



การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
ของกลุ่มวัยทำงาน

วรรณพร กลิ่นบัว

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2554

**Facebook Social Networking of Thai office worker**

**Wannaporn Klinbua**

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

**Department of Business Communication**

**Graduate School, Dhurakij Pundit University**

**2011**

เลขทะเบียน.....	0218835
วันลงทะเบียน.....	- 1 พ.ย. 2554
เลขเรียกหนังสือ.....	302.231
	จพ
	จ 253 ก
	[ 2554 ]
	21

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความเมตตากรุณา และความช่วยเหลือเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ คือ ผศ.ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตลอดจน รศ.ดร.อุษา บั๊กกิ้นส์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร. กุลทิพย์ ศาสตราวุฒิ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานวิจัยครั้งนี้ด้วยดีมาตลอด ที่ขาดไม่ได้ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ทุกท่าน เพราะวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาและข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณแม่ สามีและลูกสาว น้องฟ้าใส ที่คอยให้กำลังใจ และสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ขอขอบคุณน้องกีฟ ที่คอยกระตุ้นให้ทำวิจัยจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีวิทยานิพนธ์เป็นจำนวนมากที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณน้องเหมียว ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษที่ได้ให้คำแนะนำในการเขียน Abstract ภาษาอังกฤษ รวมถึงผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทั้งที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ด้วย

สุดท้ายนี้ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยยินดีให้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป แต่หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย .....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	๘
กิตติกรรมประกาศ .....	๙
สารบัญ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๙
<b>บทที่</b>	
<b>1. บทนำ .....</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาที่นำวิจัย.....	16
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	16
1.4 นิยามศัพท์.....	16
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	17
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
<b>2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>19</b>
2.1 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network).....	19
2.2 แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่.....	22
2.3 แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC - Computer – Mediated Communication) .....	24
2.4 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล.....	25
2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	31
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร.....	35
2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ.....	38
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	48

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>3. ระเบียบวิธีวิจัย.....</b>	<b>50</b>
3.1 กรอบการศึกษา.....	51
3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	52
3.3 เครื่องมือที่ใช้การวิจัย.....	53
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
3.6 การนำเสนอข้อมูล.....	56
<b>4. ผลการวิจัย.....</b>	<b>57</b>
4.1 ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ www.facebook.com .....	79
4.2 ผลการศึกษาทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ www.facebook.com.....	96
<b>5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>104</b>
5.1 สรุปผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ www.facebook.com .....	104
5.2 สรุปผลการศึกษาทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ www.facebook.com .....	106
5.3 อภิปรายผลการศึกษา.....	107
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย .....	109
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	110
5.6 ข้อจำกัดในการทำวิจัย.....	110
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>111</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>116</b>
<b>ประวัติผู้เขียน.....</b>	<b>142</b>

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

4.1 แสดงความหมายภาษาแชทที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มโดยโพสต์ผ่านทาง www.facebook.com.....	83
4.2 แสดงความหมายภาษาแชทประเภทคำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงที่พบใน www.facebook.com.....	85
4.3 แสดงความหมายภาษาแชทที่มีการใช้คำเติมท้ายเพื่อความสละสลวยของผู้เขียน และเพื่อแสดงถึงอารมณ์ของผู้เขียนใน www.facebook.com.....	86
4.4 แสดงความหมายของสัญลักษณ์ในการสื่อสารที่พบใน www.facebook.com.....	86
4.5 แสดงตารางสรุปผลวิจัย.....	101

## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

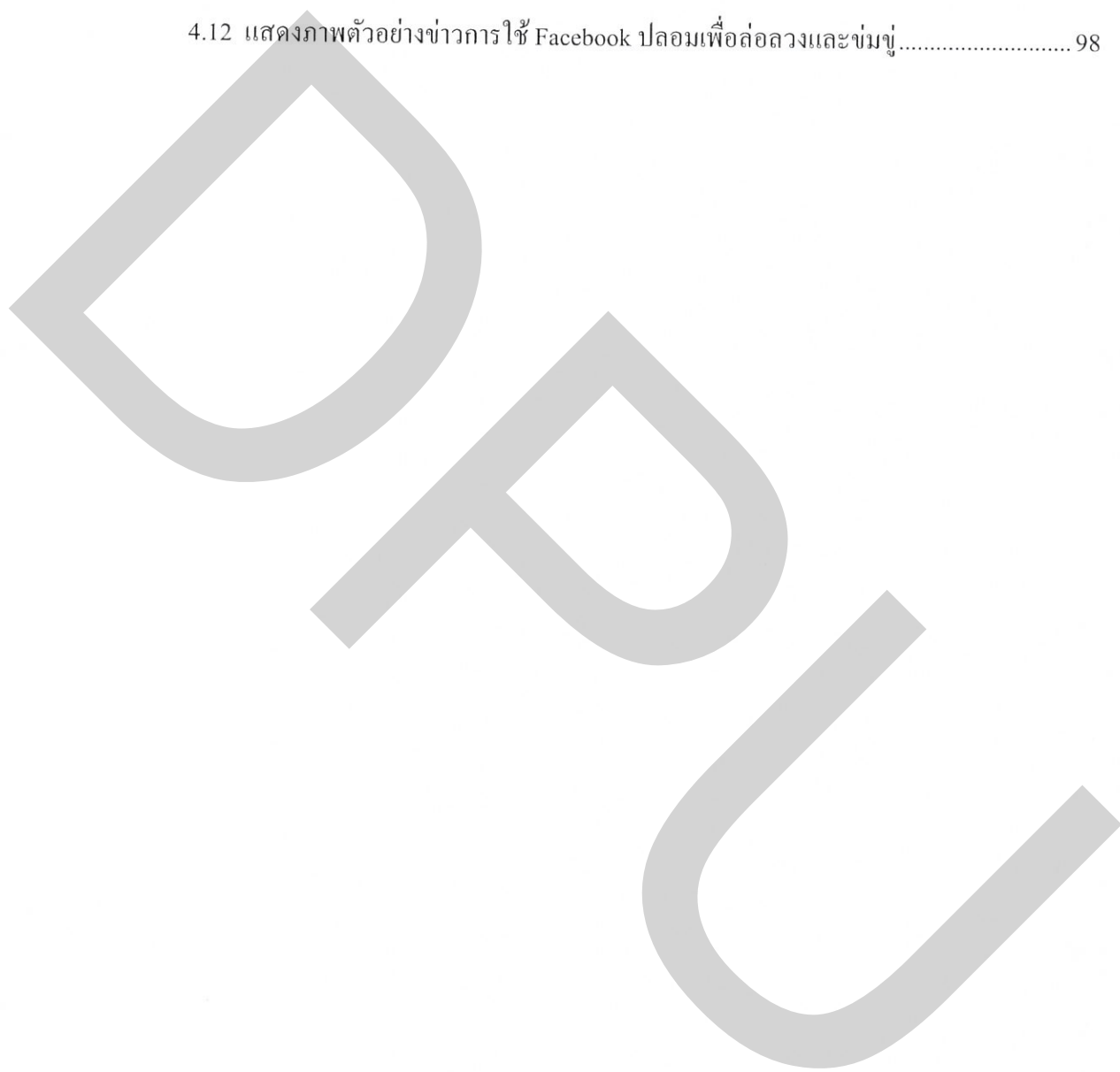
1.1 ผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network.....	2
1.2 จำนวนผู้ชม-ใช้งานแต่ละเว็บ ตั้งแต่มีนาคม 2551 - มีนาคม 2552 .....	3
1.3 อัตราการใช้งาน Facebook กับ Social Network อื่นๆ .....	5
1.4 หน้า Website: www.facebook.com .....	7
1.5 หน้าแรกที่ต้อง login ใช้งาน .....	8
1.6 หน้าข้อมูลส่วนตัว (Profile) .....	9
1.7 หน้าเพื่อน (Friend).....	10
1.8 หน้ากล่องข้อความ (Inbox).....	11
1.9 หน้า Application Quiz บน Facebook .....	11
1.10 หน้า Application Game Island Paradise บน Facebook .....	12
1.11 สถิติผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ CheckFacebook.....	15
2.1 แบบจำลองแสดงกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลของ Donaldson และ Kurtz.....	29
4.1 ภาพ www.facebook.com ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา.....	79
4.2 ภาพ Social Network ของ www.facebook.com.....	80
4.3 ตัวอย่างการ Chat ของ www.facebook.com.....	81
4.4 ตัวอย่างรูปแบบของภาษาแชทที่เข้าใจกัน เฉพาะกลุ่มโดยโพสผ่านทาง www.facebook.com.....	84
4.5 แสดงภาพตัวอย่างภาษาแชทประเภทคำพ้องเสียงหรือ คำเลียนเสียงที่พบใน www.facebook.com.....	86
4.6 ตัวอย่างรูปแบบการใช้คำเติมท้ายเพื่อความสละสลวยของผู้เขียนและ เพื่อแสดงถึงอารมณ์โดยโพสผ่านทาง www.facebook.com.....	88
4.7 การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารของ www.facebook.com.....	89
4.8 การเชิญชวนเพื่อนเข้ามาเล่นเกมใน www.facebook.com .....	90
4.9 ตัวอย่างเกม Farmville ใน www.facebook.com .....	93
4.10 ตัวอย่างเกม Restaurant City ใน www.facebook.com.....	93
4.11 ตัวอย่าง Quiz ใน www.facebook.com.....	95

สารบัญภาพ(ต่อ)

หน้า

ภาพที่

4.12 แสดงภาพตัวอย่างข่าวการใช้ Facebook ปลอมเพื่อล่อลวงและข่มขู่..... 98





หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน  
 ชื่อผู้เขียน วรรณพร กลิ่นบัว  
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว  
 สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ  
 ปีการศึกษา 2553

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยรวบรวมจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ และการสัมภาษณ์เจาะลึก จากกลุ่มวัยทำงานที่ทำงานประจำ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มที่ 1 Academic กลุ่มที่ 2 Entertainment และ กลุ่มที่ 3 Business จำนวนทั้งสิ้น 12 คน

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) นั้น มีรูปแบบการสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อสาร และใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเห็น ความรู้สึก เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิดเห็นผ่านทางช่องแสดงความคิดเห็น ในกรณีผู้เล่นทั้ง 2 หรือมากกว่านั้น มีการออนไลน์พร้อมกัน สามารถโต้ตอบกันได้ผ่านทางช่อง Chat หรือจะเป็นการฝากข้อความผ่านทาง Inbox นอกจากนี้ ยังสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมแอปพลิเคชันซึ่งเป็นคุณสมบัติโดดเด่นของ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เพื่อแข่งขันและเปรียบเทียบกับเพื่อนๆ และสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Application ที่เราเล่น ไปได้อีกด้วย ซึ่งจุดนี้เองที่ใช้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นคนอื่นๆ ได้

ทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ Facebook พบว่า ผู้เล่นมีทัศนคติทั้งบวกและเชิงลบ และนิ่งเฉย แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของแต่ละบุคคล และระยะเวลาในการใช้ ในด้านบวก คือ สามารถทำให้ได้รู้จักเพื่อนๆ ใหม่เพิ่มขึ้น และยังได้รู้จักเพื่อนเก่าที่ไม่ได้พบกันมานาน สามารถมาเจอกันในโลกออนไลน์ได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ส่วนตัว สามารถระบายอารมณ์ได้ แสดงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาได้อย่างแท้จริง ทั้งคำพูด และรูปภาพที่แสดงตัวตน ในด้านลบนั้น อาจมาจากประสบการณ์ตรงหรือจากข่าวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบ ส่วนทัศนคติเฉยๆ คือ มีทัศนคติที่ดีต่อ Facebook แต่ก็มีทัศนคติที่ลบด้วย อาจเป็นความรู้สึกที่กลางๆมากกว่าที่จะรู้สึกว่าจะชอบมากหรือเห็นว่า Facebook มีผลเสียอย่างมาก

Thesis Title	Facebook Social Networking of Thai office worker
Author	Wannaporn Klinbua
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Business Communication
Academic Year	2010

### ABSTRACT

The research aims to study behavior of Thai Facebook's users in Bangkok 2010. The objective of the research is to study a communication pattern of Facebook's user and find out the attitude of Facebook's user toward Facebook. This study uses qualitative research by in-depth interview method. The target group is focusing on non-probability sampling. Respondent of this research are three sampling groups academic, entertainment and business both male and female, age 25-34 year-old. The research period is three months; January – March 2010.

Discussion in terms of research result, the first result is about **a communication pattern of Thai Facebook's user**. Refers to Anawatsiriwong (1990), communication networking is forward information or message to all in a group for both formal and informal, with the purpose of person to person, person to group of people or group of people to other. Nevertheless, this communication could lead from one person to a big group of communication. From study, most users use spoken language as the written language in Facebook. Consequently, it is derived from current lifestyle of the target group and social which are more casual compared to the past (everything should be formal language). Respondents apply spoken language because it is easy, convenience and understand by their group; for instance, ieieie, hahaha or 555. Furthermore, they use symbolic to represent and express their thoughts or feeling such as ^^ (means smile), T T (means crying) or \* 0 \* (means happy). They use both casual language and symbolic while they are chatting,, playing game and expressing (commenting) their thoughts. Therefore, these are the way target group communicate among each other in online social networking.

Another research result is **the attitude toward Facebook of target group**. The attitude could be separated into three; positive, neutral and negative feeling. Eighty percentage of target feel Positive toward Facebook in terms of reunion, finding new friends, playing game with others,

exchanging their feeling, and having their own cyber space. The best point is 'having their own space' which they can express any feeling and find out similarity group of interesting such as leisure or politic. Besides positive attitude, in the mean time, there are Neutral attitude in some area which can point out to Facebook's user suppose to protect them from cyber dangerous. However, there are Negative attitude regards to privacy protecting and junk message/ information from any Fan Page. These are annoying Facebook's user once they are not useful information.

In conclusion, this research could be benefit to marketing communication practitioner or marketer with the purpose of understanding behavior of Online Social Networking of Thai User. In addition, this research is a foundation of the future research for other Social Networking; Friendster or MySpace, for instance. Last but not least, Facebook and government policy should prepare an appropriate regulation/ rules to support the Social Networking once the more users, the more problem could happen.

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

สังคมไทยกำลังจะเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เนื่องจากการก้าวเข้าสู่ยุคสารสนเทศเป็นคำพยากรณ์ที่ได้รับการคาดหมายอย่างกว้างขวางจากแวดวงวิชาการและสื่อมวลชน จากนี้ไปจะไม่ใช้เรื่องแปลกประหลาดที่เราสามารถทำให้การรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นเรื่องที่ย่ายและสะดวกสบายมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย

Bill Mckibben ได้แสดงความคิดเห็นเอาไว้ในหนังสือ New Media Technology ที่ว่าด้วยผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมอินเทอร์เน็ต (Social and Culture Consequences) กล่าวไว้ว่า We believe that we live in the age of information that there has been an information “Explosion” an information “Revolution” ซึ่งหมายถึง “พวกเราเชื่อว่าพวกเราอาศัยอยู่ในยุคสารสนเทศ ซึ่งมีการประทุของข้อมูลข่าวสาร และมีการปฏิวัติของข้อมูลข่าวสาร ข้อความดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นว่า โลกเราทุกวันนี้เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสาร ซึ่งกระจุกกระจายอยู่เต็มไปหมด จนเรียกได้ว่าเป็นยุคแห่งปฏิวัติของข้อมูลข่าวสารก็ว่าได้ และด้วยความก้าวหน้าอย่างยิ่งยวดของเทคโนโลยีข่าวสาร (Information Technology) โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และประกอบด้วยเครือข่ายย่อยเชื่อมถึงกันเป็นจำนวนมากที่เรียกว่า ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นกระจายตัวไปทั่วโลกภายในเวลาเสี้ยววินาที การเชื่อมโยงข่าวสารเป็นเครือข่ายใยแมงมุมผืนใหญ่เชื่อม โลกให้เป็นหนึ่งเดียว ทำให้โลกเราไม่มีพรมแดนอีกต่อไป อาจกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วมากในปัจจุบัน เนื่องด้วยความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะสื่อประสม (Multimedia) คือสามารถสื่อความหมายทั้งในรูปแบบของข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ไปในเวลาเดียวกันทำให้ผู้ใช้สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ผ่านบริการต่างๆ ของอินเทอร์เน็ตได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) บริการข้อมูลข่าวสาร (User News) การสนทนาออนไลน์ (IRC/Internet Rely Chat) การคัดลอกข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์ (FTP/File Transfer Protocol) โปรแกรมการใช้งานแบบตัวอักษร (Telnet) และส่วนบริการค้นหาข้อมูล

ประกอบด้วย Archie Gopher Hytelenet WAIS (Wide Area Information Service) และ World Wide Web (www.) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า “เว็บ” (Web) ด้วย ความสามารถที่พิเศษกว่าและใช้งานง่าย เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่รวบรวมเนื้อหาสาระต่างๆ ออกมาในรูปของเว็บเพจ (Web page) ซึ่งสามารถแสดงผลสื่อความหมายทั้งในรูปแบบของข้อมูลตัวอักษรหรือข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟฟิก และเสียงในเวลาเดียวกัน และอีกทั้งยังรวมเอาบริการหลายๆ อย่างของอินเทอร์เน็ตเข้าไว้ด้วยกัน อาทิ การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การสนทนาออนไลน์ หรือ Chat รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจต่างๆ ที่เรียกว่า E-Commerce

“เครือข่ายทางสังคม” (Social network) หมายถึง ชุดของความเกี่ยวพัน (Knot) และผูกพัน (Ties) ระหว่างกันของบุคคล ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็น ครอบครั้ว เพื่อน และคนรู้จักกัน เป็นการเกี่ยวพันระหว่างกันของคนในสังคม แต่ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น บางครั้งคนที่มีความผูกพันกับเพื่อนอย่างมั่นคง (Strong ties) ก็เป็นไปได้

ต่อมา เมื่อสังคมเปลี่ยนไป กลายเป็นสังคมของเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตได้ถือกำเนิดขึ้น ทำให้เกิดโลกอีกโลกหนึ่งเรียกว่า ไชเบอร์สเปซ (Cyberspace) เอื้อประโยชน์ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารกันได้เป็นกลุ่ม ต่างเวลา ต่างสถานที่ อีกทั้งยังสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด (Interactive) ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ที่เป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) และอินเทอร์เน็ตได้มีการพัฒนาจนมีความก้าวหน้าอย่างมากในปัจจุบัน โดยในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network พบว่า Social Network ยังไม่ใช่บริการชนิดที่นิยมที่สุดบนเว็บ (อันดับ 4; อันดับ 1 คือ Search; คิดเป็น penetration rate คืออัตราต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด) แต่ก็มีอัตราการเติบโตสูงกว่าอีเมลเป็นเท่าตัว

Exhibit 5: Global Active Reach among the Internet Population

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

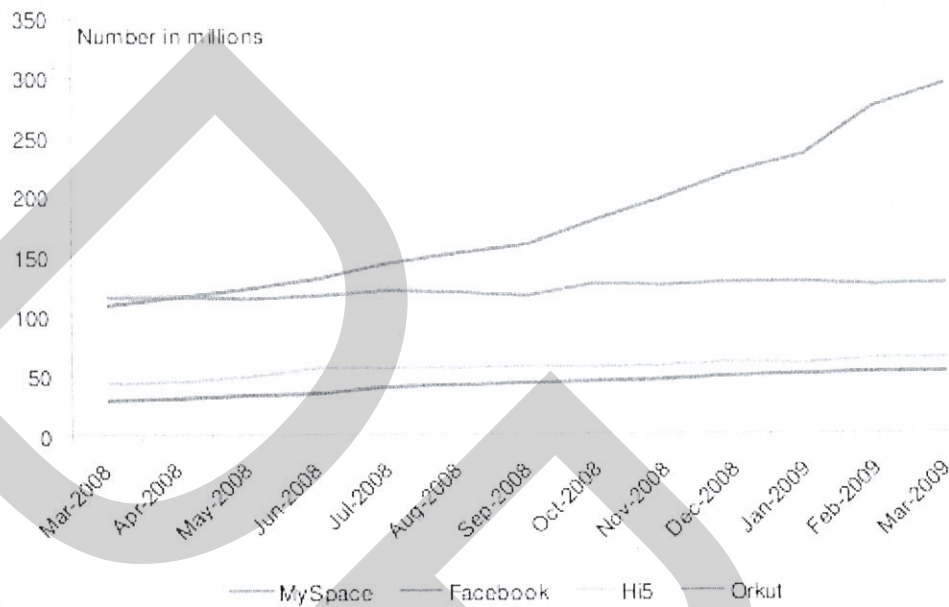
Source: Nielsen Online

ภาพที่ 1.1 ผลการวิจัยอัตราการใช้งาน Social Network

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

## จำนวนผู้ชม-ใช้งานแต่ละเว็บ

Exhibit 1: Membership Evolution



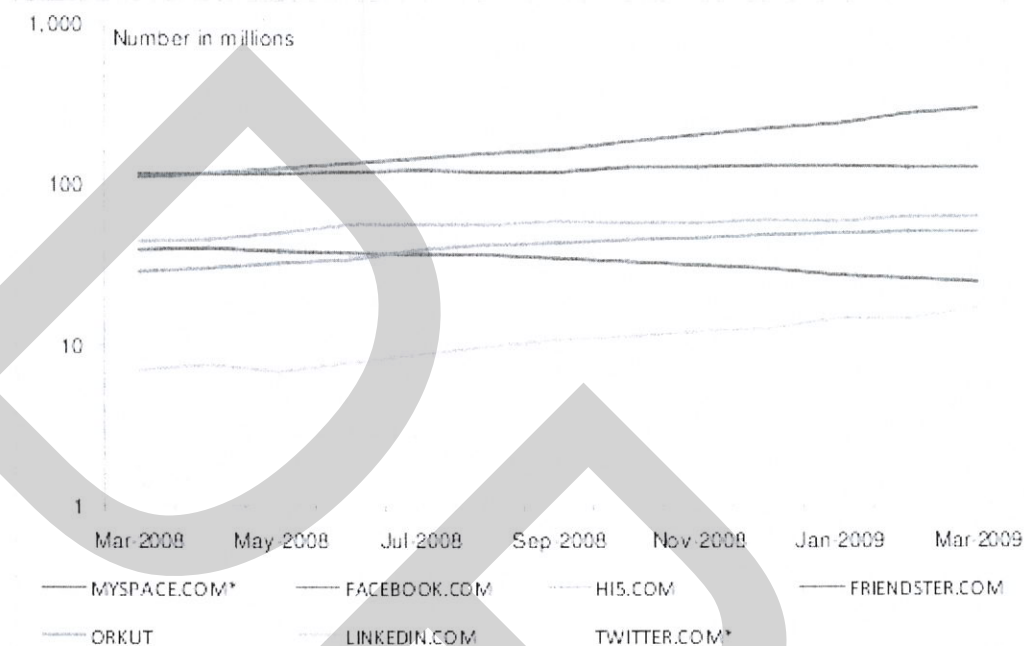
Source: comScore, Company Reports and NeXt Up Research Estimates

ภาพที่ 1.2 จำนวนผู้ชม-ใช้งานแต่ละเว็บ ตั้งแต่มีนาคม 2551 - มีนาคม 2552

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

ผู้ชมเว็บ วัดเป็น UIP ประเมินโดย comScore

Exhibit 7: Number of Unique Visitors on Global SNS



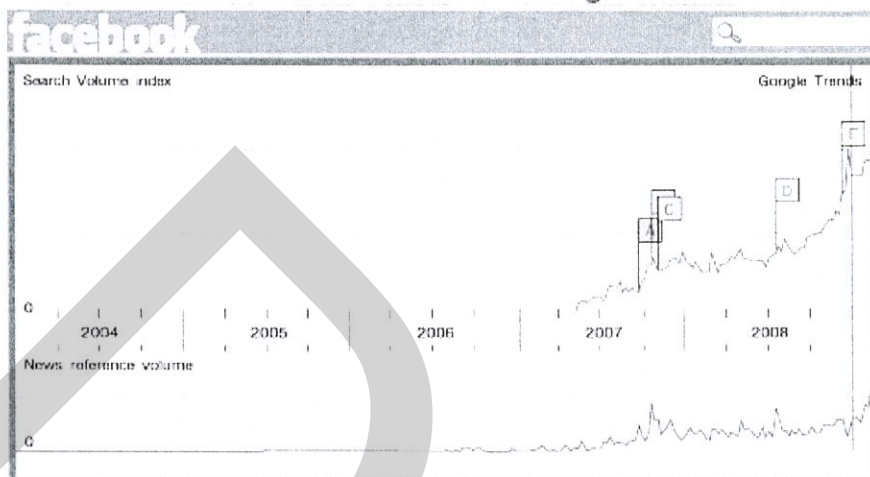
Source: comScore

Exhibit 8: Popularity Parameters, Mar 09

Popularity Parameters (Mar 09)	Total Unique Visitors		Total Minutes		Total Pages Viewed	
	In millions	% change over Mar 08	In millions	% change over Mar 08	In millions	% change over Mar 08
<b>Total Audience</b>	1,021	30%	1,560,031	21%	2,466,785	16%
<b>Global SNS</b>						
MySpace.com	129	10%	17,501	-14%	37,976	20%
Facebook.com	295	170%	56,368	102%	87,289	99%
Orkut	52	81%	15,269	30%	46,806	40%
Friendster.com	25	-36%	3,303	-59%	10,472	-44%
Hi5.com	64	45%	6,432	18%	14,634	1%
Classmates.com Sites	19	19%	202	36%	364	19%
Twitter.com	19	1400%	236	1860%	367	1709%
<b>Regional SNS</b>						
CyWorld	21	81%	4,648	56%	23,749	78%
Mixi.jp	13	-11%	1,734	21%	2,829	56%
Xiaonei.com	20	197%	2,264	318%	4,601	364%
51.com	12	72%	753	94%	2,235	127%
56.com	33	48%	476	40%	375	29%
<b>Professional SNS</b>						
LinkedIn.com	17	144%	186	170%	415	239%
Xing	3	14%	56	27%	106	8%
Viadeo	3	166%	37	385%	64	267%

Source: comScore

### กราฟแสดงความนิยมของ facebook จาก Google Trends



ภาพที่ 1.3 ภาพอัตราการใช้งาน Facebook กับ Social Network อื่นๆ

ที่มา : CrunchBase จากข้อมูลของ allfacebook.com รายงานตัวเลข Active Users ในไทย ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2551

จากภาพเปรียบเทียบอัตราการใช้งาน Facebook กับ Social Network อื่นๆ

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

เมื่อสังคมกลายเป็นยุคของโลกไร้พรมแดน ด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เครื่องข่ายทางสังคม จึงได้มีการขยายจากเครือข่ายในชีวิตจริง เข้ามาสู่เครือข่ายในโลกอินเทอร์เน็ต และมีการพัฒนาจนมาเป็น “เครือข่ายทางสังคมออนไลน์” (Online Social Network) ในยุคปัจจุบัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) มีจุดเริ่มต้นมาจากเว็บไซต์ Classmates.com เมื่อปี ค.ศ.1995 ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน เพื่อสร้างประวัติ ส่งข้อความ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนนักเรียน ต่อมาในปี ค.ศ. 1997 เว็บไซต์ SixDegrees.com ได้เปิดตัวขึ้นเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งแรก ที่เปิดให้สมาชิกเข้ามาสร้างหน้าเว็บของตนเอง (Profile) และสามารถเพิ่มรายชื่อเพื่อนๆ ในเครือข่ายได้



ทั้งหมดจึงเป็นที่มาของเว็บไซต์ Social Networking ที่เกิดขึ้นตามมา เช่น Friendster ,MySpace ,Hi5 Facebook เป็นต้น

Facebook เป็น Social Network ขนาดใหญ่เป็นเครื่องมือในการเข้าสังคม ซึ่งเชื่อมต่อผู้คนที่กับเพื่อน และคนอื่นๆ ซึ่งทำงาน เรียน และใช้ชีวิตอยู่รอบข้างเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน ลักษณะของเว็บไซต์ประเภท Social network ก็คือ เป็นแหล่งรวบรวมกลุ่มคนที่รักหรือสนใจในเรื่องเดียวกัน หรือเป็นกลุ่มเพื่อนกันให้มีพื้นที่ในการติดต่อ พูดคุย ส่งข่าว โวัรูป หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันผ่านเว็บไซต์ส่วนตัวของแต่ละคน

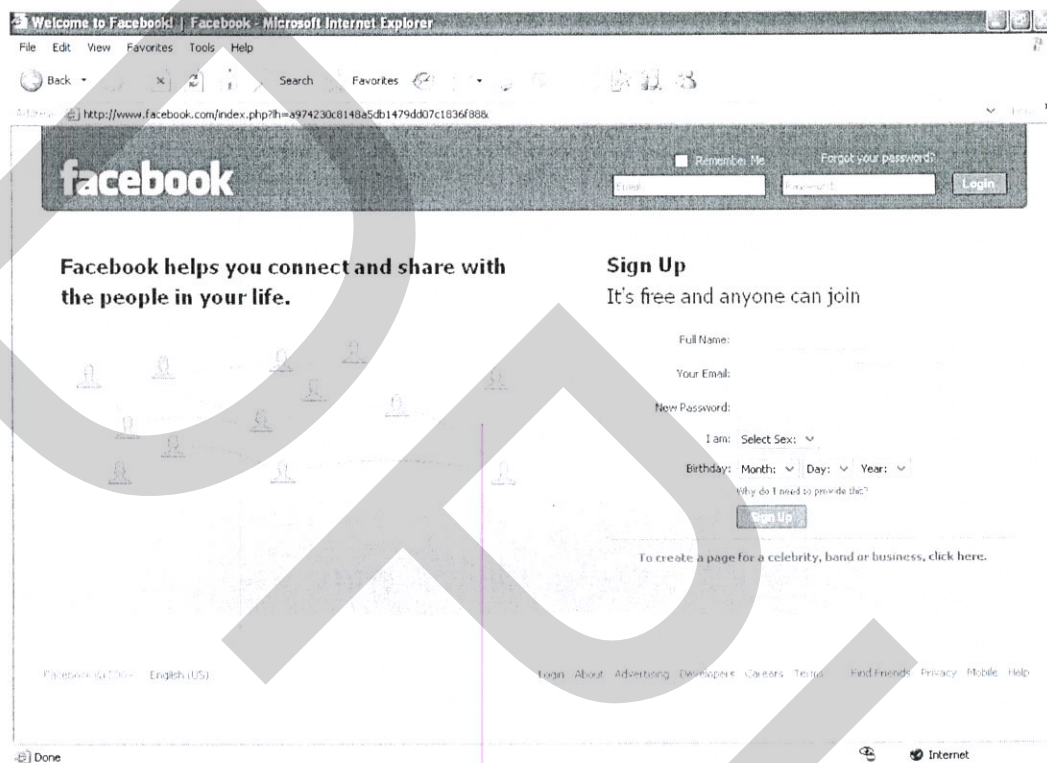
ในบรรดาเว็บไซต์ประเภทสังคมออนไลน์ที่มีอยู่มากมายในโลกอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้ Facebook เป็นเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากคนไทยสูงสุด โดยดูจากข้อมูลของ Google Trends ถึงความนิยมของ Facebook ในประเทศไทย และ สถิติผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ CheckFacebook

ด้วยจุดเด่นของ Facebook ที่ใช้งานง่าย ข้อจำกัดของการใช้งานน้อย มีลูกเล่นหลากหลาย สร้างและขยายเครือข่ายเพื่อนได้มากและรวดเร็ว จึงทำให้ Facebook เป็นที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มคนไทย

4 กุมภาพันธ์ 2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์ Facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท Social Network ที่ตอนนั้น เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในชั่วพริบตา เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ มาร์คจึงได้ชักชวน Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้าง Facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น Facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง ในการตั้งชื่อ Facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์ค ที่ชื่อฟิลิปส์ เอ็กเซเตอร์ อะคาเดมี โดยที่โรงเรียนนี้ จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน ซึ่ง face book นี้จริง ๆ แล้วก็เป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่ง มาร์คได้เปลี่ยนแปลงและนำชื่อนี้เข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ตจนประสบความสำเร็จขนาดนี้ (<http://keng.com/2009/02/17/what-is-facebook,20> เมษายน 2552)

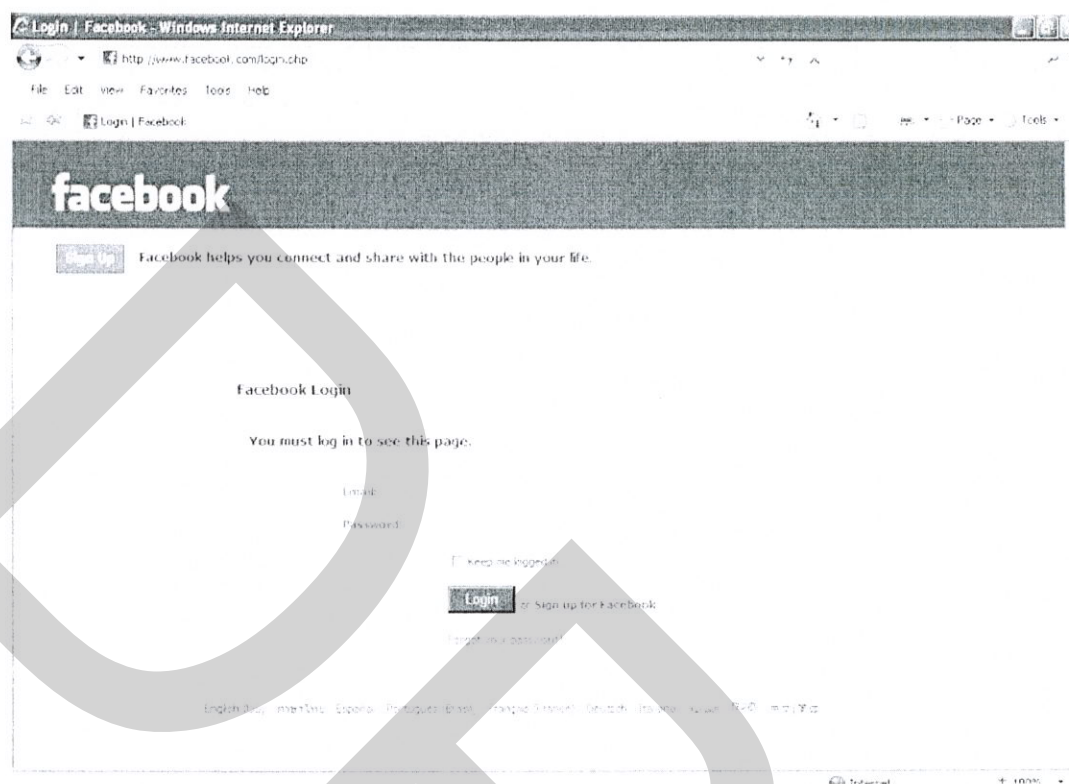
## ส่วนประกอบของหน้าเว็บของ Facebook

ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 1.4 – 1.10



ภาพที่ 1.4 แสดงภาพหน้า Website: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

ที่มา: <http://www.facebook.com>



ภาพที่ 1.5 แสดงภาพหน้าแรกที่ต้อง login เข้าใช้งาน  
ที่มา: <http://www.facebook.com>

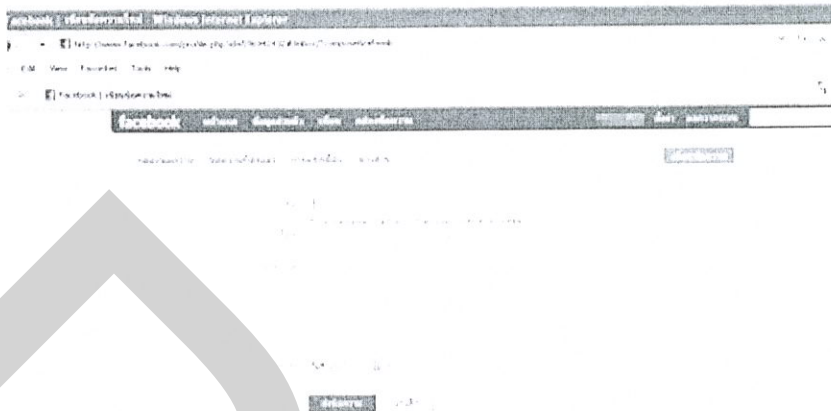


ภาพที่ 1.6 แสดงภาพหน้าข้อมูลส่วนตัว (Profile)

ที่มา: <http://www.facebook.com>

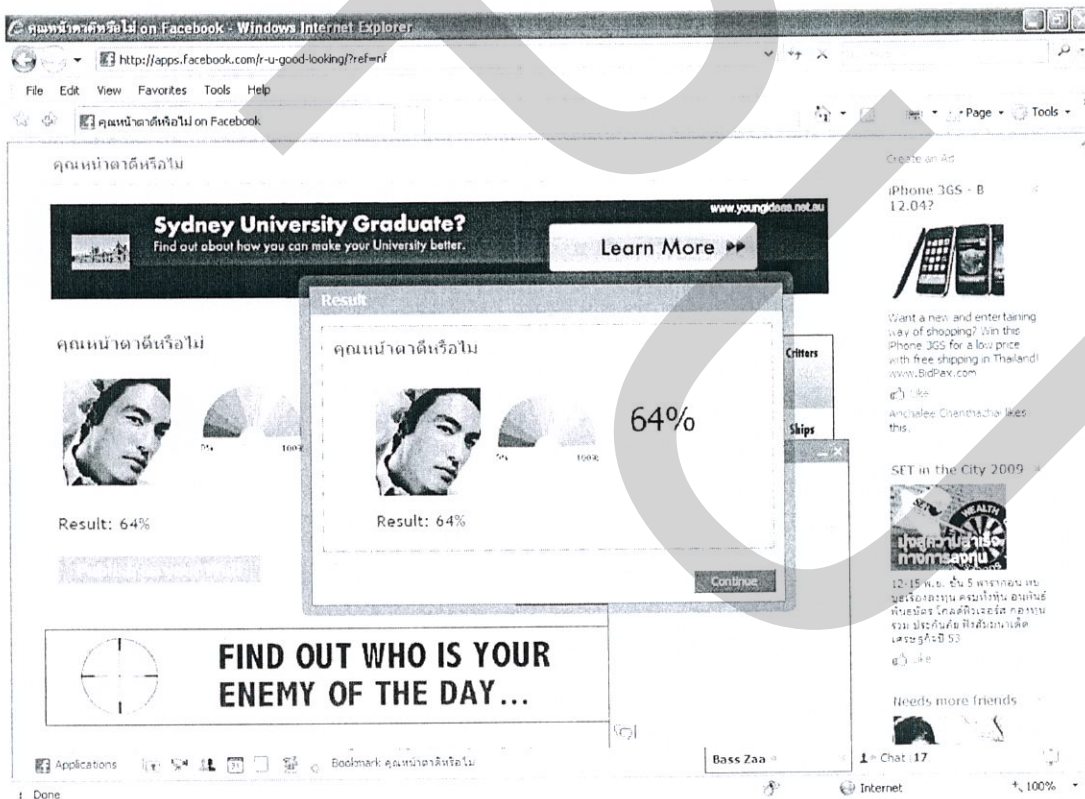


ภาพที่ 1.7 แสดงภาพหน้าเพื่อน (Friend)  
ที่มา: <http://www.facebook.com>



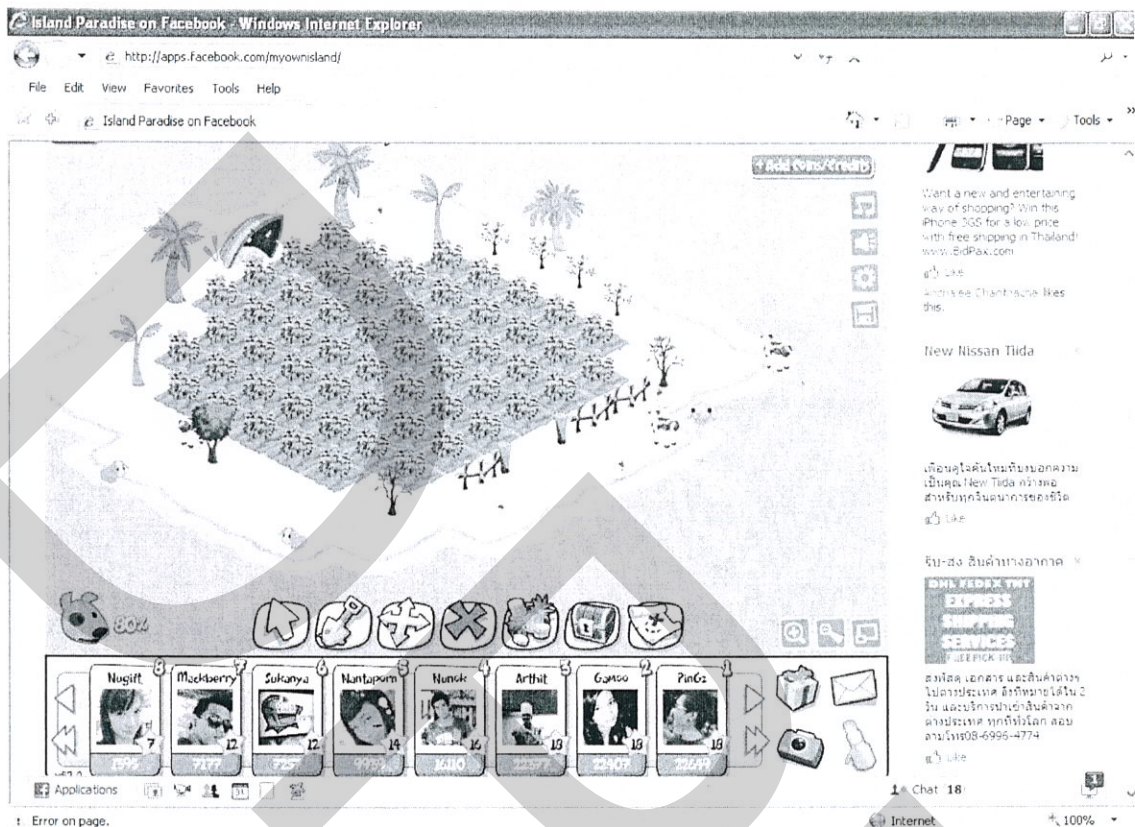
ภาพที่ 1.8 แสดงภาพหน้ากล่องข้อความ (Inbox)

ที่มา: <http://www.facebook.com>



ภาพที่ 1.9 แสดงภาพหน้า Application Quiz บน Facebook

ที่มา: <http://www.facebook.com>



ภาพที่ 1.10 แสดงภาพหน้า Application Game Island Paradise บน Facebook

ที่มา: <http://www.facebook.com>

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

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

นอกจากนี้เรายังสามารถเพิ่ม Applications ต่างๆ ที่ชื่นชอบไว้ในส่วนของข้อมูลส่วนตัวได้อีกด้วย ส่วนด้านข่าวสาร ดอนบนเป็นพื้นที่ของโฆษณาที่เป็นแบนเนอร์

**เพื่อน (Friend)** แยกความเคลื่อนไหวของเพื่อนแต่ละคนโดยละเอียด และส่วนนี้มีการเก็บข้อมูลของหมายเลขโทรศัพท์ด้วย แต่ไม่ได้เป็นการบังคับแต่อย่างใด นอกจากนี้ยังสามารถค้นหาเพื่อนๆ จากส่วนนี้ได้ด้วย

**กล่องข้อความ (Inbox)** จะเป็นข้อความที่ถูกฝากไว้จากเพื่อนๆ ผ่านทางข้อความที่สามารถแนบลิงก์ไปด้วยได้

มุมข่าวสารของเลย์เอาต์ในทุกหน้าของ facebook จะเป็น facebook Chat กับเพื่อนในรายชื่อของเราซึ่งขณะนั้นใช้งาน facebook อยู่ และมุมซ้ายสุดของเลย์เอาต์ในทุกหน้าของ facebook จะเป็น Application Game บน Facebook

จากสถิติผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ CheckFacebook เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2553 พบว่า จำนวนสมาชิกของผู้ใช้ Facebook ในไทย มีมากถึง 1,632,880 คน 12.17% จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย และ 0.52% เมื่อเทียบกับสมาชิก Facebook ทั้งหมดทั่วโลกสำหรับอัตราการเติบโต ประเทศไทยมีอันดับการเติบโตสูงเป็นที่ 2 ของโลก มากถึง 10.96% หรือจำนวนสมาชิกใหม่ 161,300 สมาชิก ในสัปดาห์ที่ผ่านมา คิดโดยเฉลี่ย คือ 23,000 สมาชิกที่สมัครใหม่ต่อวัน



**Total Users** % Online Population

Zoom Out



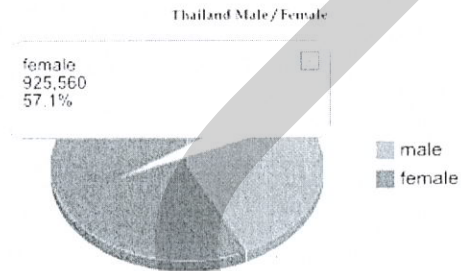
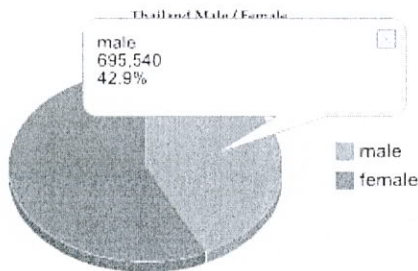
**Thailand**  
Users: 1,632,880

**10 Fastest Growing Over Past Week**

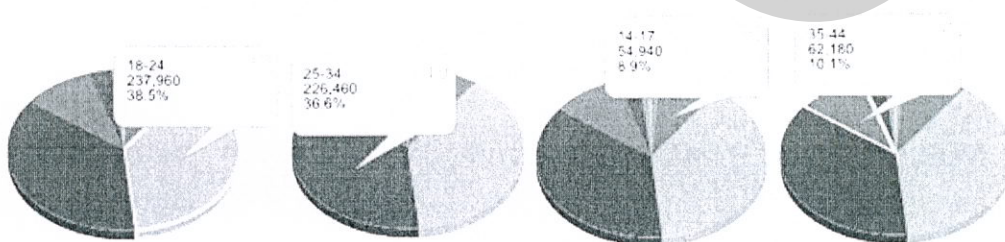
1.	Poland	12.46 %	137,900
2.	Thailand	10.96 %	161,300
3.	Portugal	9.81 %	80,040
4.	South Africa	9.25 %	189,080
5.	Taiwan	7.82 %	367,400
6.	Romania	7.65 %	28,060
7.	Germany	7.54 %	350,240
8.	Malaysia	7.43 %	236,840
9.	Indonesia	6.84 %	752,640
10.	Iraq	6.72 %	6,380

**Demographic**

- Male 42.9% หรือ 695,540 สมาชิก
- Female 57.1% หรือ 925,560 สมาชิก



อายุสมาชิกกลุ่มที่ใช้งานมากที่สุด คือ 18-24 (38.5%) และ 25-34 (36.6%)



ภาพที่ 1.11 สถิติผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ CheckFacebook

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

จากข้อมูลใน Facebook.com เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2553 จำนวนสมาชิก Facebook ในไทย ประมาณ 2.3 ล้านคน คิดเป็นประมาณ 13% จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดในไทย สมาชิก Facebook ในไทยนั้น มีสัดส่วนราว 0.6% ของสมาชิก Facebook ทั้งหมดทั่วโลก มีอัตราเติบโต 11% ต่อสัปดาห์ ถือว่าสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก (รองจาก 12.5% ของ Poland) โดยเฉลี่ยมีสมาชิกใหม่กว่า 2 หมื่นคนต่อวันมากกว่า 3 เท่าในเวลาปีเดียว

จากสถิติดังกล่าวพบว่าช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นกลุ่มที่เล่นมากที่สุด รองลงมาคือช่วงอายุที่ 25-34 ปี ซึ่งข้อมูลสถิตินี้ ช่วงอายุ 18-24 ปี ที่เป็นกลุ่มที่เล่นมากที่สุด นั้นซึ่งเป็นช่วงกลุ่มวัยรุ่น ได้มีผู้ทำการศึกษาหลากหลายแล้ว ดังนั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงช่วงอายุที่ 25-34 ปี เป็นช่วงอายุที่ยังไม่มีผู้ใดศึกษา และเป็นกลุ่มวัยทำงาน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาศึกษาเปรียบเทียบกัน

ด้วย Facebook เป็น โปรแกรมสังคมออนไลน์ และลักษณะเครือข่ายทางสังคมที่ผ่านคอมพิวเตอร์ที่มีผู้เล่นเป็นจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย การศึกษาถึงการสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาถึง รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่น โดยเฉพาะการสร้างเครือข่าย การมีปฏิสัมพันธ์ ช่วยทำให้เราทราบว่ารูปแบบการสื่อสารของแต่ละบุคคลเป็นอย่างไร มีการสื่อสารต่อบุคคลอื่นอย่างไร เรื่องราวที่สื่อสารนั้นเป็นรูปแบบใด ส่งผลต่อสังคมอย่างไร รูปแบบการสื่อสารที่กลุ่มผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่เข้ามาเล่นในเว็บ Facebook นั้นเป็นเรื่องที่ยังไม่มีผู้ใดศึกษา ซึ่งทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา รูปแบบและทัศนคติของผู้เล่น Facebook ว่าเป็นอย่างไร

## 1.2 ปัญหาในการวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เป็นอย่างไร
2. ทักษะการคิดของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
2. เพื่อศึกษาทักษะการคิดของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

## 1.4 นิยามศัพท์

**www.facebook.com** หมายถึง เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่สามารถเข้าไปทำการสื่อสารได้ทุกเพศทุกวัย ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหาเพื่อน โดยเป็นการรู้จักกันต่อไปเป็นทอดๆ คล้ายเครือข่ายใยแมงมุมที่โยงกันไปมาได้ เป็นสังคมออนไลน์ (Social Networking) และเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Communities)

**Social Networking** หมายถึง บริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านเน็ตเวิร์คอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งรวบรวมกลุ่มคนที่รักหรือสนใจในเรื่องเดียวกัน หรือเป็นกลุ่มเพื่อนกันให้มีพื้นที่ในการติดต่อ พูดคุย ส่งข่าว โฉวรูป หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันผ่านเว็บไซต์ส่วนตัวของแต่ละคน

**การสร้างเครือข่ายทางสังคม** หมายถึง การรวมกลุ่มในชุมชนเสมือนจริงที่เกิดขึ้นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นลักษณะของชุมชนที่รวมกลุ่มกันทางความคิด โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นความรู้ ความบันเทิง สร้างความสัมพันธ์ ไม่มีลักษณะพื้นที่ทางกายภาพ แต่เป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นในอาณาบริเวณเครือข่ายการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งในงานวิจัยนี้จะหมายถึง [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

**รูปแบบการสื่อสาร** หมายถึง วิธีการสื่อสารในลักษณะต่างๆ ลักษณะการสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เรื่องราวที่สื่อสาร เนื้อหาและข้อมูลของการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร รวมถึง Application ต่างๆบน Facebook ได้แก่ Quiz และ Game online เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกภายในกลุ่มขึ้น

**ทัศนคติ** หมายถึง ทัศนคติในทางบวก ทัศนคติในทางลบ ทัศนคติเฉยๆ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก การแสดงออกโดยเจตนา รวมถึง การประเมินค่าของกลุ่มผู้ใช้ที่มีต่อ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ซึ่งทัศนคตินั้นอาจมีทั้งทางบวกและทางลบขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้ใช้งาน

**กลุ่มวัยทำงาน** หมายถึง กลุ่มวัยทำงานที่ทำงานประจำ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

### 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงานงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยศึกษาเฉพาะ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และศึกษาถึง รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่น โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายการมีปฏิสัมพันธ์ ช่วยทำให้เราทราบว่ารูปแบบการสื่อสารของแต่ละบุคคลเป็นอย่างไร มีการสื่อสารต่อบุคคลอื่นอย่างไร เรื่องราวที่สื่อสารนั้นเป็นรูปแบบใด ส่งผลต่อสังคมอย่างไร รูปแบบการสื่อสารที่กลุ่มผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่เข้ามาเล่นในเว็บ Facebook นั้นเป็นเรื่องที่ยังไม่มีผู้ใดศึกษา ซึ่งทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา รูปแบบและทัศนคติของผู้เล่น Facebook ว่าเป็นอย่างไร

วิธีการศึกษา ได้แก่ วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และ ศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และ Website ต่างๆ เพื่อประกอบการศึกษา โดยใช้ระยะเวลาในศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม – มีนาคม 2553 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เรื่องราวที่ใช้ในการสื่อสารรูปภาพและสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น ในการเล่น [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ผ่านเครือข่าย Social Networking
2. เพื่อให้ทัศนคติต่างๆของผู้ใช้ที่มีต่อ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
3. เพื่อนำข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาทางการใช้งานบนเว็บไซต์เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มคนวัยทำงานได้
4. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงบทบาทและขยายผลสู่การวางกลยุทธ์บนเว็บไซต์ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป
5. ทำให้ทราบถึงความเหมือนและความแตกต่างระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงและโลกในสังคมเสมือนจริงที่ถูกสร้างขึ้นในคอมพิวเตอร์ รู้จักเปรียบเทียบและรู้เท่าทันทั้งสองสังคม

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน” ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนด กรอบแนวคิด ทฤษฎี ประกอบการศึกษาดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)
- 2.2 แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่
- 2.3 แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC - Computer – Mediated Communication)
- 2.4 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร
- 2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)

ซินส์คค สุวรรณอักษร (2549) ได้กล่าวถึง เครือข่ายทางสังคม ว่าเป็นช่องทางที่มีความสัมพันธ์ร่วมกับจุดยืนส่วนตัว ซึ่งเป็นเสมือนพื้นที่ภายในสังคมวัฒนธรรมหนึ่งและหลายๆ พื้นที่สังคมวัฒนธรรม เช่น เครือญาติมีอาชีพเป็นชนชั้น มีตำแหน่งฐานะในท้องถิ่นหลากหลาย แต่มีความสัมพันธ์กับญาติพี่น้องอยู่ ขณะเดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงและคนรู้จักด้วย

เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นมีอยู่ในสังคม นับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้าหากจะมองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมก็เปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่างๆ ที่มีเส้นหลายๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่างๆ เหล่านี้กับจุดๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง

จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่างๆ เป็นตัวแทนของบุคคลอื่นรอบๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลายๆ เส้นนั้น หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมหลายๆ ความสัมพันธ์ที่บุคคล และหรือกลุ่มบุคคลมีต่อกันและกัน พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางสังคมที่สำคัญ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลอื่นๆ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารอย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะเรียกว่า เป็นเครือข่ายสังคมได้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย ซึ่งได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล เครื่องใช้ ไม้สอย อาหาร การบริการ (Transaction) ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

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

การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมนั้น จะเน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลที่ดำรงอยู่ในเครือข่ายสังคมว่า จะส่งผลต่อพฤติกรรมซึ่งกันและกันอย่างไร ลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไว้ 4 ลักษณะด้วยกันดังนี้คือ

1. ความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย อันเนื่องมาจากบทบาทที่มีอยู่ในสังคม : ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage : Multiplexity)

ลักษณะของความสัมพันธ์แบบนี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีบทบาท (Role Theory) เพราะในเครือข่ายสังคมนั้น จะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้นมิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทพ่อ บทบาทผู้ใหญ่บ้าน บทบาทลูก บทบาทของประธานคณะกรรมการหมู่บ้านต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นบุคคลสองคนอาจมีความสัมพันธ์กันได้ ทั้งในบทบาทเดียวหรือหลายบทบาทประกอบกัน เรียกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเดี่ยวและความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Uniplex or Single - stranded และ Multiplex or Multi - stranded ) ซึ่ง

บทบาทแต่ละบทบาทจะมีบรรทัดฐานและความคาดหวังเป็นตัวชี้แนะทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกันและกัน

## 2. ความสัมพันธ์ทางสังคม ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) เพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคมหรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เช่น สิ่งของ ความช่วยเหลือต่างๆ เงินทอง หรือบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทนกันต่อไปภายหน้า โดยที่ตัวบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจเองในการที่จะเลือก หรือมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแลกเปลี่ยนอะไรกับอีกบุคคลหนึ่ง เช่น ความเป็นเพื่อนระหว่าง นาย ก. กับ นาย ข. อาจเป็นไปได้ทั้งในเรื่องของความรัก ความซื่อสัตย์ การให้ของขวัญในโอกาสต่างๆ การให้ยืมเงินทอง แต่ นาย ก. และ นาย ข. ก็อาจเลือกที่จะแลกเปลี่ยนในเพียงบางสิ่งบางอย่างซึ่งกันและกันเท่านั้น ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความเหมาะสมหรือความพอใจที่จะได้จากการแลกเปลี่ยนนั้นๆ ด้วย

## 3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow)

ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกัน หรือแข่งขันกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน อีกทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุลกัน (Balance reciprocity) และไม่สมดุลกัน (negative reciprocity) ขึ้นด้วย ซึ่งหมายถึงการได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน ทั้งในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน โดยฝ่ายหนึ่งอาจได้รับมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

## 4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์ (Frequency and Duration of Relationship)

ความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์นั้น เป็นปัจจัยที่นำไปสู่คุณภาพของความสัมพันธ์ในลักษณะการเกิดความสัมพันธ์เชิงซ้อน และในทำนองเดียวกันความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์ ก็เป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงซ้อน ความผูกพันและความมีอิทธิพลต่อกันและกันในด้านพฤติกรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับความถี่และความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์กัน ประกอบขึ้นอยู่ที่ช่วงระยะเวลาของความสัมพันธ์ด้วย ยิ่งบุคคลมีความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งบ่อยครั้งเพียงใดและบุคคลมีช่วงระยะเวลาของการรู้จักกันนานเท่าใด ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคน จะมีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมของกันและกันมากขึ้นเท่านั้น



บุญมาก สิริเนาวกุล (2551) กล่าวว่า เครือข่ายสังคม (Social Network) หมายถึงโครงสร้างทางสังคมซึ่งสามารถที่จะสร้างเป็นเครือข่าย ใดๆอย่างหนึ่งได้ โดยการใช้นอดหรือ Node ซึ่งสัญลักษณ์เป็นวงกลม ซึ่งหมายถึงคน หรือกลุ่มคน หรือองค์กร และมีเส้นเชื่อมต่อระหว่างกันที่เรียกว่า Ties เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์กันในลักษณะเฉพาะต่าง ๆ กันไป เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว ความเกลียด ความขัดแย้ง ความคิด คุณค่าทางสังคม วิสัยทัศน์ การแพร่กระจายของเชื้อโรค เส้นทางการบิน เส้นทางคมนาคม เราสามารถที่จะสร้างเครือข่ายนี้ในหลายระดับตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับประเทศหรือทั่วโลก และเครือข่ายของสังคมมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยกันร่วมแก้ปัญหา ช่วยให้องค์กรสามารถทำงานต่อไปได้และสามารถที่จะหาหนทางที่จะให้แต่ละคนหรือกลุ่มบุคคลสามารถไปสู่จุดหมายปลายทางได้ด้วยการติดต่อสัมพันธ์กัน คุยกัน เพื่อขยายต่อความสัมพันธ์ตามจุดหมายที่เราอยากจะได้ เท่าที่ทำได้

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคม มาเป็นกรอบแนวคิดช่วยในการวิจัยเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของ facebook ช่วยทำความเข้าใจเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่ามีโครงสร้างอย่างไร เพื่อนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ facebook ที่มีรูปแบบการใช้งานอยู่ในเครือข่ายเดียวกัน เพื่อค้นหาคำตอบว่าผู้ใช้งานมีการปรับใช้ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานคนอื่นๆอย่างไร

## 2.2 แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสารนั้นได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนั้น ก่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลเกิดขึ้นมากมาย เราเรียกว่าเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่หรือสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งเป็นสื่อที่ผสมผสาน “ระบบโทรคมนาคม” เข้ากับ “ระบบสารสนเทศ”

Alvin Toffler ผู้เขียนเรื่อง “The Third Wave” ได้ทำนายผลกระทบที่จะเกิดจากเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ คอมพิวเตอร์ ที่จะสร้างผลกระทบต่อวิถีชีวิต และวิถีคิดของบุคคล สถาบันต่างๆ ของสังคม ความสัมพันธ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ครอบครัว ที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนรูปแบบใหม่ ชุมชนแบบใหม่

ยุคสารสนเทศนี้ ข้อมูลข่าวสารได้มีบทบาทกับชีวิตของเรามากมาย เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อช่วยจัดการกับข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น คอมพิวเตอร์นั้นก็เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการจัดการเก็บข้อมูล

บริการของอินเทอร์เน็ตนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การค้นหาข้อมูลบน World Wide Web (WWW) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mails) ซึ่งเป็นการรับส่งข้อความกับบุคคลอื่นทั่วโลก ใช้เพื่อสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว การติดต่อธุรกิจการงาน การบริการ โอนถ่ายเพิ่มข้อมูลต่างๆ และบริการด้านจดหมายข่าวสาร (Messaging And Bulletin Board Service) Asynchronous Discussion Forum เป็นการแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวต่างๆ (News Group) ซึ่งเป็นการเข้าร่วมออกความเห็นในหัวข้อต่างๆ โดยไม่ต้องสนใจเรื่องเป็นเวลา เพราะเราสามารถอภิปราย รับส่งความคิดเห็นได้ตลอดเวลา และเราก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่มีความเห็น ความสนใจในเรื่องเดียวกัน Synchronous Chats เป็นการสนทนาผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถออนไลน์เข้าไปคุยในห้องสนทนาในเวลาเดียวกันกับคนอื่นๆ ได้ตลอดเวลา เป็นเครื่องมือที่ให้คุณตั้งแต่ 2 คนสื่อสารกันได้ทันที ง่ายๆ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนในโลก MUD (Multi Users Domain) เป็นการที่ผู้ใช้หลายคนสามารถเข้ามาใช้ร่วมกัน ในรูปแบบสังคม เช่น การสนทนาข้อความในชุมชนเสมือนจริง (Virtual Reality) หรือในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual Environment) ซึ่งมีการผสมผสานเทคโนโลยีเพื่อสร้างความรู้สึกราวอยู่ในสถานที่และชุมชนนั้นจริง ผู้ใช้สามารถที่จะคุยและสร้างตัวละครหรือสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้

เนื่องด้วยความสะดวกและประโยชน์อันมากมายมหาศาลของอินเทอร์เน็ตจึงทำให้อินเทอร์เน็ตนั้น ได้รับการกล่าวว่าเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีศักยภาพสูงที่สุดในปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเครือข่ายข้อมูลระดับโลก ที่ผู้ใช้สามารถแสวงหาข้อมูลจากแหล่งหนึ่งไปอีกแหล่งได้โดยง่าย เพราะมีเครือข่ายเชื่อมโยงกันไว้หมดผู้ใช้นั้นสามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารเองได้สามารถเลือกรับข่าวสารที่น่าสนใจและปฏิเสธข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้เอง ทำผู้ใช้นั้นสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามความพอใจของตนเอง (Information on Demand)

Hoffman and Novak (อ้างถึงใน เพ็ญทิพย์ จิรินนุสรณ์, 2539: 24) พบว่า อินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ ซึ่งต่างจากสื่อประเภทอื่นที่ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทางเดียวสู่ผู้รับจึงกล่าวได้ว่าในสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ ผู้ใช้นั้นมีอำนาจควบคุมข่าวสารเองได้ ในอินเทอร์เน็ตนี้ผู้ใช้จะมีพลัง มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมได้มากกว่าที่เคยได้รับจากสื่อในรูปแบบเดิม เพราะในสื่อนี้ผู้ใช้นั้นจะเป็นผู้ผลิต ผู้กระทำ และผู้ใช้ในเวลาเดียวกัน

Amy Harmon (อ้างถึงใน เพ็ญทิพย์ จิรินนุสรณ์, 2539: 24) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตนี้มีศักยภาพมากกว่าโทรทัศน์ หรือสื่อที่ส่งผ่านข้อมูลทางเดียว (Passive) อื่นๆ เพราะมันทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกชนิดของข้อมูล ข่าวสาร ที่เขาต้องการได้รับและสามารถตอบสนอง มีปฏิสัมพันธ์

(Interactive) กับมันได้ จากงานวิจัยในอดีตพบว่า ผลจากการดูโทรทัศน์นั้น ส่งผลให้ผู้ช้ปลื้มตัว ออกจากสังคม เมื่อนักวิจัยได้ทำการศึกษาสื่อใหม่นี้ ก็พบว่าคนที่สื่อทำให้คนได้มีส่วนร่วม มี ปฏิสัมพันธ์ นั้นยิ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมและจิตใจของผู้ใช้มากกว่าเดิมมากมาย

จากแนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้ได้ทราบถึงความสำคัญของอินเทอร์เน็ต ที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคมโลกและเป็นสื่อกลางที่ทันสมัย ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่าง สะดวก รวดเร็ว ผู้วิจัยจึงใช้ทฤษฎีดังกล่าวมาเป็นเกณฑ์ในการศึกษารูปแบบการใช้ facebook ผ่าน เครื่องข่าย Social Networking

### 2.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication: CMC)

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication: CMC) เกิดขึ้นในช่วงปี 1970 และ 1980 โดยเริ่มต้นจากระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Networking) ถูกนำมาใช้เพื่อการสื่อสารกันระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ซึ่ง Santoro (อ้างถึงใน วิทวัส เกื่อนทอ, 2543 : 14) ได้กล่าวว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นี้เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกทางการสื่อสารให้กับบุคคลหรือกลุ่มโดยตรง และในการสื่อสารรูปแบบนี้ เครื่องคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวกลางของการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) โดยผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับเครือข่ายโทรศัพท์ที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

McComb (อ้างถึงใน วิทวัส เกื่อนทอ, 2543 : 15) ยังได้สรุปว่าถึงแม้ว่าการสื่อสารผ่าน สื่อกลางคอมพิวเตอร์ จะมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากมายหลายอย่างที่การสื่อสารแบบ เผชิญหน้า (face-to face) ไม่มี เช่น การกล้าแสดงออกถึงความรู้สึกต่าง ๆ ที่ไม่สามารถแสดงออกได้ ในโลกแห่งความเป็นจริง การสื่อสารกันได้จากทั่วทุกมุมโลกอย่างไร้ขีดจำกัด แต่ก็ไม่สามารถ ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากการสื่อสารที่ผ่านตัวกลางนั้น รูปแบบของการสื่อสารจะถูก จำกัดด้วยตัวเทคโนโลยีโดยเอง กล่าวคือในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ จะขาดแคลนการ สื่อสารในส่วนของอวัจนภาษาในการมีปฏิสัมพันธ์กัน เช่นในกรณีการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้ การสนทนาผ่านห้องสนทนา (chat room) ที่เป็นการพูดคุยผ่านทางข้อความ ตัวอักษร คู่สนทนา จะไม่สามารถมองเห็นหน้าตา สีหน้า ท่าทาง หรือรู้ถึงน้ำเสียง บุคลิกลักษณะของอีกฝ่าย ดังนั้นจึง ทำให้ยากที่จะคาดเดาได้ว่าคู่สนทนา รู้สึก นึกคิด มีอารมณ์อย่างไร มีความจริงใจหรือไม่ ในขณะที่ การสนทนาดำเนินอยู่

สำหรับในประเทศไทยการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั้น ได้เข้ามามีบทบาทในสังคมไทย โดยเฉพาะสังคมเมืองเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากก็คือ การค้นหาไฟล์ และ ฐานข้อมูลแบบเครือข่ายไฮแมงมุม ซึ่งจะมีข้อมูลข่าวสารมากมายที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของ Multi Media ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายในรูปแบบของสื่อที่ผสมผสาน ให้ข้อมูลได้ทั้ง รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ แหล่งข้อมูลที่จะให้ค้นหาก็มีไม่จำกัด เพราะสามารถเชื่อมต่อ ไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้ยังมีความนิยมในการใช้บริการในรูปแบบอื่น ๆ อีกมาก เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์, การดาวน์โหลดข้อมูล, การพูดคุยแสดงความคิดเห็นผ่านห้องสนทนา, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

นอกจากสิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยังมีการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตอีกประการหนึ่งที่ กำลังได้รับความนิยมมากในหมู่ผู้ใช้ในปัจจุบัน นั่นก็คือการสร้างเครือข่ายของตนเองขึ้นมา จะเป็นลักษณะของการที่ผู้ใช้แต่ละคนสามารถสร้างเว็บของตนเองและร่วมสนุกกัน ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด โดยผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ไม่ว่าจะอยู่ในมุมใดของโลก การสร้าง facebook ขึ้นมาเป็นของตนเองในลักษณะนี้จะอาศัยประสิทธิภาพพิเศษของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องเข้าหากัน ดังนั้นผู้ที่สามารถเข้าสู่อินเทอร์เน็ต และใช้เว็บไซต์เดียวกัน ก็จะสามารถหาเพื่อนและแสดงความคิดเห็นต่อกันได้ เป็นการแสวงหาความบันเทิงรูปแบบหนึ่ง และหาเพื่อนใหม่ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

## 2.4 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

### การสื่อสารระหว่างบุคคล

อิรินันท์ อนุวัชรวิวงศ์ (อ้างถึงใน โสจิวัจน์ บุญประดิษฐ์, 2543:13) ได้ให้แนวความหมายของคำว่า การสื่อสารไว้ 5 นัย ด้วยกัน คือ

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
2. เป็นกระบวนการที่ย้อนกลับไม่ได้ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไปข้างหน้า จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ในระหว่างการสื่อสารเนื้อความและความหมายก็จะกว้างขึ้นเรื่อยๆ ไม่หยุดยั้ง
3. เป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวในความคิดอยู่ตลอดเวลาและจะต้องเอาประสบการณ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย และมีการเชื่อมโยงกับกระบวนการทางจิตวิทยา
4. เป็นกระบวนการที่จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ เป็นการนำเอาประสบการณ์มารวมกัน

การส่งและแปลความหมายไม่อาจสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นได้ถ้าไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายในและภายนอกของแต่ละบุคคล ปฏิสัมพันธ์เป็นสิ่งมีอิทธิพลต่อการตีความ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ปฏิสัมพันธ์ภายในบุคคล (Intrapersonal Interaction) เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายนอกกับภายในของแต่ละบุคคลเฉพาะตัว เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างเสริมประสบการณ์บุคคลจะตีความสิ่งรอบตัวที่เกิดขึ้นเหมือนหรือแตกต่างไปจากบุคคลอื่น เนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ในตัวบุคคล

2. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Interaction) เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่านั้น เป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น เพราะแต่ละคนย่อมต้องมีการปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบุคคลของตนให้สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี โดยแบ่งเป็น

- การสื่อสารที่แสดงออกถึงพฤติกรรมของบุคคล เรียกว่า “การสื่อสารเชิงวจนะ” (Verbal Communication)

- การสื่อสารที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เรียกว่า “การสื่อสารเชิงอวจนะ” (Non-verbal Communication)

5. เป็นกระบวนการที่จะต้องมึบริบท ความหมายของการสื่อสารจึงต้องประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพมากมายและหมายรวมถึงวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารต้องมีความเข้าใจในระบบพื้นฐานของการสื่อสารซึ่งแต่ละบุคคลจะมีระบบและถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนี้เป็นที่มาของการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยแต่ละคนมีความหมายแตกต่างกันออกไป บางครั้งการสื่อสารที่อาศัยโครงสร้างของกลุ่มนี้เรียกว่า การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) ซึ่งต้องมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ต่างๆ

ในสังคมประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม จะเห็นได้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นพื้นฐานของการสื่อสารและระบบการสื่อสารของแต่ละบุคคล ยังเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารซึ่งเป็นผลมาจากความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ความเกี่ยวกันของบุคคล กลุ่มและสังคม

### ความหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคล

พจน์ี เซยจรรยา และคณะ (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:14) กล่าวว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคล” คือ การสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคนหรือมากกว่าสอง ในระยะห่างทางกายภาพพอที่จะเลือกใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า (หู ตา จมูก ลิ้น ผิวกาย) และปฏิกิริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที

ถิรนนท์ อนุวัชรศิริวงศ์ (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:14) กล่าวว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคล” หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง โดยปกติแล้วจะเป็นการสื่อสารโดยการพูดที่ผู้พูดและผู้ฟังปรากฏตัวต่อหน้ากัน (Face-to-Face Communication) และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

Hartley (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:14) ได้แสดงถึงองค์ประกอบของความหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่ามีความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. การพบปะกันแบบหน้าต่อหน้า (Face-to-Face Meeting) การสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวข้องกับการพบกันแบบปรากฏตัวต่อหน้ากันระหว่างคนสองคน
2. บทบาท (Roles) การสื่อสารระหว่างบุคคล เกี่ยวข้องกับคนสองคนในบทบาทและความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน
3. สองทิศทาง (Two-way) การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทิศทาง
4. ความหมาย (Meaning) การสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนตัวสาร (Messages) แต่จะเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ (Creation) และการแลกเปลี่ยนความหมายมากกว่า (Meaning)
5. ความตั้งใจ (Intention) การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของความตั้งใจในการสื่อสาร
6. กระบวนการ (Process) การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นกระบวนการที่ดำเนินไปมากกว่าเป็นเฉพาะเหตุการณ์
7. เวลา (Time) การสื่อสารระหว่างบุคคลอยู่บนพื้นฐานของช่วงเวลา

### ปัจจัยกำหนดความตั้งใจในการสื่อสารระหว่างบุคคล

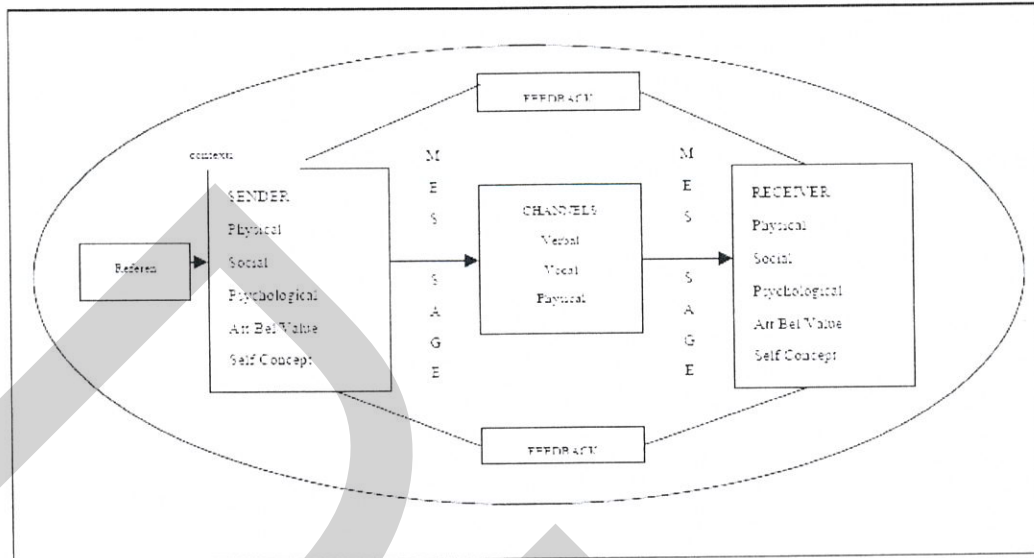
บุษบา สุธีธร (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:18) กล่าวถึงการศึกษาวิจัยที่พบว่า คนส่วนใหญ่จะทำการสื่อสารระหว่างบุคคลกับคนอื่น ๆ มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ คือ

1. ลักษณะดึงดูดใจของคู่สื่อสาร ได้แก่ ลักษณะดึงดูดใจในรูปร่างหน้าตา และความดึงดูดใจในบุคลิกภาพ
2. ความใกล้ชิดของคู่สื่อสาร มนุษย์มีธรรมชาติที่จะสื่อสารกับคนที่ใกล้ชิด เพราะเมื่อใกล้ชิดสิ่งใดแล้วก็มีที่จะเอาความรู้สึกของตนเข้าไปผูกพันและมักมีทัศนคติที่ดีกับคนที่ตนได้ใกล้ชิดด้วย
3. การให้แรงเสริมแก่คู่สื่อสาร บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะสื่อสารกับคนที่ให้สิ่งที่ทำให้คนพอใจ นั่นคือการให้แรงเสริมแก่ตน แรงเสริมนี้อาจเป็นวัตถุสิ่งของหรือตัวเสริมแรงทางสังคม เช่น การยกย่องชมเชย
4. ความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสาร โดยทั่วไปเรามักจะพูดคุยสื่อสารกับคนที่มีลักษณะคล้ายๆ กับตน หมายถึงถึงความคล้ายคลึงทางกายภาพ และความคล้ายคลึงทางจิตใจ
5. การเสริมความแตกต่างของคู่สื่อสาร บางครั้งคนเราในบางสถานการณ์ชอบที่จะสื่อสารกับคนที่มีลักษณะแตกต่างจากตนเองเพราะสิ่งที่ต่างไปนั้นได้ตอบสนองความต้องการของตนเป็นส่วนทำให้ตนเองสมบูรณ์ขึ้น

#### กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

ดิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:15) กล่าวว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และพัฒนาไปในรูปแบบต่างๆ ไม่จบสิ้น ในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ ช่องทาง (Channel) การตอบสนองกลับ (Feedback) และสิ่งรบกวน (Noise)

Donaldson และ Kurtz (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:15) ได้เสนอกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งให้น้ำหนักถึงธรรมชาติในการติดต่อสื่อสารแบบต่อหน้า (Face-to-Face Communication) และให้ความสำคัญกับการตอบสนองกลับ (Feedback) เป็นการแสดงให้เห็นถึงตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อการสื่อสารและผลของการสื่อสาร รวมทั้งเน้นถึงความสำคัญของสารที่ผู้รับสารได้รับมากกว่าสารที่ผู้ส่งสารส่งไป ซึ่งได้แสดงรายละเอียดอธิบายตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังแบบจำลองที่ 1 และคำอธิบายต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองแสดงกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลของ Donaldson และ Kurtz  
ที่มา : Donaldson & Kurtz (อ้างถึงใน โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, 2543:15)

1. ลักษณะทางกายภาพของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Physical Image) ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ พฤติกรรม การแสดงออก การแต่งกาย ฯลฯ

2. ลักษณะทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Social and Psychological attributes) ซึ่ง ได้แก่

บุคลิกภาพ (Personality)

- เปิดเผยหรือปิดบัง (Openness/ Closeness)
- ความเชื่อ (Trust)
- ประนีประนอม (Conformity)
- อ่อนโยน (Sensitivity)
- น่าสนใจ (Interests)
- ต่อสู้กับอุปสรรค (Persistence against opposition)
- ความสามารถในการปรับใช้ (Adaptability)

ประสบการณ์ (Experiences)

- ภูมิหลังทางวัฒนธรรม (Cultural background)
- การศึกษา (Education)
- อาชีพ (Occupation)
- สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Status)



- อำนาจที่เป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการ (Formal and informal power)
  - ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills)
  - ความพร้อมในการเรียนรู้ (Readiness to learn)
  - ความสัมพันธ์ (Relationships)
3. ทักษะคติ ความเชื่อและค่านิยม (Attitudes, Belief and Values) ได้แก่
- ความคาดหวัง (Expectations)
  - อคติของแหล่งสารที่มีต่อตัวสารและต่อบุคคลอื่น  
(Biases of source toward message and other)
  - ความเต็มใจ ความปรารถนาในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น  
(Willingness to Interaction)
4. แนวคิดต่อตนเอง (Self-Concept) ได้แก่ มุมมองหรือทัศนคติที่มีต่อตนเอง โดยอาศัยองค์ประกอบดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้อ 1,2 และ 3
5. สิ่งรบกวนภายใน (Internal noise) เช่น ปัญหาสุขภาพทั้งกายและใจ ความหิว ความวิตกกังวล ความสะดวกสบาย เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังได้แสดงตัวอย่างบริบททางกายภาพและทางสังคม และรายละเอียดของช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้แก่

1. รูปแบบทางสังคม (Social Setting)
  - เหตุผลในการปฏิสัมพันธ์ (Reason for the interaction)
  - ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร  
(Role relationship between sender and receiver)
  - กฎเกณฑ์ของความสัมพันธ์ (Rules of the relationship)
  - บริบททางวัฒนธรรม (Cultural context)
2. รูปแบบทางกายภาพ (Physical Setting)
  - สถานที่ (Physical Setting)
  - เวลา (Time)
  - ช่องว่าง (Space)
  - ความใกล้ชิด (Proximity)
  - ระดับของสิ่งรบกวน (Noise level)

3. ช่องทางในการติดต่อปฏิสัมพันธ์ (Channel of Interactive Communication) ได้แก่

- ภาษาพูด (Verbal stimuli)
- ภาษาท่าทาง (Physical stimuli)
- เสียง (Vocal stimuli)

แนวคิดนี้ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การสื่อสารการสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน มีลักษณะการสื่อสารต่อบุคคลอื่นอย่างไร

## 2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

### ความหมายของทัศนคติ

โรเจอร์ส (อ้างถึงใน ปารีฉัตร มั่นคง, 2533: 17) ทัศนคติ หมายถึง เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้น คิด และรู้สึกอย่างไรกับกรอบข้าง วัตถุ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนะนั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนะนั้นจึงเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

คุนด์เลอ (อ้างถึงใน ปารีฉัตร มั่นคง, 2533: 17) ทัศนคติ คือความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังครมรอบตัวหรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุน หรือต่อต้านแนวคิดสถาบัน บุคคลหรือสถานการณ์บางอย่าง

โรลิตซ์ (อ้างถึงใน ปารีฉัตร มั่นคง, 2533: 17) ทัศนคติ หมายถึง ทัศนคติที่เป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองใน ลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

พีชเบียน (อ้างถึงใน ปารีฉัตร มั่นคง, 2533: 17) ทัศนคติ คือความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่จะแสดงตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเกิดขึ้นก่อนพฤติกรรมและ ทัศนคติเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคล

นิวคอมน์ (อ้างถึงใน ปารีฉัตร มั่นคง, 2533: 17) ทัศนคติ เป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉยๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด

## การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (อ้างถึงใน ปาริฉัตร มั่นคง, 2533: 18) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จึงให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

## ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวรพอควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์ และการผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้ง 3 อย่างนี้ที่มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ในการที่จะให้มีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้ (Zimbardo, Ebberson และ Maslach, 1977 อ้างใน ชรินทร์ ต่วนชะเอม 2541: 37)

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะใช้โดยวิธีบุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนอื่นๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive component) เป็นที่เชื่อกันว่า ถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบด้านอื่นก็จะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลงก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavior component) เปลี่ยนแปลงด้วย

แมคกายร์ (อ้างถึงใน ปาริฉัตร มั่นคง, 2533: 19) ได้อธิบายขั้นตอนของขบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ
2. ความเข้าใจ
3. การยอมรับ
4. การเก็บเอาไว้
5. การกระทำ

แมคกายร์ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้าขบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อข่าวสาร ทำให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว จะเกิดขบวนการคือ การใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การเก็บเอาไว้ และการกระทำในตัวผู้รับ การที่ขั้นตอนเหล่านี้จะเกิดในตัวบุคคลหรือไม่นั้นจะต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ หลายประการ เช่น ความสามารถทางสติปัญญา ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษาและอื่นๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะมีส่วนทำให้บางขั้นตอนไม่เกิดขึ้นก็ได้

#### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ (อ้างถึงใน ปาริฉัตร มั่นคง, 2533: 29)

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไม่มีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องประพฤติกกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิเช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสาร ล้วนมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหา เหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก เพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยการรับข่าวสารที่ทำให้เกิดการยอมรับสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ

เซอร์เบิร์ต ซี. เคลแมน (อ้างถึงใน ปาริฉัตร มั่นคง, 2533: 20) ได้เสนอขบวนการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล คือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลของผู้อื่น เพราะต้องการให้ผู้อื่นปฏิบัติตนในทางที่ตนต้องการ
2. การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลในสังคม
3. การที่บุคคลยอมรับพฤติกรรมในสังคมที่เหมาะสมกับค่านิยมที่มีอยู่ในตัวเราแล้ว (Internalization)

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531) เห็นว่า ทัศนคติคือความโน้มเอียงซึ่งมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางดีหรือไม่ดี โดยทัศนคติจัดเป็นพฤติกรรมในการเตรียมพร้อมทางสมองในการที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติสามารถบอกถึงหน้าที่ของสภาวะจิตใจหรือสภาพของอารมณ์ที่สลับซับซ้อน ก่อนที่คนเราจะตัดสินใจกระทำอย่างอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหา โดยใหญ่แล้วทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล อาทิ ทำที่หรือความรู้สึกของมนุษย์ที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะแบ่งประเภทของการแสดงออกได้ 3 ประเภทหลัก คือ ปัญญา อารมณ์และความรู้สึก

วิรัช ลภีรัตนกุล (2542: 200) ได้แบ่งทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามการแสดงออกของบุคคล ได้แก่

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำบุคคลให้แสดงพฤติกรรมในด้านดีต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและความร่วมมือในทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ และนับเป็นพื้นฐานที่ดีในการยอมรับความคิดหรือข้อมูลใหม่ๆ

2. ทักษะคติในทางลบ (Negative Attitude) เป็นทักษะคติหรือความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ มักเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจและความแตกแยก (ในกรณีต่อองค์กร) ทักษะคติ ด้านลบนี้จะก่อให้เกิดอคติขึ้นในใจของบุคคล นำไปสู่การด่วนสรุปตัดสินใจในเรื่องต่างๆ แม้จะยังไม่มีความเข้าใจในเรื่องนั้นอย่างถ่องแท้ก็ตาม

3. ทักษะคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) บางครั้งบุคคลอาจไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้น อย่างสิ้นเชิงก็เป็นได้ ส่วนใหญ่มักมีสาเหตุมาจากความห่างไกลจากผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือขาดข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ

เมื่อบุคคลมีข้อมูลโดยตรงต่อสิ่งใดแล้วทักษะคติของเขาต่อสิ่งนั้นก็ชัดเจนขึ้นด้วยการเพิ่ม ข้อมูลเหล่านั้น อย่างไรก็ตามหากความรู้ในเรื่องนั้นๆ ของบุคคลที่มีน้อยหรือไม่ชัดเจนเขาก็อาจลง ความเห็นโดยการสังเกตจากพฤติกรรมของตนเอง และสถานการณ์แวดล้อม

ในงานวิจัยเรื่องนี้ได้นำแนวคิดนี้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาเรื่องทักษะคติของผู้เล่นที่เป็น กลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ว่าเป็นอย่างไร อาจเป็นทักษะคติทั้งเชิงบวก เชิงลบ หรือ จะไม่มีความเห็นใดๆออกมาเลย โดยศึกษาว่าทักษะคตินั้นจะเกิดผลกระทบในแง่ใดบ้างต่อผู้เล่นเอง และ ต่อสังคม

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร

### แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม

#### ความหมายของกลุ่ม

1. มีปฏิสัมพันธ์กัน
2. รับรู้ว่าคุณมีความสนใจ และเป้าหมายร่วมกัน
3. มารวมกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

“กลุ่ม”คือ บุคคล 2 คน หรือมากกว่า ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในลักษณะที่บุคคล แต่ละคนมีอิทธิพลและได้รับอิทธิพล มีความสนใจร่วมกัน หรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง โดยรับอิทธิพลจากผลกระทบจากกันและกัน รวมถึงรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

จากคำนิยามดังกล่าวทำให้เราได้ทราบถึง ลักษณะของกลุ่มว่า จะต้องมีคนตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป มารวมตัวกันซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ ตามที่นักจิตวิทยา และนักสังคมวิทยาได้ ศึกษา และกล่าวไว้ว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมนั้นมนุษย์ไม่สามารถที่จะอยู่ตามลำพังคน เดียวได้ แต่จำเป็นต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม โดยการรวมกลุ่มนี้มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายอย่าง

1. ต้องการมีสังกัดหรือการเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. ต้องการมีอำนาจและการควบคุม

### 3. ต้องการความรักทั้งในแง่รักคนอื่น และต้องการให้คนอื่นรัก

ความต้องการดังกล่าวนี้ เป็นเหตุผลที่ช่วยอธิบายว่า เหตุใดมนุษย์จึงรวมตัวกันเป็นกลุ่มย่อย หรือมีแนวโน้มที่จะรวมตัวกันเป็นกลุ่มอยู่เสมอ การสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม การสร้างความผูกพัน ความภักดี การช่วยกันแก้ปัญหาและตัดสินใจ การโต้ตอบกัน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ จะทำให้กลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคนได้

#### แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

การที่มนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม จำเป็นที่จะต้องใช้ “การสื่อสาร” มาเป็นเครื่องมือที่จะช่วยเชื่อมโยงบุคคลในกลุ่มเข้าด้วยกัน โดยมีผู้ให้นิยามของ “เครือข่ายการสื่อสาร” ไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

ถินันท์ ทอนวัชศิริวงศ์(2533) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง ระบบการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารในระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งมีเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

เครือข่ายมีหลายระดับ ตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย กลายเป็นเครือข่ายย่อยภายใต้เครือข่ายใหญ่

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

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร จะอธิบายการสร้างความผูกพันของคนเข้ากับหมู่คณะ โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันในโครงสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคล เครือข่ายการสื่อสารประกอบขึ้นด้วยการติดต่อกันระหว่างบุคคล โดยจะติดต่อกันในรูปแบบการไหลของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการวิจัยการสื่อสาร โดยการใช้การวิเคราะห์เครือข่ายนั้น เป็นการชี้เฉพาะไปที่โครงสร้างการสื่อสารและเพื่อให้เข้าใจถึงภาพรวมของปฏิริยาของมนุษย์ในระบบเพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการสื่อสารต่อบุคคล

การวิเคราะห์เครือข่ายเป็นการปล่อยให้คำพูดไหลออกมาในระบบ และทำการเปรียบเทียบโครงสร้างการสื่อสารด้วยโครงสร้างสังคม เพื่อที่จะดูว่าโครงสร้างสังคมมีความสัมพันธ์กับเครือข่ายการสื่อสารอย่างไร ดังนั้นจึงจะต้องเข้าใจโครงสร้างทางสังคมด้วย เช่น ช่องทางการสื่อสาร

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเป็นหนึ่งในหลายๆ วิธีการวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในส่วนที่การวิจัยอื่นไม่เน้น เป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางการสื่อสารระหว่างคนสองคนหรือมากกว่านั้น

การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารจะเป็นการค้นหาคำตอบของสิ่ง 2 สิ่ง คือ

1. พฤติกรรมทางธรรมชาติทางการสื่อสารของมนุษย์
2. เนื้อหาและข้อมูลของการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง การแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม รวมถึงการสื่อสารที่ใช้ในการสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งมีทั้งเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ ตรงกันข้ามเครือข่ายเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่ความเข้มข้นของการสื่อสารที่ต่างกัน

เครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้ เป็นประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายที่ได้มีการวางแผนอย่างแน่นอน ดังนั้น เครือข่ายเหล่านี้มีโครงสร้างที่มีแบบแผน บทบาทและสถานภาพของสมาชิกจึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาอย่างมาก ชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ทุกวันนี้ต้องการวางรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารแทบทั้งสิ้น

ในขณะเดียวกันการติดต่อสื่อสารของกลุ่มสื่อสารภายในเครือข่ายจะมี 2 ลักษณะคือ

1. เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลหลายคน (Radial Personal Network) คือการที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลหลายคน แต่ในกลุ่มบุคคลที่บุคคลนั้นติดต่อสื่อสารด้วยจะไม่มีมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน บุคคลส่วนใหญ่ที่ติดต่อสื่อสารด้วยนั้นมีความผูกพันกันแบบผิวเผิน เช่น คนรู้จักหรือผู้ร่วมงาน เป็นต้น และเป็นการติดต่อสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกัน
2. เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลแบบซ้อนติดกัน (Interlocking personal Network) คือ การที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ อีกหลายคน โดยกลุ่มคนในเครือข่านั้นจะมีการติดต่อสื่อสารถึงกันทั้งหมด และความสัมพันธ์เป็นแบบสนิทสนม เช่น เพื่อนสนิทหรือญาติ โดยแต่ละบุคคลจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน



จากแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มและเครือข่ายการสื่อสาร แสดงให้เห็นว่าเมื่อบุคคลได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้น แต่ละคนจะมีการติดต่อสื่อสารกัน โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในลักษณะต่างๆ รวมถึงทำหน้าที่ของตนเพื่อให้กลุ่มดำรงอยู่และดำเนินไปได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของเครือข่าย facebook เครือข่ายนั้นมีการรวมตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เหมือนกัน โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารในแบบต่างๆ เพื่อให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่าย มีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายของกลุ่มร่วมกัน มีการสื่อสารระหว่างเครือข่าย

## 2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ

มีกลุ่มทฤษฎีที่เอ่ยถึงความต้องการของมนุษย์หลายทฤษฎี ที่นักวิชาการด้านสื่อนำมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับสื่อ ดังนี้

ซิกมันด์ ฟรอยด์ ที่ได้อธิบายถึงกระบวนการทำงานของจิตมนุษย์ที่ว่า โดยความเป็นจริงแล้วมนุษย์เราเกิดมาพร้อมกับความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์ หรือ อิด แต่เราก็ไม่สามารถแสดงออกมากได้อย่างอิสระ เนื่องจากสังคมได้คอยกล่อมเกล้าให้มนุษย์อยู่ในกรอบมากขึ้น ตามคำกล่าวของฟรอยด์ที่ว่า “มนุษย์เราที่ทุกอย่างด้วยความมีเหตุผลนั้น แท้จริงแล้วมีเบื้องหลังอันถูกรอบงำด้วยความรู้สึก และอารมณ์อันไร้เหตุผลเสียทั้งสิ้น คนเราทำทุกอย่างเพื่อระบายนแรงผลักดันทางอารมณ์ออกมาภายนอก และได้พยายามทำอย่างมีเหตุผล ก็เพียงเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐานทางสังคมเหล่านั้น”ตามแนวคิดของฟรอยด์นี้สามารถนำมาอธิบายปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสพติดได้ เนื่องจากว่าธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางซึ่งเปิดโอกาสให้มนุษย์แสดงอิดหรือความต้องการพื้นฐานที่อยู่ในตัวเรา บุคคลจึงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตระบายอิดได้อย่างไร้ขีดจำกัด และยังเป็นการชดเชยหรือทดแทนการแสดงออกของอิดในทางที่ปลอดภัย สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถแสดงความคิด ความต้องการ และการกระทำออกมาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีเงื่อนไข และมาตรฐานทางสังคมที่กำหนดอยู่ ซึ่งทำให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ และยึดติดกับการใช้อินเทอร์เน็ต

อับราฮัม มาสโลว์ ก็ได้พูดถึงความต้องการของมนุษย์ (Human Needs) ที่ต้องการตอบสนองเช่นเดียวกัน แต่มาสโลว์ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้น โดยมนุษย์จะสนองความต้องการตามลำดับก่อนหลัง ซึ่งลำดับต่างๆ นั้นได้แก่

1. Physiological Needs ความต้องการด้านสรีระ เป็นความต้องการทางด้านร่างกาย การที่มนุษย์จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นก็เพราะความต้องการอาหาร น้ำ เรื่องทางเพศ ซึ่งเป็นความ

ต้องการพื้นฐานขั้นแรกของมนุษย์

2. Safety Needs ความต้องการด้านความมั่นคงความปลอดภัย เป็นความต้องการความปลอดภัยที่ต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ปราศจากอันตรายและสิ่งทีกกดดันในชีวิต ซึ่งสังคมที่คตินั้นจะทำให้บุคคลรู้สึกปลอดภัยจากสิ่งที่น่ากลัว

3. Social Needs เป็นความต้องการทางสังคม ความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่รักเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่มนุษย์ได้เข้าร่วมสังคมกับบุคคลอื่นๆ มนุษย์จะต้องการเป็นที่รักของครอบครัว เพื่อน และสังคม ต้องการมีความรู้สึกว่าเป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์กรหรือสถาบันที่ตนสังกัดอยู่ มนุษย์นั้นจะรู้สึกเจ็บปวดและได้รับผลกระทบจากการขาดเพื่อน คู่รัก ดังนั้นมนุษย์จึงอยากมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น อยากจะเข้าถึงสถานที่หรือสถานการณ์ที่ได้รับความสัมพันธ์มากกว่าสิ่งอื่นใดในโลก เพื่อลืมนความเจ็บปวดนั้น และสังคมที่คตินั้นสามารถให้ความพึงพอใจแก่ความต้องการนี้ได้

4. Esteem Needs ความต้องการที่จะเปลี่ยนเป็นที่นับถือยกย่องในวงสังคม มนุษย์ชอบที่จะมีความเคารพในตนเอง ให้เกียรติตนเอง และในขณะเดียวกันเขาก็ต้องการได้รับเกียรติ และความยกย่องในตัวเขาจากบุคคลอื่นด้วย มนุษย์นั้นต้องการสถานภาพและความต้องการให้คนอื่นตระหนักในความสำเร็จของเขา บุคคลในสังคมนั้นต้องการความมั่นคง ความนับถือตนเอง ต้องการความแข็งแกร่งเพื่อชัยชนะ เพื่อความมั่นใจในการเผชิญกับโลก บุคคลต้องการที่จะมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น มีความเป็นอิสระและได้รับสถานะที่ต้องการ การได้รับความพึงพอใจในความต้องการนี้จะนำมาซึ่งความรู้สึกมั่นใจในตัวเอง การมีคุณค่าในตัวเอง และความสามารถนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นในโลกแห่งความเป็นจริง

5. Self-Actualization Needs ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้ หรือความพึงพอใจส่วนตัว (Self-fulfillment) มนุษย์จะมีความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่ตนเองได้ใฝ่ฝันไว้ การเข้าถึงตนเองในสิ่งที่ต้องการจะเป็น ตัวตนในอุดมคตินี้เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการกับการใช้สื่อมากที่สุด ก็ได้แก่ ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Used and Gratification Theory) ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงความต้องการ และแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร โดยได้จำแนกความต้องการ (Needs) ข่าวสารตามลักษณะจิตวิทยา ได้ดังนี้

1. Cognitive Needs คือ ความต้องการในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เข้าใจสิ่งต่างๆ รอบตัว
2. Affective Needs คือ ความต้องการในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อได้รับความพึงพอใจทางอารมณ์
3. Integrative Needs คือ ความต้องการข่าวสาร เพื่อต่อยอดความคิด ความมั่นใจ ความ

มั่นคงทางอารมณ์และความคิด ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับในสังคม

4. Escape Needs คือ ความต้องการเปิดรับสื่อเพื่อที่จะหลีกหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา ลืมความเจ็บปวด ปัญหาในชีวิต เป็นความต้องการใช้สื่อเพื่อผ่อนคลายและหลีกหนีจากความเป็นจริง

Katz (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 20) ได้อธิบายว่าบุคคลนั้นจะเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลจะต่างกัน ทำให้การเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อนั้นแตกต่างกันด้วย

สื่ออินเทอร์เน็ตที่อยู่ในข่ายที่เป็นตัวเลือกของผู้ใช้สื่อเช่นเดียวกัน ขึ้นอยู่กับว่ามีลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ ได้มากน้อยเพียงใด โดยเปรียบเทียบกับสื่ออื่น

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ

John Suler (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 20) นั้นได้ทำการศึกษาถึงการบริโภคอินเทอร์เน็ตว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเต็ม

เต็มความต้องการในลำดับความต้องการของมนุษย์ของ Maslow ได้อย่างไร โดยได้พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้และช่วยเติมเต็มขาดหายความต้องการที่ขาดหายไปของบุคคลในลำดับขั้นความต้องการได้ ดังนี้

### 1. Sexual Needs ความต้องการในด้านเพศ

พรอยด์กล่าวว่า เรื่องเพศ (Sex) นี้เป็นการต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นความต้องการลำดับขั้นแรกของ Maslow ซึ่งในปัจจุบันเรื่องของเพศนั้นเป็นหัวข้อที่นิยมมากในสื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อบุคคลถูกรอบงำจากกิจกรรมทางเพศในออนไลน์ หรือ Cybersex นี้ จะทำให้เขาได้รับความพึงพอใจ ซึ่งกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องเพศในอินเทอร์เน็ตนี้เป็นสิ่งเสพติดได้ เพราะมันง่ายในการเข้าถึง ลักษณะของสื่อที่ผู้ใช้ไม่ต้องระบุชื่อนั้นก็เป็นหนทางที่ปลอดภัย มีทางเลือกสร้างอัตลักษณ์ใหม่และเปลี่ยนเพศใหม่ ซึ่งทำให้อินเทอร์เน็ตนี้สามารถเติมเต็มพลังความต้องการได้ และการที่บุคคลสามารถเข้าไปหาคู่ได้ตามต้องการของตน Cybersex นั้นเป็นการชดเชยการแสดงออกในเรื่องเพศทางกายภาพ เมื่อบุคคลนั้นยังไม่ได้รับความพึงพอใจในเรื่องเพศจากชีวิตจริง เขาก็จะมองสิ่งทดแทนในอินเทอร์เน็ต

### 2. Need for an Altered State of Consciousness ความต้องการเข้าสู่จินตนาการ ความเพื่อฝัน

บุคคลนั้นมีแนวโน้มต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงความมีสติรู้สำนึกของตน เพื่อที่จะได้รับประสบการณ์ความเป็นจริงจากแง่มุมที่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการนี้อาจถูกแสดงผ่านหลายพฤติกรรม เช่น ทางด้านสร้างสรรค์ศิลปะ ทางด้านเพศ การเสพติดยาและสื่อมวลชน เนื่องจากสิ่ง

เหล่านี้จะช่วยให้บุคคลหลุดจากโลกแห่งความจริงเข้าสู่โลกแห่งจินตนาการ ความเพ้อฝัน อินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลแสดงออกซึ่งความไร้สติ มั่นใจทางเลือกเพื่อเปลี่ยนแปลงความ มีสติ โดยอนุญาตให้บุคคลแสดงจินตนาการเพื่อปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น และสำรวจโลก และ เนื่องจากเวลา สถานที่ และอัตลักษณ์ของคนนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทำให้ Cyberspace นั้น กลายมาเป็นโลกแห่งความฝัน เช่น โลกแห่งจินตนาการใน MUD และ Multimedia Environment

บุคคลจะถูกดึงดูดให้เข้าไปในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual Environment) เพราะมัน เหมือนความฝัน เขาจะได้รับความต้องการที่น่าพึงพอใจโดยจะถูกดึงสู่ความไร้สติ ที่ซึ่งเขาสามารถ แสดงออกได้ถึงจินตนาการ ซึ่งก็อาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเพศ (Sexuality) ความรุนแรง (Aggression) และการจินตนาการในบทบาทสมมติ (Role Playing) ในอินเทอร์เน็ต

### 3. Need for an Achievement and Mastery Altered ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ

บุคคลนั้นมีความต้องการพื้นฐานในการเรียนรู้ ได้รับการประสบความสำเร็จ เป็นผู้ควบคุม สถานการณ์ มีอำนาจ และความนับถือ ในตนเองก็เป็นหนึ่งในความต้องการนี้ บุคคลจะเข้าไป เรียนรู้กับการใช้โปรแกรมต่างๆ การค้นหาข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาช่วยแก้ปัญหาและตัดสินใจ อินเทอร์เน็ตนั้นทำให้บุคคลได้เรียนรู้สังคม วัฒนธรรมต่างๆ ให้การยอมรับกับความสำเร็จของ บุคคล แต่ชุมชนในอินเทอร์เน็ตนั้นก็เปลี่ยนแปลงเร็วมาก ดังนั้น ในการที่จะควบคุมสิ่งต่างๆ ได้ บุคคลจึงใช้เวลาบ่อยมากๆ กับมัน

4. Need to Belong ความต้องการมีส่วนร่วม เป็นส่วนหนึ่งของสังคมบุคคลจะต้องการ ติดต่อกันระหว่างบุคคล การได้รับการยอมรับทางสังคม การมีส่วนร่วมความรู้สึกในการเป็นส่วนหนึ่ง ของกลุ่ม อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยให้บุคคลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนที่เขาพึงพอใจได้ เมื่อบุคคล รู้สึกกดดันจากสังคมจริง รู้สึกแปลกแยกเข้ากันไม่ได้กับสังคมที่ดำเนินอยู่เขาจะหันมาหาสังคมใน อินเทอร์เน็ตที่จะช่วยชดเชยความรู้สึกนั้นได้ และต้องการที่จะคงไว้ในสังคมเสมือนจริงแห่งนี้ เพื่อ สร้างความพึงพอใจให้แก่ชีวิตอินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลเข้ามาอยู่ในสังคมร่วมกัน เมื่อมี ผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น ชุมชนก็จะเปลี่ยนเร็วกว่าในชีวิตจริง ซึ่งถ้าบุคคลต้องการติดต่อกับชุมชน เข้า จะต้องหมั่นเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต ยิ่งใช้เวลามากเท่าไรในโลกออนไลน์ คนอื่นก็จะรู้จักเรามากขึ้น เท่านั้น ถ้าเราต้องการไม่ให้ถูกลืมหรือสูญเสียสังคมนี้ไป เราก็จะต้องหมั่นเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ ตัวเรายังคงอยู่ในสังคมออนไลน์ได้

5. Need for Relationship ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นความต้องการติดต่อกัน ระหว่างบุคคล อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสังคมที่มีพลังและให้โอกาสในการมีส่วนร่วมแก่บุคคล ซึ่งเป็น สิ่งที่มีอิทธิพลที่สุดของอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยสนองความต้องการให้แก่บุคคลที่ไม่ได้รับ

ความสัมพันธ์ทางสังคมเพียงพอ สำหรับคนชราหรือคนที่หวาดกลัวที่จะติดต่อบุคคลอื่นในชีวิตจริงนั้น อินเทอร์เน็ตจะช่วยชดเชยให้คนเข้าไปมีความสัมพันธ์ในออนไลน์ได้และด้วยความที่ไม่มีใครรู้ว่าเรคือใครในสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นจะช่วยให้คุณแสดงออกมากขึ้นรู้สึกมั่นคงและมั่นใจมากขึ้นนอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตยังช่วยให้คุณพบปะกับเพื่อนใหม่หรือแสวงหาความสัมพันธ์แบบคู่รักได้ ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็จะสร้างความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้มากกว่าในชีวิตจริง ทำให้บุคคลนั้นละทิ้งชีวิตจริงเพื่อเข้ามาติดต่อกับเพื่อนในอินเทอร์เน็ต

Groh (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 22) นั้นเห็นว่า ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น หรือความต้องการทางสังคมนี้เป็นความต้องการที่สำคัญ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเสพติด ผู้เสพติดนั้นจะแสวงหาความต้องการนี้โดยผ่านการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การ Chat-Room หรือการเล่นเกมส์ออนไลน์

**6. Need for Self – Actualization and the Transcendence of Self** เป็นความต้องการเข้าถึงความต้องการภายใน **ทัศนคติและบุคลิกภาพ** ซึ่งก่อนหน้านี้ถูกปิดบังเอาไว้ อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยให้คุณได้แสวงหาตัวตนในอุดมคติของเขา เข้าถึงสิ่งที่เขาอยากจะทำ สิ่งที่เขาจะเป็นได้อย่างแท้จริงอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเข้าถึงและสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้ให้ทุกด้านและมันก็ทำให้บุคคลสามารถเสพติดมันได้ง่าย เนื่องจากความต้องการที่หลากหลายของแต่ละบุคคลสามารถชดเชยได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคอินเทอร์เน็ตนั้นยึดติดการบริโภคอินเทอร์เน็ตเนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถตอบสนอง และเติมเต็มความต้องการที่ขาดหายของพวกเขาได้ และช่วยให้พวกเขาสามารถหลบหนีจากปัญหาในชีวิตจริง Cooper (1998) (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 28) นั้นได้แสดงความคิดสนับสนุน

สาเหตุของการบริโภคอินเทอร์เน็ตนี้โดยระบุว่า การที่บุคคลบริโภคอินเทอร์เน็ตนั้นก็เพราะว่า อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเติมเต็มความต้องการของบุคคลและช่วยให้คุณหลบหนีจากปัญหา และเป็นจริงได้

Maressa Hecht Orzack (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 31) นั้นกล่าวว่า ในสังคมปัจจุบันนี้คนได้ยึดติดกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นทุกที ไม่เพียงแต่การเข้าไปรับข้อมูลข่าวสาร แต่เพื่อความบันเทิงด้วย การบริโภคอินเทอร์เน็ตนั้นเกิดได้กับคนทุกเพศทุกวัย เด็กนั้นอาจถูกดึงดูดจากในเกมอินเทอร์เน็ตด้วยรุ่นนั้นอาจถูกดึงดูดจากการสนทนาในอินเทอร์เน็ต พวกเขานั้นจะหาอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของเขา เพื่อจัดการกับความวุ่นวาย เพื่อปรับเปลี่ยนอารมณ์ของบุคคล หรือเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต

เช่นเดียวกัน Fanning และ O'Neil (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 31) ก็ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อบุคคลรู้สึกว่าการต้องการของเขานั้นยังมิได้รับความตอบสนอง ซึ่งอาจเกิดจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจในชีวิตจริง พฤติกรรมบริโภคนิยมจะถูกใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและหลบหนีจากสถานการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจนั้นจะช่วยให้บุคคลได้ปลดปล่อยทางอารมณ์และจิตใจ และเป็นหนทางให้บุคคลได้หลบหนีจากปัญหา

จากผลการสำรวจของ Center for On-Line Addiction พบว่า 6% ของผู้ตอบแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ 17,251 ชุด นั้น มีพฤติกรรมที่แสดงว่ามีการบริโภคอินเทอร์เน็ตและ 30% ของผู้บริโภคเหล่านั้นกล่าวว่า พวกเขาเลือกบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อหลบหนีจากความรู้สึกทางลบ

จากปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง เขาจะหันหาอินเทอร์เน็ตเมื่อ เขารู้สึกไม่สบายใจ เสรีเสียใจกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น เขาจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อระบายความเจ็บปวดนั้น

Young (1998) นั้นได้ระบุถึงปัญหาที่ทำให้บุคคลหลบหนีจากชีวิตจริง เข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ไว้ดังนี้

- |                           |                                    |
|---------------------------|------------------------------------|
| 1. ความเหงา เปล่าเปลี่ยว  | 6. ปัญหาทางการเงิน                 |
| 2. ชีวิตสมรสที่ไม่พึงพอใจ | 7. ความรู้สึกไม่ปลอดภัยในดำรงชีวิต |
| 3. การทำงานไม่เคร่งเครียด | 8. ความวิตกกังวล                   |
| 4. ความเบื่อหน่าย         | 9. การหลบหนีจากการเสพติดอื่น       |
| 5. ความเศร้าซึม           | 10. การมีชีวิตในสังคมที่จำกัด      |

Young (1996) ก็ได้อธิบายพฤติกรรมการเสพติดนี้ว่า อินเทอร์เน็ตจะเติมเต็มความต้องการจิตวิทยาให้กับคนที่ต้องการหลบหนีเข้าสู่โลกเสมือนจริง และโลกที่ไม่ต้องระบุดัตตน ปัญหาที่คือโลกเสมือนจริงในอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสร้างความรู้สึกเสมือนได้ และสนองความต้องการให้พึงพอใจกับผู้ใช้ได้มากกว่าโลกแห่งความเป็นจริง และเนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลได้ ดังนั้นมันจึงมีความเป็นไปได้ที่คนจะเสพติดมัน เมื่อเขารู้สึกว่าชีวิตไม่ได้รับอำนาจ ความพึงพอใจ ฯลฯ เขาก็จะมีพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต

#### ลักษณะของอินเทอร์เน็ตกับการตอบสนองความต้องการ

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่มีความพิเศษ ที่สามารถดึงดูดให้ผู้คนเข้ามายึดติด หรือเสพติดได้เนื่องมาจากการที่มันสามารถเข้าถึง และตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ไม่มีการควบคุม ไม่มีกฎระเบียบหรือมาตรฐานสังคมมาคอยควบคุม ผู้ใช้สามารถจินตนาการตัวเองเป็นใครก็ได้ เพราะไม่มีใครรู้จักตัวตนจริงซึ่งกันและกัน ดังนั้น การแสดง

ความรู้สึกการแสดงออกจึงสามารถกระทำได้อย่างอิสระเสรี ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นมนุษย์ต้องเก็บกดไว้เนื่องจากเงื่อนงำทางสังคมได้คอยอยู่ แต่ในโลกเสมือนจริงหรือโลกออนไลน์นี้มนุษย์สามารถปลดปล่อยความต้องการได้อย่างเต็มที่ที่จะเห็นได้ว่าด้วยประโยชน์และรูปแบบที่หลากหลายของอินเทอร์เน็ต ทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อที่ความพิเศษเหนือสื่ออื่นๆ ที่เคยมีมา ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถตอบสนองความต้องการ ซึ่งดึงดูดให้บุคคลเข้าใช้และยึดมั่นในพฤติกรรมนั้นมีดังต่อไปนี้

1. ความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา อินเทอร์เน็ตนั้นนำเสนอบริการ ที่ช่วยยืดหยุ่นอุปสรรคในเรื่องเวลาให้กับผู้ใช้ กล่าวคือ ทั้งการสื่อสารในทันทีทันใดในเวลาจริง (Synchronous Communication) คือ การที่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ออนไลน์เข้าไปในเวลาเดียวกัน ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตซึ่งตัวอย่างก็ได้แก่ การสนทนาในห้องสนทนา (Chat Room) ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) และกลุ่มข่าวสาร (News Group) ก็เป็นการสื่อสารในเวลาที่แตกต่างกัน (Asynchronous Communication) ซึ่งผู้ใช้นั้นไม่จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์สื่อสารกันในเวลาเดียวกันลักษณะทั้ง 2 อย่างนี้ ทำให้เราสามารถยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา อินเทอร์เน็ตช่วยให้เวลาการติดต่อสื่อสารยืดออกไป มันให้ความสะดวกในการติดต่อเมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ทำให้เรามีเวลาในการไตร่ตรองสิ่งต่างๆ และได้ตอบกลับไปอย่างรอบคอบ มันทำให้บุคคลสามารถตอบการสนทนาเมื่อต้องการ และเมื่อสะดวกที่สามารถทำได้ ซึ่งมันก็ช่วยให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น อินเทอร์เน็ตยังช่วยให้บุคคลที่อยู่สถานที่และเวลาที่แตกต่างกัน ได้เข้ามาอยู่ในเวลาเดียวกันในอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกัน มีประสบการณ์ร่วมในเวลาเดียวกัน

2. ความยืดหยุ่นในเรื่องของสถานที่ ผู้ใช้นั้นสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ทั่วโลก สามารถติดต่อ พบปะกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลกัน โดยไม่ต้องคำนึงถึงสถานที่ที่อยู่จริง ช่วยให้เกิดความรวดเร็วและสะดวกสบายแก่ผู้ใช้ บุคคลจะรู้สึกเหมือนกันว่าได้พูดคุยสนทนาเสมือนอยู่ในที่ที่เดียวกัน บุคคลจะสามารถแสดงความคิดเห็นหรือต้องการได้ เขาก็จะสามารถแสวงได้จากอินเทอร์เน็ตและด้วยความง่ายในการค้นหาบุคคลที่เหมือนกับเรา หรืออย่างที่ต้องการ ทำให้บุคคลสามารถสร้างกลุ่มที่จะคอยยอมรับความคิดเห็น หรือช่วยแก้ปัญหาซึ่งอาจจะมาจากสถานที่ต่างๆ กันไปอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยให้เราสามารถขยับขยายประสบการณ์ในการพบปะบุคคลที่ในชีวิตนั้นหากไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตบุคคลก็อาจจะไม่มีโอกาสได้พบกัน ซึ่งสำหรับบุคคลที่มีบุคลิกเข้ากับผู้อื่นไม่ได้เข้าสังคมไม่ได้ หรือไม่ได้รับความสัมพันธ์ทางสังคมที่เพียงพอและไม่ได้รับการยอมรับทางสังคมอินเทอร์เน็ตก็สามารถช่วยชดเชยและทดแทนความต้องการทางสังคมที่ขาดหายนี้ได้

3. การใช้สื่อโดยไม่ต้องระบุชื่อ (Anonymity) ในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น สามารถเข้าไป มีปฏิสัมพันธ์กันโดยไม่มีใครมองเห็นซึ่งกันและกัน ด้วยธรรมชาติของสื่อที่ไม่สามารถรู้ว่าผู้ใช้ สื่อคือใคร ผู้ใช้จึงไม่เปิดเผยชื่อจริงและที่อยู่จริง บุคคลนั้นจะรู้สึกสะดวกสบายใจกับการใช้สื่อนี้ ทำให้เปิดโอกาสให้คนได้แสดงออกถึงความต้องการที่แท้จริง แสดงตัวตนที่แท้จริง หรือสร้างสรรค์ ความคิดต่างๆ และแสดงออกได้โดยอิสระ ดังนั้น ผู้ใช้จึงสามารถเปิดเผยความลับของตัวเอง ถกเถียงเรื่องปัญหา หรือแสดงอัตลักษณ์ความต้องการของตัวเองที่ไม่กล้าทำในโลกแห่งความเป็นจริงหรือไม่เคยคิดจะทำได้ บุคคลที่กลัวในการเปิดเผยตัวตนจริงในโลกจริง เช่น กลุ่มที่มีความผิดปกติของทางด้านร่างกาย หรือทางเพศ ก็สามารถเปิดเผยตัวเองได้ โดยรู้สึกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นปลอดภัยในการแสดงออกถึงตัวตนที่แท้จริงในอีกด้านหนึ่ง การที่สามารถระบุชื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้นั้น ทำให้บุคคลสามารถสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเองได้ บุคคลสามารถที่จะเป็นได้ทุกอย่างที่เขาอยากจะเป็น ทำให้บุคคลสามารถมีตัวตนที่หลากหลาย สื่ออินเทอร์เน็ตนี้เปิดโอกาสให้บุคคลปลอมตัว เช่น การเปลี่ยนเพศ เปลี่ยนรูปลักษณ์ได้

จากการที่ไม่ต้องระบุชื่อผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่ายู่ในสภาพที่ไร้การจับจวาง และควบคุม ทำให้บุคคลปลอมตัวและหลอกลวงได้ ก่อให้เกิดจินตนาการ ความเพ้อฝัน และสามารถแสดง พฤติกรรมที่ตรงข้ามกับความเป็นจริงได้ ผู้ใช้จะรู้สึกเป็นอิสระที่จะแสดงออกถึงความคิด และ พฤติกรรมที่ไม่ต้องควบคุม ทำให้เปิดโอกาสในการเข้าถึงความต้องการข้างใน ซึ่งสามารถ ตอบสนองให้คนรับรู้สื่อก็คือ มีความสุขที่ได้อยู่ในโลกออนไลน์ และยึดติดกับอินเทอร์เน็ตมาก จนเกินไปลักษณะการใช้สื่อโดยไม่ต้องระบุชื่อนี้ทำให้บุคคลที่ต้องการเติมเต็มความต้องการทาง จิตใจและสังคม มีอิสระในการแสดงออกได้อย่างเต็มที่ สามารถเติมเต็มจินตนาการของตนเองได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเพศสัมพันธ์ ความรุนแรง การสมมติเป็นบุคคลอื่น ก่อให้เกิดความมั่นใจใน การแสดงออกโดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีผู้อื่นรู้จักตัวตนที่แท้จริงของเรา ลักษณะของสื่อนี้ทำให้ผู้ที่ มีภาวะทางจิตอ่อนแอ หรือผู้ที่มีปัญหาทางด้านสังคมได้รับความพึงพอใจ และกล้าที่จะแสดงออกซึ่ง ความต้องการที่แท้จริงได้ในอินเทอร์เน็ต

4. ลักษณะการใช้สื่อโดยไม่เห็นซึ่งกันและกัน ในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น การมองเห็น ผู้สนทนาอื่น หรือการได้ยินเสียงกันยังถูกจำกัดอยู่ ถึงแม้จะมีเทคโนโลยีภาพและเสียงของผู้สนทนา เข้ามาอำนวยความสะดวกบ้างแล้วก็ตาม โดยส่วนใหญ่ผู้สนทนาในอินเทอร์เน็ตจะติดต่อกันโดย การพิมพ์ภาษาพิมพ์ข้อความ เนื่องจากการไม่เห็นฝ่ายตรงข้าม ทำให้การพิมพ์นั้น พยายามใส่ อารมณ์และความรู้สึกมากขึ้น ซึ่งจากการสื่อสารผ่านตัวอักษรที่ใส่ความรู้สึกนี้ทำให้ผู้ใช้เกิด จินตนาการความเพ้อฝันได้ ผู้ใช้นั้นจะไม่สามารถติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นทางกายได้ ทำให้บุคคล รู้สึกปลอดภัยและกล้าเข้ามาใช้โดยไม่ประหมา



สภาพแวดล้อมในอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นใน เว็บเพจ กระดานข่าว หรือในห้องสนทนา ผู้ใช้จะไม่สามารถมองเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้บุคคลกล้าเข้าไปใช้บริการ หรือทำกิจกรรมที่แตกต่างไม่เคยทำ หรือไม่กล้าทำได้ในชีวิตจริง ซึ่งลักษณะการใช้สื่อโดยไม่เห็นซึ่งกันและกันนี้ ความสัมพันธ์กับลักษณะการใช้สื่อโดยไม่ต้องระบุชื่อ ซึ่งจะช่วยปกปิดตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้ เป็นลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่ และมีอิสระมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

5. ลักษณะที่สนับสนุนให้ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเอง เนื่องจากลักษณะของการขาดการมองเห็นซึ่งกันและกัน และการติดต่อสื่อสารนั้นก็ทำได้เพียงแค่จากการพิมพ์ข้อความบุคคลจึงสามารถเลือกตัวตนที่จะเป็นได้ โดยอาจจะแสดงบางส่วนของตัวเอง จินตนาการถึงสิ่งที่อยากจะเป็น หรือเป็นในสิ่งที่ไม่ใช่ตนเอง บุคคลจะสามารถแสดงออก ระบายความต้องการ หรืออารมณ์ และสนทนาในสิ่งที่เขาไม่กล้า หรือไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง บุคคลจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสดงออก ได้รับความประทับใจในแง่มุมที่ต่างไปจากอัตลักษณ์ของตนเอง บางคนจะสร้างบุคลิกในออนไลน์ของตนเองโดยเฉพาะ เพื่อเติมเต็มความต้องการและความเพ้อฝันของตน ผู้คนมีแนวโน้มที่จะมีชีวิตในออนไลน์ที่แตกต่างจากชีวิตจริง บุคคลจะมีกลุ่มออนไลน์ มีเพื่อน และกิจกรรมที่ต่างจากที่ที่ทำในชีวิตจริง และในท่ามกลางกลุ่มและกิจกรรมที่หลากหลาย ในออนไลน์ บุคคลจะสามารถเลือกเข้ากลุ่มได้ บุคคลจะได้รับโอกาสในการได้รับการสนับสนุน ความคิด และอัตลักษณ์จากคนในกลุ่ม

ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตนเองในออนไลน์นี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์และความปรารถนาของผู้ใช้ ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถหลบหนีจากปัญหาทางอารมณ์ (ความเครียด ความกดดัน ความวิตกกังวล) จากสถานการณ์ที่เป็นปัญหา หรือความทุกข์ทรมานของตนเอง เช่น ผลการเรียนที่ตกต่ำ การถูกไล่ออกจากงาน ปัญหาในชีวิตสมรส ฯลฯ

6. ลักษณะที่สามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้ใช้ การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ หรือการมีสติสัมปชัญญะของบุคคลได้ ในขณะที่บุคคลใช้บริการในอินเทอร์เน็ต เขาจะผสมกลมกลืนความคิดและจิตใจเข้ากับสภาพแวดล้อมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้เกิดสถานะที่เหมือนกับความฝัน ดึงดูดให้ผู้คนสนใจ เป็นการเปลี่ยนแปลง สติการรับรู้ให้บุคคลเข้าสู่สภาวะความฝัน ทำให้บุคคลเกิดจินตนาการ อินเทอร์เน็ตนั้นสนับสนุนให้บุคคลสร้างจินตนาการ โดยให้ความปลอดภัย และความเสมือนจริง โดยได้ขยายประสบการณ์ขอบเขตของความจริงให้กับผู้ใช้ ซึ่งจินตนาการเหล่านี้สามารถช่วยสนองตอบความต้องการของบุคคลที่ถูกซุกซ่อนไว้ได้ ไม่ว่าจะเป็นจินตนาการในเรื่องเพศหรือความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

ความฝันและจินตนาการจะตอกย้ำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่หมกมุ่น และในผู้ที่มีภาวะทางจิตอ่อนแอ มีปัญหาด้านบุคลิกภาพ และขาดความสัมพันธ์ในสังคมนี้ ความเพ้อฝันและจินตนาการเสมือนจริงก็จะช่วยชดเชยความต้องการที่ขาดหาย และดึงดูดให้ผู้ใช้รู้สึกถึงความต้องการที่แท้จริงได้

7. ลักษณะการโต้ตอบสื่อสาร 2 ทาง อินเทอร์เน็ตนั้น มีลักษณะที่โดดเด่นกว่า สื่ออื่นในอดีตเนื่องจากมันมีคุณสมบัติของการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้ โดยปกติแล้วบุคคลนั้นมีความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และสิ่งรอบตัวเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว และกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต เช่น การสนทนาในห้องสนทนา การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ บริการที่ทำให้ผู้ใช้สามารถที่จะติดต่อสื่อสารกันในขณะเล่น ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้กระตุ้นให้บุคคลรู้สึกมีส่วนร่วม และเสมือนจริง บุคคลสามารถเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และชุมชนในอินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่กดดันเหมือนในชีวิตจริง ทำให้พวกเขารู้สึกพึงพอใจและยึดติดกับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในอินเทอร์เน็ตมากกว่าในชีวิตจริง

8. ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกควบคุมโดยสถาบันต่างๆ การค้นหาข้อมูลข่าวสารนี้สามารถให้ความพึงพอใจแก่ผู้ใช้ได้ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตนี้เป็นสื่อที่อิสระ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยไม่จำกัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศหรือเรื่องอื่นใดที่บุคคลมีความสนใจ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถแสวงหาข่าวสารได้ตามความต้องการของตนเอง และในผู้ที่ไม่มีความมั่นใจในตนเอง ไม่ยอมรับคุณค่าของตนเอง การแสวงหาความรู้ในอินเทอร์เน็ตก็ช่วยเพิ่มความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทำให้บุคคลเกิดความยอมรับในตนเองได้

9. การให้สถานภาพที่เท่าเทียมกันแก่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตนั้นให้สถานภาพที่เท่าเทียมกันแก่ผู้ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ต่างๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น ทุกคนในอินเทอร์เน็ตจะได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันในการแสดงตนเอง โดยไม่สนใจฐานะทางสังคม เชื้อชาติ เพศ ฯลฯ ซึ่งในชีวิตจริงนั้นบุคคลอาจไม่กล้า หรือมคิดที่จะแสดงออกมาลักษณะของสื่อในข้อนี้ทำให้บุคคลรู้สึกมีอำนาจในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทำให้บุคคลรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และยอมรับความสามารถของตนเองได้ ซึ่งมันก็ช่วยชดเชยความรู้สึกให้แก่บุคคลที่รู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองต่ำต้อยและไม่มีคุณค่า ดังนั้นพวกเขาจึงพยายามคงอยู่ในสภาพแวดล้อมในอินเทอร์เน็ตนานๆ เพื่อให้ได้รับการยอมรับทั้งจากตนเองและบุคคลอื่น

10. ความสามารถในการเข้าถึงความต้องการทางจิตใจ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ช่วยชดเชยและสนองตอบความต้องการที่หลากหลายให้แก่ผู้ใช้ได้ อินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่ที่ช่วยให้บุคคลสามารถหลบหนีจากชีวิตและผ่อนคลาย บุคคลจะได้รับความพึงพอใจทั้งจากเรื่องงานความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความรัก จากกิจกรรมทางใดทางหนึ่งในอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้บุคคลยึดติดกับความพึง

พอใจที่ได้รับนี้ บุคคลจะเข้าใช้อินเทอร์เน็ตเรื่อยๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ ลักษณะเช่นนี้ของอินเทอร์เน็ตจะดึงดูดให้บุคคลที่มีภาวะทางจิตอ่อนแอ ผู้ที่ไม่ได้รับความต้องการทางสังคมที่เพียงพอผู้ที่มีปัญหาด้านบุคลิกภาพให้เข้ามาใช้ เพื่อชดเชยความต้องการที่ขาดหายไปของตนเองในอินเทอร์เน็ต

จะเห็นได้ว่าลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลเหล่านี้ ส่วนแล้วแต่มีส่วนสนับสนุนให้บุคคลเกิดการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตได้ทั้งสิ้น

จากผลการวิจัยของ Young (1996) (อ้างถึงใน อรุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545: 40) ผู้บริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ได้ระบุลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดให้พวกเขาเข้าใช้ดังนี้ 86% บอกว่า การที่ไม่ต้องระบุชื่อผู้ใช้ ไม่รู้จักตัวตนนั้นทำให้พวกเขาอยากใช้สื่อนี้ 63% เป็นเพราะความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความต้องการต่างๆ ของพวกเขา 58% บอกว่าเป็นเพราะความปลอดภัยในการใช้ 37% ระบุว่า เป็นสื่อที่ใช้งานและสะดวกในการใช้

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่แพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว เพราะมันเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงต่างๆ ด้วยบริการที่หลากหลายของอินเทอร์เน็ตนั้น ทำให้อินเทอร์เน็ตสามารถเติมเต็มความต้องการแก่บุคคลได้ ทำให้บุคคลใช้สื่อนี้เพื่อแสวงหาความต้องการและหลบหนีจากความกดดัน หรือปัญหาในชีวิตจริง การบริโภคอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นการบริโภคที่ตัวสื่อ แต่เป็นการบริโภคที่กิจกรรม หรือสิ่งที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นก็เปิดช่องทางให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ รวมทั้งสามารถเปิดช่องทางให้บุคคลบริโภคสิ่งต่างๆ จากสื่ออินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการพนันออนไลน์ การเล่นเกมสล็อตคอมพิวเตอร์ การติดต่อเพื่อนต่างเพศในอินเทอร์เน็ต ฯลฯ

จากทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนในวัยทำงาน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ที่ก่อให้เกิดแนวโน้มของวัฒนธรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุศลทิพย์ ไชยสีวามงคล (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาภาษาไทยผ่านโปรแกรม Pirch98 บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า วัตถุประสงค์ในการเข้ามาใช้ห้องสนทนานั้น เพื่อการเข้ามาหาเพื่อนสนทนา การเข้ามาเพื่อนัดพบคู่สนทนา การเข้ามาเพื่อหาเพื่อน หรือซื้อขายบริการทางเพศ หรือการเข้ามาโฆษณาสินค้าประชาสัมพันธ์เว็บไซต์

และขอให้ช่วยโหวตคะแนนในการประกวดต่าง ๆ ผู้สนทนาบางคนมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องจนกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะของชุมชนเสมือนจริง และมีการแบ่งเป็นชุมชนเสมือนจริงย่อย ๆ ที่อยู่รวมกันและมีความสัมพันธ์กันเป็นเครือข่าย และมีการทับซ้อนกันระหว่างชุมชนย่อย ๆ ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีลักษณะของการเคลื่อนย้ายของชุมชน ในลักษณะของการเคลื่อนย้ายจากชุมชนจริง ไปสู่ชุมชนเสมือนจริง การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนจริงแห่งหนึ่ง ไปยังชุมชนเสมือนจริงอีกแห่งหนึ่ง และการเคลื่อนย้ายชุมชนจากชุมชนเสมือนจริงไปสู่ชุมชนจริง

ธณัฐ เกษมไชยานนท์ (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web Sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ นั่นคือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ นอกจากนี้ยังพบกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิงในร้อยละ 50 เท่ากัน ซึ่งได้อภิปรายไว้ในบทที่ 5 ว่าปัจจุบันผู้หญิงมีความตื่นตัวในการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น

รัตนวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา [www.pantip.com](http://www.pantip.com) และ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) พบว่าลักษณะในมณฑลสาธารณะดังกล่าวเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Cultural Forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) ที่เกิดขึ้นขนานไปกับโลกแห่งความเป็นจริง ลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นการปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) โดยมีหน้าที่คือ เป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมการให้ข้อมูลสาธารณะ การสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม และการสร้างสายสัมพันธ์กับคนอื่นๆ

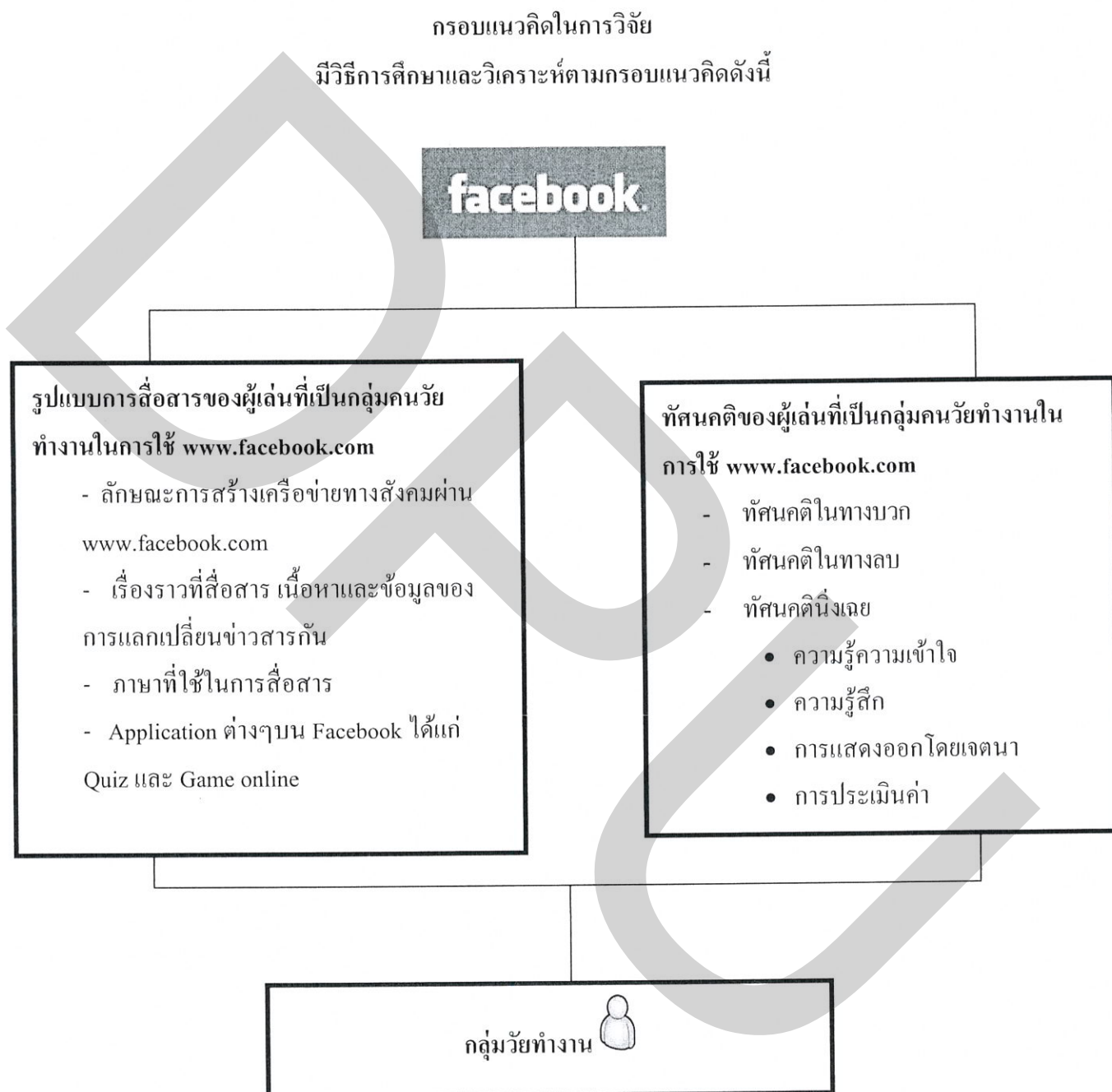
### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ รูปแบบการสื่อสาร ของผู้เล่น และทัศนคติของผู้เล่น Facebook ว่าเป็นอย่างไร เพื่อให้ได้ข้อมูลประเด็นต่างๆ สำหรับการตอบปัญหาการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 กรอบการศึกษา
- 3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 3.3 การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 การนำเสนอข้อมูล

## 3.1 กรอบการศึกษา



### 3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษารูปแบบการสื่อสารและทัศนคติของผู้ใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Non-probability samples ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม เพื่อสามารถทำให้ได้ความคิดและทัศนคติที่หลากหลายเกี่ยวกับการเล่น [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

โดยศึกษากลุ่มวัยทำงานที่ทำงานประจำ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 คน ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic)

1. นายจรรยาสิทธิ์ อางหาญ
2. นายชาญ สุพัฒนาศิริ
3. น.ส.ปิยนุช พริ้งพร้อม
4. น.ส. พันประวี กิวานนท์

#### กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment)

1. น.ส.กฤษสร ศิริสวัสดิ์
2. น.ส.อัศริมาญ์ เชิญพิพัฒนสกุล
3. นายกฤษกร ตันติเดมิท
4. นายภูวนารถ ภาณุวัฒนาการ

#### กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business)

1. นางสาวแพรว จิตตะพันธ์กุล
2. นายชาติชาย จิราปุมเดช
3. นายเรืองโรจน์ โสธรรมนากิจศิริ
4. น.ส.รติรัตน์ หอมวงษ์

### 3.3 การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. การสัมภาษณ์เจาะลึก โดยผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบไว้จำนวนหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันจะเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ มีอิสระในการให้ข้อมูลต่างๆเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความชัดเจน
2. การจดบันทึกการสังเกตภาคสนามของผู้วิจัย เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้บันทึกรายละเอียดประเด็นต่างๆที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ เข้าร่วมกิจกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์
3. เทปบันทึกเสียงการสัมภาษณ์
4. การถ่ายภาพ

ผู้วิจัยจัดทำแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

#### 3.3.1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยจัดทำแบบช่วยสัมภาษณ์ (Interview Guide) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแนวทางสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้ กลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มที่ใช้ในการวิจัย จะใช้คำถามในการสัมภาษณ์ชุดเดียวกัน

คำถามช่วงแรกเป็นคำถามเกริ่นนำเกี่ยวกับ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ก่อน เพื่อให้ผู้ตอบสัมภาษณ์รู้สึกผ่อนคลาย ไม่รู้สึกเกรงเวลาตอบสัมภาษณ์ และคุ้นเคยกับผู้วิจัยเพื่อให้ข้อมูลที่ได้อาจมีความเป็นจริงและสมบูรณ์ที่สุด

1. [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ในความคิดของท่านเป็นอย่างไร
2. ท่านรู้จัก [www.facebook.com](http://www.facebook.com) จากที่ไหน
3. เหตุจูงใจในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของท่านคืออะไร
4. [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ที่ท่านสร้างขึ้นมามีเป้าหมายอย่างไร
5. ท่านเล่น [www.facebook.com](http://www.facebook.com) มาตั้งแต่เมื่อไหร่
6. ความถี่ในการเข้าไปใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของท่านบ่อยแค่ไหน



### 3.4.1 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือการวิจัยทั้ง 3 ประเภทไปทดลองใช้โดยฝึกการสัมภาษณ์ การสนทนา และการสังเกตการณ์ ซึ่งอยู่ภายใต้การแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อพิจารณาถึงความถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้ประเด็นคำถามจะต้องครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่มุ่งศึกษา อีกทั้งผู้วิจัยจะต้องฝึกฝนการสังเกตปฏิริยาของผู้ถูกสัมภาษณ์ และผู้ร่วมสนทนาที่มีต่อการตอบคำถามในแต่ละประเด็นคำถาม และหากพบว่าข้อคำถามในเครื่องมือนี้มีข้อบกพร่องเกิดขึ้นจะนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดก่อนจะนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องแล้วก็จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลในการนำเสนอต่อไป หลังจากทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว คำตอบที่ได้มาจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจะเป็นผู้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้จะอาศัยแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบหรือแนวทางในการวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างมีระบบ มีหลักการ ไม่ซับซ้อน และสามารถครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

### 3.6 การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่สรุปและรวบรวมประเด็นจากการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำมาเขียนในรูปแบบพรรณนาและบรรยายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
3. สรุป และอภิปรายผล

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีจุดมุ่งหมายในการศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่น และทัศนคติของผู้เล่น Facebook ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนาเชิงลึก โดยในบทที่ 4 จะเสนอรายงานผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

4.1 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

4.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายซึ่งประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม เพื่อให้สามารถได้ความคิดและทัศนคติที่หลากหลายเกี่ยวกับการเล่น [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่ทำงานประจำ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 คน ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic)

ลำดับ	ชื่อ / นามสกุล	อายุ	เพศ	อาชีพ
1	นายจรัสศิลป์ อัจหาญ	29	ชาย	Programmer Manager, JK ceria company
2	นายชาญ สุพัฒนาศิริ	28	ชาย	Senior Software Engineer, Forth Limited
3	น.ส.ปิยนุช พริ้งพร้อม	34	หญิง	Executive Director ,Pruksa skincare Management
4	น.ส พันประวี กิวานนท์	30	หญิง	Account director ,Proximity Thailand

**กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment)**

ลำดับ	ชื่อ / นามสกุล	อายุ	เพศ	อาชีพ
1	น.ส.กฤษฎกร ศิริสวัสดิ์	26	หญิง	Coordinator, GMM Grammy
2	น.ส.อัศริมาญ์ เชิญพิพัฒนสกุล	30	หญิง	Media Planner Manager, Prakit holding
3	นายกฤษกร ตันติเตมิต	33	ชาย	Creative Group Head, Topspace Thailand Limited
4	นายภูวนารถ ภาณุวัฒนากร	30	ชาย	IT community Manager, Sanook Online Limited

**กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business)**

ลำดับ	ชื่อ / นามสกุล	อายุ	เพศ	อาชีพ
1	นางสาวแพรว จิตตะพันธ์กุล	34	หญิง	Marketing Manager, Garnier Thailand
2	นายชาติชาย จิราปุ้มเดช	29	ชาย	Marketing Manager, Pepsi-Cola (Thai) Trading Co.,Ltd.
3	นายเรืองโรจน์ โลธรรมนาถกิจศรี	32	ชาย	Marketing Home Audio Department, Pioneer Thailand
4	น.ส.รติรัตน์ หอมวงษ์	26	หญิง	Marketing, บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด

ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.1 แสดงตัวอย่างภาพ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มตัวอย่างที่  
ทำการศึกษา

กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic)





Charn Suphattanasiri  
กรุงเทพฯ ประเทศไทย ประเทศไทย กรุงเทพมหานคร

เกี่ยวกับ

เกิดเมื่อวันที่ 2 เมษายน 1982  
เมือง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย  
สัญชาติ ไทย  
อาชีพ นักเขียน, นักแปล, นักเขียนบท, พิธีกร, ผู้จัด

ความสัมพันธ์และสถานะ

โสด

งานที่ศึกษา

ชื่อ: Charn\_41@hotmail.com  
URL: http://www.facebook.com/charnsuphattanasiri

อัปเดต Charn's info  
อัปเดต Charn's info  
อัปเดต Charn's info

ชื่อ: Charn  
เกิดเมื่อวันที่ 2 เมษายน 1982

เพื่อนที่แนะนำ



เพื่อน: Panya



Mafia Wars

Mafia Wars game interface showing Charn Don's profile, level 66, and 42 mafia members.

กลุ่ม: 2 คน



แอป: 1 แอป

เปิด GT200

โพสต์ใหม่

แนะนำ

Play Treetop!



Help your collection defend itself against the attacks. Create your own Treetop Army Now!

The Ministry.com



เป็นเพื่อนกับฉันและช่วยกัน...  
The Ministry.com

mo & friends.



No fashion feed.  
mo & friends.

แนะนำ



Charn Suphattanasiri

ประวัติส่วนตัว ข้อมูล รูปภาพ กิจกรรม

รูปถ่ายของ Charn 2 รูป



อัลบั้มของ Charn - 2 อัลบั้ม



Charn 42 รูป



others 1 รูป



My vios 4 รูป



My civic 9 รูป



รูปกระจ่าง 11 รูป



Charn 42 รูป



others 1 รูป



My vios 4 รูป



My civic 9 รูป



รูปกระจ่าง 11 รูป

แนะนำ

Play Treetopia!



Help your civilization defend itself against the attackers. Create your own Treetopia Army Now!

ดู 4 ครั้ง

Pepsithai



Community แฟนพันธุ์แท้ Pepsi ประเทศไทย ขอเชิญคุณผู้ชมและผู้สนใจทุกท่านมาร่วมกันสนุกกับกิจกรรม Your Face ปรากฏโฉม

Facebook Fanpage: Pepsithai Thailand, Earth's Community แฟนพันธุ์แท้ Pepsi ประเทศไทย ขอเชิญคุณผู้ชมและผู้สนใจทุกท่านมาร่วมกันสนุกกับกิจกรรม Your Face ปรากฏโฉม

Facebook Fanpage: Pepsithai Thailand, Earth's Community

Hybrid



นี่คือรุ่นที่สมบูรณ์แบบที่สุดของรถไฮบริดจากค่ายโตโยต้า CARMY HYBRID และคอมพิวเตอร์ MACBOOK รุ่นล่าสุด 1.8 ล้านบาท โทร. 02-789-3020

Pachara Permpoonsaeng โทร. โทรสาร

ดู 4 ครั้ง

แนะนำ



**Kajohnsin Ardham** • 1 เพื่อน

ข้อมูล รูปภาพ

สร้างโปรไฟล์ของคุณเพื่อแสดงประวัติของคุณและค้นหาเพื่อนใหม่. [คลิกที่นี่](#) เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรไฟล์ของคุณ

**ข้อมูลเบื้องต้น**

ชื่อ: Kajohnsin Ardham  
เกิด: 6 มีนาคม 1980  
ชื่อเล่น: Kajohnsin  
ชื่อจริง: Kajohnsin Ardham

**การศึกษาและการทำงาน**

มหาวิทยาลัย: Mahachulalongkornrajavidyalaya University  
โรงเรียนมัธยม: St. John's School

**สถานที่**

- Pod Democracy: หน่วยงานในเครือของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- Restaurant City
- Veera maskapong

ข้อมูล: Kajohnsin Ardham (ดู)  
ชื่อเล่น: Kajohnsin  
ชื่อจริง: Kajohnsin Ardham

**เพื่อนที่แนะนำ**  
มีเพื่อนแนะนำ 3 คน

- Apple Waiwanva
- Saeeporn Kaema
- Wannaporn Nidrang
- Intanak Vichai

**เพื่อน**  
เพื่อน 88 คน

- Wassana Kate Charatt Inan
- Intapunya Dean
- Charapu Poranach
- Siricha Kiatwani Iwila
- Wannaporn Melang Intanak Vichai
- Line Khaosard

**Restaurant City**

Employees: 4/10

ดูประวัติกิจกรรม/โพสต์ของคุณ

**Inspiring Wonders**

Connecting a world of resources, people and information that truly empowers & inspires

**Want to Quack Up?**

Playing one of the fastest growing games online is no joke. Find out why everyone's doing it in the dirt. Click now, get your farm on.

**Kuso!**

0 000 000 000 000  
000 000 000 000 000  
000 000 000 000 000 5/138 000  
00 GOGOGO!





**Boomy Kiwanon** เพื่อนที่ทำงานของคุณ

ชื่อจริง นุชภัทร นิลวงษ์ นามจริง

Boomy เป็นเพื่อนของคุณส่วนหนึ่งในกลุ่มเพื่อนที่ทำงานของคุณกับเพื่อน ชื่อจริง Boomy นามจริง นุชภัทร

**เกี่ยวกับฉัน**

ชื่อจริง	ชื่อ	ชื่อ
นามจริง	นามจริง	25 ตุลาคม 1980
พรรคการเมืองที่ชอบ:	Democratic Party	
ศาสนา:	Buddhist - Theravada	

เพลงโปรด: When I was a girl, I think I'd stayed in Lalaland. But somehow when I've grown up I think I am now more home in Lipstick jungle world.

เพลงโปรด: Live as you'd die tomorrow, Love as you've never been hurt before

**ความชอบและความสนใจ**

เพลงโปรด: Sex and the City 2, Gossip girl

**สถานที่ต่าง ๆ ที่ฉันไป**

**ข้อมูลติดต่อ**

หมายเลขโทรศัพท์: 090-5488888, 090-5488888, <http://www.facebook.com/boomy.kiwanon>

สถานที่ Boomy (397)  
เพื่อน Boomy (15)  
ประวัติ Boomy (1)  
ประวัติ Boomy

**วันเกิด**

เกิดเมื่อ 25 ตุลาคม 1980

**เพื่อนที่แนะนำ**

แนะนำเพื่อน 13 คน



**เพื่อน**

เพื่อน 630 คน



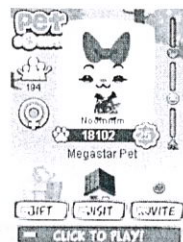
**Restaurant City**



**Sex and the City**



**Pet Society**



โปรดคลิกเพื่อดูเพื่อนของคุณที่ทำงานของคุณ

เพื่อนที่แนะนำ

**กิจกรรม**

**Travel Tips Network**



Bringing you the latest travel news and special deals from Thailand, Singapore, Malaysia, Indonesia and Vietnam

**It's That Time Again**



Time to break out the 50's outfits and cinch down to YoVille. You can shop, decorate, socialize, and accessories with all your friends!

**เพื่อนที่คุณน่าจะชอบ**



คุณน่าจะชอบเพื่อนคนนี้

เพื่อนที่แนะนำ

facebook

Boomy Kiwanon

เพื่อนที่ฉันรู้จักของ Boomy

ข้อมูล รูปภาพ ทดลอง กิจกรรม

รูปถ่ายของ Boomy

ดูตามลำดับ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Start a Tribal War!

Help your civilization defend itself against the attackers. Create your own Treetopian Army Now!

ดูวิดีโอ

Swarovski

Welcome to the world of Swarovski! Immerse yourself in the glamorous world of Fashion & design, art & culture, stage & screen...

Toong'lang Juhannaree ดูวิดีโอ Swarovski

ดูวิดีโอ

Colours of 1 Malaysia

ดูวิดีโอ MALAYSIA 2010

Don't miss this cultural extravaganza! 22 May 2010, Dataran Merdeka. 5pm onwards.

ดูวิดีโอ

ดูตามลำดับ

อัลบั้มของ Boomy

ดูตามลำดับ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Mobile Uploads 05 รูป

Top Friends Photos 1 รูปถ่าย

D'ins jewelry collection 14 รูป

Random Photos Jan 09 10 รูป

รูปถ่ายเก่า 63 รูป



Boomy Kiwanon เพื่อนที่กำลังมองหาเพื่อน

ข้อมูล รูปภาพ ทักแชท กิจกรรม

Boomy Kiwanon มีงานและกิจกรรมที่น่าสนใจเกิดขึ้น

แสดง 1 - 10 จาก 15 ของกิจกรรมที่วางแผนของ Boomy Kiwanon

12 หน้า

26 ธันวาคม 2009



Teen-Andy Wedding Reception

สถานที่: โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลเวิลด์, Bangkok, Thailand 26 ธันวาคม 2009 ตั้งแต่ 18:30 ถึง 0:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

24 ธันวาคม 2009



Jungle in the Fun Parking lot Xmas Event with Nuvo Concert

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ Wine Bridge Plus, Langsuan Soi 7 24 ธันวาคม 2009 ตั้งแต่ 19:00 ถึง 2:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม



Jungle in the park (-ing lot) with Nuvo Concert

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ Wine Bridge Plus, Langsuan Soi 7 24 ธันวาคม 2009 ตั้งแต่ 19:00 ถึง 2:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

10 พฤศจิกายน 2009



Johnnie Walker Gold Label Reserve presents "The Passion for Gold"

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ Zense 17th Floor, Central World, Bangkok 10 พฤศจิกายน 2009 ตั้งแต่ 19:00 ถึง 0:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

7 พฤศจิกายน 2009

MINISTRY OF SOUND "SESSIONS" at BOB!

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ One Of The Worlds Biggest Brands In Dance Music Is Ready To Pool! Bangkok 7 พฤศจิกายน 2009 เวลา 21:00 ถึง 9 พฤศจิกายน 2009 เวลา 2:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

14 กันยายน 2009

CHAHAN - ภัตตาคารอาหารจีน

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ SAKURA CentralWorld & Central Ladprao 14 กันยายน 2009 เวลา 10:00 ถึง 30 กันยายน 2009 เวลา 22:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

9 กันยายน 2009

Black Planet F1 Episode

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ 9 กันยายน 2009 ตั้งแต่ 19:30 ถึง 2:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

15 สิงหาคม 2009

Our share on NEW ROUND!

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ 15 สิงหาคม 2009 ตั้งแต่ 18:30 ถึง 21:30

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

21 กรกฎาคม 2009

Wine Bridge 3rd Anniversary

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ Wine Bridge Plus 21 กรกฎาคม 2009 ตั้งแต่ 19:00 ถึง 2:00

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

12 มิถุนายน 2009

Hua Hin Jazz Festival 2009

สถานที่: ฟาร์มี่ - คลังฟาร์มี่ Beach Stage - Beach Off Central Sotkai Hotel & Royal Stage by Hua Hin Municipality 12 มิถุนายน 2009 เวลา 16:30 ถึง 14 มิถุนายน 2009 เวลา 23:30

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

แนะนำ

Start a Tribal War!



Help your civilization defend itself against the attackers. Create your own Treetopian Army Now!

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม



Netbook Ace Apple

Netbook Ace Apple



Netbook Ace Apple

ดูรายละเอียดเพิ่มเติม

แนะนำ



กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment)

**facebook** ค้นหา ภาษาไทย ข้อมูลส่วนตัว บัญชีผู้ใช้

**อัคริมาชญ์ ไชยพิชญชนสกุล**  
 กระดาษข้อความ ข้อมูล รูปภาพ

**ข้อมูลเบื้องต้น**  
 เพศ: หญิง  
 วันเกิด: 4 กันยายน 1981  
 ที่อยู่: โสทร  
 นิสัยรักการ: นิสัยรักการ

**ความสัมพันธ์และความสนใจ**  
 ศึกษาระดับ: Let's to Take a Break!!!  
 ความสนใจ: Chill out... +++  
 เพลงที่ชอบ: I don't like Pop music but I like Jazz music  
 เพลงที่ฟัง: ♪♪♪  
 หนังสือที่ชอบ: I Love You... (Jannasong ๖)  
 เกมที่ชอบ: Top Champion  
 อาหารที่ชอบ: So Fresh dates  
 Top Secrets...  
 If the opportunity appears... don't pull down the Shade  
 eiei ^^  
 In D e e d + + +

**ข้อมูลการติดต่อ**  
 อีเมล: irme36@hotmail.com

**การศึกษาและการทำงาน**  
 โรงเรียน: Fraig

**หน้าต่างๆ**  
 FOR EVERY PERSON THAT JOINS WE WILL DONATE \$1 TO HELP PEOPLE IN HALTI!  
 GOLF FANSET!  
 WHAT'S YOUR NAME MEANING?  
 Abhisit Vojaywa

**เพื่อน**  
 มีเพื่อนทั้งหมด 18 คน

**เพื่อนที่มีร่วมกัน**  
 มีเพื่อนร่วมกับ 18 คน

**เพื่อน**  
 เพื่อน 149 คน

**แนะนำเพื่อน**  
 แนะนำเพื่อนให้รู้จักใหม่  
 ความสำเร็จของคุณขึ้นอยู่กับเพื่อนของคุณ  
 สนับสนุนการประชาสัมพันธ์

**KEYNE**  
 CALL 1688  
 คอมพิวเตอร์ฉลาดที่สุดในโลก  
 สอนฟรี จากแผ่นซีดีคลิกเพื่อขอ  
 รายละเอียด  
 ๕ ปี ถูกใจ

**แนะนำเพื่อน**  
 แนะนำเพื่อน  
 แนะนำเพื่อน

Facebook © 2010 ภาษาไทย เกี่ยวกับ บริการช่วยเหลือ ข้อมูลเกี่ยวกับ Facebook เงื่อนไข คำประกาศความเป็นส่วนตัว โฆษณา ช่วยเหลือ

อัคริมาญ วิบูลย์พิพัฒธนสกุล  
กระดานข้อความ ข้อความ รูปภาพ

รูปภาพของอัคริมาญ 4 รูป



อัลบั้มของอัคริมาญ อัลบั้มรูป 1 อัลบั้ม  
ดูภาพเพิ่มเติม



It's in F...  
15 รูป

รูปประจำตัว  
9 รูป

เพิ่มเติม

Treetopia!



Build a Treetopian Army and Battle it up with your friends to be the Treetopian Champion!  
แล้ว ดูต่อ

DSLR Filmmaker?



Turn your DSLR into a filmmaking machine.  
Purchase Pansongpasorn 3D  
ไว้ดูหนัง  
แล้ว ดูต่อ

Pepsithai



Community แฟนพันธ์แท้ Pepsi  
แต่ไม่ดื่มจริงหรอก ฝืนของ  
จริงมันขมจนดื่มไม่ได้  
Pad & BB กับเครื่อง Paint  
Your Face ปะแป้งที่หน้า  
Pek Thanawat, Earth  
Leelabrie, โทนี่อภิชากร, and  
อีก 1 คน like  
Pepsithai.  
แล้ว ดูต่อ

รับชมอีกที





Champu Puvanach

กรุงเทพฯ กรุงเทพมหานคร

ประวัติส่วนตัว ข้อมูล ปฏิทิน ไลค์

ข้อมูลส่วนตัว

ชื่อจริง Champu Puvanach
ชื่อเล่น Champu
ชื่อภาษาอังกฤษ Champu
ชื่ออื่น ๆ Champu
ชื่อเล่นอื่น ๆ Champu
ชื่อเล่นอื่น ๆ Champu
ชื่อเล่นอื่น ๆ Champu
ชื่อเล่นอื่น ๆ Champu

การศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

การศึกษาระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

Sansol Online Limited
IT Economics Manager
Bangkok, Thailand
IT Management

http://www.hiphind.com
co-founder
Bangkok, Thailand
Developer

www.digitation.net
Freelance Developer
Bangkok, Thailand
Developer

Phob, Nontat
Supervisor
มีนาคม 2002 - กันยายน 2006
Nonthaburi, Thailand
Developer

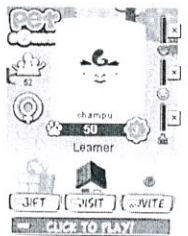
เพื่อน



Thinking of You



Pet Society



ปฏิทิน



คุณชามปู



Create a tropical paradise of your dreams! Play Treetopia Now!



คลินิกผิวหนังและผิวหนัง Samkoo Clinic 02-3810383-5



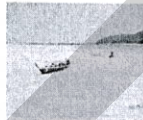


Champu Puvanach เพิ่มเพื่อน

กรุงเทพฯ ประเทศไทย เชียงใหม่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่

อัลบั้มของ Champu Puvanach

ดูประวัติอัลบั้ม



ทะเลสาบเชียงใหม่  
5 รูป



koh chang  
1 รูป



มดดำ ช่างดำ  
5 รูป



มดดำ  
2 รูป



ปิ่นโต-พริก  
36 รูป

เล่นเกม

What Color Is Your Thumb?



Howdy, y'all! Plosey on down to this here farm and plant a spell. Click now and start planting and harvesting to your heart's content!

คลิก เล่น

บ้านคุณพร้อมไหม?



คุณพร้อมที่จะดูแลฟาร์มกล้วยไม้ของคุณในสวนกล้วยไม้ของคุณแล้วหรือยัง? เริ่มปลูกกล้วยไม้ของคุณวันนี้! โทร 0-2394-2345

คลิก เล่น

Start a Tribal War!



Create a forest paradise of your dreams! Play TreeTopia Now!

คลิก เล่น

โฆษณาอื่นๆ





Krisakorn Tantitemit

หน้าบ้าน เพื่อนๆ ครอบครัว

สถานะ: 1 คน

เพื่อน

ในขณะนี้

ดูโปรไฟล์

อัปเดต Krisakorn (19)  
ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)  
ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)  
ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)

ข้อมูล

ชื่อจริง: Krisakorn Tantitemit  
ชื่อเล่น: Krisakorn  
เกิด: 14 พฤศจิกายน 1977  
เมืองเกิด: Bangkok, Thailand

เพื่อนที่แนะนำ



เพื่อน



แนะนำเพื่อนให้ Krisakorn  
ดูรายชื่อผู้แนะนำเพื่อนของคุณ  
ดูรายชื่อผู้แนะนำเพื่อนของคุณ

ดูรายชื่อผู้แนะนำเพื่อนของคุณ

- Krisakorn อัปเดตสถานะ: 19 พฤศจิกายน 2559
- Krisakorn อัปเดตสถานะ: 19 พฤศจิกายน 2559
- Krisakorn อัปเดตสถานะ: 19 พฤศจิกายน 2559
- Krisakorn อัปเดตสถานะ: 19 พฤศจิกายน 2559
- Krisakorn อัปเดตสถานะ: 19 พฤศจิกายน 2559

Kook Konlawat

Kook found the hidden treasure in your Zoo!  
Kook found the hidden treasure in your Zoo!  
Kook found the hidden treasure in your Zoo!  
Kook found the hidden treasure in your Zoo!

Norn B. Tantitemit



Norn B. Tantitemit



Norn B. Tantitemit



Kook Konlawat

Kook found the hidden treasure in your Zoo!  
Kook found the hidden treasure in your Zoo!  
Kook found the hidden treasure in your Zoo!  
Kook found the hidden treasure in your Zoo!

Krisakorn Tantitemit Mobile Uploads



Mobile Uploads

- ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)
- ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)
- ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)
- ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)
- ดูโปรไฟล์ Krisakorn (1)

Krisakorn Tantitemit

Krisakorn has a stack of scratch off tickets to give out in FarmVille!  
Krisakorn has a stack of scratch off tickets to give out in FarmVille!  
Krisakorn has a stack of scratch off tickets to give out in FarmVille!

Krisakorn อัปเดตสถานะ: 19 พฤศจิกายน 2559

กิจกรรม



FarmVille

What Color Is Your Thumb?  
Howdy, y'all! Mosey on down to this here farm and plant a spell. Click now and start planting and harvesting to your heart's content!

Start a Tribal War!



Create a forest paradise of your dream! Play Treetopia here!



### Krisakorn Tantitemit

กระต่ายข้อความ [ข้อมูล](#) [รูปภาพ](#) [กล่อง](#)

#### เกี่ยวกับฉัน

ชื่อจริง	นามสกุล	14 พฤศจิกายน 1977
ชื่อเล่น	นามสกุล	นางสาวเบญจมาภรณ์ Tantitemit
เมืองเกิด		30 มกราคม 2007
เมืองปัจจุบัน		Bangkok, Thailand

#### ความชอบและความสนใจ

STPH Painted Thailand (วงเล็บ) ThaiDanceStudio, Auto Grooming, SkyTrain, Bangkok Tropical Gallery/Cafe, Thai Lovers Group, POP EVERY PERSON THAT JOINS WE WILL DONATE \$1 TO HELP PEOPLE IN HAITI, URMUNDEE, SCAD Alumni Association, Zoo, Maha Vajirajongkornrajavidyalaya University, Social City, Restaurant City, Fishville **เพลงที่รัก (17)**

#### ข้อมูลติดต่อ

อีเมล: [modern.dog@hotmail.com](mailto:modern.dog@hotmail.com)  
 ที่อยู่: Bangkok, Thailand

เพื่อนที่ Krisakorn (43)  
 เพื่อนที่ Krisakorn (1)  
 ไลค์โดย Krisakorn (1)  
 ไลค์โดย Krisakorn

#### ข้อมูล

ชื่อจริง: **นางสาวเบญจมาภรณ์**  
**นามสกุล:** Tantitemit  
 วันเกิด: **14 พฤศจิกายน 1977**  
 เมืองเกิด: **Bangkok, Thailand**

#### เพื่อนที่ร่วมกัน



#### เพื่อน



แนะนำเพื่อนให้ Krisakorn  
 จะสามารถแนะนำเพื่อนของคุณ  
 สนองตอบจากชื่อเพื่อน

#### แนะนำ

#### โฆษณา

##### Channel Your Inner Farmer



Don't be a city slicker! Pull on your coveralls, grab a hoe and start growing something. Click here to sow your not-so-wild oats.

คลิกที่นี่

##### Treetopial



Become the best village chef in Treetopial! Care for villagers, protect neighbors, grow your territories.

คลิกที่นี่

##### Oldies but Goodies



Time to break out the 50's outfits and chon down to YoVille! You can shop, decorate, socialize, and accessorize with all your friends!

คลิกที่นี่

โฆษณาอื่นๆ



Krisakorn Tantitemit

[ประวัติส่วนตัว](#) [ข้อมูล](#) [รูปภาพ](#) [วิดีโอ](#)

รูปภาพของ Krisakorn ดูโปร  
ดูประวัติเพิ่มเติม



อัลบั้มของ Krisakorn ดูอัลบั้ม  
ดูประวัติเพิ่มเติม



แนะนำ

จำหน่าย CAMRY Hybrid



มีจำหน่ายรถรุ่นไฮบริดจาก  
ศูนย์จำหน่ายรถ ญี่ปุ่นโตโยต้า  
CAMRY HYBRID และ  
แคสเซียส MACBOOK พร้อม  
ส่วนลด 1.8 ล้านบาท โทร 02  
7893020

Partners of Partner of 500000 บาท  
ไม่ใช่นาง  
ดูโปร



Kusol 5/138

ดูโปร

Channel Your Inner Farmer



Don't be a city slicker! Pull on  
your coveralls, grab a hoe  
and start growing something.  
Click here to sow your not-  
so-wild oats.

ดูโปร

โฆษณา

### กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business)

facebook

ค้นหา

หน้าแรก **มีอะไรใหม่** **มีอะไรใหม่**

---



**Preaw Jai** 41 **เห็นเป็นเพื่อน**

กระดานข้อความ **ข้อมูล**

Preaw เป็นนักเรียนระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นมือความบันเทิงที่ชื่นชอบเป็นเพื่อน

**ข้อมูลเบื้องต้น**

อาชีพ: นักแสดง, พิธีกร, พิธีกร, พิธีกร, พิธีกร, พิธีกร, พิธีกร, พิธีกร

**ความชอบและความสนใจ**

คำขวัญ: Nopain No gain

**ข้อมูลการศึกษา**

เว็บไซต์: <http://preaw-der-ring.his.com>

**การศึกษาและการจ้างงาน**

มหาวิทยาลัย: Chulalongkorn University '05 Faculty of fine and applied applied art, Creative department, Fashion and textile major

โรงเรียนมัธยมศึกษา: Triaroudamsubanornmithe school '99

**หน่วยงาน**

- Global Style Trading Limited
- JOH-NEON(BE) Body Care
- Bangkok City Ballet
- Bunha Fashion Academy
- Seaquin

**What Color Is Your Thumb?**



Howdy, y'all! Mosey on down to this here Farm and plant a spell. Click now and start planting and harvesting to your heart's content!

[คลิกเพื่อดู](#)

---

**Play Treetopia!**



Create a forest paradise of your dream! Play Treetopia Now!

[คลิกเพื่อดู](#)

---

**Premium Condominium**



The Link Advance สามารถชำระ 50% ใช้เครดิตได้เพิ่ม Simply Down สามารถชำระ 50% เหลือเงิน 2.09 แสน. โทร.02-742 7311-3

[คลิกเพื่อดู](#)

โฆษณาอื่นๆ

สมาชิก 555

**ข้อมูล**

สถานะความสัมพันธ์: โสด

เว็บไซต์: <http://preaw-der-ring.his.com>

**เพื่อน**

เพื่อน 677 คน



Steven Payne, Noppawatt Fak-in, Kitti Anothais Inaweek, Thinnarat Nilapat, Tigon Bull, Aultaract Eric Phoocong oppahsan

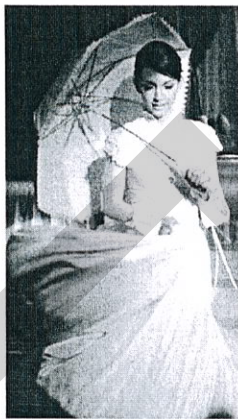
รายชื่อเพื่อนที่แนะนำ

**แท็บใหม่**

---

Facebook © 2010. ภาษาไทย

เพื่อนกับ มิ่งขวัญ คุ๊กกี้ ร่วมเล่นใน Facebook. เห็นใจ + เล่นเป็นเพื่อน ความสุขเพิ่มขึ้นกว่า 10 เท่าคลิกเพื่อดู [สนุกดีจัง](#)



สังข์ลอยมาถึง Prew

แต่งงาน555

ข้อมูล

สถานที่อยู่: เชียงใหม่ ไลด  
เว็บไซต์  
http://prew-der-ring.h5.com

เพื่อน

เพื่อน 677 คน ดูทั้งหมด



รายชื่อเพื่อนที่ดูประวัติล่าสุด

ดูเพิ่มเติม

Prew Jai ๑1 เติบโตเพื่อน

กระดานข้อความ ข้อมูล



Prew Jai แล้วก็ใครจะชนะ ไม่มีทาง อันตรายทั้งนั้น มีแต่แพ้ คือต่างคนต่างแพ้ ผู้ที่เมย์อูเน่าก็แพ้ แล้วที่แพ้ที่สุดก็คือประเทศไทย ประชาชนจะเป็นประชาชนที่ประเทศ ไม่มีขี้ประชาชน และหาในกรุงเทพมหาเศร ถ้าผมคิดว่า และหาในกรุงเทพมหาเศรเสียหายไปประเทศก็เสียหายไปทั้งหมด แล้วก็มีประโยชน์อะไรที่จะหลงคิดว่าชนะ เวลาอยู่บนกองซากปรักหักพัง.....พระราชดำริของผมถึงพระเจ้าอยู่หัว

ตอบทั้งหมด

แล้ว 5 คนคนที่ชอบสิ่งนี้

ดูทุกความเห็น (4)

Danilo Grillo buu 29 นาทีที่แล้ว

Tanapon Harncharvej เต้นแล้ว 24 นาทีที่แล้ว



Prew Jai



MAISON MARTIN MARGIELA - Fall-Winter 2010/11 Men's Collection  
MAISON MARTIN MARGIELA Fall-Winter 2010/11 Men's Collection  
PRESENTED BY Scherenz, January 20th, 2011 M...  
www.MaisonMartinMargiela.com

4 ชั่วโมงที่แล้ว แบ่งปัน

ดูประวัติการแชร์

- Prew likes [Maison Martin Margiela](#). ๑ ชม.
- Prew and [Kitipat](#) ใจในทรวงเป็นเพื่อนกันแล้ว เติบโตเพื่อน เรื่องราวที่คล้ายกัน 3 รายการ
- Prew likes [JOHNSON'S Body Care](#). ๑ ชม.
- Prew and [Gateaux Sothea](#) เป็นเพื่อนกันแล้ว เติบโตเพื่อน
- Prew and [จางจางจาง](#) เติบโตเพื่อนกันเป็นเพื่อนกันแล้ว เติบโตเพื่อน เรื่องราวที่คล้ายกัน 5 รายการ

โพสต์ที่เกี่ยวข้อง

มิตรสัมพันธ์

Play Treetopia!



Create a forest paradise of your dreams! Play Treetopia Now!

ดูวิดีโอ

แหวนสวย จากสโมสรมหา



แหวนเพชร-ไขว้ขลิบ  
แหวนสวย ไขว้ขลิบ สวย และเงินจริงมากมายกับร้านจิวเวลรี่ สยามคอสโมโกลี. รับประกันโดย TARAD.com

ดูวิดีโอ

ผู้รถยนต์ CAMRY Hybrid



ซื้อบ้านหรือที่ใดในทุกโครงการของมีคเคเคเคการ ผู้เช่ารถรถ CAMRY HYBRID และคอมเพิเตอร์ MACBOOK มูลค่ารวมกว่า 1.8 ล้านบาท โทร.02-7893020

Pacharee Permpongswasa ผู้ใจโชนงานนี้

ดูวิดีโอ

โชนงานนี้



### Nu Beer Ratirat

สถานะความสัมพันธ์: [ช่วยเหลือ](#) [ดูภาพ](#) [วิดีโอ](#)

อยู่บ้าน Nu Beer (5)  
สิ่งที่คุณสนใจ Nu Beer  
และ Nu Beer

ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer

**วันเกิด**  
วันเกิดของคุณคือเมื่อไหร่?  
**มีนาคม 21**  
21 พฤศจิกายน 1984

**เพื่อนที่แนะนำ**  
มีเพื่อนแนะนำ 2 คน



**เพื่อน**  
เพื่อน 72 คน



**สถานที่**  
2 สถานที่



ดูสถานที่ที่คุณเคยไป

ดู **เพื่อน**



**K'rod & K'noon**  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ K'rod & K'noon  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ K'rod & K'noon

**Dew Withaya** เริ่มทำโปรเจกต์วิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Dew Withaya

**Gunnets Punishers** คือ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Gunnets Punishers

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

**ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Dew Withaya**  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Dew Withaya

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

**สมัครใจ** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับสมัครใจ

**ดูวิดีโอเกี่ยวกับ** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

**Rochana Intri** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Rochana Intri

**ดูวิดีโอเกี่ยวกับ** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ

**Nu Beer Ratirat** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ Nu Beer Ratirat

ดูวิดีโอเกี่ยวกับ



**ดูวิดีโอเกี่ยวกับ** ...  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ



**Turn your DSR in to a film-making machine.**  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ



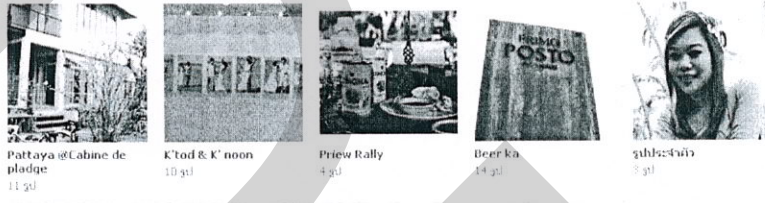
**Become the best village chief in Treetopian!**  
ดูวิดีโอเกี่ยวกับ

**Nu Beer Ratirat** เพิ่มเป็นเพื่อน  
กระดานข้อความ ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ

รูปภาพของ Nu Beer ดูรูป



อัลบั้มของ Nu Beer ดูอัลบั้ม



กิจกรรม

Hirusear

คุณมีใจ และชอบที่จะใช้เพื่อน  
ไปทำอะไร คุณอาจจะใช้เพื่อน  
คุณมีหัวใจ ไปไหน/ทำอะไร  
เพื่อนของคุณ อาจจะใช้  
Hirusear ที่ไหนก็ได้  
It's a game with, Be  
Unconstraining, and เพื่อน  
ได้ 4 คน มี Hirusear  
ดูรูป

Farm Lately?

  
Come play the biggest game  
in internet history. Start your  
own farm today.  
ดูรูป

Play Treetopia!

  
Build a Treetopian Army and  
Battle it up with your friends  
to be the Treetopian  
Champion!  
ดูรูป



Chatchai Sanghakunchorn **๙๖** **เพื่อน**

**ข้อมูล** **รูปภาพ**

Chatchai แบ่งปันข้อมูลส่วนตัวกับเพื่อนสมาชิกบนทุกแพลตฟอร์ม Chatchai แบ่งปันข้อมูลให้เฉพาะเพื่อนเท่านั้น

**เกี่ยวกับฉัน**

ชื่อจริง Chatchai นามสกุล Sanghakunchorn

**ความชอบและความสนใจ**

Boyfriend, Google Riders

**เพื่อนที่ฉันรัก**

มีเพื่อนที่ฉันรัก 1 คน



**เพื่อน**

เพื่อน 372 คน



**รูปภาพ**

2 จาก 7 อัลบั้ม



รายละเอียดประวัติ/ประวัติ บุคคลนี้

เพื่อนที่ฉันรัก

**Farm Lately?**



Come play the biggest game in internet history. Start your own farm today.



**Practice Speaking English**



Speak English online with James, your experienced private English teacher, via your computer. US \$40 per hour. Read more.

**Thailand back to Land of Smiles**



เราอยากเห็นรอยยิ้มของคนไทยกลับมาอีกครั้ง... เราอยากเห็นรอยยิ้มของคนไทยกลับมาอีกครั้ง... เราอยากเห็นรอยยิ้มของคนไทยกลับมาอีกครั้ง...

โพสเมื่อ 2 ปีที่แล้ว





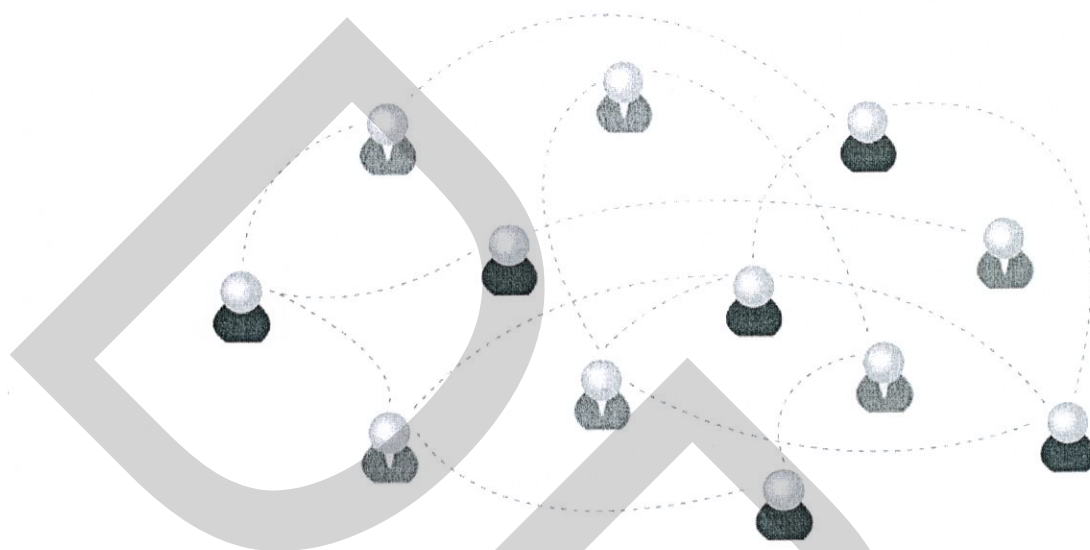
ภาพที่ 4.1 แสดงตัวอย่างภาพ www.facebook.com ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ จะนำเสนอผลของการศึกษาโดยการประมวลข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์ในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา โดยมีผลการศึกษาดังนี้

#### 4.1 รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ www.facebook.com

จากการศึกษาพบว่า www.facebook.com คือ เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่สามารถเข้าไปทำการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนสมัยเรียน กลุ่มลูกค้ำ คนรู้จัก สนิทฯ ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนสมัยเรียนหนังสือหรือที่ทำงานเก่า ได้ผ่านฟิวเจอร์ภาพในอดีต หรือ มีไว้แชร์ในเรื่องที่น่าสนใจกับลูกค้ำ รวมถึงเป็นการรู้จักกันต่อไปเป็นทอดๆ คล้ายเครือข่ายใยแมงมุมที่โยงกันไปมาได้ เป็นสังคมออนไลน์ (Social Networking) และเป็นชุมชนเสมือน (Virtual

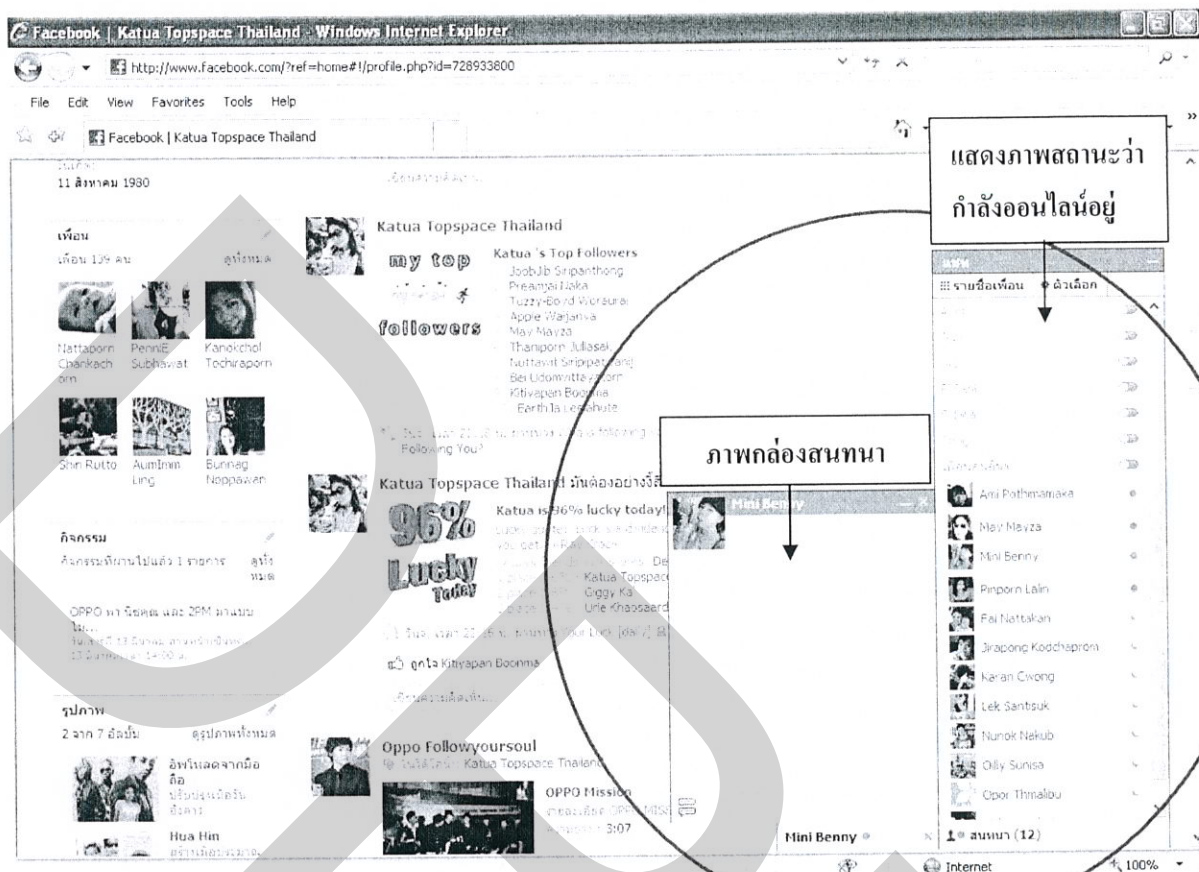
Communities) ตลอดจนหาเพื่อนใหม่ๆ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกภายในกลุ่มขึ้น ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.2 แสดงภาพ Social Network ของ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
ที่มา : <http://www.marketingoops.com>

ด้วยจุดเด่นของ Facebook ที่ใช้งานง่าย ข้อจำกัดของการใช้งานน้อย มีลูกเล่นหลากหลาย สร้างและขยายเครือข่ายเพื่อนได้มากและรวดเร็ว จึงทำให้ Facebook เป็นที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มคนไทย

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) มีรูปแบบการสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อสาร และใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเห็น ความรู้สึก เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติผ่านทาง [www.facebook.com](http://www.facebook.com) แต่ในกรณีนี้จะขึ้นอยู่กับผู้เล่นทั้ง 2 หรือมากกว่านั้น มีการออนไลน์พร้อมกัน จึงจะสามารถโต้ตอบกันได้ ผ่านทางช่องทางการสนทนาออนไลน์ (Chat) หรือ จะเป็นการฝากข้อความผ่านทางกล่องข้อความ (Inbox) รวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมแอปพลิเคชันซึ่งเป็นคุณสมบัติโดดเด่นของ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เมื่อเทียบกับเว็บประเภท Social Network ด้วยกันที่ผู้เล่นส่วนใหญ่นิยมเล่น รวมถึงกลุ่มวัยทำงาน ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 แสดงภาพตัวอย่างการ Chat ของ www.facebook.com

ที่มา : <http://www.facebook.com>

#### 4.1.1 เรื่องราวที่สื่อสารของ www.facebook.com

สำหรับเรื่องราวที่สื่อสารของ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ผ่านทางการเขียนกระดานข้อความ (Wall) และ แสดงความคิดเห็นผ่านทางรูปภาพนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า ส่วนใหญ่เรื่องราวที่สื่อสารนั้นจะเป็นเรื่องทั่วไป ที่ผู้เล่นใช้ในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้เล่นคนอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มเพื่อนสมัยเรียน กลุ่มลูกค้า หรือกลุ่มคนรู้จักสนิทๆ ซึ่งเรื่องราวที่ใช้ในการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับผู้เล่นเองว่าต้องการสื่ออะไรออกไป สื่อสารกันด้วยเรื่องอะไร อาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ด้วย อาจไม่ใช่การแสดงความคิดเห็นอย่างเดียว ยังรวมไปถึงการถามข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ผากข่าวบ้าง ทักทายทั่วไป ดังตัวอย่าง

“ส่วนใหญ่เรื่องคุยที่กันผ่านทาง Facebook ก็จะเป็นเรื่องทั่วไป ถามข่าวคราวความเคลื่อนไหว เป็นไงมั่ง ทำอะไรอยู่ และบางทีก็ใช้นัดเจอกันได้โดยไม่ต้องใช้โทรศัพท์”

(ชาญ สุพัฒน์าศิริ, Senior Software Engineer, Forth Limited, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553)

“เรื่องราวที่คุยกับเพื่อนใน Facebook ส่วนใหญ่จะเป็นการทักทาย สารทุกข์สุกดิบของแต่ละคน พูดคุยเหมือนในชีวิตประจำวัน รูปแบบการสื่อสารก็จะมีการโพสรูปบ้าง อัปเดต status บ้างตามแต่ละโอกาส” (อัคริมาญ์ เชิญพิพัฒนสกุล, Media Planner Manager, Prakrit holding, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2553)

“เรื่องราวที่สื่อสารส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องงาน ฝากข่าวสารต่างๆ ทักทายกันทั่วไป และทำความรู้จักกัน บางทีเจอเพื่อนสมัยเรียนหนังสือหรือที่ทำงานเก่า ได้ฟื้นฟูมิตรภาพในอดีต บางคนไม่ได้เจอกันนาน แต่ก็มาเจอกันใน Facebook” (แพรว จิตตะพันธ์กุล, Marketing Manager, Garnier Thailand, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2553)

“เรื่องราวที่สื่อสารส่วนใหญ่ก็เน้นการทำความรู้จักกัน รูปแบบการสื่อสารส่วนมากจะเป็นข้อความ และโพสต์รูปภาพ” (ปิยนุช พริ้งพร้อม, Executive Director, Pruksa skincare Management, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2553)

“ส่วนใหญ่ก็จะโพสต์เกี่ยวกับแนะนำตัวเอง บางทีก็ถามสารทุกข์สุกดิบเพื่อนบ้าง อัปเดตแบบ Real-time” (กฤษกร ตันติเตมิต, Creative Group Head, Topspace Thailand Limited, สัมภาษณ์, 25 กุมภาพันธ์ 2553)

“เรื่องราวที่คุยกัน Facebook ส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยระหว่างเพื่อนร่วมงาน ปรัชญาเรื่องนั้น เรื่องนี้” (เรืองโรจน์ โลธรธรรมากรกิจศิริ, Marketing Home Audio Department, Pioneer, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2553)

สรุปกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic) กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment) และ กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business) รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันในประเด็นเรื่องรูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) คือ กลุ่มบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าส่วนใหญ่เรื่องราวที่

สื่อสารนั้นจะเป็นเรื่องทั่วไป ที่ผู้เล่นใช้ในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้เล่นคนอื่นๆ ซึ่งเรื่องราวที่ใช้ในการสื่อสารนั้น ส่วนใหญ่จะตกท้ายทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น เรื่องงาน เรื่องเรียน เป็นต้น

#### 4.1.2 รูปแบบของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

จากการศึกษาถึงรูปแบบของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร พบว่า ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่ทำการสื่อสาร มีมากมายและหลากหลาย รวมถึงการใช้รูปแบบของสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรในการสื่อสาร เพื่อสื่อถึงอารมณ์ หรือสื่อถึงความรู้สึกของผู้เล่นในขณะนั้น

สำหรับภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ปัจจุบันมีการใช้ภาษาในการสื่อสารที่ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์เท่าที่ควร พบว่า ได้มีการดัดแปลงรูปแบบของภาษาออกไปตามแต่ละบุคคล ซึ่งการเขียนในรูปแบบใหม่นี้จะถูกดัดแปลงมาจากคำเดิม เนื่องจากความสะดวกในการพิมพ์ข้อความที่ง่ายขึ้น ส่วนใหญ่มักจะใช้ภาษาพูดมาเป็นภาษาเขียน มีการใช้ภาษาทับศัพท์ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เรียกว่า ภาษาวิบัติ หรือภาษาแซท ที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มในการแสดงความคิดเห็น การใช้ข้อความที่โพสต์ผ่านทาง [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

นอกจากนี้การศึกษายังพบอีกว่า มีการใช้รูปแบบของภาษามีการใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงมากที่สุด เนื่องจากสะดวกสบาย รวดเร็ว ในการสื่อสาร และสื่อถึงอารมณ์ของผู้เขียนได้ดี รวมถึงแสดงถึงอารมณ์หรือให้ความรู้สึกรู้สึกว่าเหมือนพูดคุยตอบโต้กันอยู่ กับคู่สนทนาอยู่จริงๆ โดยเริ่มจากการดัดแปลงวิธีการสะกดคำ ให้ผิดเพี้ยนเพื่อเลียนเสียงพูดขึ้นมา เป็นภาษาที่ตั้งใจเขียนให้เพี้ยนผิดเพื่อเลียนเสียงภาษาพูด ภาษาแซทนั้นไม่ได้เกิดจากการต้องการพิมพ์เลียนเสียงสำเนียงเพียงอย่างเดียว ยังมีคนอีกกลุ่มใหญ่ๆ ที่พิมพ์คำต่างๆ ผิดจากในพจนานุกรมเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการแซทเพื่อไม่ให้บทสนทนาต้องขาดตอน เช่น ละตัวอักษรที่ต้องกด Shift โดยการเลียงไปตัวอักษรอื่นบ้าง เลียงไปใช้คำพ้องเสียงบ้าง ทำให้เกิดศัพท์ใหม่แปลกๆ ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงความหมายภาษาแซทที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่ม โดยโพสต์ผ่านทาง facebook

ตัวอย่างภาษาแซทที่พบใน Facebook	ความหมาย
555	หัวเราะ
555+	หัวเราะ, ตลกอย่างรุนแรง
คริคริ	เสียงหัวเราะที่กำลังพอใจ
แฉ่ว	ใช้เมื่อรู้สึกขำขี้หน้า

ชื่อ	อิม, ตบตกลงหรือรับฟัง
ง่า	เสียงกำลังไม่ค่อยพอใจ
เกิด	มาจากคำว่า เงินอวย
ท่า	เวรกรรม
บาย	ลาก่อน
แป้ว	ใช้เมื่อรู้สึกขายหน้า, ทำผิดพลาด
งูจิ	แสดงอารมณ์หงุดหงิด
อ่อน	ไม่เก่ง, ไม่ได้เรื่อง (คำคำ)

ภาพที่ 4.4 แสดงภาพตัวอย่างรูปแบบของภาษาแชทที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มโดยโพสผ่านทาง  
www.facebook.com

ที่มา : <http://www.facebook.com>

ตารางที่ 4.2 แสดงความหมายภาษาแชทประเภทคำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงที่พบใน  
www.facebook.com

ตัวอย่างภาษาแชทประเภทคำพ้องเสียง หรือคำเลียนเสียงที่พบใน Facebook	ความหมาย
ซึ้น, ซึ่าน, ฉาน	แทนคำว่า ฉับ
จิง, เจง, เจริง	แทนคำว่า จริง
อาราย, อะร็ย, อะร็ยขยขย, อะร็ย	แทนคำว่า อะไร
เป่น	แทนคำว่า เป็น
เด้ว, เดว	แทนคำว่า เดียว
โคด, ค่อด, ค่อดส์	แทนคำว่า โคตร
ทำมะดา	แทนคำว่า ธรรมดา
ก้อ, เก้าะ	แทนคำว่า ก็
คัย, ค้าย	แทนคำว่า ได้
ก่า	แทนคำว่า กว่า
ขี้เกียด	แทนคำว่า ขี้เกียจ
โทด	แทนคำว่า โทษ
บร้า	แทนคำว่า บ้า
ม่าย, มัย, มะ	แทนคำว่า ไม่
งัย	แทนคำว่า ไง



ภาพที่ 4.5 แสดงภาพตัวอย่างภาษาแซทประเภทคำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงที่พบใน  
www.facebook.com

ที่มา : <http://www.facebook.com>

อีกทั้งบางทีก็เพื่อความน่ารัก น่าเอ็นดูของผู้แสดงความคิดเห็น บางครั้งก็มีการใช้คำเดิมซ้ำ  
เพื่อความสละสลวยของผู้เขียน และเพื่อแสดงถึงอารมณ์ของผู้เขียน ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 4.3 แสดงความหมายภาษาแซทที่มีการใช้คำเดิมซ้ำเพื่อความสละสลวยของผู้เขียน และ  
เพื่อแสดงถึงอารมณ์ของผู้เขียนใน www.facebook.com

ตัวอย่างภาษาแซทที่พบใน Facebook	ความหมาย
แหะๆ	เสียงหัวเราะที่กำลังเงินอาย หรือหัวเราะแบบฝืนๆ
เหอๆ	เสียงหัวเราะเมื่ออีกคนทำสิ่งที่ไม่มีเหตุผล หรือเรา ไม่เห็นด้วย



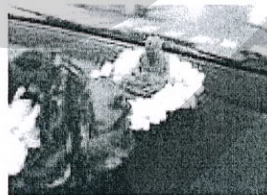
หุหุ	เสียงหัวเราะที่กำลังพอใจ เห็นด้วย
แหล่ม	เยี่ยม, ถูกใจ, พอใจ, สิ่งที่ดี
อ่านะ	หลีกเลี่ยงที่จะตอบคำถาม
อะนะ	หลีกเลี่ยงที่จะตอบคำถาม
เอี้กๆ	เสียงหัวเราะที่กำลังพอใจ
อึอึ	เสียงหัวเราะที่กำลังพอใจ
ฮึฮึ	เสียงหัวเราะที่กำลังพอใจ

ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.6



Katua Topspace Thailand (อึอึ) ของชายได้แน่ๆ

Mobile Uploads



เมื่อวานนี้ เวลา 14:54 น. ผ่านทาง Facebook for BlackBerry® smartphones แสดงความคิดเห็น  
ถูกใจ แง่มั่น



Oilly Sunisa จร้าขอให้ชายดิบบชายดิบนะจรั๊ (หุหุ)

เมื่อวานนี้ เวลา 14:57 น. · ไลบ



Onuma Phangchit กระต๊วน้อยเป็นอย่างไรบ้าง สบายดีก็ออ...

เมื่อวานนี้ เวลา 16:44 น. · ไลบ



Bei Udomvittayatorn ลาส

เมื่อวานนี้ เวลา 20:08 น. · ไลบ

ดูตัวเลือก



ภาพที่ 4.6 แสดงภาพตัวอย่างรูปแบบการใช้คำเติมท้ายเพื่อความสะอาดสวยของผู้เขียน และเพื่อแสดงถึงอารมณ์โดยโพสผ่านทาง [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

ที่มา : <http://www.facebook.com>

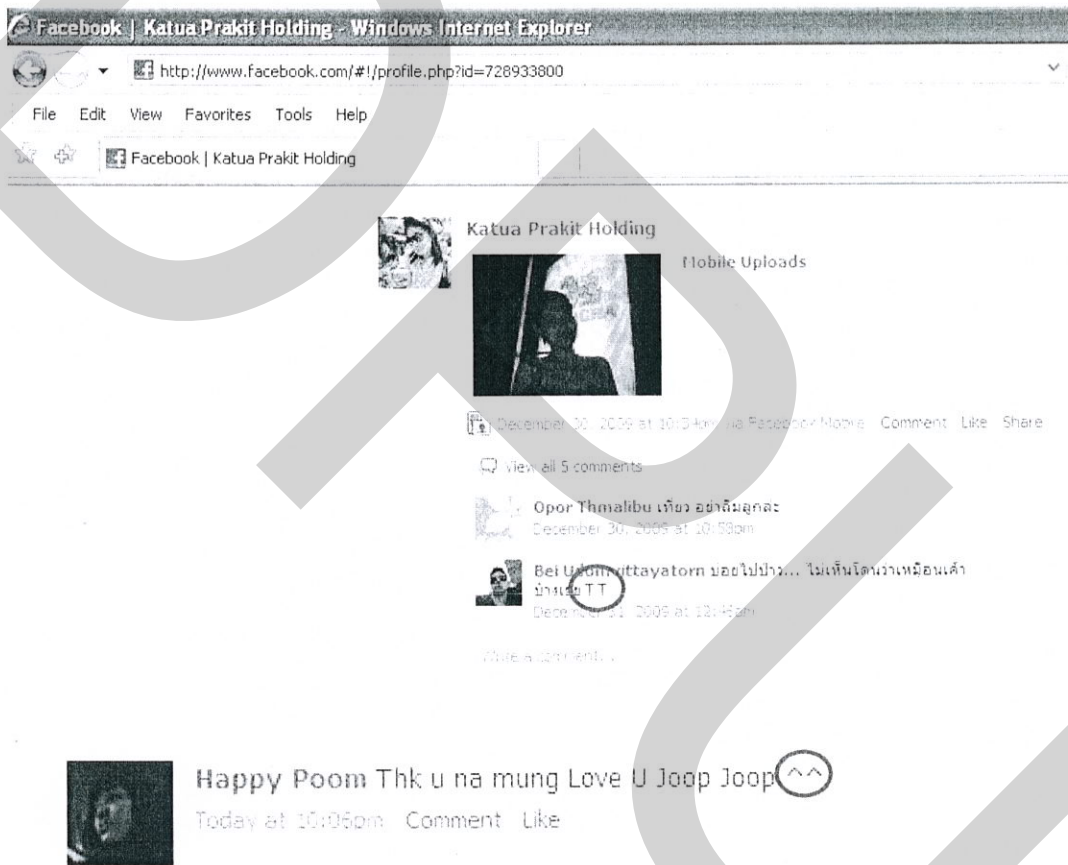
นอกจากนี้การศึกษายังพบอีกว่า มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารพบว่าเป็นการใช้สัญลักษณ์จะเป็นการใช้ตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะการสื่อสารนั้นมักจะเอาเข้ามาประกอบกับเนื้อหา และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างสัญลักษณ์ในการสื่อสาร

ตารางที่ 4.4 แสดงความหมายของสัญลักษณ์ในการสื่อสารที่พบใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ในการสื่อสาร	ความหมาย
:) ^^ ^-^ ^_^	แสดงอารมณ์ดี ยิ้มมีความสุข
:(	แสดงอารมณ์ไม่พอใจ
T T T-T	แสดงอาการร้องไห้

:P	แสดงอาการแลบลิ้น
:D	แสดงอาการยิ้มกว้าง หรือ กำลังหัวเราะ
0-0 *0*	แสดงอาการตกใจ
-- --"	แสดงอาการเซง แสดงอาการเครียดจนเหงื่อตก

ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.7




ภาพที่ 4.7 แสดงภาพการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารของ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
ที่มา : <http://www.facebook.com>

#### 4.1.3 การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นใน Application ต่างๆบน Facebook

จากการศึกษาถึงการเข้าในเล่น Application ต่างๆบน Facebook ได้แก่ Quiz และ Game online ที่นิยมเข้าไปใช้ใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) และมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันนั้น พบว่า ในประเทศไทยมีผู้ที่เล่นเกมบน Facebook เป็นประจำราว 25% หรือราว 6 แสนคน (ประมาณการโดยบริษัท Advance Info Service ; AIS) และพบว่า คนไทยที่เล่นเกมบน Facebook ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ซึ่งต่างจากเกมคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชาย โดยคนที่เล่นเกมบน Facebook เป็นผู้หญิงมากถึง 60% และเป็นผู้ชาย 40%

สำหรับช่วงอายุของคนเล่นเกมบน Facebook ช่วงอายุของคนเล่นเกมบน Facebook อายุ 18-24 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 49% รองลงมาคือ ช่วงอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 35% ช่วงอายุ 13-17 ปี 8% และ 35-44 ปี 4% (จากข้อมูลของ Playfish.in.th) (<http://www.positioningmag.com>, 8 มีนาคม 2553)

จากการศึกษาพบว่า Social Game ใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) นั้น เป็นเกมที่ผสมผสานระหว่างเกมออนไลน์และสังคมในอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน นอกจากจะเล่นเกมให้ได้คะแนนสูงๆ แล้ว ยังต้องสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนๆ ในกลุ่มของเราด้วย ซึ่งต่างจากเกมคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่เน้นการเล่นคนเดียวบนคอนโซลต่างๆ แต่เกมออนไลน์นั้นต้องเข้าไปเล่นเกมก่อน แล้วค่อยไปหาเพื่อนในเกมทีหลัง แต่เกมแบบ Social Game จะแตกต่างตรงที่เราสามารถชวนครอบครัว ชวนเพื่อน ชวนคนรู้จักอยู่แล้ว ให้เข้ามาเล่นเกมกับเราได้โดยใช้ Social Network เป็นสื่อกลางซึ่งในที่นี้คือ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.7

 You have 4 Page suggestions.



Mafia Wars Add Me Page

You have been invited by

Would you like to become a fan?

ภาพที่ 4.8 แสดงภาพการเชิญชวนเพื่อนเข้ามาเล่นเกมใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

ที่มา : <http://www.facebook.com>

จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้เวลาสัดส่วนระหว่างใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากกว่าใช้การสื่อสารสนทนาถึง 80-20 % และรู้สึกสนุกกับการเล่น Applications ต่างๆ บน facebook เพื่อแข่งขันและเปรียบเทียบกับเพื่อนๆ แล้วยังสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Application ที่เราเล่นได้อีกด้วย ซึ่งจุดนี้เองที่ใช้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นคนอื่นๆ ได้

สำหรับ 10 อันดับ ของ Facebook Applications ที่เป็นที่ยอดนิยมที่สุด

View: Daily | Weekly | Monthly

Name	Developer	MAU	Daily Growth Rate
1.  <a href="#">FarmVille</a>	<a href="#">Zynga</a>	40,937,105	4.91
2.  <a href="#">Causes</a>	<a href="#">Causes</a>	28,929,196	0.00
3.  <a href="#">LivingSocial</a>	<a href="#">LivingSocial</a>	22,331,344	-3.15
4.  <a href="#">Mafia Wars</a>	<a href="#">Zynga</a>	22,187,262	3.84
5.  <a href="#">We're Related</a>	<a href="#">FamilyLink.com</a>	20,220,044	0.00
6.  <a href="#">Farm Town</a>	<a href="#">SlashKey</a>	18,866,689	0.00
7.  <a href="#">Movies</a>	<a href="#">Flixster</a>	18,590,964	0.00
8.  <a href="#">Pet Society</a>	<a href="#">Plavfish</a>	16,963,803	1.37
9.  <a href="#">Texas HoldEm Poker</a>	<a href="#">Zynga</a>	16,673,582	0.00
10.  <a href="#">MindJolt Games</a>	<a href="#">MindJolt.com</a>	16,386,586	0.00

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

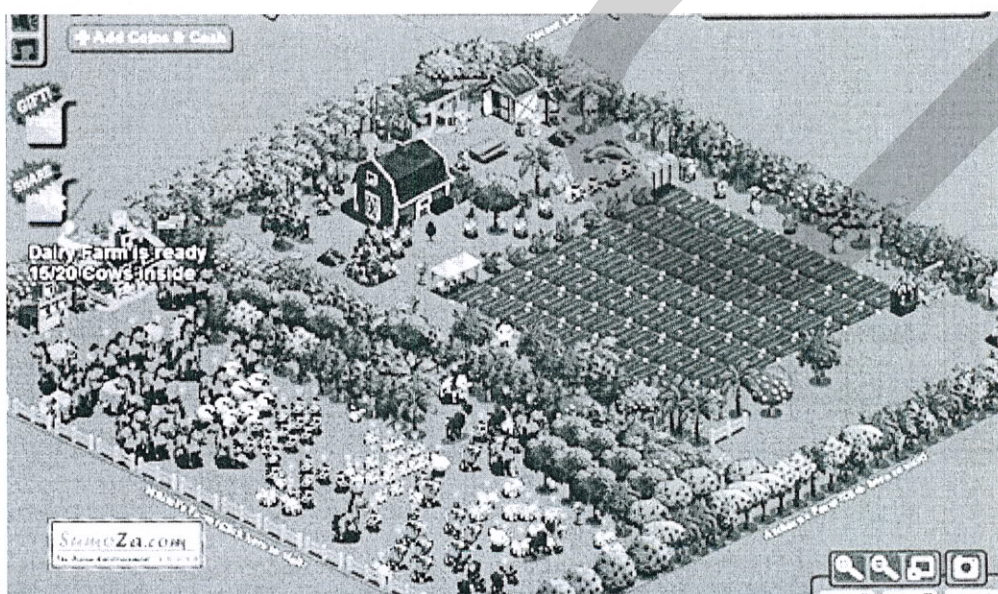
จากการศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่น Applications Game ของผู้เล่น คือ ส่วนใหญ่มักจะเปิด facebook ที่งเอาไว้เพื่อความสะดวกในการเล่น เกม ตัวอย่างเช่น เกม Farmville ที่เป็นเกมปลูกผัก เก็บผัก ผู้เล่นคนอื่นสามารถเข้าไปช่วยเก็บผักให้กันได้ และอีกพฤติกรรมหนึ่งที่ขาดไม่ได้ คือ การส่งของขวัญให้แก่กัน แล้วหวังว่าเพื่อนจะส่งกลับมาให้บ้างเป็นการตอบแทน สร้างวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนสร้างสัมพันธ์กันต่อไป บางเกมก็มีกิจกรรมสังคมแนวตรงกันข้าม เช่น “Barn's Buddy” ที่หากเจ้าของฟาร์มไม่เข้าไปเล่นสมว่าสมอื่อาจถูกเพื่อนขโมยผักได้ และบางคนเลือกเล่นเกมเนื่องจากประทับใจที่เกมเปิดโอกาสด้วยการมีกิจกรรมส่วนตัวซึ่งเป็นความฝันอย่างหนึ่ง ดังตัวอย่าง

“ประมาณ 80 % คือ เวลาบนโลกออนไลน์ไปเล่นเกมมากกว่าใช้คุย และมากกว่าครึ่งของการเล่นเกมก็เป็นการเปิดทิ้งไว้เพื่อความสะดวกและไม่ลืมที่จะเข้าไปเก็บผักทำ Level ให้สูงๆ ขึ้นไป ซึ่งหากเข้าไปเก็บไม่ทันผักก็จะเน่าเสียไปโดยสูญเปล่า” (พันประวี ภิวานนท์, Account director, Proximity Thailand, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2553)

“เกมนี้อย่างสร้างสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นได้ เพราะแต่ละคนสามารถเข้าไปช่วยเก็บผักให้กัน และที่ขาดไม่ได้คือ การส่ง Gift ให้กัน ไม่ว่าจะเป็นเปิดไก่ ไร่ฟาร์มบางทีก็หวังว่าเพื่อนจะส่งกลับมาให้บ้างเป็นการตอบแทน” (กฤษกร ดันติเตมิท, Creative Group Head, Topspace Thailand Limited, สัมภาษณ์, 25 กุมภาพันธ์ 2553)

“แรกๆ คุย 80 เล่นเกม 20 แต่เดี๋ยวนี้กลับกันเป็น เล่นเกม 80 คุย 20 เริ่มจากการใช้ Facebook เป็นเครื่องมือพูดคุยกับเพื่อน แล้วจึงเล่นเกมเพราะเพื่อนชวน จากนั้นเวลาบนโลกออนไลน์ซึ่งส่วนใหญ่อยู่บน Facebook ก็ถูกยกให้ “Restaurant City” ถึง 80% ด้วยความประทับใจที่เกมเปิดโอกาสให้เลือกแต่งร้าน เลือกวัตถุดิบทำอาหารหลากหลาย และสะสมคะแนนเป็นเงินรายได้คล้ายการมีกิจการส่วนตัวซึ่งเป็นความฝันอย่างหนึ่ง” (กฤษสร ศิริสวัสดิ์, Coordinator, GMM Grammy, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.9 -4.10





ภาพที่ 4.9 แสดงภาพตัวอย่างเกม Farmville ใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
ที่มา : <http://www.facebook.com>



ภาพที่ 4.10 แสดงภาพตัวอย่างเกม Restaurant City ใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
ที่มา : <http://www.facebook.com>

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ประมาณ 30% ของคนเล่นเกมบน Facebook จะเล่นอยู่เกมเดียวเป็นหลัก จนสามารถทำคะแนนและเลื่อนระดับไปอยู่หัวแถวได้ แต่ส่วนใหญ่อีก 70% มักจะลองเล่นหลายๆ เกม และกลุ่มนี้มักจะทำคะแนนได้เพียงและทำๆตาราง หรืออย่างดีก็กลางๆ เท่านั้น และกลุ่มหลังนี้มักจะเล่นเกมหนึ่งๆ ไม่เกิน 3 เดือนก็เปลี่ยนไปลองเล่นเกมใหม่เรื่อยไป ดังตัวอย่าง

“ เล่นแค่เกมเดียว เพราะเล่นหลายเกมไม่มีเวลาอัพเวล ” (ภูวนารถ ภาณุวัฒนากร IT community Manager, Sanook Online Limited, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2553)

“ บางทีมีเกมใหม่ๆมา ก็เปลี่ยนไปเล่นเกมใหม่ ส่วนมากเวลไม่สูงมาก เพราะไม่มีเวลาเข้าไปอัพเวล ” (อัศริมาญ์ เชิญพิพัฒนสกุล, Media Planner Manager, Prakrit holding, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2553)

“ เล่นเป็นเกมๆไป หลายเกมบางทีสับสน ” (รติรัตน์ หอมวงษ์, Marketing, บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2553)

จากการศึกษาถึง Quiz หรือ แบบสอบถามที่อยู่บน facebook นั้น พฤติกรรมการเล่น Applications Quiz ของผู้เล่น Facebook พบว่า ผู้เล่นส่วนใหญ่มักเข้ามาตอบคำถาม Quiz ใน Facebook เพื่อคลายเครียด เนื่องจากคำถามส่วนใหญ่มักจะตลก และไม่ค่อยมีสาระ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนๆในกลุ่มของเราด้วย ผ่านทางช่องแสดงความคิดเห็น (Comment) หลังจากเพื่อนของเราประกาศ (Publish) หลังจากที่เราพบผล Quiz ออกมา ดังตัวอย่าง

ดังตัวอย่างรายละเอียดภาพที่ 4.10



คลิกดูรางวัลบนเว็บไซต์ในเดสก์ทอป

สมัครดวงประจำวัยที่คาดไม่ถึง...แรงใจคุณจะต้องพบกับอะไร?

ทำนายเนื้อคู่ของคุณ

เพื่อดูของดีที่คุณเป็นแบบไหน (~\_~)

คุณคือสิ่งมีชีวิตพิเศษประเภทใด?

เขยตัวตลก...คนแต่งเดี๋ยวนะ

เช็ดดวงความรักของคุณแล้วรอนแรงใจไหนในเดือนเมษายน โดย หมออาสนะ

Katua Topspace Thailand

สิตรูดบารมีของคุณคืออะไร?  
Result: ได้เรื่อง  
ด้วยชื่อของสิตรูดบารมี... เป็นสิตรูดบารมี... เพราะ... (รายละเอียดเพิ่มเติมคลิกที่นี่)

March 14 at 11:58pm via Quiz Planet | Comment Like Take this Quiz

ภาพที่ 4.11 แสดงภาพตัวอย่าง Quiz ใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com)  
ที่มา : <http://www.facebook.com>

“บางอันก็ตลกดีค่ะ บอกนิสัยของเจ้าของผล Quiz ได้ตรงมาก หรือถึงแม้จะไม่ตรงก็ตลกจนสามารถอ่านกันเพลินๆ ได้ เป็นหนึ่งในกิจกรรมยามว่างที่ฆ่าเวลาได้ดี” (ปิยนุช พริ้งพร้อม, Executive Director ,Pruksa skincare Management, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2553)

“บางทีเครียดๆ กลุ่มๆ ก็เข้ามาตอบ Quiz เล่นกันเพลินๆ ก็คลายเครียดไปได้ในระดับหนึ่ง” (แพรว จิตตะพันธ์กุล, Marketing Manager, Garnier Thailand, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2553)

“ Quiz มันจะไม่ค่อยมีสาระ พอเพื่อน Post มาบางทีก็เข้าไปเม้นท์แซว ขำๆ ” (ชาติชาย จิราปัฐมเดช, Marketing Manager, Pepsi-Cola (Thai) Trading Co.,Ltd, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2553)

#### 4.2 ทักษะของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ facebook ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ซึ่งทัศนคติของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการคิดและการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวรพอควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์ และการผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นสิ่งที่ครอบคลุมทั้งความรู้และความรู้สึกของบุคคล โดยแบ่งทัศนคติออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude), ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) และทัศนคติเฉยๆ (Passive Attitude) มีผลการศึกษาดังนี้

##### 4.2.1 ทักษะดีด้านบวก

จากการศึกษาผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกัน ในเรื่องทัศนคติด้านบวกที่มีต่อ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ว่าเป็นเว็บไซต์ออนไลน์ที่สามารถทำให้ได้เจอเพื่อนๆใหม่เพิ่มขึ้น และยังได้เจอเพื่อนๆเก่าๆที่ไม่ได้เจอกันมานานในโลกความเป็นจริง จับจองพื้นที่เสมือน (Virtual) บนโลกไซเบอร์ สามารถมาเจอกันในโลกออนไลน์ได้ ทำให้ไม่ขาดการติดต่อกับเพื่อนๆ และยังเป็นพื้นที่ส่วนตัว สามารถระบายอารมณ์ได้ แสดงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาได้อย่างแท้จริง ทั้งคำพูด และรูปภาพที่แสดงตัวตน สามารถเป็นอะไรก็ได้ที่อยากเป็น และแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งในโลกความเป็นจริงแล้ว อาจไม่สามารถแสดงออกมาโดยคำพูดได้ แต่ในโลกออนไลน์สามารถแสดงออกมาในรูปของอวัจนภาษาที่สามารถมีอิสระเต็มที่ในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่น นอกจากนี้ยังพบอีกว่า [www.facebook.com](http://www.facebook.com) นั้นสามารถเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจได้ เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่าง

“จริง ๆ facebook เป็นเว็บที่เป็นประโยชน์นะ ถ้าเราใช้ให้ถูกทาง เพราะเป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารที่สามารถอัปเดตเรื่องราวของตัวเอง และเพื่อนได้ จากสมัยก่อนในสมัยเรียนนั้นอาจจะไม่ค่อยได้คุยกัน แต่ได้มาคุยกันทาง facebook ทำให้ความสัมพันธ์ดีขึ้น” (พันประวี กิวานนท์ , Account director , Proximity Thailand, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2553)

“เว็บ facebook มีความเป็นพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น เพราะยังเป็น social Network ที่ค่อนข้างใหม่ กลุ่ม friend นั้นส่วนใหญ่เป็นคนที่ค่อนข้างคุ้นเคยกัน เรื่องราวที่นำมาแชร์ก็จะเป็นเรื่องส่วนตัวและบ่งบอกถึงความเป็นตัวเองมากขึ้น” (ขจรศิลป์ อาจารย์, Programmer Manager, JK ceria company, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2553)

“พอมาเล่นแล้วก็ได้เพื่อนใหม่ ๆ เยอะแยะเลย บางทีก็เอาไว้ติดต่อเพื่อนที่ไปเรียนต่างประเทศ ไว้คุยหากันไปมา ถามไถ่สารทุกข์สุกดิบกัน ซึ่งก็เป็นประโยชน์มาก เรียกว่าย่อโลกให้เราติดต่อสื่อสารกันได้ง่าย ๆ มาก” (ภูวนารถ ภาณุวัฒนาการ IT community Manager, Sanook Online Limited, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2553)

“แม้จะไม่ได้ใช้เวลากับ เว็บ facebook มาก แต่จำเป็นต้องมี อาจด้วยที่การทำงานจึงเลือกใช้ facebook เพราะเป็นเว็บที่ช่วยได้ในบางเวลา เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อไม่ว่าจะเป็นลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย” (ชาติชาย จิราปุมเดช, Marketing Manager, Pepsi-Cola (Thai) Trading Co.,Ltd, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2553)

#### 4.2.2 ทักษะคดีด้านลบ

จากการศึกษาพบว่า ทักษะคดีของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ Facebook ที่มีต่อ Facebook ในด้านลบ บางส่วนอาจมาจากประสบการณ์ตรงหรือจากข่าวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบ อันได้แก่ เรื่องส่วนตัวที่ไม่ควรให้คนอื่นรู้ แต่กลับถูกเปิดเผยยังสาธารณะ ทำให้สูญเสียความเป็นส่วนตัว รวมถึงกรณีข่าวการหลอกลวงทาง Facebook กำลังเริ่มระบาด กรณีที่ Facebook ของคนรู้จักโดนแฮก ด้วยการส่งข้อความผ่านทางคอมเมนต์และข้อความลงหาเพื่อนหลายๆ คน ในทำนองที่ว่า ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน และเริ่มมีการแชทกันจริงจังเพื่อเริ่มกระบวนการหลอกลวง

ล่าสุดในโลกอินเทอร์เน็ตพบว่า Koobface เป็นไวรัสตัวใหม่ที่คอยเล่นงานเว็บไซต์อย่าง Facebook และ MySpace โดยมีวิธีการคือ Koobface จะถูกส่งต่อจากผู้ไปผู้เพื่อนๆ ในโปรไฟล์ โดยการส่งคอมเมนต์และข้อความลง ซึ่งมีใจความชักชวนให้เข้าไปที่เว็บไซต์ YouTube และดาวน์โหลดโปรแกรม Flash Player ซึ่งเมื่อดาวน์โหลดแล้วจะทำให้ Koobface ฝังตัวในเครื่องคอมพิวเตอร์ และคิดไวรัสในที่สุด จากนั้นจะส่งข้อความไม่พึงประสงค์ในแบบเดียวกันไปยังผู้ที่อยู่

ในเครือข่ายของเจ้าของเครื่อง จึงทำให้ไวรัสนี้แพร่ระบาดอย่างกว้างขวางบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้งหมดนี้อาจทำให้เกิดทัศนคติในแง่ลบ ดังตัวอย่าง



เด็กหนุ่มอเมริกันจากรัฐ Wisconsin ถูกศาลสั่งจำคุกกว่า 15 ปีฐานใช้ Facebook ปลอมหลอกลวงและข่มขู่เพื่อนรวมชั้นหลายราย โดยสื่อทั้งหลายจากประเทศสหรัฐฯ ได้พร้อมกันลงข่าวเด็กหนุ่มจากรัฐ Wisconsin อายุ 19 ปีที่ถูกศาลสั่งมีความผิดฐานสร้างและใช้บัญชี Facebook ปลอมหลอกลวงเพื่อนชายรวมชั้นหลายราย รวมไปถึงใช้หลักฐานภาพอาจารย์ของเหยื่อที่ได้มาข่มขู่พวกเขาอีกด้วย โดยเด็กหนุ่มคนดังกล่าวที่มีชื่อว่า Anthony Standl ได้กระทำการสร้างบัญชี Facebook ลวงโดยใช้ชื่อและภาพเป็นหญิงสาวอายุ 16 และได้ส่งข้อความล่อลวงเหยื่อรวมชั้นกว่า 30 รายให้ส่งภาพหรือวิดีโอส่วนตัวเข้ามาในอีเมลปลอมที่สร้างไว้ โดยมีภาพรูปถ่ายและวิดีโอส่วนตัวของเหยื่อทั้งหมดกว่า 300 รายการจากคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของ Anthony Standl หลังถูกจับกุมโดยมีรายงานว่า Standl ได้ข่มขู่เหยื่อด้วยการบังคับให้เหยื่อรวมกระทำการทางเพศกับเขาแทนการเปิดเผยและแพร่ภาพลับทั้งหมดที่ได้มาไปทั่วอินเทอร์เน็ต Anthony Standl ได้รับโทษหลายข้อหาโดยมีข้อหาหลักอย่างการกระทำชำเราเยาวชนอายุไม่ถึง 18 ปี เนื่องจาก 1 ในเหยื่อดังกล่าวนั้นเป็นเด็กชายอายุเพียง 15 ปีและ Standl จะได้รับโทษจำคุกสูงสุดกว่า 30 ปี

ที่มา - Pantip.com

รูปในวิกิพีเดีย

ภาพที่ 4.12 แสดงภาพตัวอย่างข่าวการใช้ Facebook ปลอมเพื่อล่อลวงและข่มขู่

ที่มา : <http://forum.dekitclub.com/index.php?topic=3379.0>

“สำหรับทัศนคติในแง่ลบ คือ บางทีเรื่องส่วนตัวไม่อยากจะให้คนอื่นรู้ กลับถูกเผยแพร่ไปบน Wall ใน Facebook ทำให้ทุกคนที่เรารู้จักได้ล่วงรู้ถึงเรื่องราวต่างๆ ไปด้วย แต่เพื่อนใน Facebook ไม่ใช่แค่เพื่อน แต่เป็นเจ้านายบ้าง คู่ค้าทางธุรกิจบ้าง ลูกน้องบ้าง หรือแฟนเก่าบ้าง ทำให้สูญเสียความเป็นส่วนตัว” (กฤษกร ศิริสวัสดิ์, Coordinator, GMM Grammy, สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2553)

“ได้ยินข่าวมีการหลอกลวงทาง Facebook ที่กำลังเริ่มระบาด แต่บางครั้งอาจเป็นเพียงแค่การอาศัยประโยชน์จาก Facebook โดยที่เจ้าตัวไม่ได้รู้เรื่องอะไรด้วย หากเจอกับสถานการณ์แบบนี้จริง ติดต่อกัน โดยตรงดีที่สุดในทางโทรศัพท์หรือจะนัดเจอกันก็ได้ หากใครพอจะได้เค้าลางว่ากำลังโดนหลอก แจ้งตำรวจเอาไว้ก่อนน่าจะดีที่สุดใน” (รติรัตน์ หอมวงษ์, Marketing, บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด, สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2553)

“เคยไปสมัครเป็น Fan Page ของที่แห่งหนึ่ง หลังจากสมัครปรากฏว่ามีการ ส่งข้อมูลจาก Fan Page แห่งนี้มาที่ Facebook ผมเยอะมาก จนปรากฏว่าไม่เคยเจอข้อความจากเพื่อนของผมจริงๆ บนหน้า Facebook ของผมเลย ดังนั้น ผมจึงคิดว่าการที่จะปล่อยข้อมูลให้แก่สมาชิกในเครือข่ายควรจะมีการกำหนดเวลาในการส่งเพื่อให้เป็นการรบกวนสมาชิกมากเกินไป เลยู้สึกไม่ค่อยดีกับเว็บ

เท่าไร” (เรื่องโรจน์ โสธรธนาถกิจศิริ, Marketing Home Audio Department, Pioneer, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2553)

“Facebook มักปล่อยคุณสมบัติใหม่ๆ ให้ผู้ใช้ได้สัมผัสกัน โดยไม่มีประกาศแจ้งเตือนล่วงหน้า ไม่นานมานี้มีข่าวว่าเพิ่งจะมีคุณสมบัติที่ติดตามการขอปิ้งของผู้ใช้ แล้วเผยแพร่ให้คนอื่นๆ ได้รู้กันทั่ว ซึ่งแน่นอนว่าโดนประท้วงโดยผู้ใช้อย่างแรง และตามมาด้วยคดีความละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่างๆ มากมาย เลยทำให้มีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีกับ Facebook รู้สึกไม่เป็นส่วนตัว” (ปิยนุช พริ่งพร้อม, Executive Director, Prukka skincare Management, สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2553)

#### 4.2.3 ทัศนคติอื่นๆ

สำหรับทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ Facebook ที่มีความรู้สึกอื่นๆ คือ มีทัศนคติที่ดีต่อ Facebook แต่ก็มีทัศนคติที่ลบด้วย อาจเป็นความรู้สึกที่กลางๆมากกว่าที่จะรู้สึกว่าชอบมากหรือเห็นว่า Facebook มีผลเสียอย่างมาก ดังตัวอย่าง

“สำหรับทัศนคติที่มีนั้นรู้สึกหลายๆ แน่แน่นอนว่าการเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายเพื่อนฝูงที่รู้จักทำให้ความสัมพันธ์ของผู้คนใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น แต่บางครั้งอาจเป็นเพียงแค่การอาศัยประโยชน์จาก Facebook หลอกลวงก็มี” (อัคริมาญ์ เจริญพิพัฒนสกุล, Media Planner Manager, Prakit holding, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2553)

“ทัศนคตินั้นรู้สึกหลายๆ เพราะไม่ได้ทำให้มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เป็นสังคมชนิดหนึ่งมีประโยชน์ไว้ใช้ติดต่อสื่อสารกัน แต่รู้สึกว่าก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันไป ข้อดีคือ เราสามารถใช้ประโยชน์ จาก social network ได้ทั้งส่วนตัว และ ธุรกิจ แต่ข้อเสียคือ ก็อาจทำให้เราโดนหลอกได้จากผู้ไม่หวังดีขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้งานมากกว่า” (ชาญ สุพัฒน์าศิริ, Senior Software Engineer, Forth Limited, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553)

“สำหรับ Facebook ก็รู้สึกหลายๆ ไม่ได้ชอบ หรือ ไม่ชอบเลย เพราะสามารถใช้ Facebook อย่างปลอดภัยได้ในระดับหนึ่ง ก่อนที่เราจะเริ่มโพสต์เนื้อหาหรือรูปภาพต่างๆ ถ้าเราตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเอาไว้ ก็ไม่น่าจะมีปัญหาอะไรตามมา ถ้าเราใช้อย่างระมัดระวัง” (กฤษกร ตันติเตมิท, Creative Group Head, Topspace Thailand Limited, สัมภาษณ์, 25 กุมภาพันธ์ 2553)

“ถ้าเราจัดแบ่งกลุ่มความสัมพันธ์ให้ชัดเจน เช่น หากมีเพื่อนนักธุรกิจหรือลูกค้าที่ต้องการติดต่อกับคุณผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ การหันไปเว็บอื่นๆ ก็น่าจะดีกว่าการที่รวมเอาผู้คนจากทั่วทุกสารทิศมาไว้ภายใต้ Facebook บางทีอาจจะเป็นข้ออ้างดีๆ ในการปฏิเสธการขอเป็นเพื่อนบน Facebook และชักชวนให้คนรู้จักทางธุรกิจหันไปคบค้าสมาคมกันบนเว็บอื่นที่เฉพาะทางมากขึ้นด้วย” (แพรว จิตตะพันธ์กุล, Marketing Manager, Garnier Thailand, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2553)

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ Facebook ของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic) กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment) และ กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business) รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน สามารถสรุปได้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันในประเด็นเรื่องทัศนคติในด้านบวก คือ สามารถทำให้ได้เจอเพื่อนๆ ใหม่เพิ่มขึ้น และยังได้เจอเพื่อนๆ เก่าๆ ที่ไม่ได้เจอกันมานานในโลกความเป็นจริงสามารถมาเจอกันในโลกออนไลน์ได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ส่วนตัว สามารถระบายอารมณ์ได้ แสดงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาได้อย่างแท้จริง ทั้งคำพูด และรูปภาพที่แสดงตัวตน สำหรับทัศนคติที่มีต่อ Facebook ในด้านลบ อาจมาจากประสบการณ์ตรงหรือจากข่าวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบ ได้แก่ ประสบการณ์ตรงจากการเคยไปสมัครเป็น Fan Page ของที่แห่งหนึ่ง หลังจากสมัครปรากฏว่ามีการ ส่งข้อมูลจาก Fan Page แห่งนี้มาที่ Facebook เยอะมาก ทำให้เป็นการรบกวนสมาชิกมากเกินไป ซึ่งแน่นอนว่าโดนประท้วงโดยผู้ใช้อย่างแรง และตามมาด้วยคดีความละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่างๆ มากมาย และทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ facebook ที่มีความรู้สึกเฉยๆ คือ มีทัศนคติที่ดีต่อ Facebook แต่ก็มีทัศนคติที่ลบด้วย อาจเป็นความรู้สึกที่กลางๆมากกว่าที่จะรู้สึกว่าจะชอบมากหรือเห็นว่า Facebook มีผลเสียอย่างมาก คือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้งานมากกว่า ถ้าเราใช้อย่างระมัดระวังตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเอาไว้ ก็ไม่น่าจะมีปัญหาอะไรตามมา

## ตารางที่ 4.5 สรุปผลการวิจัย

### 4.1 รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ www.facebook.com

หัวข้อที่สัมภาษณ์	กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์		
	กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic)	กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment)	กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business)
4.1.1 เรื่องราวที่ สื่อสารของ www.facebook.com	ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า ส่วนใหญ่เรื่องราวที่สื่อสารนั้นจะเป็นเรื่องทั่วไป ที่ผู้เล่นใช้ในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้เล่นคนอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มเพื่อนสมัยเรียน กลุ่มลูกค้า หรือกลุ่มคนรู้จักสนิทๆ ซึ่งเรื่องราวที่ใช้ในการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับผู้เล่นเองว่าต้องการสื่ออะไรออกไป สื่อสารกันด้วยเรื่องอะไร อาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ด้วย อาจไม่ใช้การแสดงความคิดเห็นอย่างเดียว ยังรวมไปถึงการถามข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ฝากข่าวบ้าง ทักทายทั่วไป		
4.1.2 รูปแบบของ ภาษาที่ใช้ในการ สื่อสารใน www.facebook.com	ส่วนใหญ่จะพิมพ์ให้ถูกต้องตามหลัก แต่อาจมีการใช้สัญลักษณ์จะเป็นการใช้ตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) มักจะเอาเข้ามาประกอบกับเนื้อหา และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น	ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่ มีการใช้ภาษาทับศัพท์ ใช้ภาษาพูดมาเป็นภาษาเขียน เนื่องจากความสะดวกในการพิมพ์ข้อความที่ง่ายขึ้น	มีการใช้รูปแบบของภาษามีการใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงมากที่สุด เนื่องจากสะดวกสบาย รวดเร็ว ในการสื่อสาร และสื่อถึงอารมณ์ของผู้เขียนได้ดี รู้สึกว่าเหมือนพูดคุยตอบโต้กันอยู่กับคู่สนทนาอยู่จริงๆ
4.1.3 การสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นใน Application ต่างๆบน Facebook	ใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากกว่าใช้การสื่อสารสนทนา สำหรับ Applications ต่างๆ บน facebook ส่วนใหญ่ มักจะเปิด facebook ที่ง้อไว้	รู้สึกสนุกกับการเล่น Applications ต่างๆ บน facebook เพื่อแข่งขันและเปรียบเทียบกับเพื่อนๆ สามารถแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Application ซึ่งจุดนี้เองที่ใช้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นคนอื่นๆได้	ใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากกว่าใช้การสื่อสารสนทนา เล่นเกมเพราะเพื่อนชวน จากนั้นเวลาบนโลกออนไลน์ซึ่งส่วนใหญ่อยู่บน Facebook

4.2 ทักษะของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

หัวข้อที่สัมภาษณ์	กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์		
	กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic)	กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment)	กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business)
4.2.1 ทักษะด้าน บวก	เป็นเว็บไซต์ออนไลน์ที่สามารถทำให้ได้เจอเพื่อนๆใหม่เพิ่มขึ้นและยังได้เจอเพื่อนๆเก่าๆที่ไม่ได้เจอกันมานานในโลกความเป็นจริง จับจองพื้นที่เสมือน (Virtual) บนโลกไซเบอร์ สามารถมาเจอกันในโลกออนไลน์ได้ ทำให้ไม่ขาดการติดต่อจากเพื่อนๆ	เป็นพื้นที่ส่วนตัว สามารถระบายอารมณ์ได้ แสดงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาได้อย่างแท้จริง ทั้งคำพูด และรูปภาพที่แสดงตัวตน สามารถเป็นอะไรก็ได้ที่อยากเป็น และแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งในโลกความเป็นจริงแล้ว อาจไม่สามารถแสดงออกมาโดยคำพูดได้ แต่ในโลกออนไลน์สามารถแสดงออกมาในรูปของอวัจนภาษาที่สามารถมีอิสระเต็มที่ในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่น	เป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจได้ เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
4.2.2 ทักษะด้านลบ	Facebook มักปล่อยคุณสมบัติใหม่ๆ ให้ผู้ใช้ได้สัมผัสกันโดยไม่มีการประกาศแจ้งเตือนล่วงหน้า ไม่นานมานี้มีข่าวว่าเพิ่งจะมีคุณสมบัติที่ติดตามการขอลิ๊งของผู้ใช้แล้วเผยแพร่ให้คนอื่นๆ ได้รู้กันทั่ว ซึ่งทำให้รู้สึกไม่เป็นส่วนตัว	กรณีมีข่าวการหลอกลวงทาง Facebook กำลังเริ่มระบาด กรณีที่ Facebook ของคนรู้จักโดนแฮก ด้วยการส่งข้อความผ่านทางคอมเมนต์และข้อความลงหาเพื่อนหลายๆ คน ในทำนองที่ว่า ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน และเริ่มมีการแชทกันจริงจังเพื่อ	อาจมาจากประสบการณ์ตรงหรือจากข่าวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบ อันได้แก่ เรื่องส่วนตัวที่ไม่ควรให้คนอื่นรู้ แต่กลับถูกเปิดเผยยังสาธารณะ ทำให้สูญเสียความเป็นส่วนตัว



หัวข้อที่สัมภาษณ์	กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์		
	กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic)	กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment)	กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business)
		เริ่มกระบวนการทดลอง	
4.2.3 ทักษะคติหนึ่งเฉย	ข้อดีคือ เราสามารถใช้ประโยชน์จาก social network ได้ทั้งส่วนตัวและธุรกิจ แต่ข้อเสียคือ ก็อาจทำให้เราโดนหลอกได้จากผู้ไม่หวังดีขึ้นอยู่กับการเลือกใช้งานมากกว่า	ทัศนคติที่มีนั้นรู้สึกเฉยๆ เน้นอนว่าการเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายเพื่อนฝูงที่รู้จักทำให้ความสัมพันธ์ของผู้คนใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น แต่บางครั้งอาจเป็นเพียงแค่การอาศัยประโยชน์จาก Facebook หลอกหลวงก็มี	แบ่งกลุ่มความสัมพันธ์ให้ชัดเจน เช่น หากมีเพื่อนนักธุรกิจหรือลูกค้าที่ต้องการติดต่อกับคุณผ่านเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การหันไปเว็บอื่นๆ ก็น่าจะดีกว่า การที่รวมเอาผู้คนจากทั่วทุกสารทิศมาไว้ภายใต้ Facebook

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ของกลุ่มวัยทำงาน เป็นการวิจัยที่มีจุดมุ่งหมายในศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

5.1 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

5.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่ทำงานประจำ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic) กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment) และ กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business) รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth Interview) และการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ (Document Study) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ โดยใช้ระยะเวลาในศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม – มีนาคม 2553 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน สามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

5.1 รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) คือ เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ที่สามารถเข้าไปทำการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนสมัยเรียน กลุ่มลูกค้า คนรู้จักสนิทๆ ติดต่อบริการกับเพื่อนสมัยเรียนหนังสือหรือที่ทำงานเก่า ได้พื้นฟูมิตรภาพในอดีต หรือ มีไว้แชร์ในเรื่องที่น่าสนใจกับลูกค้า รวมถึงเป็นการรู้จักกันต่อไปเป็นทอดๆ คล้ายเครือข่ายใยแมงมุมที่โยงกันไปมาได้ เป็นสังคมออนไลน์ (Social Networking) และเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Communities)

www.facebook.com มีรูปแบบการสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวสื่อสาร และใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเห็น ความรู้สึก เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติความคิดผ่านทาง www.facebook.com แต่ในกรณีนี้จะขึ้นอยู่กับผู้เล่น ทั้ง 2 หรือมากกว่านั้น มีการออนไลน์พร้อมกัน จึงจะสามารถโต้ตอบกันได้ ผ่านทางช่องการสนทนาออนไลน์ (Chat) หรือ จะเป็นการฝากข้อความผ่านทางกล่องข้อความ (Inbox) รวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมแอปพลิเคชันซึ่งเป็นคุณสมบัติโดดเด่นของ www.facebook.com เมื่อเทียบกับเว็บประเภท Social Network ด้วยกันที่ผู้เล่นส่วนใหญ่นิยมเล่น รวมถึงกลุ่มวัยทำงาน

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องของเรื่องราวที่ใช้ในสื่อสารของ www.facebook.com ผ่านทางการเขียนกระดานข้อความ (Wall) และแสดงความคิดเห็น (Comment) รูปภาพนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า เรื่องราวที่สื่อสารนั้นจะเป็นเรื่องทั่วไปที่ผู้เล่นใช้ในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้เล่นคนอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มเพื่อนสมัยเรียน กลุ่มลูกค้า หรือกลุ่มคนรู้จักสนิทสนม ซึ่งเรื่องราวที่ใช้ในการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับผู้เล่นเองว่าต้องการสื่ออะไรออกไปสื่อสารกันด้วยเรื่องอะไร อาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ด้วย อาจไม่ใช้การแสดงความคิดเห็นอย่างเดียว ยังรวมไปถึงการถามข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆ ฝากข่าวบ้าง และการทักทายต่างๆ ไป

ในเรื่องของรูปแบบของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร พบว่า ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่ทำการสื่อสารมีมากมายและหลากหลาย ปัจจุบันมีการใช้ภาษาในการสื่อสารที่ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์เท่าที่ควร พบว่า ได้มีการคัดเลือกรูปแบบของภาษาออกไปตามแต่ละบุคคล ซึ่งการเขียนในรูปแบบใหม่นี้จะถูกคัดเลือกรูปแบบมาจากคำเดิม เนื่องจากความสะดวกในการพิมพ์ข้อความที่ง่ายขึ้น ส่วนใหญ่มักจะใช้ภาษาพูดมาเป็นภาษาเขียน มีการใช้ภาษาทับศัพท์ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เรียกว่า ภาษาวิบัติ หรือภาษาแซท ที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มในการแสดงความคิดเห็น การใช้ข้อความที่โพสต์ผ่านทาง www.facebook.com นอกจากนี้ยังพบอีกว่า มีการใช้ภาษาในรูปแบบของการใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงมากที่สุด เนื่องจากสะดวกสบาย รวดเร็ว ในการสื่อสาร และสื่อถึงอารมณ์ของผู้เขียนได้ดี รวมถึงแสดงถึงอารมณ์หรือให้ความรู้สึกเหมือนพูดคุยตอบโต้กันอยู่กับคู่สนทนาอยู่จริงๆ อีกทั้งบางทีก็เพื่อความน่ารัก น่าเอ็นดูของผู้แสดงความคิดเห็น บางครั้งก็มีการใช้คำเดิมซ้ำๆ เพื่อความสละสลวยของผู้เขียน และเพื่อแสดงถึงอารมณ์ เช่น หุหุ อือ อือ แข็งมๆ เป็นต้น และการใช้สัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารพบว่า เป็นการใช้อนุกรมจะเป็นการใช้ตัวอักษรต่างๆ บนแป้นพิมพ์ (Keyboard) ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะการสื่อสารนั้นมักจะเอาเข้ามาประกอบกับเนื้อหา และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาถึงการเข้าในเล่น Application ต่างๆบน Facebook ได้แก่ Quiz และ Game online ที่นิยมเข้าไปใช้ใน www.facebook.com และมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันนั้น พบว่า Social

Game ใน [www.facebook.com](http://www.facebook.com) นั้น เป็นเกมที่ผสมผสานระหว่างเกมออนไลน์และสังคมในอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกัน นอกจากจะเล่นเกมให้ได้คะแนนสูงๆแล้ว ยังต้องสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนๆในกลุ่มของเราด้วย ซึ่งต่างจากเกมคอมพิวเตอร์ทั่วไป กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้เวลาสัดส่วนระหว่างใช้เวลาบนโลกออนไลน์มากกว่าใช้การสื่อสารสนทนาถึง 80-20 % และรู้สึกสนุกกับการเล่น Applications ต่างๆ บน facebook เพื่อแข่งขันและเปรียบเทียบกับเพื่อนๆ แลยังมีคนมา Comment กับ Application ที่เราเล่นไปได้อีกด้วย ซึ่งจุดนี้เองที่ใช้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นคนอื่นๆได้ สำหรับพฤติกรรมการเล่น Applications Game ของผู้เล่น คือ มักจะเปิด facebook ที่งเขาไว้เพื่อความสะดวกในการเล่น เกม ประมาณ 30% ของคนเล่นเกมบน Facebook จะเล่นอยู่เกมเดียวเป็นหลัก จนสามารถทำคะแนนและเลื่อนระดับไปอยู่หัวแถวได้ แต่ส่วนใหญ่อีก 70% มักจะลองเล่นหลายๆ เกม และกลุ่มนี้มักจะเล่นเกมหนึ่งๆ ไม่เกิน 3 เดือนก็เปลี่ยนไปลองเล่นเกมใหม่เรื่อยไป

## 5.2 ทักษะของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับทักษะของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ facebook ทักษะเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ซึ่งทักษะของผู้คนจะมีอิทธิพลต่อการคิดและการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องทักษะของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ facebook ของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการ (Academic) กลุ่มที่ 2 วงการบันเทิง (Entertainment) และ กลุ่มที่ 3 นักธุรกิจ (Business) รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน จะมีทั้งบวกและเชิงลบ และนิ่งเฉย แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของแต่ละบุคคล และระยะเวลาในการใช้

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันในประเด็นเรื่องทักษะในด้านบวก คือ สามารถทำให้ได้เจอเพื่อนๆใหม่เพิ่มขึ้น และยังได้เจอเพื่อนๆเก่าๆที่ไม่ได้เจอกันมานานในโลกความเป็นจริง สามารถมาเจอกันในโลกออนไลน์ได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ส่วนตัว สามารถระบายอารมณ์ได้ แสดงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาได้อย่างแท้จริง ทั้งคำพูด และรูปภาพที่แสดงตัวตน สำหรับทักษะที่มีต่อ Facebook ในด้านลบ อาจมาจากประสบการณ์ตรงหรือจากข่าวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบ ได้แก่ ประสบการณ์ตรงจากการเคยไปสมัครเป็น Fan Page ของที่แห่งหนึ่ง หลังจากสมัครปรากฏว่ามีการ ส่งข้อมูลจาก Fan Page แห่งนี้มาที่ Facebook เยอะมาก ทำให้เป็นการรบกวนสมาชิกมากเกินไป ซึ่งแน่นอนว่าโดนประท้วงโดยผู้ใช้อย่างแรง และตามมาด้วยคดีความละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่างๆ มากมาย ส่วนสำหรับทัศนคติของผู้เล่นที่เป็น

คอมพิวเตอร์ ที่ Santoro (อ้างถึงใน วิทวัส เดือนทอ, 2543 : 14) ได้กล่าวว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นี้เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกทางการสื่อสารให้กับบุคคลหรือกลุ่มโดยตรง และในการสื่อสารรูปแบบนี้ เครื่องคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวกลางของการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับเครือข่ายโทรศัพท์ที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน และยังสอดคล้องกับ McComb (อ้างถึงใน วิทวัส เดือนทอ, 2543 : 15) ยังได้สรุปว่าถึงแม้ว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ จะมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากมายหลายอย่าง que การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to face) ไม่มี เช่น การกล้าแสดงออกถึงความรู้สึกต่าง ๆ ที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในโลกแห่งความเป็นจริง การสื่อสารกันได้จากทั่วทุกมุมโลกอย่างไร้ขีดจำกัด แต่ก็ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากการสื่อสารที่ผ่านตัวกลางนั้น รูปแบบของการสื่อสารจะถูกจำกัดด้วยตัวเทคโนโลยีโดยเอง กล่าวคือในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

เรื่องราวที่สื่อสารกันนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวทั่วไป ทักทายกัน เรื่องราวส่วนตัว และการเรียน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน นอกจากจะมีข้อมูลความคิดเห็นส่วนตัวและความรู้สึกแล้วนั้น ยังมีเรื่องราวทั่วไป เช่น เรื่องความชอบ ความต้องการ ซึ่งเรื่องราวต่างๆ ที่สนทนากันนั้นมีความหลากหลายและขึ้นอยู่กับผู้เล่นแต่ละคนว่าต้องการพูดถึงประเด็นไหนในการสนทนาในเรื่องของ ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่ทำการสื่อสารมีมากมายและหลากหลาย อาจมีภาษาวิบัติบ้างที่ใช้กันในกลุ่มเพราะมีความเข้าใจร่วมกัน มีการใช้สัญลักษณ์จะเป็นการใช้ตัวอักษรต่างๆ บนแป้นพิมพ์ (Keyboard) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะการสื่อสารนั้นมักจะเอาเข้ามาประกอบกับเนื้อหา และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารนี้สอดคล้องกับทฤษฎีของ อนวัชศิริวงศ์(2533) ที่กล่าวไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง ระบบการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารในระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งมีเครือข่ายแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคล การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มบุคคลกับกลุ่มบุคคล หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย กลายเป็นเครือข่ายย่อยภายใต้เครือข่ายใหญ่

ในเรื่องของทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ facebook ก็จะมีทั้งบวกลบ ข้อดี ข้อเสียแตกต่างกันออกไป สำหรับทัศนคติในด้านบวก คือ สามารถทำให้ได้เจอเพื่อนๆ ใหม่เพิ่มขึ้น และยังได้เจอเพื่อนๆ เก่าๆ ที่ไม่ได้เจอกันมานานในโลกความเป็นจริง สามารถมาเจอกันในโลกออนไลน์ได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ส่วนตัว สามารถระบายอารมณ์ได้ แสดงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาได้อย่างแท้จริง ทั้งคำพูด และรูปภาพที่แสดงตัวตน สำหรับทัศนคติที่มีต่อ Facebook ในด้านลบ อาจมาจากประสบการณ์ตรงหรือจากข่าวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบ

ได้แก่ ประสบการณ์ตรงจากการเคยไปสมัครเป็น Fan Page ของที่แห่งหนึ่ง หลังจากสมัครปรากฏว่ามีการ ส่งข้อมูลจาก Fan Page แห่งนี้มาที่ Facebook เยอะมาก ทำให้เป็นการรบกวนสมาชิกมากเกินไป ซึ่งแน่นอนว่าโดนประท้วงโดยผู้ใช้อย่างแรง และตามมาด้วยคดีความละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่างๆ มากมาย ส่วนสำหรับทัศนคติของผู้เล่นที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในการใช้ facebook ที่มีความรู้สึกเฉยๆ คือ มีทัศนคติที่ดีต่อ Facebook แต่ก็มีทัศนคติที่ลบด้วย อาจเป็นความรู้สึกที่กลางๆ มากกว่าที่จะรู้สึกชอบมากหรือเห็นว่า Facebook มีผลเสียอย่างมาก คือ ส่วนใหญ่เห็นว่า ขึ้นอยู่กับ การเลือกใช้งานมากกว่า ถ้าเราใช้อย่างระมัดระวังตั้งค่าความเป็นส่วนตัวส่วนตัวเอาไว้ ก็ไม่น่าจะมีปัญหาอะไรตามมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่ เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ที่กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จึงให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ภาษาที่ใช้ในการสนทนาออนไลน์ (Chat) เป็นที่แพร่หลายในสังคม Social Networking ไม่เพียงแต่ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) และปัจจุบันภาษาที่ใช้ในการสนทนาออนไลน์ (Chat) ได้ถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน การแพร่หลายของภาษาที่ใช้ในการสนทนาออนไลน์ (Chat) ถ้าไม่มีการจัดการแก้ไขเสียก่อนที่จะสายเกินไป อาจลุกลามไปจนเกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมก็เป็นได้

### 5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ในงานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะแค่ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) แต่ปัจจุบันได้มี Social Networking ที่เกิดขึ้นตามมาอีกมากมาย เช่น Friendster ,MySpace ,Twitter และอื่นๆ ซึ่งหากมีการศึกษาครั้งต่อไป จึงขอเสนอแนะให้มีการศึกษาถึงเว็บไซต์ประเภท Social Networking อื่นๆด้วยที่เป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาศึกษาเปรียบเทียบกัน
2. ปัจจุบันมีผู้นิยมสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์ประเภท Social Networking ต่างๆมากมาย จนบางครั้งยากจะควบคุม ทำให้เกิดช่องทางสำหรับผู้ไม่ประสงค์ดีอาศัยช่องทางนี้ทำการหลอกลวง ดังนั้น หากมีการศึกษาครั้งต่อไป จึงขอเสนอแนะ ให้มีการศึกษาในเรื่องของตัวบทกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิดในชุมชนเสมือน ในเรื่องของจริยธรรมของผู้เล่นที่ทำให้เกิดผลเสียต่อสังคม เป็นต้น

### 5.6 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาการศึกษา ทำให้ข้อมูลอาจขาดตกบกพร่องและไม่ทันสมัยเท่าที่ควร ทำให้ได้ข้อมูลเฉพาะแค่ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีในโลกอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้ได้ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

เรื่อง

- แผนผังทางหนีไฟ

- โครงการส่งเสริมกิจการดำเนินงาน QSHE

1	นายสมเกียรติ เมสันธสุวรรณ	วันที่...../...../.....
2	นายประดิษฐ์ ศิริพานทอง	วันที่...../...../.....
3	นายประทีน ขาญเวชชัย	วันที่...../...../.....
4	นายขาลิ โจหาญ	วันที่...../...../.....
5	นายโทรณ หงศลดากรมภ์	วันที่...../...../.....
6	นางกรรณกาญจน์ คุโรวาท	วันที่...../...../.....
7	นายลักษณะบริษา ครุฑขุนทด	วันที่...../...../.....
8	นายสุจิต จิตติรัตน์นกร	วันที่...../...../.....
9	นายจิตตพล วงศ์วิวัฒน์	วันที่...../...../.....
10	น.ส.บุติมา พิชิตพรรณ	วันที่...../...../.....
11	นายกฤตดิน ทองอุทัยศรี	วันที่...../...../.....
12	น.ส. พัชราภา จันทิก	วันที่...../...../.....
13	น.ส.เลิศลักษณ์ อุมลนุช	วันที่...../...../.....
14	น.ส.ปิ่นเตีตา เจริญสุข	วันที่...../...../.....
15	น.ส.ภัทรดรณ บุญไทย	วันที่...../...../.....
16	น.ส.ปจรรย์ พันธุ์เพิ่มศิริ	วันที่...../...../.....
17	นายธนา นริญญานนท์	วันที่...../...../.....
18	น.ส.ปานทิพย์ พยัพพานนท์	วันที่...../...../.....

- นโยบาย QSHE ประจำปี 2554
- เป้าหมายการดำเนินงาน QSHE ประจำปี 2554
- กฎความปลอดภัย
- มาตรการความปลอดภัย





ป  
ร  
จ

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- กิตติ กันภัย. 2543. **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2545. **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- ชินสัถก สุวรรณอักษร. 2549. **เครือข่ายทางสังคม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉรินันท์ อนวัชศิริวงศ์. 2533. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: บริษัทเวิลด์การพิมพ์.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2542). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC). (2551). **รายงานผลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2551**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). **เจตคติ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2552). **Positioning Magazine**. กรุงเทพฯ:

#### บทความ

- บุญมาก ศิริเนาวกุล .“เครือข่ายสังคมออนไลน์”.บทความ IT.2551, 10, 125

## วิทยานิพนธ์

- กุศลทิพย์ ไชยวิมางค. (2548). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาภาษาไทยผ่านโปรแกรม Pirch98. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชนินทร์ ต่วนชะเอม. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐชานันท์ จุฬารักยา. (2549). การใช้และทักษะเกี่ยวกับบรรดเบนด์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ .กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนัสต์ เกษมไชยานนท์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web Sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ สาขาสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณีวัลย์ เอมะอมร. (2541). อินเทอร์เน็ต: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ .กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปาริฉัตร มั่นคง. (2533). ทักษะคติของวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณาและสินค้าในโฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวกับกามารมณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ .(2542). มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์: กรณีศึกษา [www.pantip.com](http://www.pantip.com) และ [www.sanook.com](http://www.sanook.com). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทวัส ถิ่นทอง. (2543). รูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาบนเครือข่ายไออาร์ซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โคจิวัจน์ บุญประดิษฐ์.(2543). กลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์.(2545). ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการ  
ดำเนิน ชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

#### สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ความนิยมของ Facebook ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2551, จาก [http://](http://www.facebook.com)

[www.facebook.com](http://www.facebook.com)

งานวิจัยของบริษัท Anderson Analytics. สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2553, จาก

<http://netfuture.wordpress.com/tag/facebook/>

จำนวนสมาชิก Facebook ในไทย. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2553, จาก <http://www.positioningmag.com>

สถิติผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยจากเว็บไซต์ CheckFacebook, สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2553 ,

จาก <http://www.checkfacebook.com>

Facebook. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก <http://keng.com/2009/02/17/what-is-facebook/>.

ภาษาอังกฤษ

**BOOKS**

Fred E. Jandt. (2007). **An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community**. Fifth Edition London: Sage.

Philip N. Howard (2004). **Steve Jones. Society Online: The Internet in Context**. London: Sage.

ด  
ร  
ค  
น

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก.

## ประวัติ facebook



## ความเป็นมา

เมื่อ วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์ facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท social network ที่ตอนนั้น เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในชั่วพริบตา เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ ครึ่งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ก็สมัครเป็นสมาชิก facebook เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งาน facebook บ้างเหมือนกัน มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนของเค้าที่ชื่อ Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้าง facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

ไอเดีย เริ่มแรกในการตั้งชื่อ facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์ค ที่ชื่อฟิลิปส์ เอ็กเซเตอร์ อะคาเดมี่ โดยที่โรงเรียนนี้ จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน ซึ่ง face book นี้จริง ๆ แล้วก็เป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่ง มาร์คได้เปลี่ยนแปลงและนำมันเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ต

เมื่อประสบ ความสำเร็จขนาดนี้ ทั้งมาร์ค คัสติน และ ฮิวจ์ ได้ย้ายออกไปที่ Palo Alto ในช่วงฤดูร้อนและไปขอแบ่งเช่าอพาร์ทเมนต์ แห่งหนึ่ง หลังจากนั้นสองสัปดาห์ มาร์คได้เข้าไปคุยกับ ซอน ปาร์คเกอร์ (Sean Parker) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Napster จากนั้นไม่นาน ปาร์คเกอร์ก็ย้ายเข้ามาร่วมทำงานกับมาร์คในอพาร์ทเมนต์ โดยปาร์คเกอร์ได้ช่วยแนะนำให้ผู้รู้จักกับนักลงทุนรายแรก

ซึ่งก็คือ ปีเตอร์ ธิล (Peter Thiel) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Paypal และผู้บริหารของ The Founders Fund โดยปีเตอร์ได้ลงทุนใน facebook เป็นจำนวนเงิน 500,000 เหรียญสหรัฐ

ด้วยจำนวนสมาชิกหลายล้านคน ทำให้บริษัทหลายแห่งสนใจในตัว facebook โดย friendster พยายามที่จะขอซื้อ facebook เป็นเงิน 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในกลางปีพ.ศ. 2548 แต่ facebook ปฏิเสธข้อเสนอไป และได้รับเงินทุนเพิ่มเติมจาก Accel Partners เป็นจำนวนอีก 12.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในตอนนั้น facebook มีมูลค่าจากการประเมินอยู่ที่ประมาณ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

facebook ยังเติบโตต่อไป จนถึงเดือนกันยายนปีพ.ศ. 2549 ก็ได้เปิดในโรงเรียนในระดับมัธยมปลาย เข้าร่วมใช้งานได้ และในเดือนถัดมา facebook ได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่ โดยสามารถให้สมาชิก เอรูรูปภาพมาแบ่งปันกันได้ ซึ่งฟังก์ชันนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ในฤดูใบไม้ผลิ facebook ได้รับเงินจากการลงทุนเพิ่มอีกของ Greylock Partners, Meritech Capital พร้อมกับนักลงทุนชุดแรกคือ Accel Partners และ ปีเตอร์ ธิล เป็นจำนวนเงินถึง 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมูลค่าการประเมินมูลค่าในตอนนั้นเป็น 525 ล้านดอลลาร์ หลังจากนั้น facebook ได้เปิดให้องค์กรธุรกิจหรือบริษัทต่าง ๆ ให้สามารถเข้าใช้งาน facebook และสร้าง network ต่าง ๆ ได้ ซึ่งในที่สุดก็องค์กรธุรกิจกว่า 20,000 แห่งได้เข้ามาใช้งาน และสุดท้ายในปีพ.ศ. 2550 facebook ก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมลล์ ได้เข้าใช้งาน ซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นใครก็สามารถเข้าไปใช้งาน facebook ได้เพียงแค่ว่าคุณมีอีเมลล์เท่านั้น

ในช่วงฤดูร้อนปี 2550 ครั้งนั้น Yahoo พยายามที่จะขอซื้อ facebook ด้วยวงเงินจำนวน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีรายงานว่ามาร์คได้ทำการตกลงกันด้วยวาจาไปแล้วด้วยว่า จะยอมขาย facebook ให้กับ Yahoo และเพียงแค่วันถัดมา หุ้นของ Yahoo ก็ได้พุ่งขึ้นสูงเลยทีเดียว แต่ว่าข้อเสนอซื้อได้ถูกต่อรองเหลือเพียงแค่ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้มาร์คปฏิเสธข้อเสนอที่ทันที ภายหลังจากต่อมา ทาง Yahoo ได้ลองเสนอขึ้นไปอีกที่ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ อีกครั้ง คราวนี้มาร์คปฏิเสธ Yahoo ทันที และได้รับชื่อเสียงในทางไม่ดีว่า ทำธุรกิจเป็นเด็ก ๆ ไปในทันที นี่ไม่ใช่ครั้งแรกที่มาร์คปฏิเสธข้อเสนอซื้อบริษัท เพราะเคยมีบริษัท Viacom ได้เคยลองเสนอซื้อ facebook ด้วยวงเงิน 750 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และถูกปฏิเสธไปแล้วในเดือนมีนาคมปี 2550

มีข่าวอีกกระแสหนึ่งที่ไม่ค่อยดีสำหรับ facebook ที่ได้มีการโต้เถียงกันอย่างหนัก กับ Social Network ที่ชื่อ ConnectU โดยผู้ก่อตั้ง ConnectU ซึ่งเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนกับมาร์ค ซัคเคอร์



เบิร์กที่ฮาวเวิร์ด ได้กล่าวหาว่ามาร์คได้ขโมยตัว source code สำหรับ facebook ไปจากตน โดยกรณีนี้ได้มีเรื่องมีราวไปถึงชั้นศาล และตอนนี้ได้แก้ไขข้อพิพาทกันไปเรียบร้อยแล้ว

ถึงแม้ว่าจะมีข้อพิพาท อย่างนี้เกิดขึ้น การเติบโตของ facebook ก็ยังขับเคลื่อนต่อไป ในฤดูใบไม้ร่วงปี 2551 facebook มีสมาชิกที่มาสมัครใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่วันละ 200,000 คน ซึ่งรวมกันแล้วทำให้ facebook มีสมาชิกมากถึง 50 ล้านคน โดย facebook มียอดผู้เข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 ล้านเพจวิวต่อเดือน จากวันแรกที่ facebook เป็น social network ของนักศึกษามหาวิทยาลัย จนวันนี้ สมาชิกของ facebook 11% มีอายุมากกว่า 35 ปี และสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 30 ปีก็เข้ามาสมัครใช้ facebook กันเยอะมาก นอกเหนือจากนี้ facebook ยังเติบโตอย่างยิ่งใหญ่ในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดย 15% ของสมาชิก เป็นคนที่อยู่ในประเทศแคนาดา ซึ่งมีรายงานออกมาด้วยว่า ค่าเฉลี่ยของสมาชิกที่มาใช้งาน facebook นั้นอยู่ที่ 19 นาทีต่อวันต่อคน โดย facebook ถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 6 ของสหรัฐอเมริกาและเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้อัพโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4 หมื่นหนึ่งพันล้านรูป

จากจำนวนสถิติเหล่านี้ ไมโครซอฟต์ได้ร่วมลงทุนใน facebook เป็นจำนวนเงิน 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อแลกกับหุ้นจำนวน 1.6 % ในเดือนตุลาคม 2551 ทำให้มูลค่ารวมของ facebook มีมากกว่า 15,000 ล้านดอลลาร์ และทำให้ facebook เป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 5 ในหมู่บริษัทอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกา ด้วยมูลค่ารายรับต่อปีเพียงแค่ 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หลายฝ่ายได้อธิบายว่า การตัดสินใจของไมโครซอฟต์ในครั้งนี้ทำเพียงเพื่อที่จะเอาชนะ Google ซึ่งเป็นคู่แข่งกันที่จะขอซื้อ facebook ในครั้งเดียวกันนั้น

คู่แข่งของ facebook ก็คือ MySpace, Bebo, Friendster, LinkedIn, Tagged, Hi5, Piczo, และ Open Social

ที่มา :CrunchBase <http://www.crunchbase.com/company/facebook>

Keng <http://keng.com/2009/02/17/what-is-facebook/>

## ภาคผนวก ข.

### ขั้นตอนการสมัครและเริ่มต้นใช้งาน facebook

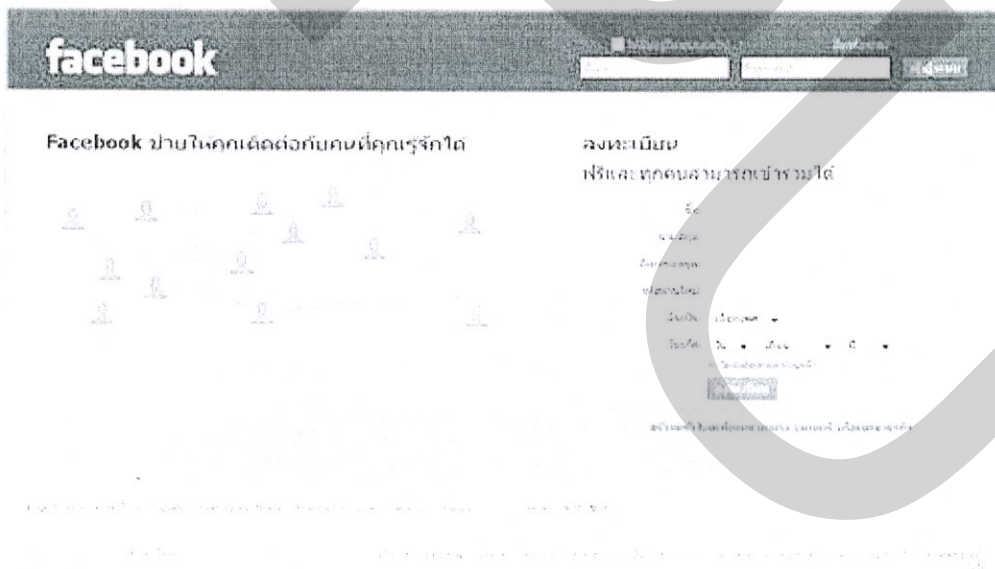
#### วิธีสมัคร Facebook

สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนการสมัครก็คือ อีเมลล์ ได้แก่ Gmail, Hotmail, Yahoo! หรืออีเมลล์ใดๆ ก็ได้และ  
ไม่ควรนำอีเมลล์สำคัญๆมาใช้ในการเล่นเฟสบุ๊ค เป็นต้นว่าอีเมลล์ติดต่อกาน หรืออีเมลล์บริษัท

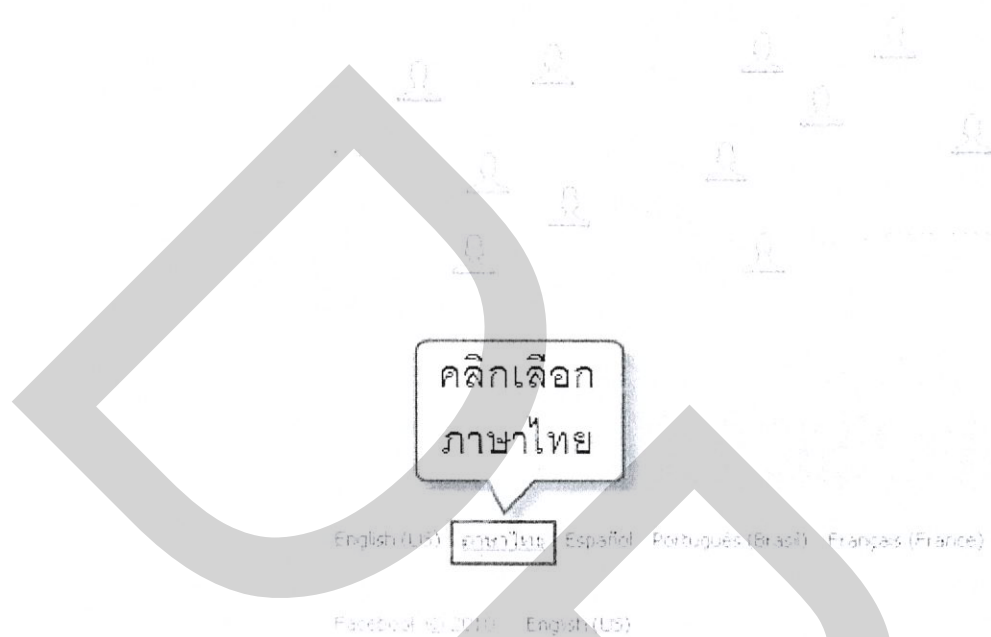
ทั้งนี้ ก็เพราะตลอดการเล่น Facebook เราจะต้องใช้อีเมลล์นี้รับข้อมูลที่ส่งมาจากบริการของ  
Facebook ถ้าเราใช้บริการ Facebook แค่นั้นก็ Inbox ของเราก็จะยิ่งรับข้อมูลมากขึ้น

เริ่มต้นสมัครเล่น Facebook ได้ ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เข้าที่เว็บไซต์ <http://www.facebook.com>



2. คลิกที่เปลี่ยนภาษาเป็นภาษาไทย เพื่อสะดวกต่อการใช้งาน



3. กรอกรายละเอียดของเรา ให้ครบทุกช่อง ถ้าเป็นไปได้ควรกรอกให้ตรงกับความเป็นจริง โดยเฉพาะ อีเมล

ไปยังบัญชีระบบต่อไป
 ลืมรหัสผ่าน?

โอเคเรารู้จักได้

ลงทะเบียน  
ฟรีและทุกคนสามารถเข้าร่วมได้

ชื่อ:   
 นามสกุล:   
 อีเมลของคุณ:   
 รหัสผ่านใหม่:   
 เพศ:

วันเกิด:

สร้างเว็บไซต์แบบง่ายๆ ด้วยระบบหรือเว็บไซต์ธุรกิจ

4. พิมพ์ตัวอักษรที่เรามองเห็น จากนั้นให้คลิกปุ่ม ลงทะเบียน

ลงทะเบียน

ฟรีและทุกคนสามารถเข้าร่วมได้

พิมพ์ตัวอักษรที่ปรากฏในภาพ

ป้อนคำหึ่งสองคำ ด้านล่างนี้โดยเว้นวรรคหนึ่งเคาะ

อ่านคำด้านซ้ายไม่ออก? ลองใช้คำอื่นหรือตัวอักษรหรือตำแหน่งเลขที่คุณได้ยิน



คำที่อยู่ในกรอบคือ:

girt his

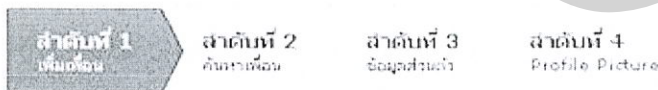
← ย้อนกลับ

ลงทะเบียน

เมื่อคุณคลิก ลงทะเบียน จะถือว่าคุณ ได้อ่านและยอมรับข้อตกลงการ  
 ตัวแล้ว

พิมพ์ตัวอักษรที่  
 มองเห็นจากด้าน  
 บนให้ถูกต้อง

5. คลิกที่ ข้าม



เพิ่มรายการเพื่อน



คุณอาจรู้จัก Ka Pook Guide

เพิ่มเป็นเพื่อน ไม่เห็น

คลิก

ข้าม

สำหรับทุกคน

### 6. คลิกที่ ข้ามขั้นตอนนี้

ขั้นตอนที่ 1 หน้าเว็บ

**ขั้นตอนที่ 2** กดที่ข้าม

ขั้นตอนที่ 3 กดที่ข้าม

ขั้นตอนที่ 4 Profile Picture

เพื่อนคุณเล่น Facebook แล้วหรือยัง

Maybe your friends may already be using Facebook.org, so it's the easiest way to find your friends on Facebook.

อีเมลของคุณ: @gmail.com

รหัสผ่านของคุณ

**คลิก**

ข้ามขั้นตอนนี้

### 7. คลิกที่ ข้าม

ขั้นตอนที่ 1 หน้าเว็บ

ขั้นตอนที่ 2 กดที่ข้าม

**ขั้นตอนที่ 3** กดที่ข้าม

ขั้นตอนที่ 4 Profile Picture

กรอกข้อมูลส่วนตัวของคุณ

ข้อมูลนี้จะช่วยเราเพื่อนของคุณใน Facebook

ชื่อจริงหรือชื่อกลาง: ปีที่จบการศึกษา: ▾

วิทยาลัย/มหาวิทยาลัย: ปีที่จบการศึกษา: ▾

บริษัท:

**คลิก**

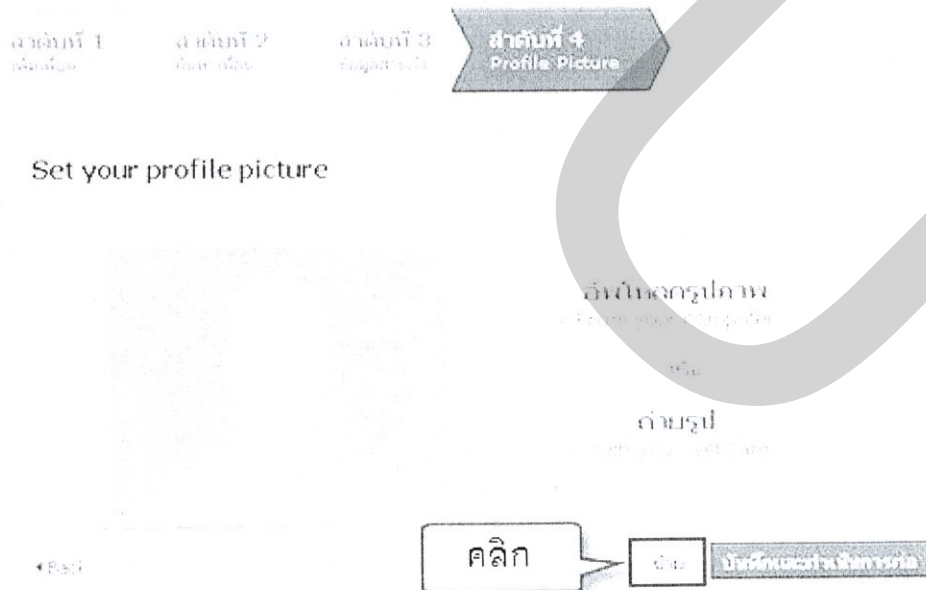
ข้าม

ปีที่ย้ายมาในอเมริกา: ▾

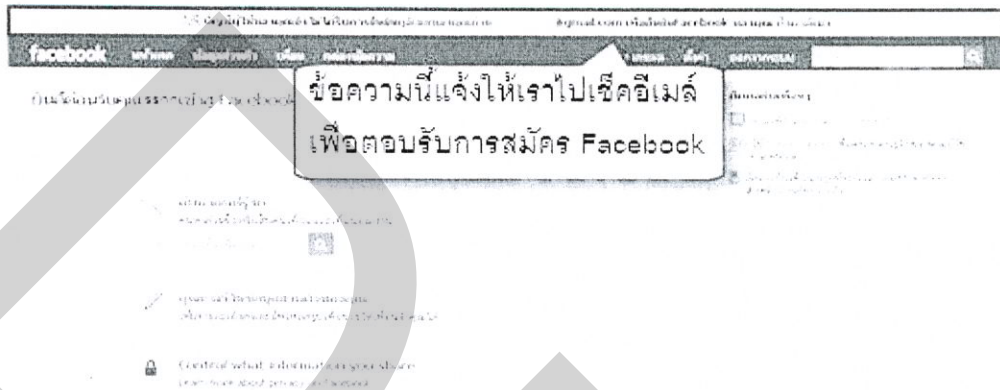
### 8. คลิกที่ ข้าม



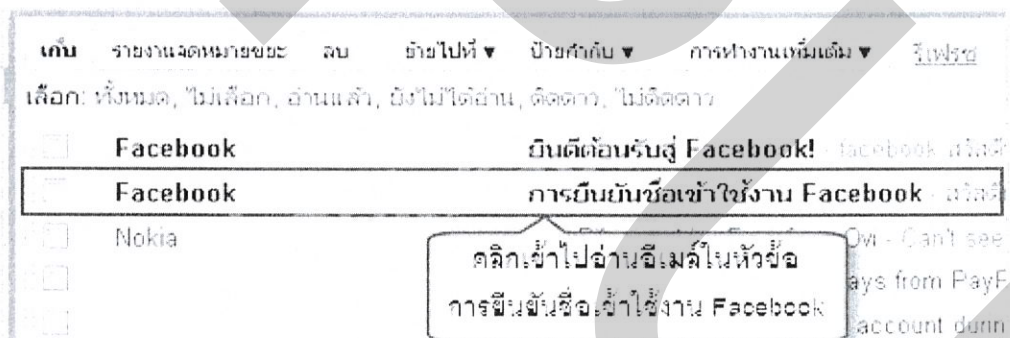
### 9. คลิกที่ ข้าม



10. จะปรากฏแถบข้อความแจ้งกับเราว่า ได้ส่งคำขอการยืนยันการสมัครจากทีมงาน Facebook ไปยังอีเมลของเรา (อีเมลที่กรอกตอนสมัคร) ให้เข้าไปเช็คอีเมลได้เลย เพื่อยืนยัน



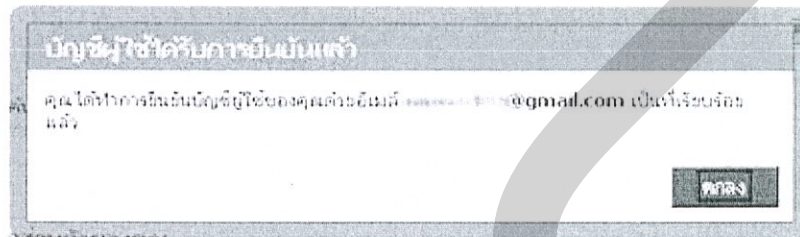
11. เปิดเช็คอีเมลใน Inbox เราจะพบว่า มีอีเมลมาใหม่อยู่ 2 ฉบับ ให้เราคลิกเปิดอ่านอีเมลหัวข้อการยืนยันชื่อเข้าใช้งาน Facebook ดังรูป



12. คลิกลิงค์ยืนยันการสมัคร



13. การสมัครได้รับการยืนยันแล้ว ให้คลิก ตกลง

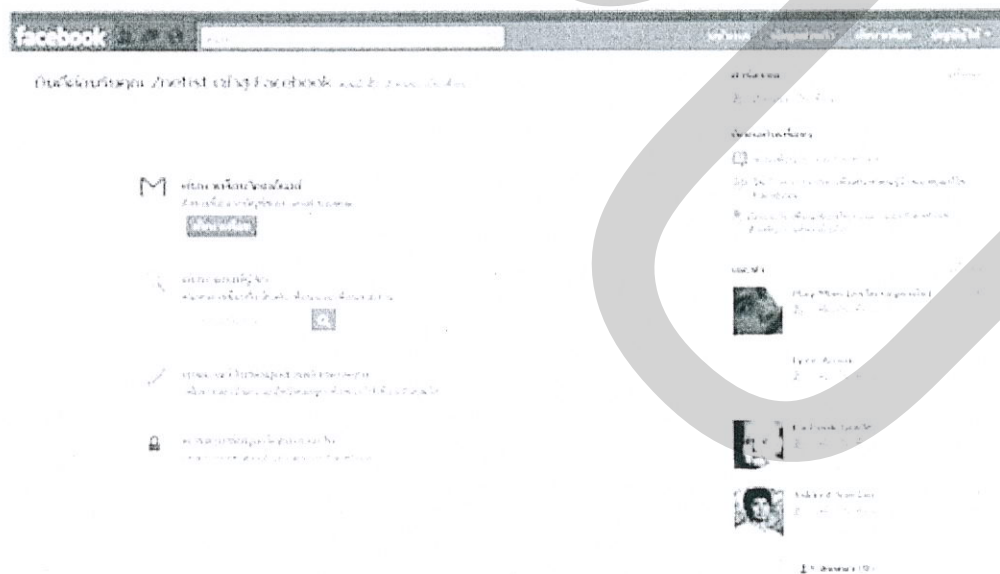




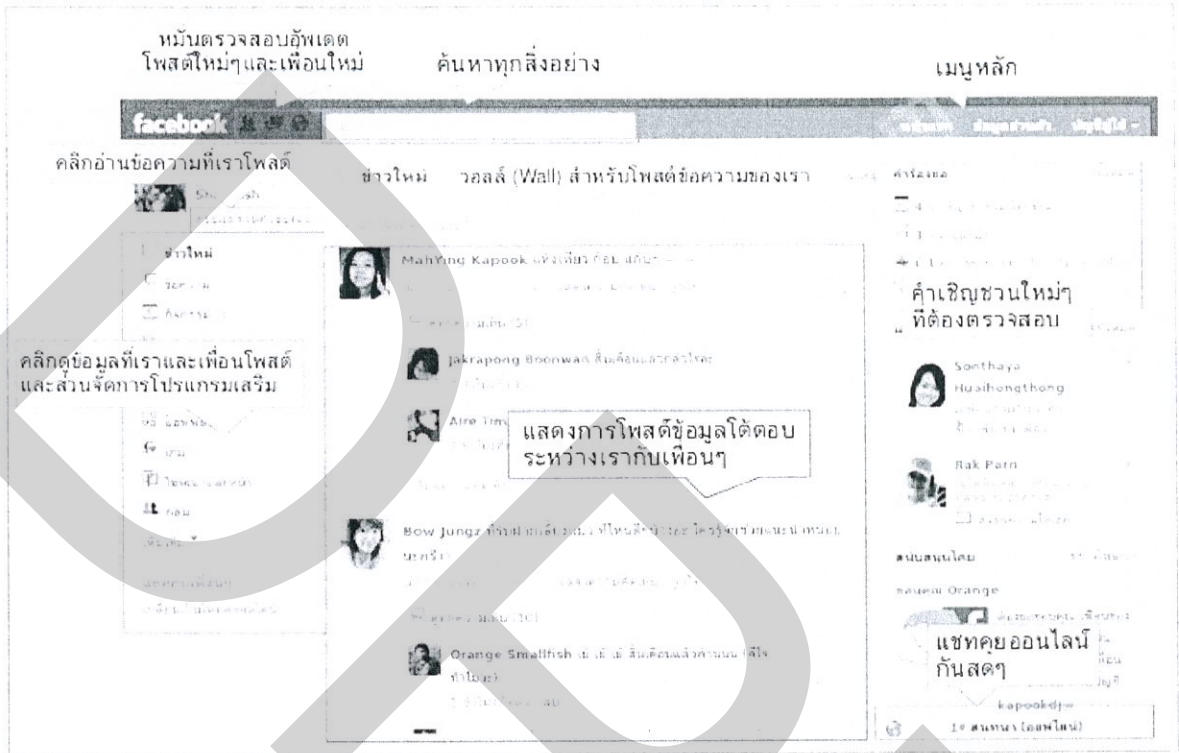
14. จะกลับเข้าสู่หน้าเว็บ Facebook อีกครั้ง



15. สิ้นสุดขั้นตอนสมัคร Facebook และทุกครั้งที่คุณเล่น Facebook เสร็จแล้วก็อย่าลืม ออกจากระบบ อย่างถูกวิธี ดังรูป

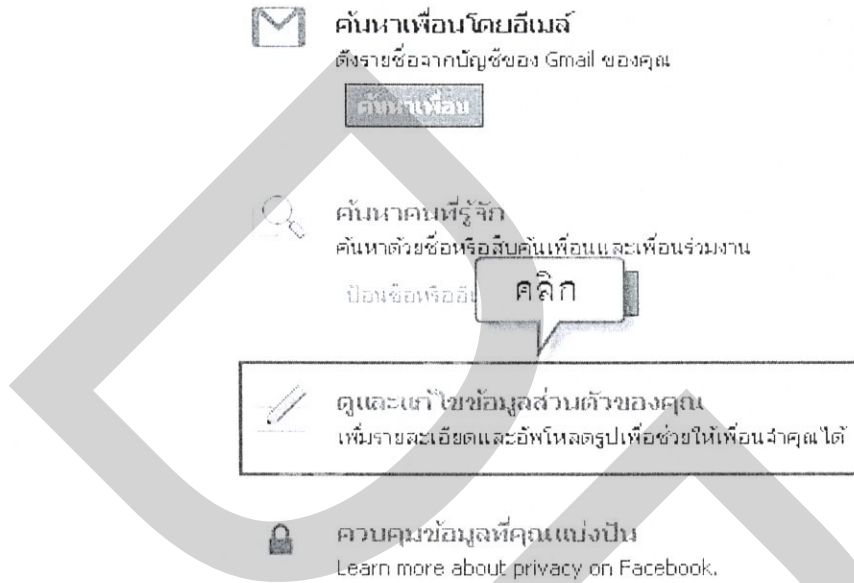


### รูปแบบหน้าจอของ Facebook

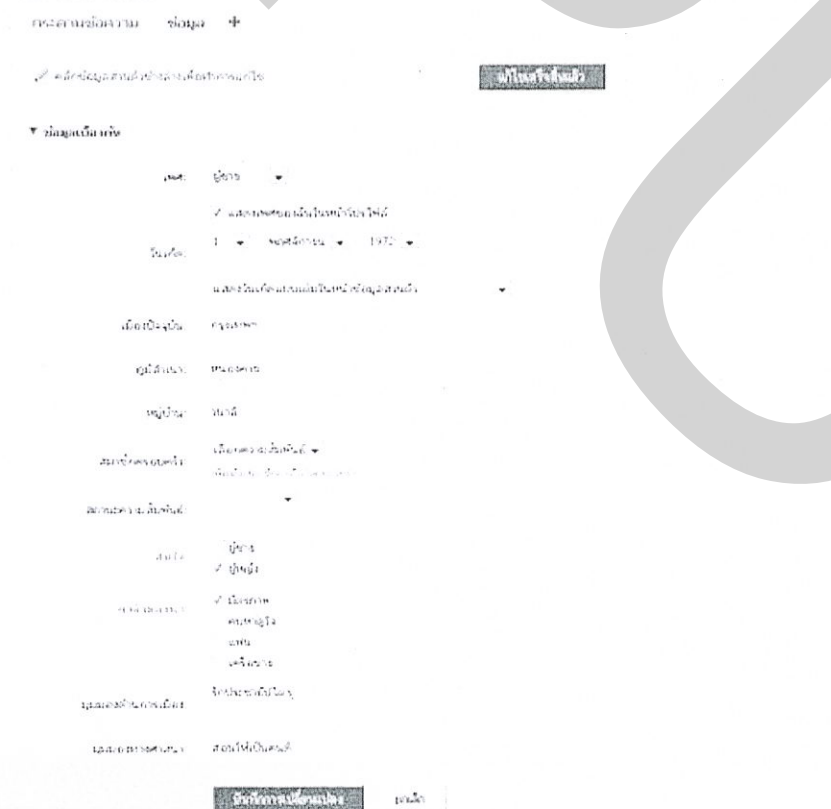




2. คลิกที่ ดูและแก้ไขข้อมูลส่วนตัวของคุณ



3. การกรอกข้อมูลใน Profile ถ้าเรียบร้อยแล้วให้คลิกปุ่ม บันทึกการเปลี่ยนแปลง



▼ ข้อมูลส่วนบุคคล

- ชื่อจริง: อรุณรัตน์ นิลนิตยกุล
- นามสกุล: นิลนิตยกุล
- ชื่อเล่น: อรุณ
- ชื่อจริง (ภาษาอังกฤษ): Arun
- นามสกุล (ภาษาอังกฤษ): Nilnityakul
- ชื่อจริง: อรุณรัตน์
- ชื่อเล่น: อรุณ
- ชื่อจริง (ภาษาอังกฤษ): Arun
- นามสกุล (ภาษาอังกฤษ): Nilnityakul
- ชื่อจริง: อรุณรัตน์ นิลนิตยกุล
- ชื่อเล่น: อรุณ
- ชื่อจริง (ภาษาอังกฤษ): Arun
- นามสกุล (ภาษาอังกฤษ): Nilnityakul

แก้ไขข้อมูลส่วนตัว

สำหรับบางท่านที่ต้องการกรอกข้อมูลการติดต่อ ท่านก็สามารถที่จะเลือกได้ว่าจะให้แสดงข้อมูลแก่ใครบ้าง โดยคลิกที่เมนู ปรับแต่ง ดังรูป

▼ ข้อมูลการติดต่อ

อีเมล:

เพิ่ม / ลบ อีเมล

นามแฝง IM:

เพิ่มรายการชื่อที่ใช้ในโปรแกรมแชท

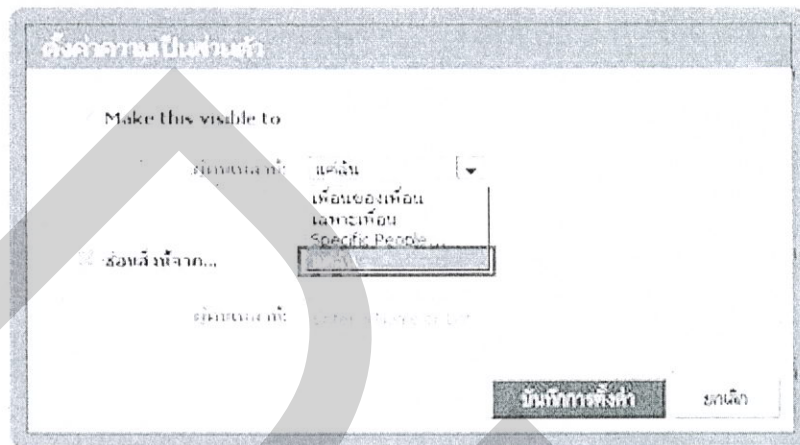
โทรศัพท์มือถือ:

กรณีที่ต้องการปิดข้อมูล

- ทุกคน
- เพื่อน
- เฉพาะเพื่อน
- ปิด

ปิด

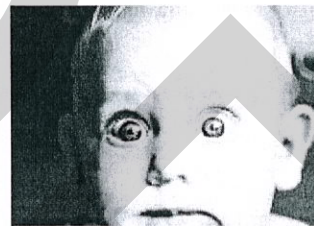
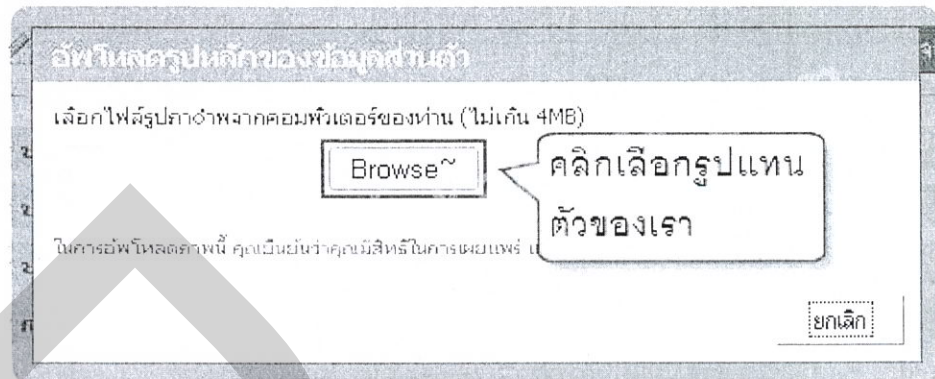
จากนั้นก็ให้เลือกว่าใครบ้างที่จะมองเห็นข้อมูลติดต่อดังนี้



4. ใส่รูปแทนตัวโดยคลิกที่ Upload a Photo ดังรูป



คลิกปุ่ม Browse เพื่อเลือกรูป



Znetist Boc

กระดานข้อความ

คลิกข้อมูล

▶ ข้อมูลเบื้องต้น

▶ ข้อมูลส่วนบุคคล

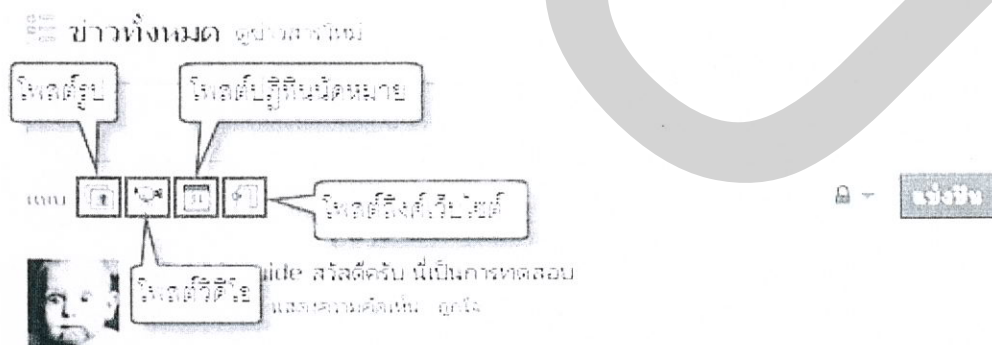
▼ ข้อมูลการศึกษา

Upload a Photo

Take a Photo

แก้ไขข้อมูลส่วนตัว

Wall (วอลล์) คือ ช่องที่มีไว้สำหรับโพสต์ ข้อความ, วิดีโอ, กิจกรรมนัดหมาย และรูปภาพ ครัว และในทันทีที่เราโพสต์ข้อมูลของเรานี้ก็จะไปแสดงยังส่วนแสดงข้อมูลการโพสต์ ซึ่งก็แน่นอนครับว่าข้อมูลเหล่านี้ เพื่อนๆ ของเราก็ได้จะได้เห็นและเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นกับเรา เรียกได้ว่า วอลล์ คือส่วนสำคัญที่สุดของการเล่น Facebook เลยก็ว่าได้

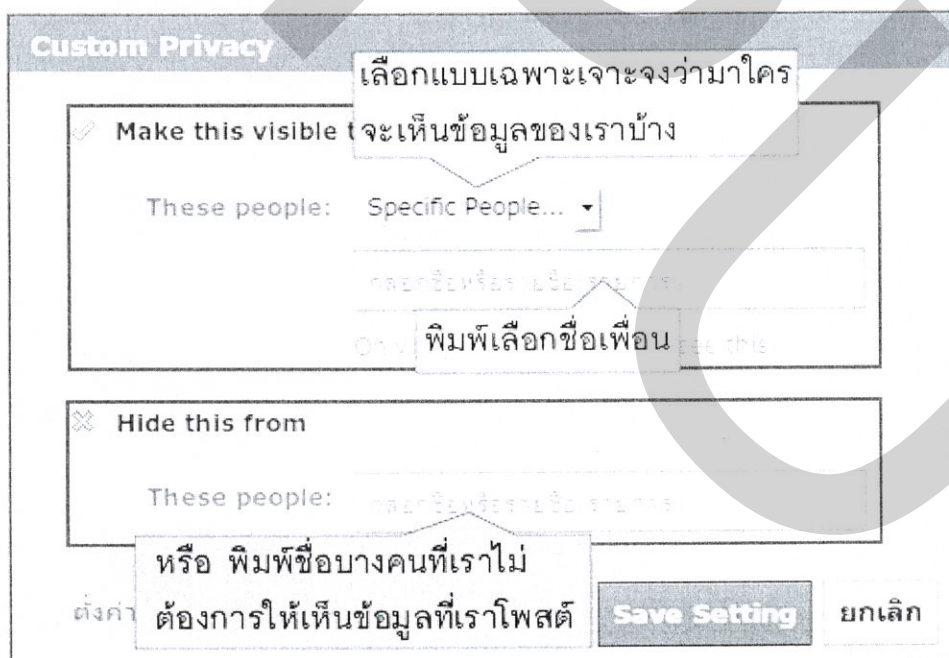


ในการโพสต์ เรายังสามารถกำหนดได้ว่าจะให้ใครมองเห็นข้อมูลที่เรารับโพสต์บ้าง โดยทั่วไปจะ

เลือก ทุกคน แต่ถ้าหากจะเฉพาะเจาะจง ถึงบุคคลบางคน ก็ให้เลือก ปรับแต่ง(Customize)



และในกรณีที่เรเลือก ปรับแต่ง(Customize) ก็จำเป็นจะต้องคัดเลือกเพื่อนๆ ที่จะให้มองเห็นหรือมองไม่เห็นข้อมูลที่เรโพสต์ เมื่อเรียบร้อยแล้ว ก็อย่าลืมกดปุ่ม Save Setting นะครับ



วิธีแฮก ใน Facebook

คลิกที่ปุ่ม สนทนา



Take this

สนับสนุนโดย สร้างโดย

ขอบคุณ Orange

ต้องขอขอบคุณ เพื่อนของ  
คุณมากมายที่อยู่บน

คลิกเพื่อเข้าไปแชทจาก  
กับเพื่อนๆ โดยตรง

1 สนทนา (10)

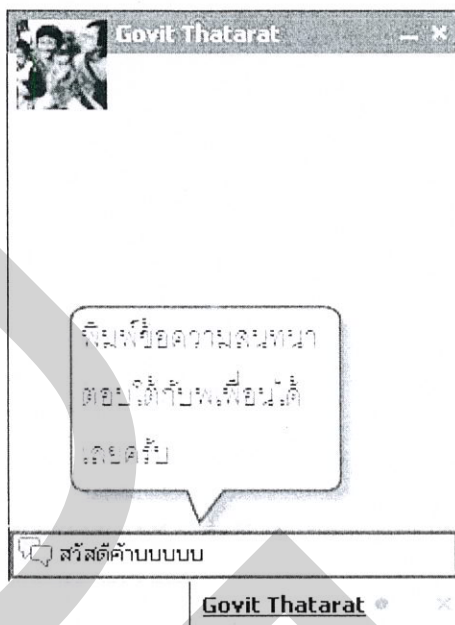
แสดงความสามารถ  
ในการแปลภาษาไทย

ชาวเด่น · ชาวล่าสุด · คำร้องขอ

Manhail Digestion > ช้อน

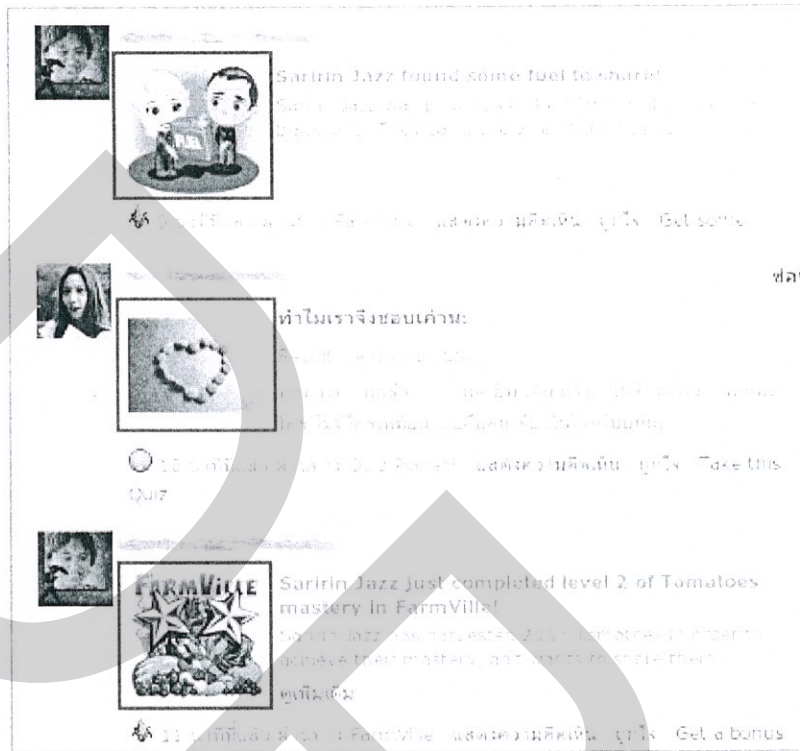
คลิก เลือกชื่อเพื่อนๆที่  
ต้องการแชทได้

แชท	
รายชื่อเพื่อน	0 ตัวเลือก
...	...
Manuchanon	...
...	...
Itta Kanistha	...
Opas Sukwattanawit	...
...	...
Kesda Pornsittakul	...
Naihee Kumolsuwan	...
Nattaya Boonpakdee	...
Apinya Prapadon	...
Carlson Jern...	...
Kirika Ansha N...	...
Nim Selpakorn	...
Sarat Sitt... ..	...
...	...
1 สนทนา (13)	

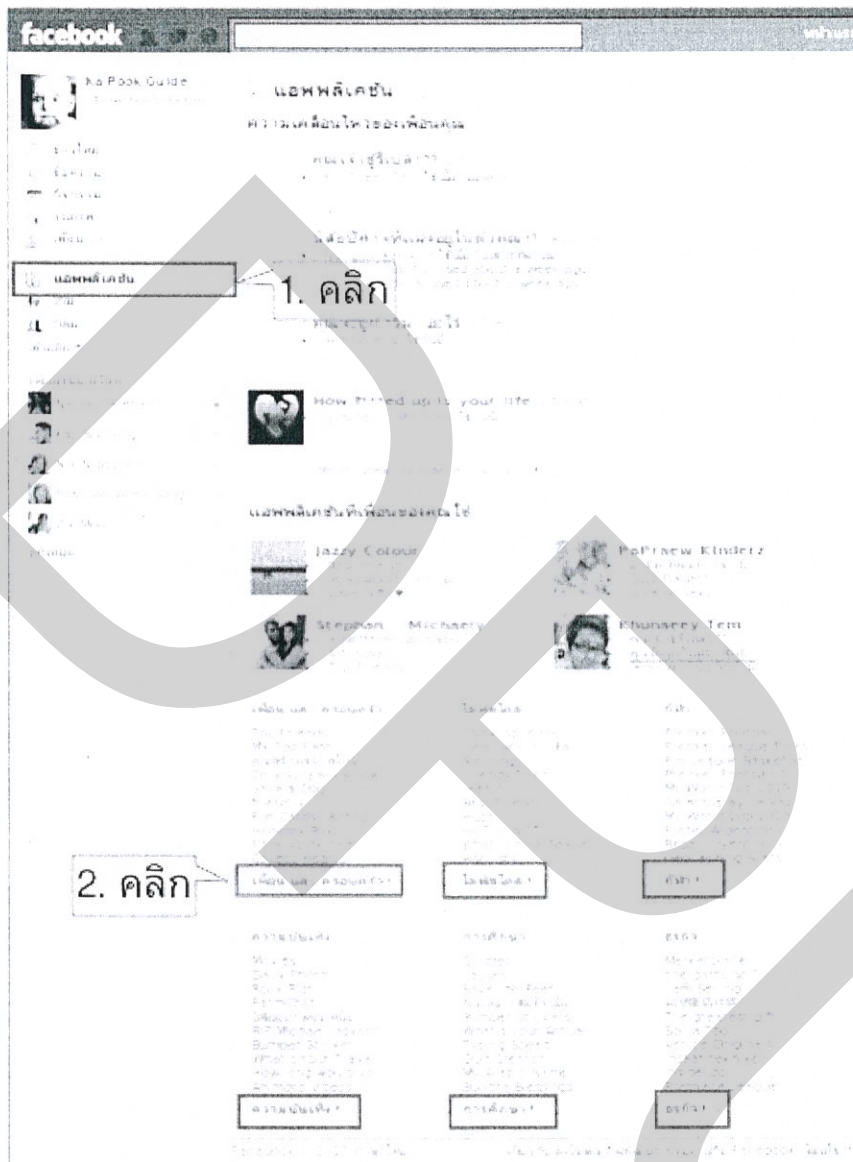


วิธีติดตั้งเกมและแอปพลิเคชันใน Facebook

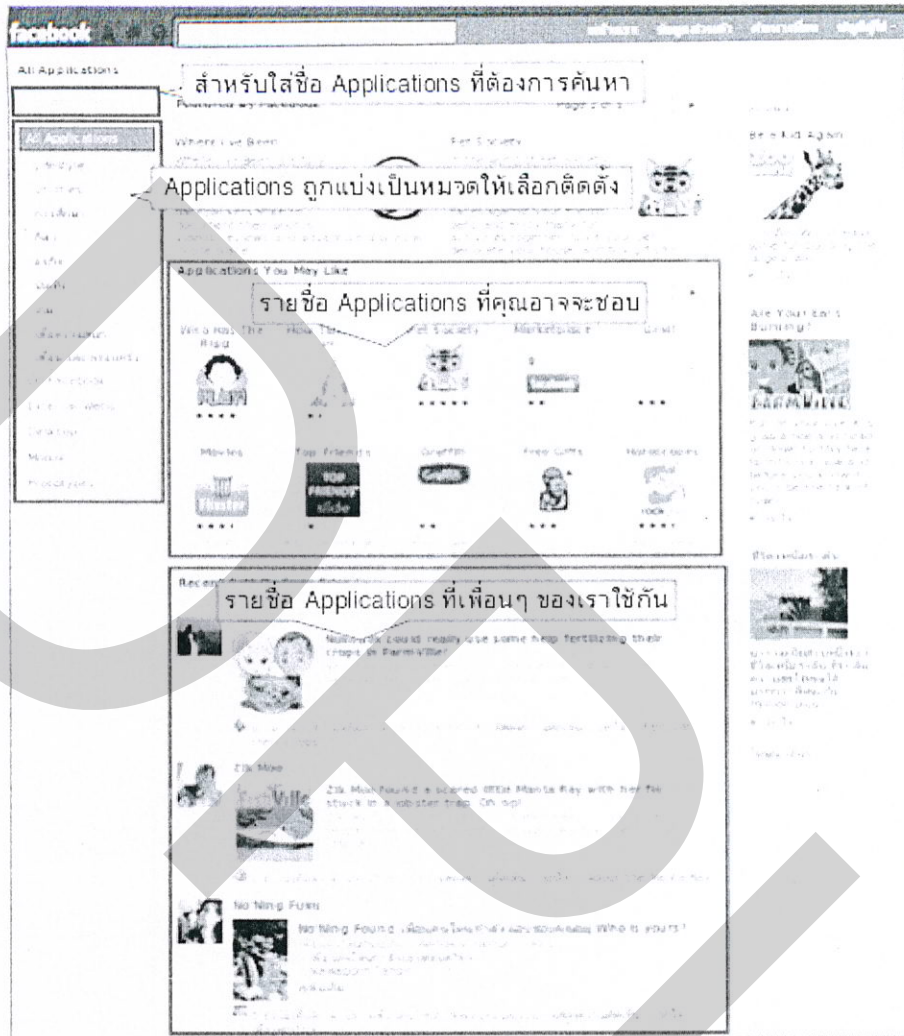
จุดดึงดูดที่สุดของเฟสบุ๊คก็เห็นจะหนีไม่พ้น เกม และ แอปพลิเคชัน ทั้งเกมและแอปพลิเคชัน คือ โปรแกรมเสริมสำหรับเฟสบุ๊ค ที่ถูกสร้างขึ้นโดยนักพัฒนาโปรแกรม(Programmer) จุดประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมเพิ่มเติมบริการของเฟสบุ๊คให้ใช้งานกันอย่างสนุกสนานมากขึ้น



1. คลิกเมนู เกม หรือ แอปพลิเคชัน จากนั้นให้เลื่อนลงมาด้านล่างและเลือกคลิกที่หมวดใดหมวดหนึ่งดังรูป



หากต้องการค้นหาเกมหรือแอปพลิเคชันใด ก็ให้พิมพ์ชื่อในช่องค้นหาหรือเลือกจากหมวดได้เลย



จากตัวอย่างในรูปด้านล่างเป็นการติดตั้งเกมส์ยอดนิยมที่ชื่อ FarmVille (เกมส์ปลูกผัก)



**อนุญาตหรือไม่**

อนุญาตให้ FarmVille สามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ และเพื่อนขอต้องการ



FarmVille

Howdy! Come on down to the Farm today and play with us! We've got plenty of land for everyone! Come and see what over the hillers are up to!

คลิก

อนุญาต

หรือออกจากแอปพลิเคชัน

เมื่อคุณใช้ FarmVille บนพีซี... คุณสามารถรับข้อตกลงการให้บริการของ Farm

**FarmVille ต้องการอีเมลแอดเดรสของคุณ**

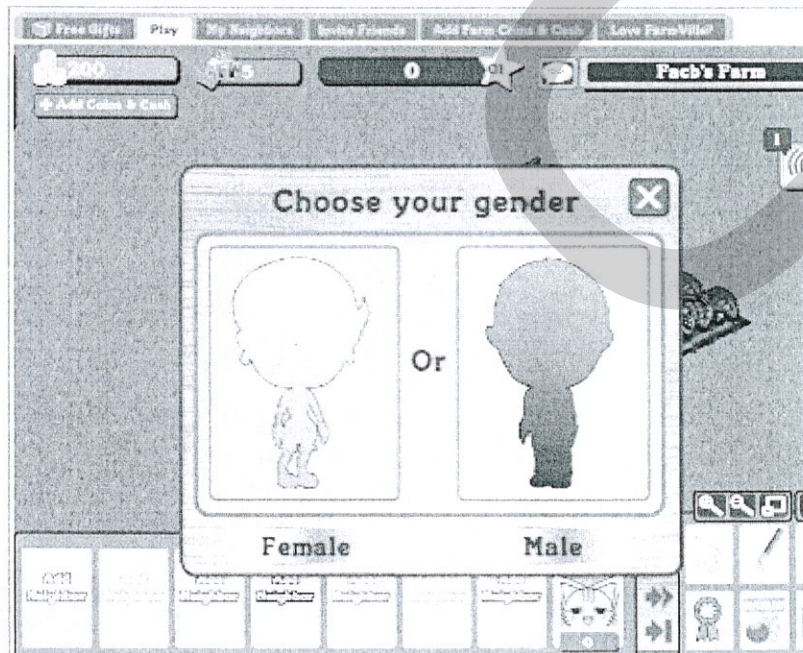
อนุญาตให้ FarmVille ติดต่อฉันผ่าน

อีเมลสำหรับติดต่อฉันบน Facebook

คลิก

อนุญาต

หรือออกจากแอปพลิเคชัน



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

น.ส.วรรณพร กลิ่นบัว

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สถานที่ทำงานปัจจุบัน

บริษัท ท็อปสเปซ ไทยแลนด์ จำกัด