

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน ผู้วิจัยได้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน และได้ทำการศึกษาเอกสารทั้งในด้านการวรรณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบ และแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไต้หวัน โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางที่มีการติดต่อสื่อสารกันในลักษณะการสื่อสารแบบสอดทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต เป็นต้น โครงสร้างของสื่อสังคมออนไลน์ (พรณวดี ลัคนะวิสุต, 2557) ประกอบด้วยโนด (Node) ที่เชื่อมต่อกัน โดยแต่ละโนด (Node) ที่เชื่อมโยงกันอาจมีความสัมพันธ์กับโนด (Node) อื่นๆ ด้วย โดยประเภทของความสัมพันธ์อาจมีประเภทเดียวหรือมากกว่านั้น เช่น ค่านิยม วิสัยทัศน์ความคิด เพื่อน ญาติ หรือเว็บลิงค์การค้า ซึ่งแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. สร้างและประกาศตัวตน ใช้สำหรับผู้ใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนผ่านการเขียนบทความขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถเผยแพร่เรื่องราวของตนเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

- 1.1 รูปแบบบล็อก (Blog) มาจากคำว่า "Web" รวมกับคำว่า "Log" เป็นเสมือนที่เก็บบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูล

- 1.2 รูปแบบไมโครบล็อก ให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความสั้นๆ ผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการ และสามารถส่งข้อความนั้นๆ ไปยังโทรศัพท์มือถือได้ เช่น ทวิตเตอร์

2. สร้างและประกาศผลงาน สำหรับผู้ใช้ที่ต้องการนำเสนอผลงานของตนเองได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยเป็นเว็บไซต์ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรีที่จัดโชว์ผลงานของตนเองทั้งในแบบ รูปภาพ เพลง ภาพเคลื่อนไหว

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน

4. เวทีทำงานร่วมกัน

5. ประสบการณ์เสมือนจริง

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างเครื่องของผู้ใช้งานด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและตรงถึงผู้ใช้งานได้ทันที

วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ และคณะ (2554) ได้เสนอว่าสื่อสังคมออนไลน์แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. สื่อสังคมออนไลน์แบบกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ เป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่คอยกระตุ้นให้ผู้ใช้ร่วมกันสร้างข้อมูล เนื้อหาต่างๆ ขึ้นมา เช่น วิกิพีเดีย

2. สื่อสังคมออนไลน์แบบบล็อกเป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถเขียนบอกเรื่องราวความรู้สึกของตนเองลงไปได้ เช่น เว็บบล็อก

3. สื่อสังคมออนไลน์แบบรวบรวมเนื้อหา เป็นเว็บไซต์ที่มีไว้สำหรับแบ่งปันเนื้อหาต่างๆ ระหว่างผู้ใช้ด้วยกันเองไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือไฟล์เพื่อนำเสนองานต่างๆ เช่น ยูทูบ สไลด์แชร์

4. สื่อสังคมออนไลน์แบบชุมชนออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติข้อมูลของตนเองและเข้ามาอยู่ร่วมกัน มีการลงข้อความรูปภาพ วิดีโอ เช่น เฟซบุ๊ก

5. สื่อสังคมออนไลน์แบบเกมในโลกเสมือนจริง เป็นเกม 3 มิติ ที่ผู้ใช้จะต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครในเกม และสามารถติดต่อพูดคุยกับผู้เล่นคนอื่นได้

6. สื่อสังคมออนไลน์แบบแบบสังคมในโลกเสมือนจริง เป็นเกม 3 มิติ โดยผู้ใช้จะต้องเปิดเผยตัวตนในรูปแบบตนจำลอง ที่ผู้ใช้สามารถเลือก รูปร่าง ท่าทาง การแสดงออก การแต่งกาย เช่น เซคันด์ไลฟ์

ถึงแม้ว่าจะมีการแบ่งโครงสร้างหรือการแบ่งประเภทที่แตกต่างกัน แต่ภาพรวมแล้วมีความใกล้เคียงกัน ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์กันของผู้ใช้งานในสังคมออนไลน์แต่ละประเภทนั้นๆ ซึ่งจะมีบางอย่างที่เหมือนกัน เช่น ความชอบ กิจกรรม หรือมีบางอย่างที่เกี่ยวข้องกัน เช่น อาชีพ หรือครอบครัว

การสื่อสารเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญ เนื่องจากมนุษย์ใช้การสื่อสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน แต่มนุษย์มีความแตกต่างกันทั้งด้านกายภาพ สถานภาพทางสังคม และขอบเขตประสบการณ์ของผู้สื่อสาร ปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้ล้วนส่งผลเกิดเป็นพฤติกรรมในการสื่อสาร ที่อาจทำให้การสื่อสารระหว่างกันไม่เป็นไปด้วยความราบรื่นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และอาจเป็นปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดด้านการสื่อสาร และแนวคิดด้านพฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมการสื่อสารมีความสำคัญและเป็นกลไกหลักในการดำเนินชีวิตของบุคคลที่จำเป็นและจะขาดเสียไม่ได้

พฤติกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และพฤติกรรมการสื่อสารที่เกิดจากการเรียนรู้ พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่แสดงออกมาส่วนใหญ่พบทั้งในทุกระดับการสื่อสาร หรือทุกประเภทของการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารได้สะท้อนหรือแสดงให้เห็นผ่าน การทำงานร่วมกันเป็นทีม การประสานงาน การให้บริการ และการบริหารคน หรือในการพัฒนาระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ของบุคลากรก็ตาม หากเราจะศึกษาถึงการพัฒนาคอนที่ผ่าน ๆ มาคงไม่ปฏิเสธไม่ได้ว่าในทุกกิจกรรมโดยส่วนใหญ่ ของการทำงานของเราต้องอาศัยการสื่อสารติดต่อสัมพันธ์เพื่อให้ได้งานตามเป้าหมายที่ต้องการ โดยเฉพาะผู้ที่ มีหน้าที่เป็น “หัวหน้างาน (คน)” ซึ่งต้องตระหนักถึงความสำคัญและ มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะการสื่อสารที่ถูกต้องและใช้ อย่างเหมาะสม รวมทั้งสามารถปรับและพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารของตนเองให้ สามารถคัดคน สอนคน รักษาคน และพัฒนาคนเพื่อให้สามารถทำงาน ได้ตามที่พึงประสงค์ เพื่อนำไปสู่การ พัฒนาคณะและองค์การแบบยั่งยืน ซึ่งเรื่องหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ “พฤติกรรมการสื่อสาร” (พิชญา ประครอง ใจ, 2558)

พฤติกรรมการสื่อสารจึงเป็นเสมือน “จุดอ่อนในปมด้อย” ของการสื่อสารได้เหมือนกัน ทั้งที่รู้ตัวและ อาจไม่รู้ตัวดังนั้น พฤติกรรมการสื่อสารจึงถือเป็นคุณภาพของการสื่อสาร สำหรับคู่สื่อสารเป็นเครื่องมือขึ้น พื้นฐานที่จำเป็นและสำคัญมากสำหรับการสื่อสารทุกประเภท และทุกระดับ หากบุคคลได้รับการฝึกปฏิบัติ และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยเสริมสร้างทักษะการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น

1.1 ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมกรรมสื่อสาร มาจากคำว่า "พฤติกรรม" และ "การสื่อสาร" ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เนื่องจากได้กล่าวถึงความหมายของ "การสื่อสาร" ไว้โดยละเอียดแล้วในบทที่ 1 ในที่นี้จะขอหยิบยกริชาของคำว่า "พฤติกรรม" บางส่วนมา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหมายที่แท้จริงของคำว่า "พฤติกรรม" ในแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ เสียก่อน

- พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อสมอง อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์และสัตว์ย่อมจะแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน

- พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ของร่างกายที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการทางจิตซึ่งถูกจูงใจด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ

- พฤติกรรม หมายถึง กิริยาของสิ่งมีชีวิตในทุกรูปแบบที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้น ทั้งสิ่งเร้าที่อยู่ภายในและภายนอกร่างกาย เพื่อเป็นไปอย่างเหมาะสมในการอยู่รอดของชีวิต

- พฤติกรรม เกิดจากการประสานงานกันระหว่างระบบประสาท ระบบกล้ามเนื้อ และระบบต่อม (ลักขณา ศรีวัฒน์, 2540: 16 - 17)

แมคคอนเนล (McConnell) ระบุว่า นิยามของคำว่า "พฤติกรรม" มาจากมุมมอง 3 ด้านคือ 1) มุมมองทางชีววิทยา (biological viewpoint) ซึ่งเป็นการศึกษาว่าระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์อย่างไรบ้าง 2) จิตวิทยาภายในบุคคล (intra-psychic viewpoint) ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่าจิตภายในบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม และ 3) พฤติกรรมทางสังคม (social/behavioral viewpoint) ซึ่งไม่คำนึงถึงปัจจัยทางชีวภาพ และจิตวิทยาภายใน แต่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นสำคัญ นอกจากนี้ เขายังได้กล่าวว่ามีมุมมองทั้ง 3 นี้ ไม่สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมมนุษย์แบบแยกส่วน หากต้องนำมาใช้อธิบายแบบองค์รวม (holistic approach) เนื่องจากชีววิทยา จิตวิทยา และ พฤติกรรมทางสังคม เป็นองค์ประกอบหลักที่ใช้อธิบายพฤติกรรมมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด (McConnell, 1983: 10-13)

หากนำแนวคิดของแมคคอนเนล มาพิจารณาต่อแล้ว จะเห็นว่าการศึกษาเรื่องพฤติกรรมมนุษย์มีที่มาจากทฤษฎีหลัก 5 ทฤษฎี ที่สะท้อนให้เห็นแนวคิดจาก 5 แนวทาง ได้แก่ ทฤษฎีพันธุศาสตร์ (genetic theories) ทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theories) ทฤษฎีความเข้าใจ (cognitive theories) ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (psychoanalytic theories) และทฤษฎีบทบาท (role theories)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ (Social Network)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากเนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลายของคนทั่วโลกที่สามารถเชื่อมถึงกันและมีปฏิสัมพันธ์กันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์จึงเข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารหรือผู้บริโภค

2.2.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อข้อมูล สารสนเทศ ภาพ มัลติมีเดีย หรือสื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ช่องทางประเภทของสื่อสังคมออนไลน์การติดต่อแบบสามารถโต้ตอบหรือแบ่งปันสื่อร่วมกันผ่านอินเทอร์เน็ต หรือระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ บุคคลทั่วไปสามารถสื่อสาร นำเสนอ แบ่งปันและเผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณะ โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟนทำให้เกิดเครือข่ายสังคมขึ้นจากการติดต่อร่วมกันของบุคคลทั่วโลก

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้บัญญัติคำว่า "Social Media" ไว้ว่า "สื่อสังคม" หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ให้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สื่อเหล่านี้เป็นของบริษัทต่างๆ ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของตน

อรรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง (2533) กล่าวว่าสื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อดิจิทัล หรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของระบบเว็บ หรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อทำให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวกันได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกันในสังคมมนุษย์ เช่น การติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันความรู้ และการจัดการความรู้ เป็นต้น

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (2554) สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และ โปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User generated Content) ในรูปของข้อมูลภาพ และเสียง

อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล (2554) กล่าวว่า "Social Media" คือสื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในทุกกลุ่ม การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในโซเชียลเน็ตเวิร์ค คือ รู้จักเรียนรู้ รับฟังและเสนอข้อมูลได้ตรงความต้องการ มีความจริงใจและระบบเทคโนโลยีรองรับเพื่อการต่อยอดสู่การบริหารด้านอื่นๆ ขององค์กร ได้อย่างต่อเนื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์” มาจากคำว่าว่า Social Network ซึ่งเป็นเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่อันประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จำนวนมากเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกัน โดยคำว่า "เครือข่าย" หมายถึง

1. การที่มีคอมพิวเตอร์ตั้งแต่ 2 เครื่องขึ้นไป เชื่อมต่อเข้าด้วยกันด้วยสายเคเบิลทางตรง) หรือสายโทรศัพท์ (ทางอ้อม)
2. มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์
3. มีการถ่ายเทข้อมูลระหว่างกัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกันภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้นอินเทอร์เน็ต จึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลกทุกสาขาวิชา ทุกด้าน ทั้งบันเทิงและวิชาการ ตลอดจนการประกอบธุรกิจต่าง ๆ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) หมายถึง เว็บไซต์เชื่อมโยงผู้คนเข้าไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามารู้จักกัน มีการให้บริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายสำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวบทความ รูปภาพ ผลงานเป็นที่พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือความสนใจร่วมกัน รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ ตามความสนใจของแต่ละบุคคล โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ได้แก่

1. ประเภทแหล่งข้อมูลให้ความรู้ (Data/ Knowledge) เช่น Wilia
2. ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม (Community) เช่น Facebook, Twitter
3. ประเภทสื่อ (Media) เช่น YouTube
4. ประเภทเกมออนไลน์ (Online Game) เช่น Raknarok, PANGYA
5. ประเภทฝากภาพ (Photo Management) เช่น Multiply
6. ประเภทซื้อขาย (Business/ Commerce) เช่น eBay ฯลฯ

วิรัชญา ใจสม (2560) ได้ให้เหตุผลสำคัญที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมแพร่หลาย

1. การสื่อสารในสังคมออนไลน์ไม่จำกัดระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต่างระบบปฏิบัติการกันก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ผู้ใช้ยังสามารถมีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างอิสระยังสามารถสร้างกลุ่มความสนใจขึ้นได้เองอีกด้วย

2. การสื่อสารในสังคมออนไลน์ไม่จำกัดรูปแบบของข้อมูล ซึ่งมีได้ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความอย่างเดียว หรืออาจมีภาพประกอบ รวมไปถึงข้อมูลชนิดมัลติมีเดียทั้งภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงประกอบด้วย

จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายสังคมผ่านอุปกรณ์ที่การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารที่ผลิตเนื้อหาสารขึ้นเอง หรือส่งต่อเนื้อหา (Content Sharing) เช่น line, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram , WhatsApp, DLTV, Wiilan ทฤษฎี กฎ กติกา , เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google , เว็บไซต์ E-mail , G-mail เป็นต้น

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

ลักษณะของสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารสองทาง การเข้าถึงในวงกว้างสื่อออนไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับสารและเผยแพร่ต่อได้ เชื่อมโยงข้อมูลได้จำนวนมาก ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์มีลักษณะแยกชิ้นส่วน หากผู้รับสารไม่เข้าใจและไม่สามารถประกอบรวมได้อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้ แต่ถ้าประกอบรวมได้จะมีประโยชน์ในการสื่อสารรอบด้าน สื่อออนไลน์เอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มความคิดนำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่ม สื่อออนไลน์มีความสามารถในการประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่ง ทำให้บทบาทของ User-generated Content สำคัญ สื่อออนไลน์มีลักษณะส่งเสริมการรวมกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ สื่อออนไลน์ยังทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบริมิคซ์ คือการเลือกเนื้อหามาคัดแปลง ตัดต่อ ประกอบสร้างใหม่ โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหานั้น เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดลักษณะของการสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ ซึ่ง Deuze (2003) อธิบายว่าการใช้สื่อออนไลน์ต้องเลือกตัดสินใจการใช้สื่อที่แตกต่างให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะนำเสนอและมีความเป็นมัลติมีเดีย (Multimedia) ต้องคำนึงถึงถึงช่องทางเครื่องมือที่จะทำให้เกิดการโต้ตอบกับผู้รับสารและมีเครื่องมือให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารในรูปแบบที่ต้องการได้ (Interactivity) และต้องคำนึงถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารไปสู่ประเด็นหรือฐานข้อมูลอื่นๆ ผ่าน Hyperlink (Hyper textuality) เช่นเดียวกับ Skoler (2009) ที่อธิบายว่าสื่อสังคมเป็นเรื่องของการแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้กับผู้อื่น ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และการรับฟังความเห็นของผู้อื่น การสร้างความสัมพันธ์ และการรวบรวมความรู้มาจากแหล่งที่หลากหลาย รวมถึงมาจากประสบการณ์โดยตรง ดังนั้น การปรับตัวของคนสื่อก็คือต้องเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่าง "สื่อมวลชน" กับ "ชุมชนออนไลน์" ให้ได้ ทำได้ทั้งตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของการสนทนาร่วมกับชุมชนออนไลน์ เช่น การเขียน blog ร่วมใน Forum, Web Board อัปเดตข้อมูลผ่าน Twitter สร้างเครือข่ายผ่าน Social Network ต่างๆ และการขยายเครือข่ายเช่นนี้ จะมีประโยชน์ทำให้ มิติ ในการเข้าถึงข้อมูล และการมองหาประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่องานสื่อสารมวลชนทำได้กว้างและหลากหลายมากขึ้น ประเด็นในมิตินี้ การศึกษาที่สำคัญคือการดูรูปแบบกระบวนการที่สื่อมวลชนสื่อสาร "ข้ามสื่อ" รวมถึงจริยธรรมและมาตรฐานทางวิชาชีพเมื่อต้องทำข่าวข้ามสื่อในขณะที่ยังสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สื่อที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีลักษณะสร้างให้ผู้ใช้เกิดการแลกเปลี่ยน พูดคุยกันระหว่างผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลด้วยตัวเอง แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น โดยมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยสื่อสังคมมีลักษณะสำคัญ คือ การมีส่วนร่วม

ร่วม (Participation) คือเป็นช่องทางสนับสนุนให้เกิดการให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผู้สื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งผู้ส่งสารและรับสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง การเปิดกว้าง (Openness) คือการเปิดพื้นที่ให้มีการแสดงตัวตน ความเห็น ความรู้สึกอย่างเปิดเผยต่อสาธารณะ และเปิดพื้นที่ให้มีการตอบโต้ ปฏิสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง การสร้างบทสนทนา (Conversation) สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ของการสนทนาและแลกเปลี่ยนเรื่องต่างๆ ระหว่างคนที่อยู่ในเครือข่ายการสื่อสารเดียวกัน การสนทนาจะเกิดขึ้นจากการต้องการข้อมูล ข่าวสารหรือมีความคิด ความเห็นและความชอบใกล้เคียงกันและต้องการแลกเปลี่ยนกับอีกฝ่าย ซึ่งการสนทนานี้ เมื่อเกิดเป็นกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องแบ่งปันให้ผู้อื่นทั้งในและนอกเครือข่ายได้รับรู้ ทำให้เกิดการรวมตัวเป็นชุมชนออนไลน์ (Community) ขึ้น ซึ่งจุดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ประการนี้ ก่อรูปแบบของการสื่อสารการเมืองรูปแบบใหม่บนสื่อออนไลน์

จากแนวคิดข้างต้น สะท้อนลักษณะสำคัญของสื่อออนไลน์ในเรื่องของความเร็ว การเป็นเครือข่ายการเชื่อมโยงข้อมูลจำนวนมาก การปฏิสัมพันธ์ และการสร้างพื้นที่การนำเสนอข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นเพื่อการสื่อสารได้สองทางมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์การสื่อสารบนสื่อออนไลน์ต้องทำการศึกษาในส่วนของแพลตฟอร์มหรือช่องทางที่มีการใช้งานเพื่อสื่อสาร กระบวนการและรูปแบบของการสื่อสาร เนื้อหาในการสื่อสาร และอิทธิพลของการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ที่มีต่อความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมในประเด็นต่าง ๆ

2.2.3 คุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีคุณสมบัติหรือลักษณะดังนี้

1. เป็นสื่อที่ต่างจากสื่อเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) หรือกระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Comm) หรือการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (Many-to-Many)
2. สะดวกต่อการพกพา (Compactable), รวดเร็ว (Speed of Communication) ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries) และเป็นดิจิทัล (Digitalization)
3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอย่างไร้พรมแดน
4. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวสารเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ (Talk of the Town) ทำได้ง่ายขึ้นโดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing)

2.2.4 องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์

องค์ประกอบของสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังนี้

1. ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านจอภาพ ภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ได้แก่

ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพหนึ่งภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพเป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้

ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความหรือจุดอื่นๆ ได้

2. เสียง ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอจะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดีทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ชมมากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง ดังนั้นเสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านทางไมโครโฟน, แผ่นซีดี, ดีวีดี, เทป และวิทยุ

3. ภาพนิ่ง เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งกว่าข้อความหรือตัวอักษรซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

4. ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทาง ซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5. วิดีโอ เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพ ต่อวินาที (Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 วินาที อาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินขนาดและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ลดลงนั่นเอง

2.2.5 ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์

1. สื่อสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสนทนาที่มีผู้เข้าร่วมได้ทีละหลายคน สามารถโต้ตอบกันได้ทันที ช่วยลดการผูกขาดการแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียวของสื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นปรากฏการณ์เชิงบวกที่เปิดโอกาสให้พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมต่อประเด็นสาธารณะต่างๆ ในสังคม

2. เป็นช่องทางที่ประหยัด สะดวก และรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างและต่อยอดความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่มีประโยชน์จนเกิดเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดอ้อม เช่น Wikipedia และเว็บบอร์ดต่างๆ

3. เป็นช่องทางในการระดมทุน ความคิดเห็น หรือทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาสังคมด้านใดด้านหนึ่ง

4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ภาพถ่าย บทความ วิดีโอต่างๆ ทั้งที่เป็นสาระประโยชน์และความบันเทิง ช่วยสร้างผลงานและรายได้แก่ตนเองและครอบครัว

5. เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบเร่งด่วนและ ไม่เร่งด่วน เช่น แจ้งจุดเกิดอุบัติเหตุ, แจ้งเตือนภัยธรรมชาติ, ขอรับบริจาคโลหิต, ตำแหน่งงานว่าง เป็นต้น

6. เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

7. สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนที่สะดวกต่อการพกพาช่วยคลายเครียดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากการสนทนากับเพื่อน และการเปิดรับความบันเทิงต่างๆ ได้

2.2.6 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานในปัจจุบันแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) หมายถึง การสร้างกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มสังคม (Social Community) เอาไว้ติดต่อพูดคุยและอัปเดตข่าวสารของกันและกัน อาจแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่

1.1 Social Networking หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม เพื่อให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนความสนใจข่าวสาร หรือกิจกรรมของกันและกัน รวมถึงเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนะและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันทั้งด้านสังคม, สิ่งแวดล้อม, ธุรกิจ, การเมือง การศึกษา ความบันเทิง ตัวอย่างของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เช่น Facebook, YouTube, Instagram , DLTV, ทูปลูกปัญญา , เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google , เว็บไซต์ E-mail G-mail เป็นต้น

1.2 Micro Blog หรือที่เรียกกันว่า "บล็อกจ๊ว" เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดของข้อความที่เขียน ผู้ใช้สามารถเขียนข้อความได้สั้นๆ ประมาณครั้งละ 240 ตัวอักษร ที่เรียกว่า "status" หรือ "notice" เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ เช่น Twitter เป็นต้น

2. การสนทนาออนไลน์ หรือแชท (Chat) หมายถึง การพิมพ์ข้อความโต้ตอบกันไปตามในลักษณะประโยคต่อประโยค ปัจจุบันนอกจากการพิมพ์ข้อความ ยังสามารถพูดคุยแบบเห็นหน้าและได้ยินเสียง โปรแกรมแชทที่เป็นที่นิยม เช่น Line, WeChat, และ WhatsApp เป็นต้น

3. การแสดงความคิดเห็นหรือพูดคุยผ่านกระดานข่าว หรือเว็บบอร์ด (web board) หมายถึง การโพสต์กระทู้หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ลงบนเว็บไซต์ในรูปแบบของเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนะในเรื่องที่สนใจ เช่น สินค้าหรือบริการ ประเด็นข่าว ประเด็นสาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา หรือประเด็นฮอตฮิตของสังคมในขณะนั้น เว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม เช่น Pantip, Epinions เป็นต้น

4. การแบ่งปันภาพ แฟ้มข้อมูล หรือวิดีโอ (Media Sharing) หมายถึง การอัปโหลด (Upload) รูปภาพ แฟ้มข้อมูล หรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับสมาชิก หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์ทั้งหนัง เพลง ละคร และรายการสาระและบันเทิงอื่นๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและตามเวลาที่คนสะดวก ไม่ถูกจำกัดด้วยผังรายการเหมือนสื่อวิทยุโทรทัศน์ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่เป็น media sharing เช่น Youtube, Multiply เป็นต้น

5. การแบ่งปันทัศนะผ่านบทความหรือบันทึกส่วนตัวในบล็อก (Blogs/WeBlogs) หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถด้านต่างๆ เผยแพร่ความรู้ผ่านบทความหรือบันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่นๆ เข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress และ Blogger เป็นต้น

6. การสืบค้นข้อมูล (Search) หมายถึง การเรียกดูข้อมูลจากเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การศึกษา ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google, เว็บไซต์ E-mail G-mail เป็นต้น

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

2.3.1 ความหมายของการรับรู้

กนิฐทิพ ศรีสมรัตน์ (2561) ได้ให้ความหมายของ การรับรู้ ว่าเป็นกระบวนการตีความที่ผ่านประสาทสัมผัสใดๆ โดยตรง การสัมผัสรู้ อันเป็นการรู้ที่เกิดจากการได้รับความรู้สึกเข้ามาทางประสาทสัมผัสเกิดเป็นความเข้าใจหรือความรู้สึกภายในของบุคคลกล่าวว่ากระบวนการเลือกสรรการรับรู้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อ คือ การที่ผู้บริโภคลือกรับข้อมูลข่าวสาร เช่น ผู้บริโภคอาจเลือกดูโฆษณาสินค้าที่น่าสนใจจากโทรทัศน์หรือสื่ออื่นๆ
2. การเลือกสนใจ คือ จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคลือกรับความสนใจไปที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งและไม่สนใจต่อสิ่งเร้าอื่นๆ
3. การเลือกตีความเข้าใจ คือ ว่าเมื่อผู้บริโภคลือกรับสนใจที่จะรับรู้ข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็จะได้ความตามความเข้าใจ ความเชื่อ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งอาจจะไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารได้

นวลอนงค์ ผานัด (2556) กล่าวว่าคุณค่าที่รับรู้ หมายถึงการประเมินโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะรับรู้ในมูลค่าจากการส่งออกและผลประโยชน์ และรับรู้ในต้นทุน

Chen, Hsiao & Wu (2018) ได้อธิบายว่า การรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยพื้นฐานของการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้ยอมรับว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน

Ooi & Tan (2016) ได้ให้นิยามการรับรู้ประโยชน์ หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ด้วยการแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกิจกรรมหรือการทำงานให้ดีขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ปิยา แดงเดช (2557) การรับรู้ประโยชน์ ประกอบด้วย การรับรู้ด้านสังคม การรับรู้ด้านจิตใจอารมณ์ และ การรับรู้ทางด้านการเงิน หมายถึงความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่จะมีผลต่อการประเมินสิ่งที่ได้รับว่ามีประโยชน์มากน้อยแค่ไหน และจะนำไปสู่การตัดสินใจว่าสินค้า หรือบริการนั้น มีประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่

กัลยา เขียวเปลื้อง (2563) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส โดยเริ่มต้นจากการไขว่คว้าสัมผัสสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมองแล้วจึงแปลความหมาย ในขั้นแปลความหมายนี้จะใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นพื้นฐานในการแปลความหมาย ดังนี้

1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับค้ำที่ผู้ใช้เชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้

2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึงระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

3. ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน

ศุภรางค์ จันทรมะ (2559) ได้ให้อธิบายว่า ทัศนคติ คือความเชื่อที่คงทนที่มนุษย์เรียนรู้มาเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง เป็นการรวมตัวของความเชื่อที่ตั้งเป็นระบบคงทนซึ่งก่อให้เกิดเห็นว่าทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่รวมตัวกันจากความเชื่อเป็นกลุ่มจนกระทั่งมีความมั่นคงและเป็นระบบ

สุพรรณษา บุญพาพันธ์ (2561) ได้อธิบายว่าทัศนคติว่าเป็นความรู้สึกและความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งกันได้ทั้งทางบวกและทางลบ เช่น ความชอบ ไม่ชอบ ข้อคิดเห็น ความหวาดกลัว ความเชื่อมั่นที่มีต่อเรื่องหนึ่งเรื่องใด โดยทัศนคติจะแสดงออกผ่านทางความคิดเห็น (Opinion) ดังนั้นจึงถือได้ว่าความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงทัศนคติ

ธนัญชนก เบญจสี (2563) ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านอารมณ์ความรู้สึก หมายถึง ปฏิกริยาทางอารมณ์และความรู้สึกของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังเป็นความปรารถนาของนักศึกษาที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็ได้ โดยมีต้นเหตุมาจากความสนใจและความพึงพอใจต่อการขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งความท้าทายซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของนักศึกษาเกี่ยวกับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับมาจากประสบการณ์ในอดีตผสมผสานกับข้อมูลกับแหล่งอื่นๆ เช่น ครอบครัวเพื่อน รวมทั้งกลุ่มอ้างอิง เป็นต้น จนกลายเป็นความเชื่อ ซึ่งความเชื่อนี้อาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง จริงหรือไม่จริงก็ได้เป็นเพียงแค่ความเชื่อของนักศึกษาแต่ละคนเท่านั้น กล่าวคือ หากนักศึกษาเชื่อว่าการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและมีทักษะในการขายสินค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถสร้างความสำเร็จให้แก่นักศึกษาได้ในอนาคต ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะทำให้ให้นักศึกษาพัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการได้ในอนาคต

3. ด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มการแสดงออก หมายถึง วิธีที่นักศึกษาจะตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ โดยจะแสดงให้เห็นถึงความเต็มใจของนักศึกษาต่อแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในอนาคตหลังสำเร็จการศึกษา ตลอดจนความเต็มใจที่จะยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในอนาคต

นภาพร ภูบุบผา (2562) ได้ให้ความหมายของทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีว่าเป็นผลรวมของความรู้สึกรู้สึกหรือความคิด ซึ่งบุคคลจะแสดงออกผ่านความคิดเห็น เช่น ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งความคิดของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือเทคโนโลยีหนึ่งเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลหนึ่งมีการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความเสี่ยง จึงทำให้บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีและส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้เทคโนโลยีต่อไป

2.3.2 การรับรู้ของคนเจนเนอเรชั่นแซด

คนเจนเนอเรชั่นแซด คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุระหว่าง 16--24 ปี เยาวชนกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่จะมากำหนดเทรนด์ในอนาคตกำลังอยู่ในวัยที่เจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่และออกไปสำรวจโลกกว้างทำให้มีการคาดเดาเกี่ยวกับคน Gen Z และพฤติกรรมของคนรุ่นนี้ ตลอดจนมุมมองต่อเรื่องต่างๆ ในโลกที่เชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น และการเดินทางเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิมข้อมูลเรื่องแบ่ง แตกต่างกัน เรายึดหลักของ มหาวิทยาลัยมหิดล ถิ่นเอา ช่วงหลัง พ.ศ. 2543 (ค.ศ. 2000) เป็นจุดเริ่มของช่วงวัยนี้เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาพร้อม Digital และ Social Network แม้ Gen Y และ Gen Z จะเป็นพวกที่มีช่วงอายุที่ติดกัน เจเนอเรชั่น Z หรือ Gen Z หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี 2540 2555 และมีอายุระหว่าง 9-24 ปี ซึ่งในปี พ.ศ. 2564 นี้ พวกเขา กำลังจะกลายเป็นประชากรกลุ่มค่อนข้างใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน โดยปัจจุบันจำนวนประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นประมาณ ร้อยละ 24 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และจะกลายมาเป็นผู้บริโภคหลักต่อไปดังนั้นคนในกลุ่ม Gen Z จึงเป็นเจเนอเรชั่นที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก สถาบันวิจัยความเป็นอยู่ อาคิโฮโด อาเซียน หรือ ฮิลล์ อาเซียน (Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN: HILL ASEAN) เอเจนซีโฆษณารายใหญ่จากญี่ปุ่น ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวใน 6 ประเทศอาเซียน โดยพบว่าชาว Gen Z ซึ่งส่วนใหญ่มีพ่อแม่เป็นชาว Gen X เป็นเจเนอเรชั่นที่เกิดมาในยุคโซเชียลมีเดียและอินเทอร์เน็ต พวกเขาได้รับข้อมูลข่าวสารมากมายจากอินเทอร์เน็ต พวกเขาพิจารณาคำพูดและการกระทำของคนในเจเนอเรชั่นก่อน ๆ อย่างเป็นกลาง ใน

มุมมองที่กว้าง พวกเขาต้องการแก้ปัญหาทางสังคมที่อาจเกิดจากคนในเจเนอเรชั่นก่อน ๆ โดยการให้ความสำคัญกับตนเอง ครอบครัว และคนรอบตัวอย่างเท่าเทียมกัน พร้อมร่วมมือกันแก้ปัญหาถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างระหว่างกัน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบ

2.4.1 ความหมายของผลกระทบ

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ครั้งนี้มีผู้ให้ความหมายของผลกระทบไว้ต่าง ๆ ดังนี้

เสถียร เหลืองอร่าม (2527, หน้า 1 อ้างถึงใน อุษา เพชรยิ้ม, 2542) ผลกระทบ หมายถึง ผลประโยชน์และหรือผลเสียที่ยังเกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใด เรื่องหนึ่งโดยตรง

บันลือ สุทธารมณ (2527, หน้า 2 อ้างอิงใน อุษา เพชรยิ้ม, 2542) ผลกระทบ หมายถึง ผลในขั้นมัธยม และผลในขั้นต่อไปของการเปลี่ยนแปลง

ไบรอัน และไวท์ (Bryant & White, 1987, pp. 137-140 อ้างถึงใน สุรเชษฐ์ ตาคำ, 2554) ผลกระทบ หมายถึง ผลที่ตามมาจากผลผลิต เช่น ถ้ามีการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น เป็นผลผลิตของ โครงการผลกระทบ อย่างหนึ่งก็คือ การลดการตายของทารก

อนันต์ เกตุวงศ์ (2532, หน้า 26-27 อ้างถึงใน ปาริชาติ สังขทรัพย์, 2546) ได้ให้ความหมาย ของ ผลกระทบว่า หมายถึง ผลที่ตามมาจากผลงาน หรือผลผลิต หรือผลประโยชน์ในระดับประถม (Primary Effects) ของแผนหรือโครงการ ผลกระทบอาจเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิด ขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และมีใช้กลุ่มเป้าหมายและอนาคต

เมอร์ฟี (Murphy, 1981, p. 253) ผลกระทบเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้เสมอด้วย เหตุผลหลาย ประการโดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลต่อกันของการเปลี่ยนแปลง ระดับประถมศึกษาไปสู่ระดับต่อไป

แสวง รัตนมงคลมาศ (2538, หน้า 16-17 อ้างอิงใน ปาริชาติ สังขทรัพย์, 2546) ได้สรุป ความหมาย ผลกระทบ คือ ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งใน ปัจจุบัน และอนาคต เป็นไปทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและมีใช้ เป้าหมาย หรือผลกระทบต่อ สถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างไรก็ดีเราสามารถแบ่ง ผลกระทบออกเป็นแง่มุมต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมเนื้อหา (Content) สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายรูปแบบ คือ

1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิตและ กระบวนการกระจายสินค้าหรือบริการ เช่น ผลกระทบนโยบายที่มีต่อรายได้ต่อหัวต่อคน

1.2 ผลกระทบทางการเมือง หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการจัดผลประโยชน์ ทางด้าน วัตถุ ตำแหน่ง หน้าที่ และเกียรติยศชื่อเสียง โดยมุ่งที่จะตอบคำถาม “ใครได้ ใครเสีย อะไร เมื่อไร และ อย่างไร”

1.3 ผลกระทบทางการกายภาพ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางวัตถุตามธรรมชาติ หรือ ชีววิทยา เช่น ผลกระทบที่ทำให้เกิดโรคมาเลเรียจากการส่งเสริมการสูบบุหรี่

1.4 ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพนิเวศวิทยาทาง อากาศ น้ำ เสียง และทางเดิน

1.5 ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับวิถีดำเนินชีวิตของราษฎร ในแง่ ของระบบคุณค่าและพฤติกรรมทางสังคม

2. การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมของความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (Reality) เราอาจแบ่งได้เป็น สองประเภท ใหญ่ ๆ คือ ผลกระทบในเชิงภาวะวิสัย (Objective Impact) ซึ่งได้แก่ ผลกระทบที่ เกิดขึ้นโดยไม่ขึ้นอยู่กับ ความรู้สึกนึกคิดของคน เช่น การดำเนินนโยบายคุมกำเนิด จะทำให้สัดส่วน ของผู้สูงอายุสูงขึ้นไม่ว่าใครจะรับรู้ หรือไม่ เช่นนี้ก็จะเกิดขึ้นประเภทหนึ่งคือ ผลกระทบเชิงอัตวิสัย (Subjective Impact) ได้แก่ผลกระทบที่ เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจต่อความเปลี่ยนแปลงที่ เกิดขึ้น ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ความ ขัดแย้ง เป็นต้น

3. การแบ่งตามแง่มุมของทิศทางที่กระทบ (Impact) คือ ผลกระทบโดยตรง (Direction Impact) ผลกระทบทางอ้อม (Indirection Impact)

4. การแบ่งตามแง่มุมของคุณค่า (Value) ของผลกระทบอาจแบ่งได้เป็นผลกระทบใน เชิงบวก (Position Impact) หมายถึง ผลกระทบที่เป็นสิ่งที่พึงปรารถนา และผลกระทบในเชิงลบ (Negative Impact) ได้แก่ ผลกระทบที่ไม่เป็นที่พึงปรารถนา

5. การแบ่งผลกระทบตามช่วงเวลา คือ ผลกระทบในระยะสั้น หมายถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน และผลกระทบระยะยาว หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นในอนาคต

6. การแบ่งผลกระทบตามขอบเขตที่เกิดขึ้น สามารถแบ่งออกได้เป็นผลกระทบที่มีผลในวงกว้าง และผลกระทบที่มีผลในวงแคบ

สรุปได้ว่า ผลกระทบ หมายถึง ผลการเปลี่ยนแปลงผลงานที่คาดว่าจะก่อให้เกิดผลดี หรือ ผลเสียในระยะยาวอย่างไร โดยประโยชน์ที่ลงสู่ประชาชนนั้นประชาชนจะได้รับประโยชน์ อะไรบ้างจากการดำเนินการของโครงการนี้ที่สามารถแสดงผลประโยชน์ต่อสังคม

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

ทฤษฎีทางเศรษฐกิจของฮาร์รอด-โดมาร์ (Harrod-Domar Growth Model)

Harrod-Domar (2540 อ้างถึงใน สุพีรี มหาวงศ์, 2544, หน้า 19) ต่างได้พัฒนา ทฤษฎีหรือแบบจำลอง การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะอธิบายความสัมพันธ์ ระหว่างการเจริญเติบโตในระดับนั้นๆ ทั้งสองมีแนวคิดว่าการลงทุนเป็นหัวใจสำคัญของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ นอกจากจะเพิ่มรายได้แล้วยังมีความสามารถในการผลิตหรือ เพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตของระบบเศรษฐกิจอีกด้วย การรักษาระดับการจ้างงานให้เต็มที่ต้องอาศัยการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทางเศรษฐกิจที่สูงพอที่จะดูดซับเงินออม ซึ่งเป็นการต้องการสำหรับการลงทุนให้เกิดรายได้ในระดับการจ้างงานเต็มที่โดยที่ ฮาร์รอด-โดมาร์ ตั้งข้อสมมุติฐาน ของตัวเองไว้ว่าจะจะเป็นหน่วยงานผลิตอุตสาหกรรมหรือระบบเศรษฐกิจโดยส่วนรวมจะขึ้นอยู่กับจำนวนทุนที่ลงทุนในหน่วยเศรษฐกิจนั้น ๆ

2.4.3 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ

นักวิชาการหลายคนได้กล่าวถึงความสำคัญของผลกระทบด้านเศรษฐกิจไว้พอ ประมวลได้ดังนี้

พัชร โพธิ์หัง (2550, หน้า 10) ผลกระทบที่เป็นตัวเงินที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและ ทางอ้อม ในพื้นที่ซึ่งเป็นผลพลวงมาจากการดำเนินกิจกรรมนิคมอุตสาหกรรม ขยายผลโดยผ่าน กระบวนการทำการของตัววิคูณการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจในวงแคบและกว้างออกไป

สรุปได้ว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่มีต่อชุมชนในเรื่องของ การค้าขาย การสร้างงานสร้างอาชีพใหม่ที่เกิดมาจากการขยายตัวของคอนโดมิเนียมจนทำให้ทำคน ในชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงอาชีพดั้งเดิมในทางบวก

2.4.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบด้านสุขภาพ

สุรเชษฐ์ ตาค ๑ (2554) ผลกระทบทางสุขภาพมักจำแนกลักษณะของผลกระทบ ออกเป็นหลาย ๆ ลักษณะคือ

1. ผลกระทบสุขภาพในแง่บวก (ทำสุขภาพให้ดีขึ้นในด้านหนึ่งหรือหลายด้าน และ แ่ลบผู้ทำให้สุขภาพเสื่อมลงในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน)

2. ผลกระทบทางสุขภาพที่แสดงออกได้ ทั้งในเรื่องของสุขภาพความเป็นอยู่ที่ แ่ลง สภาพจิตใจที่อ่อนล้า ภาวะความแปรปรวนทางจิต ปัญหาอาชญากรรม วิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ไป โรคและความผิดปกติต่าง ๆ ไปจนถึงการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร หรือการเสียชีวิตด้วยเหตุอัน พึงหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. ผลกระทบทางสุขภาพแบบเฉียบพลัน คือ ผลกระทบที่ทำให้สุขภาพเสื่อม ลงในทันที (ได้แก่ การได้รับพิษ) ผลกระทบซ่อนเร้น คือ ผลกระทบที่มีได้แสดงอาการในทันที แต่ อาจมีการสะสมในร่างกายหรือจิตใจเป็นเวลานาน กว่าจะทราบผลกระทบที่ชัดเจน (ได้แก่ การเกิด โรคมะเร็ง ความเครียด)

4. ผลกระทบระยะสั้น ซึ่งสามารถรักษาฟื้นฟูให้หายได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วหรือผลกระทบระยะยาวหรือผลกระทบเรื้อรังซึ่งไม่สามารถบำบัดหรือฟื้นฟูได้ในระยะเวลาอันสั้นหรือไม่อาจฟื้นฟูได้เลย

5. ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) เป็นผลกระทบทางสุขภาพอันเนื่องมาจากการดำเนินนโยบาย แผนงานหรือโครงการโดยตรง โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพทางจิตใจอันเนื่องมาจากความวิตกกังวลในอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้างอาคารสูงขนาดใหญ่ ผลกระทบลักษณะนี้มักง่ายต่อการที่จะวิเคราะห์เชิงปริมาณและการติดตามเฝ้าระวังเพราะตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องน้อย

6. ผลกระทบทางอ้อม (Undirect Impact) เป็นผลกระทบที่มีได้เกิดขึ้นกับสุขภาพโดยตรงแต่เกิดขึ้นมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านสุขภาพในที่สุดได้แก่ ผลกระทบต่อสุขภาพที่แย่งเนื่องจากความวิตกกังวลเกี่ยวกับการดำรงชีวิตภายหลังจากที่ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมลงจากการดำเนินโครงการหรือผลกระทบทางสุขภาพจิตที่ดีขึ้น อันเนื่องจากการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นการประเมินผลกระทบลักษณะนี้ค่อนข้างยากในการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพราะมีปัจจัยประกอบมากจึงจำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (เช่น การสังเกตโดยตรง กรณีศึกษา) เพื่ออธิบายให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ

7. ผลกระทบสะสม (Cumulative Impact) เป็นผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่สะสมจากการดำเนินนโยบาย แผนงานและโครงการต่าง ๆ ในพื้นที่เดียวกันหรือในกลุ่มประชากรเดียวกันซึ่งบางครั้งทำให้ผลกระทบทางสุขภาพรุนแรงเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้ใน การประเมินผลกระทบทางสุขภาพในแต่ละพื้นที่ของการก่อสร้างอาคารสูงการประเมินผลกระทบสะสมจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลพื้นฐาน (รวมถึงสภาพแวดล้อมและโครงสร้างเศรษฐกิจสังคม) ของพื้นที่หรือประชากรแต่ละกลุ่มเป็นอย่างดี ตลอดจนต้องสามารถ มองทะลุไปสู่ความเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่น่าจะเกิดขึ้นแม้ว่าความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะอยู่นอกเหนือขอบเขตของการก่อสร้างอาคารสูงก็ตาม

2.4.5 ผลกระทบด้านสังคม

สังคมสมัยใหม่หรือสังคมเมืองความสัมพันธ์จะเป็นแบบทุติยภูมิ คือ มีความสัมพันธ์แบบฉาบฉวยไม่สนใจในตัวบุคคลความสนิทสนมรักใคร่จริงใจต่อกันก็มีน้อย คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตน ขนาดครอบครัว ในสังคมแบบดั้งเดิมและชาวนาจะมีสมาชิกของครอบครัวทั้ง 2 แบบ คือ ครอบครัวเดี่ยวและครอบครัวขยาย แต่ในสังคมเมืองขนาดครอบครัวมักจะมีขนาดเล็ก เรียกว่าครอบครัวเดี่ยวซึ่งประกอบด้วยพ่อแม่และลูกเท่านั้น

สาเหตุการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีมากมายหลายประการอย่างไรก็ดีหากจะจัดแบ่ง ออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ก็อาจสรุปได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงที่มาจากสาเหตุจากตัวการภายนอกทางสังคม ได้แก่ การบุกรุกจากต่างชาติ การล่าอาณานิคม การอพยพย้ายถิ่นฐานอันเนื่องมาจากสงคราม การติดต่อ ทางวัฒนธรรมและโรคภัยต่าง ๆ ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องที่ไม่สามารถท านายหรือคาดการณ์ได้ล่วงหน้า แต่สามารถท านายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้

2. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองภายในสังคมซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบตามระดับความสามารถที่จะทำนายการเกิดการเปลี่ยนแปลงว่ามีมากน้อยเพียงใด คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพียงครั้งคราว การเปลี่ยนแปลงที่ว่ามีพบในสังคม เนื่องจากมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้นเราไม่สามารถทำนายได้ แม้จะมีความรู้เรื่องสภาพสังคมเราเป็นอย่างดี การเปลี่ยนแปลงในด้านนี้เราจะมองเห็นได้ในแวดวงของการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่มี ผลต่อชีวิตคนในสังคมมากมาย เช่น การค้นพบแหล่งน้ำ มั่นเหนือแหล่งก๊าซธรรมชาติ พลังงานปรมาณูและลำแสงเลเซอร์ความจริงการประดิษฐ์ใหม่ ๆ เป็นเรื่องกลาง ๆ คือ ไม่ดี ไม่เลว แต่ การนำไปใช้จะเป็นเครื่องชี้วัดว่าสังคมจะก้าวหน้าหรือเสื่อมลงแต่ไม่ว่าเราจะนำไปใช้ในทิศทางใด การ

เปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอย่างแน่นอน การเปลี่ยนแปลงแบบมีแบบอย่าง การเปลี่ยนแปลงแบบนี้เราสามารถทำนายการเกิดได้อย่างค่อนข้างแน่นอนและแม่นยำ เพราะการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นโดยมีการวางแผนมีเหตุผล โครงการและสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง เช่น การพัฒนาชนบท การพัฒนา เป็นต้น

3. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจะเกิดขึ้นในระดับบุคคลและในระดับสังคมทั้งผลกระทบในแง่ดีและแง่เสียหรือผลในทางบวกและผลในทางลบ (วราคม ที่สุกะ, 2527, หน้า 455-462)

ผลในแง่ดีมีหลายประการมองจากแง่ของการพัฒนาตนเองบุคคลอาจจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อุดมสมบูรณ์ด้วยปัจจัย 4 สำหรับชีวิตไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภคใช้สอยเครื่อง บริโภคอันได้แก่ อาหารการกิน บ้านเรือน ที่อยู่อาศัยรวมทั้งการได้รับบริการสาธารณสุขต่างๆ อย่างเพียงพอในแง่อื่นบุคคลอาจได้รับการศึกษาที่ดีขึ้นมีความรู้ความคิดเฉียบแหลมคมคายและ กว้างไกลขึ้นอีกนัยหนึ่งบุคคลที่อยู่ในชนชั้นที่ดีค่อนข้างต่ำก็ขยับขึ้นอยู่ในระดับช่วงชั้นสูงและดีขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและได้รับการยอมรับนับถือในวงสังคมรวมทั้งมีชื่อเสียงในทางการเมือง อีกด้วย

ผลในแง่เสีย กล่าวในแง่ของหลักการการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเกิดขึ้น ณ ที่ใดย่อม หมายถึงว่าต้องมีการปรับตัวเริ่มตั้งแต่การปรับเปลี่ยนความรู้สึก นึกคิด ทศนคติ ค่านิยม รวมถึง การต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นค่อนข้างรวดเร็วและมีจำนวน หลากหลายบางคนก็อาจรู้ทันตามทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจนกลายเป็นการต่อต้าน ด้านการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ได้ แต่บางคนอาจจะปรับไม่ทันรวมทั้งไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ เกิดขึ้นจนกลายเป็นการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนั้นและถ้าหากผู้ที่สามารถปรับเปลี่ยนทันและ รับกับความเปลี่ยนแปลงและผู้ที่ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้นอยู่ในครอบครัวเดียวกันหรือชุมชน เดียวกันและจำเป็นต้องมีการพบปะสังสรรค์กันอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอผลที่เกิดขึ้นตามมาคือ เป็นรอยร้าวที่ไม่อาจเชื่อมต่อกันได้ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาสังคมได้ไม่อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ปัญหาระหว่างวัย ปัญหาความเสื่อมโทรมของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่มีผลกระทบต่อแบบแผนความสัมพันธ์ภายในครอบครัว คือ การกลายสภาพเป็นเมืองและกลายสภาพเป็นอุตสาหกรรม ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนแปลงจะดำเนิน ไปสู่ความสัมพันธ์ทางบทบาทแบบสมภาพ (Equalitarian Role Relationship) (พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิพงษ์, 2525, หน้า 17-19)

สรุปได้ว่า ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลที่ได้รับการขยายตัวของที่อยู่อาศัยจากเดิมเป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่มีประชาชนอาศัยอยู่ไม่กี่ครัวเรือนจนได้กลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่มาจากประชากรแฝงจนนำมาสู่ปัญหาสังคม

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชนวนวัน (2558) ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาความหลากหลายและวิเคราะห์แนวโน้มเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรและสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2554- พ.ศ. 2557 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มประชากรที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มเยาวชน (อายุ 15 – 24 ปี) แต่พบว่า มีการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มอื่น ๆ อีกด้วย โดยเฉพาะในกลุ่ม เด็ก (อายุ 6 - 14 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) วัตถุประสงค์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่พบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิง การติดตามข้อมูลข่าวสารและการสนทนาเป็นหลัก การที่ผู้สูงอายุในประเทศไทยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในจำนวนมาก รวมถึงมีอัตราการเติบโต

การใช้งานที่มากขึ้นด้วยนั้น จึงน่าจะเป็นแนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกลุ่มใหญ่ขึ้น และมีการเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากขึ้น

ปัทมาภรณ์ สุขสมโส และปฐมพงษ์ พุ่มพฤษ (2563) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่น 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับค่านิยมของวัยรุ่นไทยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์และ 3) เพื่อศึกษาผลกระทบค่านิยมทั้งด้านบวกและด้านลบของวัยรุ่นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับค่านิยมของวัยรุ่นไทยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แบ่งเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านเจตคติ 2) ปัจจัยด้านสังคม 3) ปัจจัยด้านการเลี้ยงดูของครอบครัว 4) ปัจจัยด้านรายได้และสถานะทางเศรษฐกิจ 5) ปัจจัยด้านการศึกษา 6) ปัจจัยด้านการได้รับอิทธิพลจากเพื่อน 7) ปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลที่ชื่นชอบ ผลกระทบค่านิยมด้านบวก คือ 1) มีค่านิยมในการศึกษาและใฝ่รู้ 2) ค่านิยมเรื่องความกตัญญูกตเวที 3) ค่านิยมเรื่องการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีจิตอาสา 4) ค่านิยมการรักสุขภาพ 3) ค่านิยมการพึ่งพาตนเองและความขยันหมั่นเพียร และการใช้สื่อออนไลน์ของวัยรุ่นที่ส่งผลกระทบต่อค่านิยมด้านลบ คือ 1) ค่านิยมความฟุ้งเฟ้อ 2) ค่านิยมการใช้ภาษาที่ผิดเพี้ยน 3) ค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรและค่านิยมอยู่ก่อนแต่ง 4) ค่านิยมการไม่รักเดียวใจเดียว 5) ค่านิยมการบริโภคนิยม 6) ค่านิยมเรื่องของการแข่งขันการแต่งตัว 7) ค่านิยมความเป็นอิสระเสรีไม่อยู่ในกฎเกณฑ์ 8) ค่านิยมชอบเสี่ยงโชค

ภัททิรา กลิ่นเลขา (2565) ศึกษาผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้ เช่น อาการปวดหลัง อาการปวดข้อมือ และอาการปวดไหล่ ผลกระทบเชิงบวก นักศึกษาสามารถอภิปรายประเด็นการเรียนรู้กับอาจารย์ผู้สอนผ่านการแชท และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนเพิ่มเติมจากบทเรียน นอกจากการเรียนในห้องเรียน รวมถึงการพัฒนาทักษะต่างๆ โดยการดูคลิปวิดีโอบนยูทูป เช่น การทำอาหาร การแต่งหน้า การทำผม สามารถเรียนรู้ทักษะจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ ติดต่อกับเพื่อนหรือญาติที่อยู่ห่างไกล ประสบการณ์จากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้สามารถเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับสังคมและรู้ถึงศักยภาพของตนเอง เป็นผลมาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เกิดประโยชน์ขึ้นในสังคม เพื่อให้สามารถระมัดระวังตนเองได้ และสื่อสังคมทำให้สามารถพบปะกับเพื่อนทั้งใกล้และไกลได้กลับมาพบกันได้อย่างง่ายดาย