรพัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เข้าไปที่ <http://www.pommae.net>

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะจัดเสวนาทางวิชาการ เรื่อง "ชาติ...จะเป็นอย่างไร อยู่ที่ครอบครัวไทยยุค 2003"

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะจัดเสวนาทางวิชาการ เรื่อง "ชาติ...จะเป็นอย่างไร อยู่ที่ครอบครัวไทยยุค 2003" ในวันที่ 4 กรกฎาคม 2546 เวลา 13.00 น. ณ ห้อง 105 อาคารมหาจุฬาลงกรณ์ ขอเชิญผู้สนใจเข้าร่วมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร 0-2218-9925

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความประสงค์จะรับสมัครงานตำแหน่งเจ้าหน้าที่สำนักงาน(การเงิน) P7

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความประสงค์จะรับสมัครบุคคลเพื่อสอบคัดเลือกพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนวิชาการ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่สำนักงาน(การเงิน) P7 อัตราเงินเดือน 7,600 บาท จำนวน 1 อัตรา โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

คุณสมบัติเฉพาะตำแหน่ง เจ้าหน้าที่สำนักงาน (การเงิน) P7

- ผู้สมัครจะต้องมีคุณสมบัติทั่วไปตามความในมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย
- มีคุณวุฒิปริญญาตรี ทางการเงิน การบัญชี บริหารธุรกิจ
- มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ได้ดี

หลักฐานที่ใช้ในการรับสมัคร

- รูปถ่ายหน้าตรง จำนวน 3 รูป
- สำเนาทะเบียนบ้านและบัตรประจำตัวประชาชน พร้อมฉบับจริง
- สำเนาใบเปลี่ยนชื่อ นามสกุล (ถ้ามี) พร้อมฉบับจริง
- สำเนาหลักฐานวุฒิการศึกษา พร้อมฉบับจริง
- สำเนาใบผ่านการเกณฑ์ทหาร (ถ้ามี) พร้อมฉบับจริง

วิธีการสอบ

- ทดสอบความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่ 100 คะแนน
- ทดสอบความรู้ทั่วไป 100 คะแนน
- สัมภาษณ์ 100 คะแนน

ผู้ประสงค์จะสมัครให้แสดงความจำนงและยื่นใบสมัครด้วยตนเองที่บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งแต่วันที่ 23 มิถุนายน 2546 ถึงวันที่ 11 กรกฎาคม 2546

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รับสมัครผู้ออกแบบอิสระ

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รับสมัครผู้ออกแบบอิสระเพื่อจัดทำปกหนังสือ(ปกหน้า,ปกหลัง,สันปกและที่คั่นหนังสือ) ของสำนักพิมพ์ฯ

ผู้สนใจส่งใบสมัครพร้อมสำเนาตัวอย่างผลงาน มายัง สำนักพิมพ์แห่งจุฬาฯ โทร. 02-218-3269 หรือ สอบถามทาง E-mail: cupress@chula.ac.th สามารถดาวน์โหลดแบบใบสมัครงานที่ <http://www.CUpress.chula.ac.th> หรือสมัครด้วยตนเองที่ ชั้น3 อาคารจามจุรี 3 เวลาราชการ

สายงานพัฒนาบุคลากรจะจัดดำเนินการโครงการเพื่อพัฒนาด้านการบริหารจัดการหลักสูตร พัฒนาผู้บริหารมหาวิทยาลัย ระดับกลาง รุ่นที่ 6 (1/2546)



Home | Music | Movies | Stars | Fashion | Sex | E-learning | EO mobile | Service
 Community : eo city | e-card | chatroom | board | i can do | games | wallpapers | screen saver | horoscope

EO citizen :: login USERNAME PASSWORD SIGN UP FORGET PASSWORD

GUESTBOOK: อยากเป็นนักร้องดังเลยครั้น โดย ท้อป

Message

Name

SEND

COMMUNITY

eo star

eo WebBk

*******ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับชั่วโมงอินเทอร์เน็ทฟรี!*****

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

<http://www.pommae.net>

พร้อมลุ้นรับรางวัล

1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ท 50 ชม. 2 รางวัล
2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ท 10 ชม. 10 รางวัล
3. Mousepad 20 รางวัล

****จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล****

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตรพัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<http://www.pommae.net>

pommae69@hotmail.com (16 มิ.ย. 2003 08:50:57)
 E-mail : pommae69@hotmail.com
 ICQ :

หน้าที่ : ดั่งกระทั่ใหม่



ad here [x]

INSIDE :: [v]

BROWSE CHANNEL >> [Select your C

Board

- Main Page
- Business & Finance
- Classified
- Computers & Game
- Entertainment
- Health
- Jobs Opportunities
- Lifestyle
- Member Board
- Mobile & IT
- Motor
- Romance & Love
- SMS2You
- Sports & Recreations
- Stock Game discussion
- Student
- Travel
- USC2002
- Women

Community : \ Entertainment

Date : 13/6/2546 22:10

Subject : **ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!**
 Author : pommae69@hotmail.com

ORIGINAL MESSAGES :

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทักษะคนคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

<http://www.pommae.net>

พร้อมลุ้นรับรางวัล

1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
3. Mousepad 20 รางวัล

จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล

>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเวศพัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<http://www.pommae.net>

: <<reply to this message>>

Sort by : Old [Ne

ค้นพบทั้งหมด 0 แสดง 0 ถึง 0

Go to Page

POST MESSAGE

Subject : **ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับ ชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!**

From : [input]

Email : [input]

Chat

Non Member Room

Select [v]

Nickname

[input]

E-mail

[input]

Characteristic

Select [v]

Text color

Cyan [v]

chat

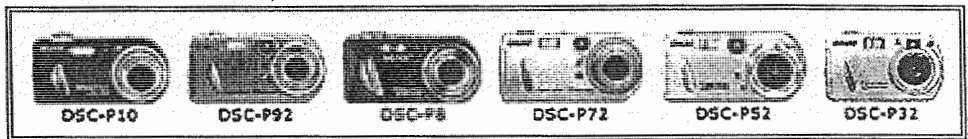
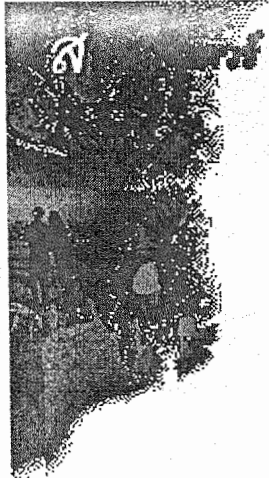
Member

Room

Select [v]

username

[input]



๕ **ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!**

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรม การสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการ กระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

www.pommae.net

พร้อมลุ้นรับรางวัล

- 1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
- 2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
- 3. Mousepad 20 รางวัล

****จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล****

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะ นิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<http://www.pommae.net>

จากคุณ : pommae69@hotmail.com - [19 มิ.ย. 46 11:39:31 A:202.183.231.162 X:]







:: Knowledge :: Entertain :: HotTutor :: Fashion :: TutorCenter ::
:: Board :: DekChat :: MSNhall :: ICQhall :: SchoolBoard :: member ::



• หมวด : useful • เลขที่ : 92575 • เข้าชม 1 คน • ตอบ 0 คน • ส่งหน้านี้ให้เพื่อน • แจ้งลบกระทู้นี้
ค้นหา กระทู้ที่มีคำที่ต้องการใน Dek-D Board นี้ :

ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถาม พร้อมลุ้นรับชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!	เจ้าของกระทู้ ลบกระทู้ที่ X
<p>ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา</p> <p>"พฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเวปไซต์ ไรต์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"</p> <p>เข้าไปที่.....</p> <p>www.pommae.net</p> <p>พร้อมลุ้นรับรางวัล</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล 2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล 3. Mousepad 20 รางวัล <p>**จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล**</p> <p><<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>></p> <p>หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>http://www.pommae.net</p>	
<p> จาก : pommae69@hotmail.com [IP : 202.183.231.162] Email : pommae69@hotmail.com วันพุธที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2546-- [เวลา 16:25:40 น.]</p>	
<p>ขอความกรุณาเข้าชมตัวอย่างเด็กดี กดโพสข้อความ ที่อาจทำให้เกิดการทะเลาะวิวาทในกระทู้นี้ด้วยครับ [webmaster Dek-D] :)</p>	

 <p>เรื่องสนุก Dek-D.com Entertain</p>	<p>รวมเรื่องสั้น เรื่องสนุกๆ ของทุกคน</p>
--	---



พื้นที่ปลอดภัย : สนทนาด้านความรัก, อภินิหาร, รักแหว

ยินดีต้อนรับ ผู้มาเยือน (เข้าสู่ระบบ | สมัครเป็นสมาชิก)

หัวข้อที่มีคนโพสถามและตอบวันนี้

teenee รู้จักกันให้มากกว่านี้ GO!
teenee ++Xchange Zone++ GO!



เคล็ดลับหุ่นดีอยู่ที่นี่

xchange->Xchange : แลกเปลี่ยนความเห็น นานา
ทัศนะ->Love

ระบบช่วยเหลือ | ค้นหา | รายชื่อสมาชิก | ปฏิทิน



« กระทู้เก่า | กระทู้ใหม่ »

ติดตามกระทู้ | ส่งต่อกระทู้โดย E-mail

หัวข้อ **ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับซี,

pommae69@hotmail.com โพสต์เมื่อ: Jun 25 2003, 04:46 PM

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

Unregistered

"พฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ใ
ในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

www.pommae.net

พร้อมลุ้นรับรางวัล

- 1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
3. Mousepad 20 รางวัล

จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
พัฒนนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



****ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!**
**

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัย รุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

www.pommae.net

พร้อมลุ้นรับรางวัล

1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
3. Mousepad 20 รางวัล

****จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล****

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตร์ พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<http://www.pommae.net>

ชวนคุยโดย : pommae69@hotmail.com เมื่อ : 25มิ.ย.-16:54

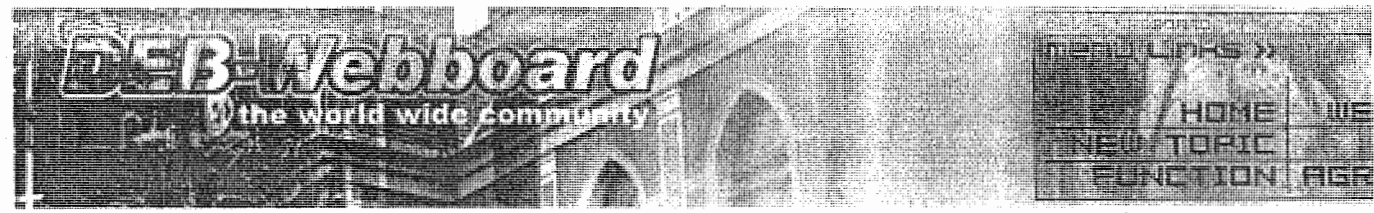


สยามสแควร์ ชอย 1 จะคุยอะไร เชิญพิมพ์ตามสบายเลยจ๊ะ
ชื่อ,เมลล์ หรือ ICQ #:
ข้อความ:

Tip: สำหรับภาษาไทย เว้นวรรคบ่อยๆ จะช่วยให้ข้อความของคุณตัดคำได้ดีขึ้น.


ส่งข้อความ

ลบข้อความ



วันพฤหัสบดีที่ 26 มิถุนายน 2546

" **พืทำ Thesis อยู่ครับ เชิญน้องๆตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับข้าวโมงอินเทอร์เน็ทฟรี!! "**

<p># 0 - pommae69@hotmail.com</p> 	<p>ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา</p> <p>"พฤติกรรมกลรสื่อสาร ทศนคตติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุนใน เขตกรงเทพมหานคร"</p> <p>เข้าไปที่.....</p> <p>www.pommae.net</p> <p>พร้อมลุ้นรับรางวัล</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ข้าวโมงอินเทอร์เน็ท 50 ชม. 2 รางวัล 2. ข้าวโมงอินเทอร์เน็ท 10 ชม. 10 รางวัล 3. Mousepad 20 รางวัล <p>**จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคคดีผ่าน ทางอีเมล์**</p> <p><<ขอขอมคุณทุกท่นที่กรรณาสละเวลาให้ความสนใจ>></p> <p>หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการท่ววิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตรพัฒนาการคณะนิเทศศาสตรจุฬาลงกรณมมหาวิทยาลัย</p> <p>http://www.pommae.net</p> <hr/> <p>วันที่ 26 มิ.ย. 2003 - เวลา 11:01:22 ip - 202.183.231.162</p>
---	---

ชื่อผู้โพสต ::	<input type="text"/>	*
e - mail ::	<input type="text"/>	
icq ::	<input type="text"/>	
รหัสรูป ::	<input type="text"/>	- [รหัสรูป] -

Benjarachanusorn Forums.

pommae

**หัวข้อ : **ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับ
ชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!****

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบ
เว็ลด์ไวด์เว็บ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

www.pommae.net

พร้อมลุ้นรับรางวัล

1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
3. Mousepad 20 รางวัล

****จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล****

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับ
บัณฑิตศึกษา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<http://www.pommae.net>

วันที่ 26 ธ.ค. 2546 [16:52:04] [202.183.231.162]

แจ้ง
ลบ

ออกความคิดเห็นได้ที่นี่

ชื่อ

email

icq

ข้อความ

ตกลง

ลบเขียนใหม่





HOME RULES MEMBER ZONE

SEARCH

REGISTER

สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก : โพสต์รูป, รูปแบบตัวอักษร, ไอคอน, bookmark, ค้นหาข้อความ ฯลฯ

"**ทำ Thesis อยู่ครับเชิญตอบแบบสอบถามพร้อมลุ้นรับชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!!**"



ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็บบอร์ดของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

www.pommae.net

พร้อมลุ้นรับรางวัล

- 1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
- 2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
- 3. Mousepad 20 รางวัล

จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

http://www.pommae.net

26 มิ.ย. 46 / 16:52

pommae : pommae69@f

view 0 : discuss 0 : rating - : bookmarked 0

202.

Name :

E-mail :

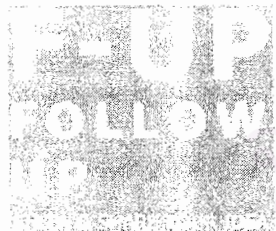
ICQ :

Comments :

Action :

Submit

Clear





SHOPPING ONLINE	HOME	INTERNATIONAL MUSIC	THAI MUSIC	VCD	DVD
ARTIST INDEX	NEW RELEASE	BEST SELLERS	SHOP LOCATION	HOW TO ORDER	WEBBOARD



SHOPPING ONLINE	HOME	INTERNATIONAL MUSIC	THAI MUSIC	VCD
Artists Index New Release Advance Order Best Sellers Shop Locations How To				

โปรดใช้กระดานแสดงความคิดเห็น(Web Message Board)
 เพื่อถามหรือตั้งประเด็นตามหัวข้อต่างๆ ที่เหมาะสมด้วยครับ

**ทำ Thesis อยู่ครับเชิญ ตอนแบบสอบถามพร้อมลุ้น รับชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรี!! **

ขอเชิญร่วมทำแบบสอบถามเพื่อการศึกษา

"พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทศนคดี และการใช้ประโยชน์ จากบริการกระดานข่าว ผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ
 ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร"

เข้าไปที่.....

<http://www.pommae.net>

- พร้อมลุ้นรับรางวัล
1. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 50 ชม. 2 รางวัล
 2. ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต 10 ชม. 10 รางวัล
 3. Mousepad 20 รางวัล
- **จับรางวัลวันที่ 1 กันยายน 2546 ประกาศผลผู้โชคดีผ่านทางอีเมล**

<<ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความสนใจ>>

หมายเหตุ - แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา นิเทศ
 ศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<http://www.pommae.net>
 จากคุณ : (pommae69@hotmail.com) pommae69@hotmail.com 6/16/2003 4:11:00 PM

Answer

ฐานข้อมูล kae - ตาราง questionnaire

แสดงระเบียนที่ 0 - 30 (362 ทั้งหมด)

SQL-query : [แก้ไข]

SELECT * FROM `questionnaire` LIMIT 0, 30

แสดง	30	แถว	เริ่มจากแถวที่	30	> ต่อไป	>> ท้ายสุด	Full Texts
id	fullname	email	address	province	gender	ag	
แก้ไข ลบ 1	nipon	nipon@yellowpages.co.th	TESTTEST	1	male	2	
แก้ไข ลบ 2	pommae	pommae@yahoo.com	asdfsafdf	1	male	2	
แก้ไข ลบ 3	อานนท์ ครอบงกุล	Krongnawakul@hotmail.com	15/101 งาม 22 บางกะปิ กรุงเทพ	1	male	2	
แก้ไข ลบ 4	จิตราวดี บุบผาชื่น	jittawadee_b@hotmail.com	22 ซอย กรุงเทพฯ- นนท์ 44 ถ. กรุงเทพฯ - นนท์ บางซื่อ...	1	female	2	
แก้ไข ลบ 5	ปรีชา คุณธรรมสถิต	preecha_k@rs.co.th	39/133 ม.โอบุชิต1 โชคชัย4 ลาดพร้าว ลาดพร้าว	1	male	2	
แก้ไข ลบ 6	เวทิต ทองจันทร์	veththo@siam.th.edu	55/3 หมู่ 6 คลอง ขวาง ภาษีเจริญ	1	male	3	
แก้ไข ลบ 7	หมากบ สวนน้ำผึ้ง	hjio@hotmail.com	25 bangkok	1	male	8	
แก้ไข ลบ 8	กรงทอง นาคอ่อน	krongthong_n@hotmail.com	กรุงเทพฯ	1	female	2	
แก้ไข ลบ 9	สุโรจน์ จารรัตน์พงศ์	bkk_man@yahoo.com	34/8 ซ.อาทิตย์ ถ.ว ฒากาศ บางค้อ จอมทอง	1	male	3	
แก้ไข ลบ 10	ศภวุฒิ	maxpay@thaimail.com	152/25 ม.2 ด.ช้าง เผือก อ.เมือง	14	male	2	
แก้ไข ลบ 11	ยุพดี บุรณชवाल	yupadee@boa.co.th	83/29 Nongkhaem, Petchkasem Road, Bangkok 10160	1	female	3	
แก้ไข ลบ 12	Amon Viriyayootpan	amonity@thaimail.com	99/272 Rama II Bangkhunthien Samaedum BKK 10150	1	male	2	
แก้ไข ลบ 13	Narongrit Liangraksa	narongritl@hotmail.com	1/4 M.2 Ngiu rai Nakhonchaisri	19	male	2	

แก้ไข	ลบ	14	ghj	dfgdf@sdfsdf.com	jghjghj	1	male	1
แก้ไข	ลบ	15	สมพล ผลจรง	toni@cneweb.de	51 หมู่ 6 ต.ป่าระกา อ.ปากพนัง	22	male	2
แก้ไข	ลบ	16	บรรพต วังวล	norimakis@hotmail.com	191 หมู่ 2 ต.นางแล อ.เมือง จ.เชียงราย 57100	13	male	3
แก้ไข	ลบ	17	Pariya Y.	pariyay@egat.or.th	-	24	female	2
แก้ไข	ลบ	18	เด่นภากร อੰนมงคล ดวงศ์	denpakorn@hotmail.com	88/25 ถ.เพชรเกษม บางหว้า ภาษีเจริญ	1	male	2
แก้ไข	ลบ	19	จิรนนท์ อนะมาน	daniel006@hotmail.com	56/3 ถ.ชยางกูร ข อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000	42	female	1
แก้ไข	ลบ	20	ชลันดา หวังดี	au-ake@chaiyo.com	210 หมู่ 4 ต.บางซื่อ อ.บางซื่อ จ. กทม.10800	1	female	1
แก้ไข	ลบ	21	พัฒน์นรี ศิริจาวรงค์	yamyam_n@thaimail.com	638 ถ.รังสิตนครนา ยก64 ต.ประชาธิปัต ย์ อ.ธัญบุรี...	28	female	2
แก้ไข	ลบ	22	เทพพิทักษ์ มุสิก รัตน์	tep_it6@maildozy.com	หอพักนิเวศน์ ถนน ประชาอุทิศ 26 แขวงบางมด เขตทุ่ง คร...	1	male	2
แก้ไข	ลบ	23	jk	gsa@hotmail.com	gk	1	male	2
แก้ไข	ลบ	24	มัทนา ประสาท	oilja2000@yahoo.com	1/112 ถ.สุเทพ ต.สุ เทพ อ.เมือง	14	female	2
แก้ไข	ลบ	25	อัญญารัตน์ วงศ์ไชย	ooy.aun@chaiyo.com	291/1 ถนนลำปาง- เด่นชัย หมู่ 2 ตำบล พิชัย อำเภอเมือง	52	female	2
แก้ไข	ลบ	26	ตันสกุล จอมดวง	tonsgun@chaiyo.com	107/368ม.5ด. หนองผึ้งอ.สารภีจ. เชียงใหม่	14	male	1
แก้ไข	ลบ	27	Sasiporn Rattanapuchapong	sasiporn_lovely@yahoo.com	709/40 Soi onnut7/1 Sukhumwit77Road	1	female	2
แก้ไข	ลบ	28	ปพจน์ ด่านชัยนาม	topat22@hotmail.com	ลาดพร้าว	1	male	2
แก้ไข	ลบ	29	rrrr	ommae@iiaa.com	adfadsfdsaf	1	male	44
แก้ไข	ลบ	30	Lod	200llkkk@hotmail.com	12	1	male	4

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นาย ประเมศวร์ รัมย์ยากูร เกิดเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2522 จบการศึกษาจากคณะมนุษยศาสตร์ เอกภาษาเพื่ออาชีพ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เมื่อปีพ.ศ. 2543 ก่อนจะมาศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการเมื่อปี พ.ศ. 2545 ปัจจุบันทำงานอยู่ที่เว็บไซต์ YellowPages.co.th บริษัทเทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด ตำแหน่ง Web Editor



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย