การสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

DPU

The Communication and Online Social Capital of Facebook With Psychological Well-being

Grisanaporn Prasitwisate

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Arts of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

2014

DPU

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง
ชื่อผู้เขียน กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกิ้นส์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา ภคะสุวรรณ
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

การสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (2) เพื่อศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง และ(4) เพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ทั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์กลุ่มกับผู้ใช้เฟซบุ๊ค 3 กลุ่มคือนักเรียน นักศึกษาและคนทำงาน จำนวน 18 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร 5 ตัวคือ การใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ทุนทางสังคมออนไลน์และคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้เฟซบุ๊ค จำนวน 400 คน สำหรับการแบบจำลองการสื่อสารได้มาจากการสังเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊คทุกวัน เฉลี่ยวันละ 4-6 ชั่วโมง โดยจะมีวิธีการติดต่อสื่อกับเพื่อนใน 2 ลักษณะคือ กลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และกลุ่มที่เฝ้าดูพฤติกรรมของเพื่อน (ส่อง) โดยการสร้างความสัมพันธ์จะใช้คำแทนตัว ประเด็นที่สนทนา และความบ่อยครั้งในการสนทนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงใกล้ชิด สนิทสนม ส่วนความขัดแย้งเกิดจากความไม่พอใจ และความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน ซึ่งจัดการความขัดแย้งโดย การขอโทษผ่านข้อความ สัญลักษณ์ การลบบัญชีชื่อเพื่อน การบล็อก และการนิ่งเฉย สำหรับการแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างทุนทางสังคมออนไลน์มี 3 ลักษณะคือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความไว้วางใจ และการตอบแทนซึ่งกันและกัน ส่วนผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง พบว่า มี 2 มุมมองคือ เฟซบุ๊คส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง และไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตใน

โลกแห่งความจริง ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า การใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง และเหตุผลในการใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมออนไลน์ และทุนทางสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง 5 ด้าน นอกจากนี้ แบบจำลองการสื่อสารจะประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการคือ (1) การใช้เฟซบุ๊ค ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคม (2) ทุนทางสังคมออนไลน์ ซึ่งมีทั้งระดับบุคคล และระดับกลุ่ม และ (3) คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ซึ่งเกิดจากการรับรู้ตนเองและการรับรู้ตนเองและผู้อื่น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. นักการตลาด/เอเยนซี่ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบเนื้อหาหรือกิจกรรมทางการตลาด เน้นสร้างกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม และผู้ดูแลเว็บไซต์ต้องใส่ใจต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสร้างความผูกพันกับผู้ใช้ (ลูกค้า) ได้มากขึ้น

2. นักวิชาการต้องให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนและสังคม

3. นักพัฒนาโปรแกรมควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสื่อสนทนาออนไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้สื่อสามารถสร้างความผูกพันทางสังคมและผูกพันกันมากขึ้น

Thesis Tile The Communication and Online Social Capital of Facebook with Psychological Well-being
Author Miss Gritsanaporn Prasitwisate
Thesis Advisor Associate Professor Ousa Biggins, Ph.D.
Co-Thesis Advisor Assistant Professor Dr. Supara Kapasuwan
Department Communication Arts
Academic Year 2013

ABSTRACT

There were 4 objectives of the communication and online social capital of facebook with psychological well-being: (1) to investigate the communication of using facebook to create social relation, (2) to investigate the types of online social capital through facebook use, (3) to investigate the relation between online social capital and psychological well-being, and (4) to develop the communication model of online and psychological well-being. Methods being used were both qualitative and quantitative. For the qualitative method, data being collected by using interviewing 3 groups of 18 facebook users: pupil, students and working persons. While the quantitative method being focused on the relation of 5 variables: facebook uses, self-disclosure, objective, online social capital and psychological well-being. The target groups were 400 facebook users being collected data through questionnaire. For model of communication, it was synthesized from research findings of both qualitative and quantitative

Research results reveled that most users used facebook at the average of 4-6 hours per day through 2 group's characters: the continuing interaction group and the surveillance group. Things being showed how close of the relation were depend on the ways they mentioned themselves, topic and frequency during their conversation. For the conflicts which often occurred from displeasure and disagreements could be solved by doing apology through message sending and symbol, deleting facebook account, blocking and keeping silent. There were 3 actions of exchange in marking online social capital: information exchange, trust and reciprocity. For the effects upon psychological well-being, it was found 2 points of views: one did effect while another did not. From the study of variable relations, it was found that facebook use, self-

disclosure and objective were all positive relation to online social capital. At the same time, online social capital was related to psychological well-being in 5 dimensions. Besides communicative model was from 3 factors: (1) facebook use which was from interaction among social networks, (2) online social capital included both individual and collective level and psychological well-being which was from self acceptance and self and other acceptance.

Research recommendations.

1. Marketer / agencies should realize upon marketing contents and activities which being focused on participation and also web administrator should pay attention upon keeping continuing interaction for more relation with user.

2. Scholar should creatively clarify knowledge and understanding upon utilizing online social media for better relation among friends and society.

3. Development programmers should be concern with the development of online-conversation media (chat) to encourage facebook user for more bonding relation.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตเล่มนี้สมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกิ้นส์ ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภรา ภคะสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยให้คำชี้แนะ ตรวจแก้ไข และเสียสละเวลาในการอ่านทบทวนหลายครั้ง จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งผลักดันให้เกิดดุษฎีนิพนธ์เล่มนี้ ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และรองศาสตราจารย์ ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้ง ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ ผู้อำนวยการหลักสูตรดุษฎีบัณฑิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรอนงค์ เดชมณี ผู้ช่วยผู้อำนวยการหลักสูตรดุษฎีบัณฑิตที่ได้อำนวยความสะดวกในการสอบปกป้องดุษฎีนิพนธ์

ขอขอบคุณคุณพ่อผู้ซึ่งล่วงลับไปแล้ว คุณแม่และน้องสาวที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญที่สุดในการเรียนครั้งนี้จนประสบความสำเร็จ ตลอดจน น้องพร คุณกุ้ง เพื่อนรุ่นพี่ เพื่อนร่วมรุ่นและอีกหลายท่านที่ไม่อาจเอ่ยนามได้หมด ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจและเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตที่ได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรและมอบทุนสนับสนุนการศึกษาจนสามารถประสบผลสำเร็จในการศึกษาระดับปริญญาเอกในวันนี้

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฆ
บทคัดย่อภาษอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	8
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	9
1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	9
1.6 ขอบเขตของการวิจัย	10
1.7 ข้อจำกัดในการวิจัย	10
1.8 นิยามศัพท์	11
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
1.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย	14
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	16
2.2 สมมติฐานการวิจัย	87
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	95

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่

3. วิธีดำเนินการวิจัย..... 105
3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ..... 106
3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ..... 112
3.3 การสร้างแบบจำลองการสื่อสาร..... 128
4. ผลการวิจัย..... 129
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ..... 129
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ..... 143
4.3 ส่วนที่ 3 แบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง..... 180
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัย..... 184
5.1 สรุปผลการวิจัย..... 184
5.2 อภิปรายผล..... 194
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย..... 203
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป..... 205
บรรณานุกรม..... 206
ภาคผนวก..... 227
ประวัติผู้เขียน..... 235

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดทุนทางสังคมของ Putnam	70
2.2	ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต 6 มิติ	84
3.1	แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มวัยทำงาน	107
3.2	แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มนักเรียน	107
3.3	แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มนักศึกษา	108
3.4	รายะเอียดของประเด็นคำถาม	109
3.5	ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	118
4.1	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค	145
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดเผยตนเอง	146
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค	148
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนทางสังคม	151
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพชีวิต	155
4.6	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล	157
4.7	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ	158
4.8	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	164
4.9	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์	165
4.10	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์	172
4.11	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	167
4.12	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.13	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์.....	169
4.14	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการใช้เวลาว่าง การแก้ไขปัญหา และการติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์.....	170
4.15	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการแสดงอารมณ์ความรู้สึกและการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์.....	171
4.16	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์....	171
4.17	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระ.....	172
4.18	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม.....	173
4.19	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล.....	174
4.20	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น.....	175
4.21	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านการยอมรับตนเอง.....	176
4.22	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	177

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงหน้าการเข้าใช้งานเว็บไซต์	34
2.2	แสดงส่วนของเมนูหลัก	34
2.3	แสดงส่วนของหน้าแรก	35
2.4	แสดงส่วนของข้อมูลส่วนตัว	35
2.5	แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้	36
2.6	แสดงรูปภาพประจำตัว	36
2.7	แสดงกระดานข้อความ	37
2.8	แสดงรูปภาพของเจ้าของ Facebook	38
2.9	แสดงหน้าเฟซบุ๊ค Timeline	39
2.10	แบบจำลองบันไดขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์	57
2.11	แบบจำลองสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจร	181
3.1	กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ	114

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

แนวคิดเรื่องทุนทางสังคมในระยะเริ่มแรกนั้น นักสังคมวิทยา ได้ใช้ในการศึกษาเรื่องของทุน (Capital) ที่อธิบายถึงการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange) ไม่ว่าจะเป็น เงิน เสื้อผ้า อาหาร หรือสิ่งของต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ตนหรือกลุ่มต้องการ ต่อมาได้ขยายมาสู่เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Relationship) โดยนักวิชาการที่ศึกษาทุนทางสังคม (Social capital)อธิบายว่า ทุนทางสังคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลที่เกี่ยวพันกันทางสังคม (social ties) ของบุคคลหรือกลุ่ม ที่ประกอบด้วย การมีเครือข่าย (network) ที่มีความไว้ใจ (trust) บรรทัดฐาน (norms) และการตอบแทนซึ่งกันและกัน (reciprocity) ซึ่งความเกี่ยวพันระหว่างความสัมพันธ์นั้นจะแสดงถึงความแข็งแกร่งในการมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ร่วมกัน ความเกี่ยวพันระหว่างบุคคล (ties) จึงถือว่า เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาใช้ในการอธิบายเรื่อง ทุนทางสังคม เพราะเมื่อเครือข่ายมีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง การเติบโตของความไว้วางใจและการตอบแทนซึ่งกันและกันก็จะขยายตัวตามไปด้วย (Granovetter, 1973)

ทุนทางสังคม (Social Capital) จึงไม่ได้หมายถึง อสังหาริมทรัพย์หรือทรัพย์ส่วนบุคคลนั้น แต่คือสิ่งต่างๆ ที่บุคคลพบเห็นและสัมผัสได้ในชีวิตประจำวัน เช่น การมีความตั้งใจดี (goodwill) ความร่วมมือ (fellowship) ความเห็นอกเห็นใจ (mutual sympathy) และการติดต่อสัมพันธ์กันในสังคม (social intercourse) (Lyda & Hanifan, 1916) การให้ความช่วยเหลือระหว่างสมาชิกในสังคม (Putnam, 1993) รวมถึง การลงทุนด้านความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคมในการใช้ทรัพยากรในเครือข่ายสังคมให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ ทุนทางสังคมจึงเกิดจากการเชื่อมโยงกับการมีเครือข่ายที่เกิดจากความสัมพันธ์ที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความคุ้นเคยหรือการยอมรับกัน ซึ่งระดับของทุนทางสังคมจะมากน้อยก็ขึ้นยู่กับขนาดของเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละกลุ่มสามารถเชื่อมโยงให้เกิดการขับเคลื่อนได้และขึ้นอยู่กับทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ที่สมาชิกนั้นจะได้มาด้วยความชอบธรรมจากคนที่ติดต่อด้วย

อย่างไรก็ตาม ในทุนทางสังคมอาจเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “หลุมโครงสร้าง” (structure holes) ที่บุคคลหรือสมาชิกในสังคมขาดความสัมพันธ์หรือมีความเกี่ยวพันกับสังคมน้อย

จึงอาจกล่าวได้ว่า การก่อตัวของทุนทางสังคมจะก่อเกิดเมื่อคนในสังคมมีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งความสัมพันธ์จะเกิดจากความสนิทสนม ในหลายลักษณะไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ทางสายเลือด ครอบครัว ญาติพี่น้อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อน กลุ่มภายในชุมชน หรือกลุ่มที่ทำงาน รวมถึง กลุ่มที่เกิดจากการทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งนี้ ยิ่งมีความสนิทสนมกันมากก็จะยิ่งมีทุนทางสังคมมาก ประโยชน์จากความสัมพันธ์จากความสนิทสนมจะส่งผลต่อการช่วยเหลือกันในยามทุกข์ หรือการทำงานให้กันด้วยความเต็มใจ โดยมีบรรทัดฐาน (norms) ร่วมกัน มีวัฒนธรรมหรือกฎเกณฑ์การอยู่ร่วมกันที่เหมือนกันจนนำไปสู่การไว้วางใจกัน ซึ่งจะเชื่อมต่อไปถึงการใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ที่จะผลักกันให้เกิดการทำงานร่วมกันของแต่ละกลุ่มจนเกิดเป็นพลังทางสังคม (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

ทั้งนี้ การอยู่ร่วมกันของมนุษย์ในสังคม จึงต้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากรหรือผลประโยชน์ร่วมกัน ทรัพยากรเหล่านั้นจะกลายเป็นทุนทางสังคมที่สนับสนุนให้เกิดผลประโยชน์จากการกระทำร่วมกัน นั่นคือ จะช่วยให้เกิดการไหลของข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมง่ายขึ้น ช่วยลดต้นทุนในการถ่ายโอน เพราะเกิดความไว้ระหว่างกันในสังคม ความเกี่ยวพันในสังคมจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกำหนดทิศทางการกระทำของสังคม และสำหรับตัวบุคคลก็สามารถที่จะเข้าถึงแหล่งทรัพยากรทางสังคมได้ง่ายขึ้น ทั้งเพื่อเป็นการใช้อารมณ์ในการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมและการได้มาซึ่งความรู้ที่เป็นประโยชน์ ดังนั้น การสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมจึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face: FtF) หรือการสื่อสารผ่านสื่อ (Media) ซึ่งสำหรับในยุคที่ยังไม่มีสื่อหรือเทคโนโลยี การสื่อสารแบบเผชิญหน้าถือเป็นการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่จะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้ดีที่สุด เพราะเป็นการสื่อสารที่ได้พบเจอกันจริงในสถานที่และเวลาเดียวกัน มีการพูดคุย โต้ตอบกันได้แบบทันที และรับรู้ถึงอารมณ์ความรู้สึกของคู่สนทนาหรือคู่สื่อสารได้อย่างชัดเจน แต่ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้ถูกพัฒนาขึ้น แม้ว่าจะช่วยอำนวยความสะดวกในการนำส่งข้อความ ข้อมูลข่าวสารไปยังคู่สื่อสารได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็วภายใต้ข้อจำกัดของเวลาและสถานที่ แต่สำหรับ Putnam (2000) กลับมีมุมมองต่อเทคโนโลยีการสื่อสารในทางลบว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการเกิดทุนทางสังคม เพราะทำให้รูปแบบการติดต่อสื่อสารขาดความสมดุล ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กลายเป็นปฏิสัมพันธ์ในระบบดิจิตอล ความสัมพันธ์ของมนุษย์ขาดความเป็นกายภาพ ส่งผลให้เป็นความเกี่ยวพันที่อ่อนแอ การมีปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและครอบครัวในโลกแห่งความจริงลดลง (Putnam, 2000)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า นักวิชาการด้านทุนทางสังคมอย่าง Putnam จะมีมุมมองเชิงลบต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสาร แต่ด้วยพัฒนาการและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้รูปแบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่เคยเป็นเพียงการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร (Computer-Mediated Communication: CMC) มีการใช้เพียงตัวอักษรและข้อความเป็นหลัก ได้ถูกพัฒนามาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือที่เรียกว่า Social Network Site อย่าง เฟซบุ๊ค มายสเปซ ไฮไฟว์ หรือทวิตเตอร์ ที่เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์และการตอบโต้ได้มากขึ้น จนกลายมาเป็นสื่อที่ถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากผลจากวิจัยในหลายสำนักที่เกี่ยวข้องกับสถิติในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงปี 2012 ที่ผ่านมาพบว่า ในช่วงไตรมาสแรกปี 2012 GO.Gulf.com รายงานว่า สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก 5 อันดับแรกคือ เฟซบุ๊ค (Facebook) จำนวน 901 ล้านคน ทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน 555 ล้านคน กลูเกิลพลัส (Google+) จำนวน 170 ล้านคน ลิงเคดอิน (LinkedIn) จำนวน 105 ล้านคน และ พินเทอร์เรส (Pinterest) จำนวน 11.7 ล้านคน โดยรูปแบบการให้บริการของเว็บไซต์ดังกล่าวจะมีบริการที่แตกต่างกันไป เช่น เฟซบุ๊คให้บริการสร้างและนำเสนอข้อมูลส่วนตัว (Profile) Twitter ให้บริการ Microblog ที่เน้นแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นที่หลากหลาย LinkedIn บริการศูนย์กลางแหล่งข้อมูลการค้นหางาน และ Pinterest บริการแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร หรือรูปภาพสวยงาม เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริการที่เน้นสร้างและนำเสนอข้อมูลส่วนตัวอย่างเฟซบุ๊คจะได้รับความสนใจและเป็นที่นิยมมากที่สุดในโลก และยังพบว่า ผู้ใช้งานจะใช้เวลาอยู่กับเฟซบุ๊คและ Pinterest นานที่สุดโดยเฉลี่ย 405 นาทีต่อเดือน รองลงมาคือ Twitter (89 นาที) LinkedIn (21 นาที) และ Google+ (3 นาที) นอกจากนี้ในแต่ละวันกิจกรรมที่ทำผ่านเฟซบุ๊ค มีทั้งการ upload รูปภาพ 250 ล้านครั้งต่อวัน กด like 2.7 พันครั้งต่อวัน เกิด pages ใหม่อีก 37 ล้านเพจ มีการใช้เฟซบุ๊คผ่านโทรศัพท์มือถือมากถึง 425 ล้านคน อีกทั้งในทุกๆ 20 นาทีจะมีผู้เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊ค สำหรับประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยทั้งสิ้น 21.10 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 67 ล้านคน (ที่มา: internetworldstats.com, June 31, 2012) และมีผู้ใช้เฟซบุ๊ค 17.72 ล้านคน (ที่มา: internetworldstats.com, December 31, 2012) ทั้งนี้ ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีสมาชิกเฟซบุ๊คมากเป็นอันดับที่ 4 ของเอเชีย รองจากอินเดีย (62.71 ล้านคน) อินโดนีเซีย (51.09 ล้านคน) และฟิลิปปินส์ (29.89 ล้านคน) ตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อจำแนกตามเพศและอายุ socialbakers.com (มกราคม, 2513) ระบุว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุ 18-24 ปี (33%) และ 25-34 ปี (29%) โดยเป็นเพศหญิง (51%) และเพศชาย (49%)

นอกจากนั้น ผลจากการวิจัยของ วิมลพรรณ อาภาเวท และคณะ (2554) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ที่นักศึกษาใช้เฟซบุ๊คเป็นเครื่องมือในการสื่อสารคือ การใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน รองลงมาคือ การสนทนา การดูรูปของเพื่อนและคนรู้จัก การเขียนความคิดเห็น การหาเพื่อนและคนรู้จัก อีกทั้ง ยังใช้เฟซบุ๊คเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล การเพิ่มรูปและอัพเดทรูปของตนเอง การเล่นเกมส์ การส่งรูปให้เพื่อน และการบอกสถานที่ที่ตนเองอยู่กับเพื่อนเพื่ออัพเดทข้อมูล จากข้อมูลเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่พิสูจน์ว่า สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเรา

แม้ว่าสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน แต่ทุกเว็บไซต์ต่างมุ่งเน้นการให้บริการเพื่อการสร้างเครือข่ายและการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งการที่แต่ละบุคคลจะเลือกใช้สื่อใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับว่า สื่อนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้มากน้อยเพียงใด การเลือกใช้สื่อยังขึ้นอยู่กับเหตุผลหรือสร้างแรงจูงใจ (Motives) ให้ผู้ใช้อีกด้วย เช่น เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เพื่อแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ติดตามแฟชั่น แก้ไขปัญหา สร้างสังคม หรือติดตามข้อมูลของเพื่อน (Young, 2010) ทั้งนี้ สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊คก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างหลากหลาย เช่น การสร้างข้อมูลส่วนตัวเพื่อแนะนำตนเอง (Profile) การแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันข้อมูลที่น่าสนใจ (Sharing) การแสดงความคิดเห็น (Comment) การติดตามเรื่องราวของเพื่อน (News feed) การคลิกไลค์ (Like) เพื่อแสดงความรู้สึกชื่นชอบต่อเนื้อหา การเล่นเกมส์ (Games) ร่วมกับเพื่อน รวมถึงสามารถดาวน์โหลด/อัพโหลด ข้อมูลได้ทั้งรูปภาพ คลิปวิดีโอ เสียง หรือไฟล์งานต่างๆ และด้วยความต่อเนื่องในการพัฒนาสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการทำให้เฟซบุ๊คกลายเป็นสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

ด้วยบริการของสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต่างมุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ จึงได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการก่อให้เกิดทุนทางสังคม ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายที่ต่างได้มีการสะสมทุนของตน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ อารมณ์ ความรู้สึก มาทำการแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างความช่วยเหลือ ความเห็นใจ การให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ทั้งกับสังคมกลุ่มเพื่อนเรียน เพื่อนที่ทำงาน ครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนสนิท นอกจากนี้ จำนวนเพื่อนในเครือข่ายสังคมยังเป็นสิ่งที่ช่วยระบุขนาดของเครือข่ายว่า สังคมหรือเครือข่ายนั้นมีกว้างขวางเพียงใด ในขณะที่ ระยะเวลาและความบ่อยในการใช้งานก็เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ ซึ่ง Granovetter (1973) นักสังคมวิทยาได้อธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นถือเป็นการสร้างความเกี่ยวพัน

(Strength of Ties) ระหว่างบุคคลผ่านเครือข่ายสังคม โดยความเกี่ยวพันนั้นจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่ใช้ร่วมกัน (amount of time) ความเข้มข้นในการใช้อารมณ์และความรู้สึก (emotional intensity) ความใกล้ชิด สนิทสนม (mutual confiding) และการตอบแทนซึ่งกันและกัน (reciprocal) รวมถึง ระดับการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) ที่ Altman and Taylor (1973) อธิบายว่า หากเปิดเผยตนเองมากก็จะนำไปสู่การมีความใกล้ชิด สนิทคุ้นเคยกันมากขึ้น

จึงจะเห็นว่า การก่อเกิดทุนทางสังคมในโลกแห่งการเผชิญหน้าได้ขยายตัวไปสู่โลกแห่งสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสะสมทุนทางสังคมได้เปลี่ยนรูปแบบจากการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ที่สามารถมองเห็นได้ หรือจับต้องได้ มาสู่ทุนที่อยู่ในรูปแบบของข้อความ ข้อมูล อารมณ์ ความรู้สึก ที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถรับรู้ แลกเปลี่ยนและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้เช่นกัน ซึ่งต่อไปนี้ผู้วิจัยจะเรียกทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่า ทุนทางสังคมออนไลน์ (Online Social Capital) ทั้งนี้ การศึกษาเกี่ยวกับทุนทางสังคมออนไลน์จะมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาในประเด็นอื่นๆ ได้แก่ การศึกษาความเกี่ยวพันทางสังคมผ่านเครือข่ายสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยจะลำดับดังนี้ ประเด็นความเกี่ยวพันทางสังคมผ่านเครือข่ายสังคม ได้ถูกศึกษาโดยนักวิชาการด้านเครือข่ายสังคมอย่าง Granovetter (1983) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเกี่ยวพันของเครือข่ายสังคม (Social Ties) โดยเขาอธิบายว่าความสัมพันธ์ทางสังคมจะมีความแตกต่างกันไปตามความแข็งแกร่งของความเกี่ยวพันทางสังคม (Strength of Ties) ซึ่งแบ่งออกเป็นความเกี่ยวพันทางสังคมแบบแข็งแกร่ง (Strong ties) และความเกี่ยวพันแบบอ่อนแอ (Weak ties) โดยเขาได้ค้นพบว่า ในความเกี่ยวพันที่อ่อนแอหรือการเกี่ยวพันแบบหลวมๆ ของสมาชิกในเครือข่ายสามารถสร้างความแข็งแกร่งทางสังคมได้ (Strength of Weak ties) นั่นคือ ความสามารถของการเชื่อมโยงสมาชิกในเครือข่ายอย่างหลวมๆ จะเป็นการขยายเครือข่ายและประสบการณ์ได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว อีกทั้ง ยังสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่มีความซับซ้อนไม่มากนักได้เป็นอย่างดี

ส่วนประเด็นการศึกษาการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์ (Online Interactive)ในช่วง 5-6 ปี ที่ผ่านมาพบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อออนไลน์อย่างหลากหลาย เช่น โปรแกรมการสนทนาออนไลน์ (chat) อย่าง PIRCH, ICQ, IM (instant message) Hi5.com หรือเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ (online community) และเว็บบล็อก (Weblog) จนมาถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมอย่าง Facebook Twiiter Pinterest และ LinkedIn โดยส่วนใหญ่จะเน้นการศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ การสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อ ความไว้วางใจต่อการใช้สื่อและผลกระทบที่มีต่อการใช้สื่อ (อาทิชา เมืองยม, 2547; สหชาติ บัวเที่ยง, 2548; นิภาวรรณ ศิริไพบูลย์, 2551; กรองทองเกิดนาค, 2551; วิริษฐา มาลากุล, 2552; ภัทรา เรือง

สวัสดิ์, 2553; ชนากิตต์ ราชพิบูลย์, 2553; ดวงกมล ชาติประเสริฐและศิริธร ยุวโกศล, 2555; Dwyer & Hitz, 2007; Foster et al., 2010; Shu & Chuang, 2011) ซึ่งมีข้อค้นพบว่า ผู้ใช้สื่อออนไลน์มีความชื่นชอบในการใช้สื่อ รู้สึกไว้วางใจต่อความสัมพันธ์ในการสื่อสาร สื่อออนไลน์เป็นแหล่งรวมสิ่งที่สนใจคล้ายกัน สามารถสร้างและขยายเครือข่ายได้ ได้รับประสบการณ์ความรู้ใหม่ๆ สามารถพัฒนาความสัมพันธ์กับเพื่อนได้ดีขึ้น และนิยมใช้เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด การนำเสนอตัวตน ทำให้กล้าแสดงออกมากขึ้นอีกทั้ง สื่อออนไลน์สามารถใช้เป็นช่องทางทดแทนการสื่อสารในชีวิตประจำวันที่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ได้ แต่การได้รับอิสระจากระบบการสื่อสารมากเกินไปก็ส่งผลให้เกิดการรุกล้ำสิทธิความเป็นส่วนบุคคล การใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม รวมถึงการมีโอกาสที่อาจถูกหลอกลวงได้

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับทุนทางสังคมออนไลน์ จะมุ่งการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างทุนทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ผลกระทบของทุนทางสังคมที่มีต่อการดำเนินชีวิต (คุณภาพชีวิต) การสร้างมาตรวัดทุนทางสังคมออนไลน์ การกำหนดตัวชี้วัดทุนทางสังคมออนไลน์ ซึ่งในประเทศไทยพบงานวิจัยที่เกี่ยวกับทุนทางสังคมออนไลน์เพียงเรื่องเดียวคือ ศักยภาพทุนทางสังคมของชุมชนไซเบอร์ ของพีระ ลิ่วลม (2542) ในขณะที่ งานวิจัยของต่างประเทศมีความหลากหลายมากกว่า (Best & Krueger, 2006; Ellison et al., 2007; Ellison et al., 2008; Valenzuela et al., 2009; Zhijin Zhong, 2009; Valenzuela et al., 2009) ทั้งนี้ การศึกษาเรื่องทุนทางสังคมมักจะเน้นที่การศึกษาเว็บไซต์เฟซบุ๊ค เนื่องจากเป็นสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า การใช้เฟซบุ๊คสามารถก่อให้เกิดทุนทางสังคมได้ 3 ลักษณะคือ 1) ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding Social Capital) 2) ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging Social Capital) และ 3) ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained Social Capital) ซึ่งการใช้เฟซบุ๊คผ่านเครื่องมือต่างๆ จะมีอิทธิพลต่อการเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging social capital) เพราะเฟซบุ๊คถือเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนที่ต้องอยู่ห่างไกลกัน ความสามารถในการใช้งานของเฟซบุ๊คทำให้เพื่อนสามารถรับรู้เรื่องราวของกันและกัน สร้างกิจกรรมร่วมกัน ผ่านการส่งข้อความ การแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์นั้นให้ยังคงอยู่ จึงส่งผลให้ผู้ใช้สามารถสร้างความสัมพันธ์ต่อกันได้ และด้วยความหลากหลายของเครื่องมือ (Tools) ในการใช้งานส่งผลให้ความเข้มข้นในการใช้เฟซบุ๊ค (Intensity of Facebook use) สูงและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม

นอกจากนี้ ยังพบว่า ทุนทางสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในโลกแห่งความจริงที่เกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต สัมพันธภาพดีที่ดีต่อเพื่อนหรือ

สังคม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งพบว่า ทุนทางสังคมแต่ละรูปแบบนั้นจะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้เฟซบุ๊คที่ประกอบด้วยความพึงพอใจในชีวิต (satisfaction of life) และการยอมรับคุณค่าในตนเอง (self-esteem) ที่แตกต่างกัน การเกิดทุนทางสังคมในชุมชนไซเบอร์จะสนับสนุนการมีกิจกรรมร่วมกันทางกายภาพ นั่นคือ หากผู้ใช้มีการสร้างปฏิสัมพันธ์กันผ่านออนไลน์จนเกิดความรู้จักกันจะสามารถโน้มน้าวให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดในโลกแห่งความเป็นจริงได้ ในขณะที่บางงานวิจัยพบว่า การสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อเครือข่ายสังคมอย่าง เกมส์ออนไลน์ (MMORPG) ไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมในโลกแห่งความจริง นั่นคือ การเล่นเกมส์ออนไลน์ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในโลกแห่งความจริง เพราะผู้เล่นเกมส์ส่วนใหญ่ไม่รู้จักกันในโลกแห่งความจริงจึงไม่เกิดความผูกพันต่อกัน แต่จะมีส่วนร่วมในการเล่นเกมส์ออนไลน์เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผลการศึกษาข้างต้นจะค้นพบว่า การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคม แต่มีนักวิชาการกลุ่มหนึ่ง (e.g. Blanchard & Horan, 1998; Turkle, 1995; Uslaner, 2004) ที่เห็นว่า การมีปฏิสัมพันธ์ทางออนไลน์เป็นความเกี่ยวพันที่ผิวเผินมาก (too weak) เกินกว่าที่จะสร้างทุนทางสังคมได้ อีกทั้ง การเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมออนไลน์ (Social interactions online) ควรจะเกิดจากความหลากหลายของบุคคลที่มาแลกเปลี่ยนความสนใจร่วมกัน ไม่ใช่เป็นแหล่งรวบรวมคนที่มีความสนใจคล้ายกันมาอยู่ร่วมกัน

ด้วยข้อถกเถียงกันถึงความเป็นไปได้ของการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมว่าจะส่งเสริมหรือเป็นเงื่อนไขสนับสนุนให้เกิดทุนทางสังคมได้จริงหรือไม่ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อค้นหาคำตอบว่า สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จะช่วยส่งเสริมหรือเป็นเงื่อนไขในการก่อเกิดทุนทางสังคมได้อย่างไร และรูปแบบของทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็นไปในลักษณะใด จะเป็นทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงที่เน้นการสร้างและขยายประสบการณ์เท่านั้น หรือจะเป็นทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ที่มุ่งสร้างความใกล้ชิด สนิทสนมก่อเกิดเป็นพลังสำคัญในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล หรือทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ที่ช่วยคงความผูกพัน เยื่อใยแห่งความสัมพันธ์ที่มีอยู่ให้ยั่งยืนต่อไป และหากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถสร้างทุนทางสังคมได้จริง ทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการรับรู้คุณค่าของตนเองเพิ่มขึ้นหรือลดลงและจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในโลกแห่งความจริงได้อย่างไร

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง การสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ซึ่งมุ่งเน้นการลดช่องว่างในการศึกษา 2 ประเด็นคือ กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย และปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมเห็นว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นศึกษากลุ่มผู้ใช้งานเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อย่าง

นักเรียน หรือนักศึกษาเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษายังไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับการก่อเกิดทุนทางสังคม เนื่องจากการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์นั้นควรจะเกิดจากความหลากหลายของผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมในการใช้งานและความสนใจที่แตกต่างกันมาสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ส่วนประเด็นปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตนั้น จากงานวิจัยที่ผ่านมา จะเน้นศึกษาเพียงการยอมรับคุณค่าในตนเองและความพึงพอใจในชีวิตโดยภาพรวมเท่านั้น แต่ยังมิได้มีการศึกษาขยายไปยังลักษณะของคุณภาพชีวิตในด้านอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตยังมีประเด็นสำคัญที่น่าจะขยายการศึกษาต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่า การวิจัยดังกล่าวจะช่วยสร้างความชัดเจนเกี่ยวกับการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์และคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงได้ ซึ่งผลจากการศึกษาจะได้ก่อเกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับทุนทางสังคมออนไลน์ในบริบทของประเทศไทย และยังสามารถนำมาเป็นแนวทางให้นักพัฒนาเว็บไซต์ออกแบบสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้ทั้งในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลายเป็นแหล่งสะสมทุนทางสังคมที่มีประสิทธิภาพต่อไป

การวิจัยนี้จะใช้การศึกษาแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การสนทนากลุ่มและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยเน้นศึกษาตัวแปรที่เกิดขึ้นในบริบทการสื่อสารในประเทศไทย ซึ่งอาจมีบางตัวแปรที่ใกล้เคียงหรือแตกต่างจากที่เคยมีการศึกษามาก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาจะนำมาสร้างเป็นแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

1.2 คำถามการวิจัย (Research Question)

1. การใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นอย่างไร
2. รูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คเป็นอย่างไร
3. ทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
4. แบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม
2. เพื่อศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

4. เพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

1.4 สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. การใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม
2. การเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม
3. เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม
4. ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน

1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรเชิงคุณภาพมี 4 ตัวแปร ประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อน การเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ และผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊คที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค ได้แก่ ความบ่อยครั้ง เหตุผลในการใช้ ระยะเวลาในการใช้งาน วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ลักษณะของกลุ่มเพื่อน ประเด็นที่มีการสนทนา

2. ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค ได้แก่ ระดับความสนิท และรูปแบบความขัดแย้ง

3. การเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ ได้แก่ ลักษณะการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์

4. ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊คที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

ตัวแปรเชิงปริมาณมี 5 ตัวแปร ประกอบด้วย การใช้เฟซบุ๊ค (Facebook Uses) การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objectives) รูปแบบทุนทางสังคม (Social Capital) และคุณภาพชีวิต (Psychological Well-being) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การใช้เฟซบุ๊คได้แก่ ความบ่อยครั้งในการใช้งานต่อสัปดาห์และระยะเวลาในการใช้งานต่อครั้ง

2. การเปิดเผยตนเองได้แก่ ความหลากหลายในหัวข้อการสนทนาและความลึกซึ้งในหัวข้อการสนทนา

3. เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ได้แก่ การใช้เวลาว่าง แสดงอารมณ์ความรู้สึก การติดตามแฟชั่น การแก้ปัญหา สร้างสังคม และการหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดัน

4. รูปแบบทุนทางสังคม ได้แก่ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ และทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

5. คุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสามารถในการจัดการกับสิ่งแวดล้อม ความก้าวหน้าของชีวิต การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น และการยอมรับตนเอง

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเว็บไซต์เฟซบุ๊ค ซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้เฟซบุ๊คทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุ 13-34 ปี ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คเป็นประจำ โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม 2555 ถึงเดือนมีนาคม 2557

สำหรับประเด็นในการศึกษาจะเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ รูปแบบการเกิดทุนทางสังคมผ่านเฟซบุ๊ค และความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิต

รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research) ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊ค โดยจะมุ่งเน้นการศึกษาถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการใช้เฟซบุ๊คการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค การเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ และผลกระทบที่มีต่อการดำเนินชีวิตโลกแห่งความจริง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ และ 2 ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ จะนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดตัวแปรในการวิจัย และนำไปออกแบบสอบถาม โดยการวิจัยเชิงปริมาณนั้นจะใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามกับผู้ใช้ ซึ่งผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจะใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ส่วนผลจากการศึกษาที่ได้จะนำมาใช้ในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปร เพื่อสร้างเป็นแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

1.7 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เลือกศึกษาเฉพาะเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Site: SNS) ที่มีการให้บริการสร้างหน้าเว็บข้อมูลส่วนบุคคล (profile) การสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในระบบเดียวกันการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การสนทนาออนไลน์ ได้แก่ Facebook.com, Hi5.com, Twitter.com, Google + ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมนั้นถือเป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) โดยผู้วิจัยเจาะจงเลือกเฉพาะเว็บไซต์เฟซบุ๊ค (Facebook.com) เนื่องจากในช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูล (กันยายน 2555- มีนาคม 2556) เว็บไซต์เฟซบุ๊คเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทยในขณะนั้น และมีผู้ใช้งานจำนวนมาก รวมถึงมีเครื่องมือในการสร้าง

ปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย ทั้งนี้ การศึกษาจะไม่หมายรวมถึง สื่อโซเชียลมีเดียอื่น เช่น เว็บไซต์ประเภทการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา (Collaborative projects) เช่น Wikipedia.org เว็บบล็อก (Blog) ที่เน้นการสร้างหน้าเว็บส่วนตัวเพื่อเขียนบทความหรือเนื้อหาที่ผู้เขียนมาความสนใจ โดยเฉพาะ เว็บไซต์ประเภทชุมชนเนื้อหา (Content communities) ที่เน้นการแลกเปลี่ยนสื่อ รูปภาพ หรือไฟล์งาน (เช่น flickr.com, Youtube.com, Slideshare.net) เว็บเกมส์ (Virtual game worlds) เน้นการให้ผู้ใช้หลายคนร่วมเล่นเกมส์ด้วยกัน โดยเฉพาะเกมส์ประเภท MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game) เช่น World of Warcraft, The Kingdom of the Winds และเว็บสังคมเสมือน (Virtual social worlds) ที่เน้นเกมส์ที่อยู่ในโลกเสมือน มุ่งเน้นให้ผู้เล่นต้องสร้างภาพตัวแทน (avatar) กิจกรรมเน้นกิจวัตรประจำวัน โดยผู้เล่นสามารถเข้าไปเล่นคนเดียวหรือเล่นร่วมกับผู้อื่นก็ได้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาอยู่ในช่วงเดือนกันยายน 2555 – มีนาคม 2556 ซึ่งเป็นช่วงมีการพัฒนาเว็บไซต์เครือข่ายสังคมรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจำนวนผู้ใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมก็มีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้ผลจากการศึกษาอาจคลาดเคลื่อนไปจากเหตุการณ์ในปัจจุบัน เนื่องจากผู้ใช้มีจำนวนมากขึ้น และมีตัวเลือกในการใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเพื่อการติดต่อสื่อสารหลากหลายมากขึ้น

3. การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้อายุ (วัย) และอาชีพ เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์การใช้งาน และระดับความรู้เท่าทันต่อการใช้สื่อมีความแตกต่างกัน จึงอาจส่งผลต่อภาพรวมของผลการศึกษาที่มีความหลากหลายและการกระจายตัวของข้อมูล

1.8 นิยามศัพท์

การใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ความบ่อยครั้ง/ระยะเวลาในการใช้งาน เหตุผลในการใช้งานวิธีการติดต่อสื่อสาร ลักษณะของกลุ่มเพื่อน ประเด็นในการสนทนา และความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน

เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objective) หมายถึง ความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้ใช้ใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารกับเพื่อนได้แก่ การใช้เวลาว่าง (pastime) อารมณ์ความรู้สึก (affection) การติดตามแฟชั่น (fashion) การสร้างสังคม (sociability) และการหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดัน (Escape and Pressure)

วิธีการติดต่อ(Interactive Tools) หมายถึง การเลือกใช้เครื่องมือบนเฟซบุ๊คในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ได้แก่ share, chat, like, comment, post, upload-download เป็นต้น

ลักษณะของเพื่อน (Friend) หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้เฟซบุ๊ค เช่น เพื่อนเรียน เพื่อนสนิท เพื่อนที่ทำงาน คนรู้จัก คนรัก ครอบครัว เป็นต้น

ประเด็นที่สนทนา (Topic) หมายถึง หัวเรื่องหรือเนื้อหาที่ผู้ใช้เฟซบุ๊คใช้ในการสนทนาร่วมกัน เช่น เรื่องส่วนตัว เรื่องงาน แนะนำสถานที่เที่ยว ทักทาย เป็นต้น

ความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน หมายถึง ระดับความใกล้ชิด สนิทสนมที่มีต่อเพื่อนในเฟซบุ๊ค รวมถึงลักษณะของความขัดแย้งและวิธีการลดความขัดแย้ง

ทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้เฟซบุ๊คที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกันจนก่อเกิดเป็นการสะสมทุนของแต่ละบุคคล ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร ความไว้วางใจ การตอบแทนซึ่งกันและกัน และเครือข่าย

ผลกระทบที่มีต่อการดำเนินชีวิต หมายถึง การรับรู้ตนเองของผู้ใช้เฟซบุ๊คในการดำเนินชีวิตหลังจากใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับเพื่อน เช่น การยอมรับตนเอง ความมั่นใจในตนเอง ภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อน เป็นต้น

การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) หมายถึง พฤติกรรมในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในเฟซบุ๊คเกี่ยวกับระดับการเปิดเผยตนเองต่อประเด็นที่มีการสนทนาใน 2 ลักษณะคือ ความหลากหลายในหัวข้อสนทนา (Breadth) และความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนา (Depth)

ความหลากหลายในหัวข้อสนทนา (Breadth of Communication) หมายถึง ลักษณะของหัวข้อที่พูดคุยผ่านเฟซบุ๊ค ซึ่งเป็นเรื่องทั่วไป ไม่เน้นการใช้อารมณ์ความรู้สึก และไม่ก้าวก่ายข้อมูลส่วนตัว เช่น การทักทาย สารทุกข์สุกดิบ สภาพอากาศ การแบ่งปันข้อมูลทั่วไปเป็นต้น

ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนา (Depth of Communication) หมายถึง ลักษณะของหัวข้อที่พูดคุยผ่านเฟซบุ๊ค ซึ่งมักเป็นเรื่องส่วนตัว เน้นการใช้อารมณ์ความรู้สึก การแสดงความเห็นใจหรือการให้คำปรึกษา เป็นต้น

ทุนทางสังคมออนไลน์ (Online Social Capital) หมายถึง ความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ผ่านเครื่องมืออย่าง share, chat, comment, post, like, message, find friend, friend request ในลักษณะของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและใช้ทรัพยากรร่วมกัน เช่น การติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การให้ความช่วยเหลือและความเห็นอกเห็นใจกัน เป็นต้น

รูปแบบของทุนทางสังคม (Social Capital Types) หมายถึง ลักษณะความเกี่ยวพัน (ties) ทางสังคมของผู้ใช้เฟซบุ๊คที่มีต่อบุคคลที่ทำการติดต่อสื่อสารด้วย ประกอบด้วย 3 รูปแบบคือ แบบกระชับความสัมพันธ์ แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และแบบรักษาความสัมพันธ์

ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding Social Capital) หมายถึง ความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คที่มีลักษณะใกล้ชิด สนิทสนม เปิดเผยความเป็นตัวตน มีการตอบแทนซึ่งกันและกัน มีความบ่อยครั้ง-สม่ำเสมอในการติดต่อสื่อสารและมีความรู้สึกปรองดองดุจเครือญาติ อย่างเพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมงาน และมีการใช้อารมณ์ในการสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งความเกี่ยวพันแบบนี้ มักจะมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่แต่ละฝ่ายมีอยู่แล้ว และเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ต่างก็มีความต้องการ

ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging Social Capital) หมายถึง ความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คในลักษณะไม่ค่อยมีความสม่ำเสมอ ไม่ค่อยมีความเป็นกันเองหรือใกล้ชิดสนิทสนมมาก ความสัมพันธ์เน้นการสร้างและขยายเครือข่าย เพื่อการค้นหาข้อมูล-เผยแพร่ รวมทั้งการหาเพื่อนใหม่ สังคมใหม่ ซึ่งความเกี่ยวพันในลักษณะนี้จะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันอย่างหลากหลาย กว้างขวาง ไม่ได้มีการเฉพาะเจาะจงข้อมูลใดข้อมูลหนึ่ง เพราะต่างก็มีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่มีเครือข่ายแตกต่าง และความสัมพันธ์นี้จะไม่ค่อยมีความลึกซึ้ง หรือแนบแน่นระหว่างกันมากนัก

ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained Social Capital) หมายถึง ความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คที่มีการติดต่อสื่อสารเพื่อคงความสัมพันธ์ในระยะยาว เช่น การให้ความช่วยเหลือสมาชิกหรือการให้ร่วมมือสนับสนุนในกิจกรรม การติดตามข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ของเพื่อนที่อาจไม่ค่อยได้พบเจอในชีวิตประจำวัน

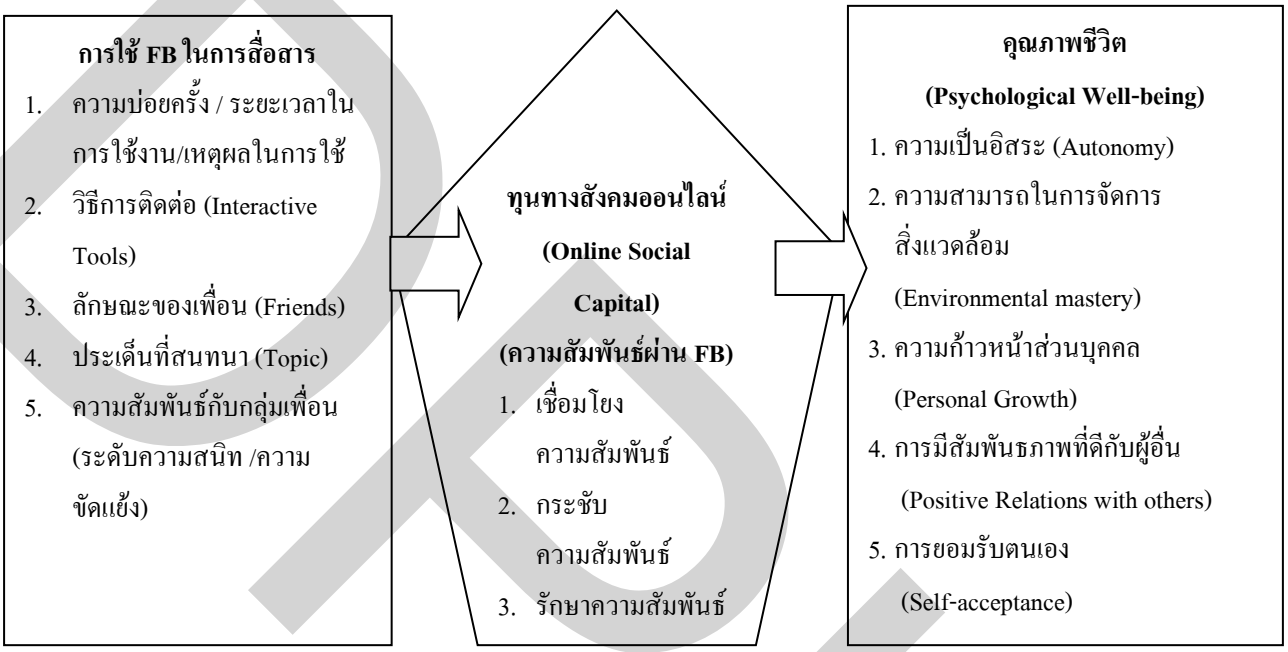
คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง (Psychological Well-being) หมายถึง การวัดระดับความสุขและความพึงพอใจในการดำเนินชีวิตผ่านการประเมินตนเองเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาในการดำเนินชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นอิสระ (Autonomy) ความสามารถจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment mastery) ความก้าวหน้าของชีวิต (Personal Growth) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Positive Relations with others) และการยอมรับตนเอง (Self-acceptance)

1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่เกี่ยวกับทุนทางสังคมในบริบทของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ค)
2. ผลจากการศึกษาจะได้แบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง
3. ผลจากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารของเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ ว่าสามารถสร้างทุนทางสังคมได้หรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเครือข่าย

สังคมออนไลน์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานและสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

1.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการวิจัยที่ต้องอาศัยการทำความเข้าใจถึงแนวคิด ทฤษฎีในศาสตร์ของการสื่อสารด้านการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ศาสตร์ด้านสังคมวิทยาว่าด้วยเรื่องของทุนทางสังคม และศาสตร์ด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องคุณภาพชีวิต ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

2.1.1 เครือข่ายสังคมกับอินเทอร์เน็ต (Social Networking and Internet)

2.1.1.1 แนวคิดเครือข่ายสังคม (Social Network)

2.1.1.2 ทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการ (Actors Network Theory: ANT)

2.1.1.3 แนวคิดเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Sites: SNSs)

2.1.2 เว็บไซต์เฟซบุ๊ค (Facebook)

2.1.3 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

2.1.3.1 แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Use and Gratification Theory)

2.1.3.2 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

2.1.4 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.1.4.1 ทฤษฎีการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication)

1) ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept)

2) ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)

2.1.4.2 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

1) แบบจำลองการพัฒนาความสัมพันธ์ (Developmental Model)

2.1.4.3 การสร้าง การพัฒนาและการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

2.1.5 การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

2.1.5.1 ทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (CMC)

2.1.5.2 การสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต

2.1.5.3 ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

2.1.6 ทุนทางสังคมกับอินเทอร์เน็ต (Social Capital and Internet)

2.1.6.1 แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital)

2.1.6.2 ทุนทางสังคมออนไลน์ (Online Social Capital)

2.1.7 คุณภาพชีวิต (Psychological Well-being)

2.1.7.1 ความหมายของคุณภาพชีวิต

2.1.7.2 ทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิต

2.2 สมมติฐานการวิจัย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

2.1.1 เครือข่ายสังคมกับอินเทอร์เน็ต (Social Networking and Internet)

แนวคิดเครือข่ายสังคม เป็นการอธิบายถึงลักษณะของความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลที่มีการเชื่อมต่อกันเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิดเครือข่ายสังคม 2 มุมมองคือ แนวคิดเครือข่ายสังคม (Social Network) ที่เน้นตัวแสดงเป็นบุคคล (Actors) ในการสร้างเครือข่าย และทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการ (Actors-Network Theory) ที่เน้นตัวแสดงที่เป็นทั้งบุคคลและที่ไม่ใช่บุคคล

2.1.1.1 แนวคิดเครือข่ายสังคม (Social Network)

แนวคิดเครือข่ายสังคม (Social Network Concept) มีพัฒนาการมาจากพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดยมีนักคิดคนสำคัญคือ Richard Emerson ซึ่งต่อยอดความคิดมาจาก George C. Homans โดยมีฐานคติ (Assumption) คือ ในเครือข่ายสังคม จะประกอบด้วย บุคคลหรือตัวแสดง (Actor) ที่มีความสัมพันธ์ (Relation) ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้นมิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคมบางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน เพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่บนพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ ดังนั้น เครือข่ายทางสังคม จึงหมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Pattern of Social Relationship) ของปัจเจกบุคคล (Individual) กลุ่ม

(Group) และองค์กร (Organization) ผ่านรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนมีเป้าหมายร่วมกัน (ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์, 2555, น.1) ทั้งนี้ พระมหาสุทิตย์ อาภากโร (2547, น.55-58) ให้เหตุผลว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมเกิดจากสถานการณ์ปัญหาและสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน หลากหลาย และขยายตัว จนเกินความสามารถของปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มที่จะดำเนินการแก้ไน เครือข่ายจึงเป็นเครื่องมือหรือยุทธศาสตร์ในการสร้างพื้นที่ทางสังคม เพื่อให้เกิดการประสานผลประโยชน์เป็นไปอย่างเท่าเทียมกัน

มุมมองเครือข่ายสังคมของนักวิชาการ

Baker (1994, p. 21) กล่าวว่า เครือข่ายเป็นกระบวนการสร้างและจัดการความสัมพันธ์อันเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งระหว่างบุคคลและระหว่างองค์การ ซึ่งรวมถึงบุคคลที่มีระดับเดียวกัน บุคคลที่เป็นผู้บังคับบัญชา บุคคลที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชา หน่วยงานต่างๆ รวมทั้งกับชุมชนต่างๆ สอดคล้องกับ Dubini and Aldrich (1991) ที่อธิบายว่า เครือข่ายสังคมเป็นสัมพันธภาพที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับองค์การ หรือองค์การกับองค์การ เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์หลายรูปแบบ ทั้งระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์การ ในขณะที่ Ostrom and Ahn (2003) อธิบายว่า เครือข่ายเป็นรูปแบบหนึ่งของทุนทางสังคมที่มีความสำคัญการจัดการปัญหาร่วมกัน ในการจัดการความรู้ ความผูกพันของเครือข่ายทางสังคม ย่อมส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ เพราะพบว่าในสถานการณ์ที่องค์การมีภาระการผูกพันกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์การอย่างหลวมๆ (Weak ties) จะมีการถ่ายทอดความรู้ที่มีความสลับซับซ้อนน้อยได้ดี นอกจากนี้ จุดแข็งของความผูกพันแบบหลวม (Strength of weak ties) นี้ยังช่วยเชื่อมสะพานระหว่างกลุ่ม ซึ่งเป็นการถักทอกลุ่มต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ส่งผลให้องค์การดำเนินการต่อไปได้ด้วยความร่วมมือของสมาชิกด้วยกัน และในสถานการณ์ที่องค์การมีภาระการผูกพันที่เหนียวแน่น (Strong ties) จะสามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีความสลับซับซ้อนมากได้ดี หากเป็นการสร้างความรู้สึกซึ่งถือเป็นขั้นตอนหนึ่งของการจัดการความรู้ ส่วน Coleman (1988, p. S101) เห็นว่า ตัวแสดงต่างๆ ที่อยู่ในเครือข่ายจะได้รับประโยชน์เองจากสมาชิก ตัวแสดงย่อมจะได้รับโอกาสเมื่อสมาชิกได้ให้ความไว้วางใจต่อกัน และมีการพัฒนาทักษะการติดต่อสื่อสารที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้น Burt (1992) ชี้ว่า ตัวแสดงที่มีการติดต่อสื่อสารกับตัวแสดงที่ไม่เคยติดต่อกันมาก่อน จะเป็นการเปิดโครงสร้างทางสังคมและจะได้รับผลประโยชน์ในลักษณะที่เป็นสะพานของการเชื่อมต่อกับสมาชิกใหม่ พร้อมทั้งจะทำให้เข้าถึงสารสนเทศใหม่ด้วย สำหรับ Putnam (2000) แล้วเขามองว่า เครือข่ายสังคมจะก่อให้เกิดการเรียนรู้จากการสร้างความสัมพันธ์ในเครือข่าย ตามแนวคิดทุนทางสังคม ที่ว่า เครือข่ายทางสังคมจัดเป็นสิ่งที่มีคุณค่า

อย่างยิ่งที่เปรียบเป็นทุนทางกายภาพและทุนมนุษย์ที่ทำให้เกิดการเพิ่มผลผลิต ยิ่งมีการติดต่อสื่อสารทางสังคมที่มากเท่าใด ก็ย่อมส่งผลต่อผลผลิตของบุคคลหรือกลุ่มมากยิ่งขึ้น

ด้านการวิเคราะห์เครือข่าย (Social Network Analysis) เบญจวรรณ ตั้งสกุล (2551, น. 43-45) อธิบายว่า การวิเคราะห์เครือข่ายสังคม คือ การศึกษาความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงต่างๆ ของผู้กระทำทางสังคม โดยเฉพาะบุคคล กลุ่มหรือองค์กร ศึกษากระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มที่เน้นถึงกระบวนการที่ปรับตัวและแปรเปลี่ยนไปตามสถานภาพ บทบาทของบุคคลและสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและให้ความสำคัญของความสัมพันธ์กลุ่มต่างๆ มากกว่าที่จะเน้นคุณลักษณะต่างๆ กระบวนการก่อเกิดเครือข่ายจัดเป็นพัฒนาการในการรวมตัวกันของคนชุมชนหรือกลุ่มองค์กร เครือข่ายทางสังคมจึงไม่ได้พิจารณาเพียงเฉพาะลักษณะการติดต่อสื่อระหว่างบุคคลเท่านั้น แต่จะพิจารณาองค์ประกอบอื่นที่สำคัญที่จะมีผลต่อการสนับสนุนทางสังคมคือ ลักษณะโครงสร้าง (Structural Characteristics) ลักษณะหน้าที่ (Function Characteristic) และลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interaction Characteristics) ซึ่งลักษณะโครงสร้างจะเกี่ยวข้องกับขนาด (Size) ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนบุคคลในเครือข่าย และความหนาแน่น (Density) ที่ขึ้นอยู่กับสัดส่วนจำนวนบุคคลในเครือข่ายที่รู้จักกันระหว่างสมาชิก รวมทั้งความสามารถในการติดต่อกับเครือข่ายได้รวดเร็วในช่วงเวลาอันสั้น ในขณะที่ ลักษณะหน้าที่ จะเป็นเรื่องของหน้าที่ที่บุคคลในเครือข่ายทางสังคมมีให้แก่กันและกัน เช่น การสนับสนุนในด้านความรัก การเอาใจใส่ การให้คำแนะนำปรึกษา การให้ข้อมูลข่าวสาร การช่วยเหลือด้านการเงิน สิ่งของและบริการ ส่วนลักษณะปฏิสัมพันธ์ จะเกี่ยวข้องกับชนิดของความสัมพันธ์ ความเหนียวแน่นและความมั่นคงระหว่างสมาชิก ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบหลายประการ เช่น ลักษณะความสัมพันธ์ (Content) ทิศทางความสัมพันธ์ (Direction) ระดับการสนับสนุนและความแข็งแกร่ง (Intensity) รวมทั้งความถี่-ห่างในการติดต่อระหว่างบุคคลในเครือข่าย (Frequency)

ทั้งนี้ Tsai and Ghosal (1998, p. 466) ได้อธิบายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นช่องทางสำหรับการไหลผ่านของทั้งสารสนเทศและทรัพยากร เช่น ในองค์การหากมีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างสมาชิกด้วยกัน อาจจะเป็นความร่วมมือแก้ไขปัญหาในรูปทีมงาน จะทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้ และส่งเสริมต่อการเกิดนวัตกรรมหรือสมรรถนะขององค์การได้ (Reagans and McEvily, 2003) อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเกิดประสิทธิภาพจำเป็นจะต้องมีความใกล้ชิดและมีการติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ (Tsai and Ghoshal, 1998, p. 470) นอกจากนั้น จากการศึกษาของ Hansen (1990, 2000) และ Reagens and McEvily (2003, p. 250) ได้ข้อสรุปว่า ความเหนียวแน่นของความผูกพันที่มาจากความถี่ของการปฏิสัมพันธ์ส่งผลบวกต่อการแบ่งปันความรู้ และเพื่อให้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับ

ความถี่ของการปฏิสัมพันธ์มากขึ้น อาจจะศึกษาที่ลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ 2 ลักษณะ คือ การปฏิสัมพันธ์แบบไม่ได้พบหน้ากับแบบพบหน้า การติดต่อสื่อสารที่ไม่ได้พบหน้าอาจจะเป็นการติดต่อสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล์ และการติดต่อสื่อสารทางเสียง เช่น การโทรศัพท์ ซึ่งมีการวิจัยพบว่า การติดต่อสื่อสารที่แท้จริงจะเอื้ออำนวยต่อการแบ่งปันความรู้ในที่เป็นแบบชัดแจ้ง เช่น ข้อเท็จจริง และข้อมูล (McKenney et al.,1992) และจากการศึกษาของ Makela (2005, p. 140) พบว่า ความถี่ของการปฏิสัมพันธ์แบบไม่พบหน้าส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันสารสนเทศ และความถี่ของการปฏิสัมพันธ์แบบพบหน้า ยังส่งผลบวกต่อการแบ่งปันความรู้ที่เป็นวิธีการหรือแนวทางการปฏิบัติด้วย

Boissevain (1974, pp. 35-39) ได้เสนอลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมไว้ 4 ลักษณะคือ

1. ความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย เนื่องมาจากบทบาทที่มีอยู่ในสังคม หรือ เรียกว่า ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage: Multilplexity) ความสัมพันธ์นี้สามารถนำทฤษฎีบทบาทมาอธิบายได้ เพราะในเครือข่ายทางสังคมประกอบด้วย บุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ตามบทบาทหรือหน้าที่ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนไม่ได้มีบทบาทเดียว แต่มีหลายบทบาท หรือหลายหน้าที่ ดังนั้น บุคคลสองคนอาจมีความสัมพันธ์เชิงซ้อน ซึ่งบทบาทแต่ละบทบาทมีบรรทัดฐานและความคาดหวังเป็นตัวชี้นำแนวทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกัน

2. ความสัมพันธ์ที่มีอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีแลกเปลี่ยน เพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการอบรมถ่ายทอดเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและจิตใจ เช่น สิ่งของ ความช่วยเหลือต่างๆ ทรัพย์สิน เงินทอง หรือบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทนต่อกันไปภายหน้า โดยที่ตัวบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจเองในการที่จะเลือก หรือมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแลกเปลี่ยนอะไรกับอีกบุคคลหนึ่ง

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow) ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกัน (Cooperative) หรือแข่งขันกัน (Competitive) ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน อีกทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุล (Balance Reciprocity) และไม่สมดุลกัน (Negative Reciprocity)

4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์ (Frequency and Duration of Relationship) เป็นปัจจัยที่นำไปสู่คุณภาพของความสัมพันธ์ในลักษณะการเกิดความสัมพันธ์เชิงซ้อน นอกจากนั้น ความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์ก็เป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงซ้อน ความผูกพัน และความมีอิทธิพลต่อกันและกันในด้านพฤติกรรมนั้น จะขึ้นอยู่ที่ความถี่หรือความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์กันประกอบกันขึ้นอยู่ที่ช่วงระยะเวลาของความสัมพันธ์ด้วย หากบุคคลมีความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งถี่หรือบ่อยครั้งเพียงใด และบุคคลมีช่วงระยะเวลาของการรู้จักกันมานานเท่าใด ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคนจะมีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมของกันและกันมากขึ้นเท่านั้น เนื่องจากว่า มีความผูกพันกันมาก แต่ความถี่ของความสัมพันธ์อย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอที่จะทำนายอิทธิพลองความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือพฤติกรรมของบุคคลได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ระยะเวลาของการมีความสัมพันธ์กัน อาจใช้เป็นตัวชี้วัด (Indicator) ในการทำนายอิทธิพลที่จะมีต่อพฤติกรรมของบุคคลมากกว่าความถี่ของการพบปะกัน

นอกจากนี้ Boissevain ได้เสนอว่า การวิเคราะห์เครือข่ายควรจะวิเคราะห์ร่วมกับ 5 ลักษณะของโครงสร้างเครือข่ายคือ ขนาดของเครือข่าย ความหนาแน่นภายในเครือข่าย ความเกี่ยวกันภายในเครือข่าย ตำแหน่งของบุคคลภายในเครือข่ายและกลุ่มของความสัมพันธ์ของบุคคลในเครือข่าย

โดยสรุป แนวคิดเครือข่ายสังคม (Social Network) เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรมาดำเนินกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน มีความสัมพันธ์และตัดสินใจร่วมกัน ผ่านการติดต่อสื่อสารในลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้ผลประโยชน์ดังกล่าวนั้น หมายรวมถึง ข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นต่างๆ ซึ่งการวิเคราะห์ถึงเครือข่ายสังคมนั้นจะเน้นที่การศึกษาความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงต่างๆ ของบุคคล กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มที่เน้นถึงกระบวนการปรับตัวและแปรเปลี่ยนไปตามสถานภาพ บทบาทและสถานการณ์ ซึ่งลักษณะสำคัญของเครือข่ายสังคมนั้นคือ การเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งหมายถึงการมีส่วนร่วม หรือให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมหรือการแก้ไขปัญหา ซึ่งประสิทธิภาพของปฏิสัมพันธ์จะขึ้นอยู่กับความใกล้ชิด และการติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ

2.1.1.2 ทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการ (Actor- Network Theory)

ทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการ (Actor-Network Theory: ANT) เป็นการมองภาพการทำงานระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยีใหม่ เช่น ระบบเครือข่ายการทำงานของธนาคารที่ต้องคนร่วมกับคอมพิวเตอร์ หรือการทำงานในรูปแบบองค์กรเสมือนจริง (พีระพงษ์ กิติเวชโภคาวัฒน์, 2551, น. 20) ทฤษฎีนี้ได้พัฒนามาจากนักสังคมวิทยาที่ว่าด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ Bruno Latour

และ Michel Callon ให้ความสนใจในการศึกษาผู้กระทำการ (Actors) และปฏิบัติการ (Action) ของผู้กระทำการโดยสัมพันธ์กับการพัฒนาเทคโนโลยี โดยมีหลักคิดคือ (ชาญชัย ชัยสุขโกศล, 2555, น. 9-70)

1. ความเปลี่ยนแปลง/ ความต่อเนื่อง สนใจวิเคราะห์ทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงเทคนิคและความต่อเนื่อง/ เสถียรภาพเชิงเทคนิค

2. ความสมมาตร คือ สนใจเทคโนโลยีในฐานะ "ตัวถูกอธิบาย" (explanadum) มากกว่า "ตัวอธิบาย" (explanans) หน้าที่การทำงานของเครื่องจักร เป็นผลมาจากการพัฒนาเชิงเทคนิคและสังคมมากกว่าเป็นสาเหตุ กล่าวคือ สนใจลักษณะของเทคโนโลยีในฐานะเป็นผลมากจากกระบวนการสังคมและเทคนิคมากกว่าสนใจเทคโนโลยีในฐานะเป็นตัวเปลี่ยนแปลงสังคมและเทคนิค

3. ผู้กระทำการ/ โครงสร้าง ศึกษาความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยเน้นผู้กระทำการเป็นศูนย์กลาง (actor-oriented) และเงื่อนไขเชิงโครงสร้างและมิติความไม่แน่นอนเชิงเทคนิค

4. ความโยงใยไร้ตะเข็บ การวิเคราะห์จะไม่แยกระหว่างขาดมติทางสังคม มิติทางเทคนิค มิติทางวิทยาศาสตร์ และมิติทางการเมือง

ทั้งนี้ แนวคิดหรือสมมติฐาน (hypothesis) คือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจะต้องพบกับแรงเฉื่อยในการเปลี่ยนแปลงสังคมวงกว้าง ดังนั้น ถ้าจะประสบความสำเร็จ ผู้กระทำการทางเทคโนโลยีทั้งหลายต้องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งกับสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ (non-human) ที่มีผลประโยชน์ร่วมและมนุษย์คนอื่น (human) กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เทคโนโลยีใหม่ที่สร้างขึ้นต้องสัมพันธ์/ ปะทะ/ ปรับตัว/ ต่อรอง กับเครือข่ายตัวกระทำการรายรอบของเดิมอย่างถูกยุทธศาสตร์ (ชาญชัย ชัยสุขโกศล, 2555, น. 9-70)

ทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการได้ให้ความหมายของสังคม (social) ว่า เครือข่ายของสรรพสิ่งที่หลากหลาย (heterogeneous materials) ซึ่งประกอบด้วยสังคม ธรรมชาติ การเมือง เทคโนโลยี เครื่องจักร และอื่นๆ โดยสิ่งเหล่านี้ได้สร้างเครือข่ายของสังคมโดยการประสาน (mediate) ปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ เช่น การติดต่อสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งต้องใช้คอมพิวเตอร์ คีย์บอร์ด และเครื่องพิมพ์ เป็นต้น (Law, 1992 อ้างถึงใน อารตี อยุทธคร, 2553, น. 15-20) ซึ่งในเครือข่าย ANT จะประกอบด้วยวัตถุที่ประสานตัวด้วยลักษณะเฉพาะตัว เพื่อดำรงความคงทน และความมั่นคงของความสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์แบบแตกต่างหลากหลายระหว่างผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์ภายในเครือข่าย ทำให้เกิด "โครงสร้าง" ที่คงทน ซึ่ง Latour อธิบายว่า การจัดระเบียบในสังคม (social order) นั้น อำนาจ ขนาด (scale) การปกครองโดย

ลำดับชั้น (hierarchy) มีความมั่นคงและดำรงอยู่ได้โดยอาศัยความสัมพันธ์ของสรรพสิ่ง และความคงทนของความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ได้ก้าวข้ามเวลาและพื้นที่ (แหล่งเดิม)

ทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการแตกต่างจากทฤษฎีทางสังคมอื่น เนื่องจากไม่มีการจัดลำดับความสำคัญของคนหรือวัตถุ ในการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงหรือการคงอยู่ของสังคมจะวิเคราะห์ง่ายขึ้นจากการติดตามการเปลี่ยนแปลงโดยใช้ความเชื่อมโยงจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันน้อยไปมากหรือในทางกลับกัน โดยไม่ต้องให้ความสำคัญกับขนาด พื้นที่ในแนวตั้ง และลำดับชั้น อีกทั้ง ทฤษฎีนี้ไม่ได้กำหนดรูปแบบ (model) หรือความสามารถพื้นฐานของผู้ปฏิบัติการในเครือข่าย แต่มีการกำหนดลักษณะ (attribution) ของผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์และผู้กระทำการที่ไม่ใช้มนุษย์ มีการกระจาย (distribution) คุณสมบัติระหว่างผู้ปฏิบัติการทั้งหลาย รวมทั้งมีการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกัน นอกจากนั้น การไหลเวียน (circulation) และการเปลี่ยนแปลง (transformation) ที่เกิดขึ้นภายในเครือข่าย เกิดจากการกำหนดลักษณะ การกระจาย และการเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบทั้งหมาย (แหล่งเดิม)

ทฤษฎีนี้ได้เชื่อมโดยแนวคิดแบบคู่ตรงข้าม (dichotomy) เข้าด้วยกันในกระบวนการวิเคราะห์ เช่น ตัวแทน (agency) และโครงสร้าง (structure) ธรรมชาติและสังคม สังคมระดับจุลภาคและมหภาค โดยใช้ผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์ และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์เป็นตัวกลางในการประสานและสร้างเครือข่าย โดยผู้กระทำการ (actants) ทั้งหลายได้รับการวิเคราะห์ที่ให้ความเท่าเทียมกัน (แหล่งเดิม)

ความสัมพันธ์และการกระทำทั้งหลายของผู้กระทำการถูกมองเป็นทางเลือก (choice) หรือการคัดเลือก (selection) ผู้ปฏิบัติการจะถูกให้ความหมายทางสัญญะเหมือนกัน แม้ว่าผู้ปฏิบัติการจะต่างชนิด (genres) กัน และทำให้เกิดผล (effect) ที่ไม่เหมือนกัน แต่การกำหนดลักษณะ การกระจายสัญศาสตร์ (semiotics) ได้ถูกขยายออก (extend) เพื่อยอมรับวาทกรรมหรือตัวบท (text) ที่ถูกนิยามโดยผู้กระทำการ โดยใช้ความเข้าใจและภาษาของพวกเขาเอง เพื่อติดตามการรวมตัวของผู้กระทำการที่มีความแตกต่างหลากหลาย นอกจากนี้ ANT ไม่มีกรอบแนวคิด (concept framework) หรือขนาดที่แน่นอนในการวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ขนาดของเครือข่ายขึ้นอยู่กับการกำหนดของผู้กระทำการ (แหล่งเดิม) ที่สามารถขยายความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายเดิมหรือมีการสร้างเครือข่ายใหม่ขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า ANT เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายทางสังคม โดยมุ้งเน้นการให้ความสำคัญที่เท่าเทียมของผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์ (เช่น เครื่องมือสื่อสาร คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี) นั่นคือ ทั้งบุคคลและวัตถุ (เทคโนโลยี) ต่างมีฐานะเป็นผู้กระทำการที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบ ผ่านการ

ปะทะ / ปรับตัว/ต่อต้าน/ ต่อรอง ซึ่งจะส่งผลที่ตามมาแตกต่างกัน และแม้ว่าผู้กระทำการจะมีความแตกต่างกันในลักษณะหรือคุณสมบัติ แต่จะมีการสื่อสาร วิธีการสร้างความเข้าใจผ่านภาษาและสัญญะของกลุ่มของตนเอง ทั้งนี้ ขนาดของเครือข่ายก็ขึ้นอยู่กับการกำหนดของผู้กระทำการว่าจะขยายเครือข่ายเดิมที่มีอยู่หรือสร้างเครือข่ายใหม่ให้เกิดขึ้น

2.1.1.3 แนวคิดเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Sites: SNSs)

แนวคิดเครือข่ายสังคมได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะ สื่ออินเทอร์เน็ตคือ สื่อกลางที่มีลักษณะเป็นโครงข่ายในการเชื่อมโยงผู้คนหรือผู้ใช้ที่อยู่ในแต่ละมุมโลกเข้าหากัน ทำให้คนทั่วโลกที่อยู่ต่างพื้นที่ ต่างเวลาสามารถที่จะทำการติดต่อสื่อสารกัน สร้างความสัมพันธ์กัน โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

แนวคิดเครือข่ายสังคมที่มีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นแนวคิดที่อธิบายถึง การสร้างเครือข่ายสังคมผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ซึ่ง Boyd and Ellison (2008) ได้อธิบายว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Sites: SNSs) เป็นบริการเครือข่ายพื้นฐานสำหรับสร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะภายในระบบที่มีขอบเขต โดยการเชื่อมต่อรายการต่างๆ ของผู้ใช้ที่ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่างๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน และสามารถเข้าชมและกีดขวางรายการเชื่อมต่อของบุคคลอื่นภายในระบบได้ ทั้งนี้ Boyd and Ellison (2008) ได้อธิบายว่า การที่เขาไม่ใช้คำว่า “Networking” อย่างที่มีการนำไปใช้ทั่วไปนั้นด้วยเหตุผล 2 ประการคือ การให้ความสำคัญและการจำกัดขอบเขต (emphasis and scope) นั่นคือ “Social Networking site” เป็นการเน้นความสัมพันธ์ในลักษณะของการเริ่มต้น (relationship initiation) โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารกับคนแปลกหน้า (strangers) หรือค้นหาเพื่อนใหม่ ในขณะที่คำว่า “Social Network Sites” (SNSs) ไม่ใช่เว็บไซต์ที่มุ่งเน้นในการติดต่อสื่อสารกับคนแปลกหน้า (meet strangers) หรือการค้นหาเพื่อนใหม่เท่านั้น แต่เป็นการใช้ในการสื่อสารกับเพื่อนหรือคนที่อยู่ในเครือข่ายสังคม โดยเน้นการสร้างเครือข่าย ดังนั้น เว็บไซต์เครือข่ายสังคม จึงไม่จำเป็นต้องใช้ในการติดต่อสื่อสารหรือค้นหาเพื่อนใหม่เสมอไป แต่ใช้ในการสื่อสารกับเพื่อนที่มีอยู่แล้วหรือเพื่อขยายเครือข่ายสังคมให้กว้างขึ้น นอกจากนี้ ศูนย์เทคโนโลยีอีเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2551 , น. 5) เรียกเครือข่ายสังคมผ่านอินเทอร์เน็ตว่า สังคมออนไลน์หรือชุมชนออนไลน์ โดยอธิบายว่า เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตนเองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเชื่อมโยงบริการต่างๆ เช่น การรับส่งอีเมล์ เว็บบอร์ด บล็อก และอื่นๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Vivian and Sudweeks (2003, p.1 อ้างถึงใน ธวัชพงษ์ พิทักษ์ (2552, น. 33) อธิบายว่า เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เน้นการใช้งานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมองข้ามขอบเขตความสัมพันธ์แบบ

พื้นฐาน เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนบ้าน เพื่อนในที่ทำงาน หรือบุคคลในครอบครัว ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสมาชิกบนเครือข่ายเดียวกันอย่างมีปฏิสัมพันธ์ นอกจากนี้ ยังขยายตัวและรองรับรูปแบบการส่งต่อเนื้อหาอย่างเป็นเครือข่าย ซึ่งความสามารถโดยทั่วไปของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ได้แก่ การจัดการผู้ใช้ การจัดการประวัติย่อ การจัดการความคิดเห็น และการส่งข้อความระหว่างผู้ใช้ ส่วน Stone and Jacob (2008) ระบุว่า เครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือสำคัญของเว็บยุค 2.0 ในการใช้เป็นแหล่งรวบรวมสาระความรู้จากผู้คนจำนวนมากไว้ด้วยกัน มีการแบ่งปัน (share) ระหว่างสมาชิก ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ยิ่งใหญ่ เป็นศูนย์รวมเครื่องมือในการสร้างเนื้อหาส่วนตัว เปิดโอกาสให้มีการเชื้อเชิญบุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมบนเครือข่ายเดียวกัน

จุดเริ่มต้นของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

สำหรับจุดเริ่มต้นของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมนั้น เริ่มมาตั้งแต่ปี 1997 ซึ่งเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นครั้งแรกคือ SixDegrees.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้สร้างหน้าข้อมูลส่วนตัว (profile) และสร้างรายการต่างๆ เพื่อเชื่อมต่อกับเพื่อนๆ ในระบบ รวมถึงสามารถส่งข้อความได้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเว็บไซต์ SixDegrees.Com จะมีจำนวนผู้ใช้บริการหลายล้านคนแต่ต้องปิดตัวลงในปี 2000 เพราะมีผู้ใช้มากแต่ไม่มีการขยายเครือข่ายเพิ่มเติม กล่าวคือไม่มีกิจกรรมอื่นนอกจากการเพิ่มเพื่อน (Add Friend) และการรับเป็นเพื่อน (Accept Friend) อีกทั้งผู้ใช้ส่วนมากก็ไม่นิยมพบปะสื่อสารกับคนแปลกหน้าอีกด้วย

ในช่วงปี 1997-2001 เว็บไซต์ที่มีลักษณะของชุมชนเสมือน (Virtual community) ก็เริ่มพัฒนาตัวเองไปสู่เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมกันอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าด้วยการอนุญาตให้ผู้ใช้สร้างหน้าโปรไฟล์ได้ หรือการสร้างรายชื่อเพื่อนได้ AsianAvenue, BlackPlanet, and MiGente อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถสร้างโปรไฟล์แสดงข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลประสบการณ์ทำงาน โดยผู้ใช้สามารถระบุเพื่อนจากโปรไฟล์ส่วนบุคคลของเขาได้โดยไม่ต้องส่งคำขอไปยังบุคคลนั้น (O. Wasow, personal communication, August 16, 2007 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007) ต่อมาปี 1999 LiveJournal ได้สร้างการเชื่อมต่อทิศทางเดียวบนหน้าเว็บของผู้ใช้เว็บไซต์ Cyworld ของประเทศเกาหลีใต้ในปี 1999 ซึ่งเดิมเป็นเพียงกระดานสนทนา ภายหลังได้เพิ่มคุณลักษณะของความเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในปี 2001 (Kim และ Yun อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007) เช่นเดียวกับเว็บ LunarStorm ของประเทศสวีเดนที่ได้กลายเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในปี 2000 โดยในเว็บไซต์จะประกอบไปด้วย การเพิ่มรายชื่อเพื่อน หน้าเกสท์บุ๊ค และหน้าไดอารี่ (D. Skog, personal communication, September 24, 2007 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007)

เว็บไซต์นี้เปิดตัวในปี 2002 เป็นสังคมสมบูรณ์แบบ สำหรับ Ryze ออกแบบมาเพื่อแข่งขันกับเว็บไซต์ Match.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์หาคู่แบบธุรกิจแสวงกำไร ขณะที่เว็บไซต์หาคู่อื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรู้จักกับบุคคลใหม่ๆ ที่มีความสนใจคล้ายกัน (A. Scott, personal communication, June 14, 2007 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007) หลังจากนั้น Friendster ก็เกิดขึ้นโดยในปี 2002 เน้นออกแบบมาเพื่อช่วยให้เพื่อนของเพื่อนรู้จักกันอีกทอดตามสมมติฐานที่ว่าเพื่อนของเพื่อนสร้างความสัมพันธ์ได้ดีกว่าบุคคลใหม่ๆ ที่ไม่รู้จักกันมาก่อน (Cohen, 2003 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007)

ตั้งแต่ปี 2003 เป็นต้นมา ได้เกิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก โดยจะเน้นไปที่การแลกเปลี่ยนสื่อในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เช่น เว็บไซต์ Last.FM ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2003 ที่เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับเพลง หรือเว็บไซต์ Flickr ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2004 ที่เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนรูปภาพ หรือเว็บไซต์ YouTube ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2005 ที่เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนคลิปวีดีโอ เป็นต้น (Boyd & Ellison, 2007) นอกจากนี้ อีกเว็บไซต์หนึ่งที่เกิดขึ้นในปี 2003 ก็คือ MySpace โดยเว็บไซต์นี้ถูกตั้งขึ้นเพื่อแข่งกับเว็บไซต์ Friendster, Xanga และ AsianAvenue (T. Anderson, personal communication, August, 2, 2007 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007)

เนื่องจากเว็บไซต์ MySpace เป็นที่นิยมในประเทศสหรัฐอเมริกาและต่างประเทศ จึงส่งผลให้เกิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและแพร่หลายไปทั่วโลก เช่น เว็บไซต์ Orkut ได้เป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมแรกในประเทศบราซิลก่อนที่จะเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็วในประเทศอินเดีย (Madhavan, 2007 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007) ส่วนเว็บไซต์ Mixi ก็เป็นเว็บไซต์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศญี่ปุ่น และเว็บไซต์ Bebo ได้รับความนิยมมากในประเทศสหราชอาณาจักร นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย เป็นต้น (Boyd and Ellison, 2007)

ปี 2004 เว็บไซต์ Facebook ได้กำเนิดขึ้น โดยเริ่มแรกเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น (Cassidy, 2006 อ้างถึงใน Boyd and Ellison, 2007) ต่อจากนั้นในปี 2005 เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนี้ก็เปิดให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาสามารถเข้าใช้ได้ (Boyd & Ellison, 2007) ปัจจุบัน Facebook เปิดให้บริการแก่ทุกคนไม่จำกัดเฉพาะนักเรียนนักศึกษา และกลายเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

การเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในสังคมออนไลน์ ในขณะที่เว็บไซต์หลายเว็บไซต์เกิดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นแหล่งรวมชุมชนหรือสังคมที่มีความสนใจร่วมกัน เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเกิดขึ้นโดยมีพื้นฐานเน้นที่บุคคล ชุมชนสาธารณะออนไลน์ในช่วงแรกๆ อย่าง Usenet และกระดานสนทนา ก่อตั้งขึ้นโดยมีที่มาจากกลุ่ม

หัวข้อหรือประเด็นปัญหา แต่เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีที่มาจากเครือข่ายบุคคล ซึ่งมีปัจเจกบุคคลเป็นศูนย์กลางของสังคมของตนเอง (personal or "egocentric" networks) Wellman (1988, p. 37 อ้างถึงใน Boyd & Ellison, 2007) ชี้ว่าเว็บไซต์เครือข่ายสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างทางสังคม ซึ่งเป็นโลกที่ประกอบขึ้นจากเครือข่ายไม่ใช่กลุ่ม คุณลักษณะของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก่อให้เกิดกรอบแนวคิดใหม่เกี่ยวกับสังคมออนไลน์ และทำให้บริบทการวิจัยใหม่ที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา

องค์ประกอบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

ธวัชพงษ์ พิทักษ์ (2552) ได้สรุปองค์ประกอบสำคัญของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมไว้ 3 ลักษณะคือ

1. เพื่อน (Friend) หมายถึง บุคคลที่อยู่บนเครือข่ายเดียวกันกับผู้ใช้เอง มีระดับความสัมพันธ์มากกว่า 1 ระดับ เช่น เพื่อนของเพื่อน เป็นต้น โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพื่อน เช่น การเพิ่มรายชื่อเพื่อนสำหรับการติดต่อ การตอบรับคำขอเป็นเพื่อน การบอกเลิกคำขอเป็นเพื่อน เป็นต้น

2. ประวัติย่อ (Profile) คือ การเผยแพร่ข้อมูลโดยสังเขปเกี่ยวกับตนเอง เช่น ชื่อเล่น เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน ความสนใจพิเศษ งานอดิเรก เป็นต้น

3. การแสดงความคิดเห็นหรือการส่งข้อความ (Comment / Message) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่สำคัญของผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ช่วยให้ผู้ใช้บนเครือข่ายเดียวกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านการพิมพ์โต้ตอบกัน ซึ่งการสื่อสารทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะถูกเก็บบันทึกไว้และผู้ใช้สามารถเข้ามาอ่านย้อนหลังได้ตามต้องการ

นอกจากนั้น Boyd and Ellison (2008) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า รูปแบบของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม มีความน่าสนใจและดึงดูดใจให้เข้าใช้งาน เนื่องจากมีลักษณะการให้บริการการใช้งานที่หลากหลาย รองรับสื่อหลายประเภท เช่น การมีพื้นที่ในการเผยแพร่รูปภาพ การมีเกมส์มากมายให้ผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้เลือกเล่น และการมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีส่วนที่ผู้ใช้บริการสามารถเลือกจัดการระบบตามความต้องการของตัวเองได้ เช่น การใช้ profiles ของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นพื้นที่ในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนรูปภาพ คลิปวิดีโอ เพลง และข้อความต่างๆ กับผู้อื่น การใช้โปรแกรมประยุกต์ (Application) ที่สนใจเข้าไว้ในระบบเพื่อเล่นเกมต่างๆ เช่น ในเว็บไซต์ Facebook ก็มีเกมส์ต่างๆ ให้ผู้ใช้เลือกเล่นอย่างมากมาย เป็นต้น

ลักษณะของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

Lovetoknow (2011) ได้สรุปลักษณะสำคัญของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมไว้ดังนี้

1. ยึดผู้ใช้เป็นหลัก (User-based) ก่อนที่ Facebook และ MySpace จะกลายเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมหลัก เนื้อหาบนเว็บไซต์ทั่วไปจะอัพเดตโดยผู้ใช้เพียงคนเดียวและมีผู้อ่านเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป การไหลของข้อมูลบนเครือข่ายเป็นทิศทางเดียวกำหนดโดยเจ้าของเว็บไซต์นั้นๆ แต่ต่อมา เนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ถูกกำหนดเองโดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ด้วยความคิดที่ว่าถ้าไม่มีผู้ใช้ ระบบเครือข่ายก็จะเป็นเพียงพื้นที่ว่าง ไม่มีแอพพลิเคชั่นและห้องสนทนา ผู้ใช้สามารถขยายเครือข่ายได้ด้วยบทสนทนาในห้องแชทรูมและในเนื้อหา ผู้ใช้คนใดก็ได้ในกลุ่มสามารถกำหนดทิศทางของเนื้อหา ซึ่งถือเป็นประเด็นที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีลูกเล่นที่น่าสนใจและมีพลวัตรสำหรับผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

2. การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ลักษณะอีกประการหนึ่งของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมสมัยใหม่ คือ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ เนื่องจากเครือข่ายดังกล่าวไม่ได้มีไว้เพื่อสร้างห้องแชทรูมและการแสดงความคิดเห็นเท่านั้น แต่เว็บไซต์เหล่านี้กลายเป็นสิ่งบันเทิงที่ผู้คนเลือกใช้มากกว่าโทรทัศน์ เนื่องจากเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นมากกว่าสื่อบันเทิง เพราะเป็นสื่อที่ใช้ในการติดต่อและสานสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน

3. ขับเคลื่อนชุมชน (Community-driven) เว็บไซต์เครือข่ายสังคมสร้างขึ้นและเติบโตมาจากแนวคิดของเว็บไซต์ชุมชน ซึ่งหมายความว่า ชุมชนหรือกลุ่มสังคมจะก่อตัวมาจากความเชื่อหรือความสนใจที่คล้ายกัน ซึ่งสังคมควรยึดนำไปเป็นหลักการ ผู้ใช้สามารถที่จะค้นพบกลุ่มสังคมย่อย เช่น กลุ่มศิษย์เก่าโรงเรียน หรือกลุ่มสงเคราะห์สัตว์ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ใช้สามารถใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมในการค้นหาเพื่อนใหม่ๆ ที่มีความสนใจคล้ายกัน รวมถึงติดต่อกับเพื่อนเก่าที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานานได้อีกด้วย

4. ความสัมพันธ์ (Relationships) เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมถือว่า ได้ก่อตัวขึ้นมาจากการสร้างความสัมพันธ์ของคนในเครือข่าย ยิ่งมีความสัมพันธ์มากย่อมส่งผลต่อความเป็นศูนย์กลางของเครือข่าย และเป็นการสนับสนุนแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบพีระมิด ที่เน้นพลังของเครือข่าย นั่นคือ เมื่อผู้ใช้มีรายชื่อเพื่อน 20 รายชื่อ และต้องการจะเขียนข้อความถึงทั้งกลุ่มและอัพเดตบนหน้าโปรไฟล์ เนื้อหาหนึ่งๆ จะเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็วบนระบบเครือข่ายรายชื่อเพื่อน ขณะเดียวกันเครือข่ายเพื่อนกลุ่มย่อย อาจช่วยขยายเนื้อหาออกไปเป็นทอดได้อีกด้วย

5. อารมณ์เหนือเนื้อหา (Emotion over content) คุณลักษณะสำคัญอีกหนึ่งประการของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมคือ ปัจจัยด้านอารมณ์ ขณะที่เว็บไซต์ในอดีตมุ่งไปที่การจัดการเนื้อหาข้อมูลสำหรับผู้อ่านเพียงฝ่ายเดียว แต่เครือข่ายสังคมออนไลน์จะเน้นไปที่เรื่องของการใช้เรื่อง

อารมณ์ (emotional security) และความรู้สึก (sense) ที่มีต่อเรื่องต่างๆ เช่น ปัญหาหย่าร้าง มีความสัมพันธ์ที่ไม่สู้ดีกับคู่ครอง หรือเกิดวิกฤตภายในครอบครัว โดยผู้ใช้จะใช้สื่อเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อสื่อสารโดยตรงกับเพื่อนในบัญชีรายชื่อในการให้คำแนะนำสำหรับสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ เป็นต้น

จากลักษณะของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม จะเห็นว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (SNSs) อย่างมายสเปซ (MySpace) เฟซบุ๊ค (Facebook) ไซเวิร์ล (Cyworld) และ เบ็บโบ (Bebo) ต่างเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าใช้งานมากกว่า 1 ล้านคน ซึ่งผู้ใช้หลายคนใช้เว็บไซต์ดังกล่าวอย่างเป็นประจำ เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะใช้รักษาความสัมพันธ์กับคนที่รู้จักกันมาก่อน แต่สำหรับคนแปลกหน้า (stranger) แล้ว เว็บไซต์เหล่านี้จะถูกใช้ในการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ ทั้งในเรื่องการเมืองหรือกิจกรรม บางเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์เพื่อความบันเทิงก็จะมีผู้ชมที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านภาษา เชื้อชาติ สัญชาติ เพศ ศาสนา สำหรับขอบเขตของการใช้งานเว็บไซต์คือ การรวมกันของข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ และการใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ทั้งการเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ (mobile connectivity) การเขียนบล๊อค (blogging) และการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ (photo/video sharing)

ประเภทของเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

เมื่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศได้ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบการใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้รูปแบบการสร้างเว็บไซต์เครือข่ายสังคมก็ได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัย 2 ประการคือ (1) พัฒนาการของเว็บไซต์ที่เข้าสู่ยุค Web 2.0 ซึ่งก็คือ วิธีการใหม่ที่ผู้พัฒนาซอฟแวร์และผู้ใช้ (end-users) สามารถใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์เครือข่าย (World Wide Web) บนแพลตฟอร์มที่ประกอบด้วยเนื้อหา และโปรแกรม (content and applications) ที่ให้ผู้ใช้ทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาได้ โดยไม่ต้องรอให้ผู้พัฒนาซอฟแวร์หรือเจ้าของเว็บไซต์ (เจ้าของสื่อ) เป็นผู้เข้ามาเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และ (2) แนวคิดเรื่อง User Generated Content (UGC) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ผู้ใช้ (user) เป็นผู้ที่สามารถสร้างและเผยแพร่เนื้อหาได้ด้วยตนเอง และด้วยปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้ จึงนำไปสู่การเกิดสื่อที่ใช้สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบใหม่ที่มีการเชื่อมโยงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นที่รู้จักในชื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media)

Kaplan and Haenlein (2010, pp. 62-64) ให้นิยามของ Social Media ว่า เป็นโปรแกรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานในอินเทอร์เน็ต โดยให้ผู้ใช้ (users) สามารถสร้างและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ รูปแบบของสื่อสังคม (Social Media) จึงมีลักษณะของการแบ่งปัน/แลกเปลี่ยน (sharing) สื่อในรูปแบบต่างๆ ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม เช่น รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์ ตลอดจน การสร้างกราฟิกผ่าน

ภาพ 3 มิติ (3D) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในโลกเสมือนจริงในลักษณะของเกมส์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเขาได้จำแนกประเภทของ Social Media ไว้ 6 ประเภท ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา (Collaborative projects) ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ใช้ (users) แต่ละคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาเพื่อประโยชน์ร่วมกัน เช่น เว็บไซต์สารานุกรมออนไลน์ Wikipedia.org ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์จะช่วยกันเพิ่ม แก้ไข เปลี่ยนแปลง ข้อความ หรือเนื้อหาเพื่อให้เนื้อหานั้นมีความสมบูรณ์และมีประโยชน์มากที่สุด

2. บล็อก (Blogs) เป็นการสร้างหน้าเว็บแบบส่วนตัวขึ้นมาเพื่อเขียนบทความหรือเนื้อหาที่ผู้เขียนมีความสนใจหรือเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ลักษณะของการเขียนจะคล้ายกับการเขียนบันทึกประจำวัน (diary) คือ การเขียนเป็นประจำต่อเนื่องทุกวัน ทั้งนี้ การเขียนบล็อกนั้นแม้ว่าจะมีลักษณะของความเป็นส่วนตัว แต่ก็สามารถที่จะเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้อ่านและแสดงความคิดเห็นได้ (Comment)

3. ชุมชนเนื้อหา (Content communities) เป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน แบ่งปันเนื้อหาหรือสื่อในหลากหลายรูปแบบ เช่น รูปภาพ วิดีโอ หรือไฟล์นำเสนองาน (photo, video and PowerPoint presentation) ซึ่งสามารถทำการดาวน์โหลดหรืออัพโหลดเนื้อหาได้ เว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จัก เช่น Flickr.com (รูปภาพ), YouTube.com (วิดีโอ) และ Slideshare.net (PowerPoint) เป็นต้น

4. เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social networking sites) เว็บไซต์ที่มีลักษณะของการสร้างหน้าเว็บข้อมูลส่วนตัว (profiles) เพื่อนำเสนอข้อมูลของตนเอง โดยเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนที่อยู่ระบบเดียวกัน ผ่านการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารทั้งรูปภาพ วิดีโอ หรือการส่งข้อความผ่านข้อความสั้น หรือการสนทนาออนไลน์ การเชิญชวนให้เพื่อนเข้ามาชมข้อมูลของตนเอง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น เฟซบุ๊ค (Facebook) และ ไฮไฟว์ (Hi5) เป็นต้น

5. เกมส์ (Virtual game worlds) การเน้นให้ผู้ใช้หลายคนได้มีส่วนร่วมในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในเวลาเดียวกัน ผ่านการสร้างภาพตัวแทน (avatar) โดยผู้เล่นหลายคนจะเข้ามาเล่นในเวลาเดียวกัน เสมือนอยู่ในโลกเดียวกัน และผู้เล่นแต่ละคนจะสวมบทบาทเป็นตัวละครตัวหนึ่งในโลกนั้นด้วย ทั้งนี้ เกมส์ประเภทนี้จะมีการกำหนดเป้าหมายให้ผู้เล่นเกมส์ต้องดำเนินตามให้สำเร็จ เกมส์จึงจะดำเนินต่อไป ซึ่งเกมส์ประเภทนี้เรียกว่า MMORPG (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game) เช่น World of Warcraft, The Kingdom of the Winds และ EverQuest เป็นต้น

6. สังคมเสมือน (Virtual social worlds) เป็นเกมส์ที่อยู่ในโลกเสมือนอีกประเภทหนึ่งที่ผู้เล่นจะต้องมีการสร้างภาพตัวแทน (avatar) แต่จะแตกต่างจาก Virtual game worlds เพราะจะ

มุ่งเน้นให้ผู้เล่นเลือกที่จะเข้าไปสู่โลกเสมือนจริงหรือโลกที่สอง (SecondLife) ที่สร้างขึ้นด้วยภาพ 3 มิติ ซึ่งผู้เล่นสามารถเข้าไปดำเนินชีวิตประจำวันตามที่ตนต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของ การพูดคุย การเลี้ยงสัตว์ เกมส์ลักษณะนี้จะไม่มีการกำหนดเป้าหมายหรือจุดหมาย แต่ผู้เล่นสามารถที่จะสร้าง ซื้อ หรือทำกิจกรรมต่างๆ ได้ด้วยตนเอง เช่น Zooby Pet เกมส์เลี้ยงสัตว์เสมือนจริงที่เติบโตได้ , Racer Island เกมส์แข่งรถในสนามแข่ง เป็นต้น

จากแนวคิดข้างต้น จะพบว่า เครือข่ายสังคมเกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายผ่านการแลกเปลี่ยนประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ จนก่อเกิดความสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการอธิบายถึงวิธีการสร้างเครือข่ายสังคมผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊คที่เกี่ยวกับลักษณะของความสัมพันธ์ รูปแบบปฏิสัมพันธ์ การแลกเปลี่ยนประโยชน์ระหว่างผู้ใช้เฟซบุ๊คว่ามีลักษณะอย่างไร

2.1.2 เว็บไซต์เฟซบุ๊ค (Facebook)

เว็บไซต์เฟซบุ๊ค

รายงานผลการสำรวจของ เว็บไซต์ http://expandedramblings.com (กันยายน, 2013) ระบุว่า เฟซบุ๊คมีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลกรวมกันมากถึง 1.15 พันล้านคน จากปีที่แล้วที่มีจำนวน 1.11 พันล้านคนโดยในแต่ละวันมีผู้ใช้งาน 699 ล้านคน มีการแปลภาษาได้มากถึง 70 ภาษา โดยในประเทศสหรัฐอเมริกามีผู้ใช้ถึง 128 ล้านคน จำนวนเพื่อนบนเครือข่ายทั่วโลกมีมากถึง 150 พันล้านคน โดยใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือต่อเดือนมากถึง 819 ล้านคน และโดยเฉลี่ยใช้งานครั้งละ 20 นาที นอกจากนี้ เว็บไซต์ http://blog.zocialinc.com (29 เมษายน 2556) ได้รวบรวมสถิติการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คในประเทศพบว่า จากประชากรไทย 66 ล้านคน มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 25 ล้านคน โดยมีผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คมากถึง 18 ล้านคน โดยมีผู้ใช้เฟซบุ๊คมากที่สุดคือร้อยละ 85 รองลงมาคือ ทวิตเตอร์ร้อยละ 10 และอินสตาร์แกรม ร้อยละ 5 ซึ่งการใช้งานเฟซบุ๊คนั้นถือว่า มีการเติบโตจากปี 2556 ถึงร้อยละ 24 สำหรับตัวเลขจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊คของประเทศไทยมีผู้ใช้เฟซบุ๊ค จำนวน 18 ล้านคน http://www.internetworldstats.com/facebook.htm, 31 December 2512) ส่วนเฟซบุ๊คเพจทั่วโลก (Facebook Pages) มีจำนวนมากถึง 3.34 ล้านเพจ ในขณะที่ประเทศไทยมี 4.53 แสนเพจ สำหรับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คของไทยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงร้อยละ 51 และผู้ชายร้อยละ 49 และกลุ่มอายุของผู้เข้าใช้งาน 18-24 ปี ตามมาด้วยอายุ 25-34 ปี (http://www.socialbakers.com)

ประวัติของเฟซบุ๊ค

ดวงกมล ชาติประเสริฐ และศศิธร ยุวโกศล (2555, pp. 22-23) ได้สรุปประวัติของเฟซบุ๊คไว้ว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊คถือเป็นสื่อสังคม (Social Media) ประเภทบริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Sites) ใช้ URLว่า https://www.facebook.com/ ซึ่งเปิดตัวในปี พ.ศ.2547 โดยผู้ก่อตั้งที่ชื่อ "มาร์คซักเกอร์เบิร์ก" (Mark Zuckerberg) ซึ่งเป็นโปรแกรมเมอร์ที่เก่งมากคนหนึ่งของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย "ฮาร์วาร์ด" ได้ร่วมกับเพื่อนอีก 2 คน คือ ดิสตินมอสโควิตซ์ และคริส ฮิวส์ พัฒนาเว็บไซต์เฟซบุ๊คและก่อนที่เขาจะสร้างเว็บไซต์เฟซบุ๊คได้สำเร็จ เขาได้เคยพัฒนาเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมาแล้ว ได้แก่ เว็บไซต์ Coursematch และ Facemash (Guardian, July 2007)

เว็บไซต์ Coursematch อนุญาตให้ผู้ใช้เข้าดูเพื่อนคนอื่นที่ลงทะเบียนเรียนได้ ขณะที่เว็บไซต์ Facemash กลายเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมรูปของนักศึกษาหอพักมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด แล้วสุ่มรูปขึ้นมาคู่กันสองรูปแล้วให้ผู้ใช้โหวตว่า ใครหล่อหรือสวยกว่ากัน ภายหลังทั้ง 2 เว็บไซต์ไม่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้เนื่องจาก Mark Zuckerburg ถูกกล่าวหาว่าล่วงล้ำเข้าไปเอาข้อมูลรูปภาพรวมทั้งเปิดอ่านอีเมล์ในเซิร์ฟเวอร์ผู้ใช้คนอื่นๆ (Makeuseof, March 2010)

เว็บไซต์ CrunchBase (CrunchBase, 2011) กล่าวถึงประวัติของเว็บไซต์เฟซบุ๊คอย่างละเอียดว่า เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 Mark Zuckerburg ได้เปิดตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊คขึ้นอีกมาแทนเว็บไซต์ Coursematch และ Facemash ได้สำเร็จโดยเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็โด่งดังขึ้นมาในระยะเวลาอันสั้น เพราะเพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ครึ่งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดก็สมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊คเพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่นๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งานเฟซบุ๊คบ้างเหมือนกัน มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนของเขา Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้างเฟซบุ๊คและเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น เฟซบุ๊คจึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

สำหรับชื่อเรียก “เฟซบุ๊ค” เริ่มมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของมาร์ค ที่ชื่อฟิลิปส์ เอ็กเซเตอร์ อะคาเดมี่ โดยที่โรงเรียนนี้จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่นๆ ได้รู้จักเพื่อนๆ ในชั้นเรียน ซึ่งเฟซบุ๊คนี้จริงๆ แล้วก็เป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่ง มาร์คได้เปลี่ยนแปลงและนำมันเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ต

เมื่อประสบความสำเร็จในการก่อตั้งมาร์คได้เข้าไปคุยกับ ชอน ปาร์คเกอร์ (Sean Parker) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Napster จากนั้นไม่นาน ปาร์คเกอร์ก็ย้ายเข้ามาร่วมทำงานกับมาร์ค โดย

ปาร์คเกอร์ได้แนะนำให้รู้จักกับนักลงทุนรายแรก ซึ่งก็คือ ปีเตอร์ ธีล (Peter Thiel) หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Paypal และผู้บริหารของ The Founders Fund โดยปีเตอร์ได้ลงทุนในเฟซบุ๊คเป็นจำนวนเงิน 500,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อมา ด้วยจำนวนสมาชิกหลายล้านคน ทำให้บริษัทหลายแห่งสนใจในตัวเฟซบุ๊คโดย Friendster พยายามที่จะขอซื้อเฟซบุ๊คเป็นเงิน 10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในกลางปีพ.ศ. 2548 แต่เฟซบุ๊คปฏิเสธข้อเสนอไป และได้รับเงินทุนเพิ่มเติมจาก Accel Partners เป็นจำนวนอีก 12.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในตอนนั้น เฟซบุ๊คมีมูลค่าจากการประเมินอยู่ที่ประมาณ 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

เฟซบุ๊คยังเติบโตต่อไปจนถึงเดือนกันยายนปีพ.ศ.2549 ก็ได้เปิดให้โรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเข้าร่วมใช้งานได้ และในเดือนถัดมา เฟซบุ๊คได้เพิ่มฟังก์ชั่นใหม่ โดยสามารถให้สมาชิก เอารูปภาพมาแบ่งปันกันได้ ซึ่งฟังก์ชั่นนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม จากนั้นไม่นานเฟซบุ๊คได้รับเงินจากการลงทุนเพิ่มอีกของ Greylock Partners, Meritech Capital พร้อมกับนักลงทุนชุดแรกคือ Accel Partners และ ปีเตอร์ ธีล เป็นจำนวนเงินถึง 25 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมูลค่าการประเมินมูลค่าในตอนนั้นเป็น 525 ล้านเหรียญ หลังจากนั้น เฟซบุ๊คได้เปิดให้องค์กรธุรกิจหรือบริษัทต่างๆ ให้สามารถเข้าใช้งานเฟซบุ๊คและสร้างเน็ตเวิร์คต่างๆ ได้ ซึ่งในที่สุด องค์กรธุรกิจกว่า 20,000 แห่งได้เข้ามาใช้งาน และสุดท้ายในปีพ.ศ. 2550 เฟซบุ๊คก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมล์ ได้เข้าใช้งาน ซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไป ไม่ว่าเป็นใครก็สามารถเข้าไปใช้งาน เฟซบุ๊คได้เพียงแค่มีอีเมล์เท่านั้น ต่อมา ในช่วงฤดูร้อนปี พ.ศ. 2550 Yahoo พยายามที่จะขอซื้อเฟซบุ๊คด้วยวงเงินจำนวน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีรายงานว่า มาร์คได้ทำการตกลงกันด้วยวาจาไปแล้วด้วยว่า จะยอมขายเฟซบุ๊คให้กับ Yahoo และเพียงแค่สองสามวันถัดมา หุ้นของ Yahoo ก็ได้พุ่งขึ้นสูงเลยทีเดียว แต่ว่าข้อเสนอซื้อได้ถูกต่อรองเหลือเพียงแค่ 800 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทำให้มาร์คปฏิเสธข้อเสนอนั้นทันที ภายหลังต่อมา ทาง Yahoo ได้ลองเสนอขึ้นไปที่ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ อีกครั้ง คราวนี้มาร์คปฏิเสธ Yahoo ทันที และได้รับชื่อเสียงในทางไม่ดีว่า ทำธุรกิจเป็นเด็กๆ ไปในทันที นี่ไม่ใช่ครั้งแรกที่มาร์คปฏิเสธขอเสนอซื้อบริษัท เพราะเคยมีบริษัท Viacom ได้เคยลองเสนอซื้อเฟซบุ๊คด้วยวงเงิน 750 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และถูกปฏิเสธไปแล้วในเดือนมีนาคมปี 2550 ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีข่าวอีกกระแสหนึ่งที่สำหรับเฟซบุ๊คที่ได้มีการโต้เถียงกันอย่างหนัก กับ Social Network ที่ชื่อ ConnectU โดยผู้ก่อตั้ง ConnectU ซึ่งเป็นเพื่อนร่วมชั้นเรียนกับมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์กที่ฮาเวิร์ด ได้กล่าวหาว่า มาร์คได้ขโมยตัว source code สำหรับเฟซบุ๊คไปจากตน โดยกรณีนี้ได้มีเรื่องมีราวไปถึงชั้นศาล และตอนนี้ได้แก้ไขข้อพิพาทกันไปเรียบร้อยแล้ว และถึงแม้ว่าจะมีข้อพิพาทอย่างนี้เกิดขึ้น การเติบโตของ Facebook ก็ยังขับเคลื่อนต่อไปในฤดูใบไม้ร่วงปีพ.ศ.2551 เฟซบุ๊คมีสมาชิกที่มาสมัครใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่วันละ 200,000 คน ซึ่งรวมกันแล้วทำ

ให้เฟซบุ๊ค มีสมาชิกมากถึง 50 ล้านคน โดยเฟซบุ๊คมียอดผู้เข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 ล้านเพจวิวต่อเดือน จากวันแรกที่เฟซบุ๊คเป็น social network ของนักศึกษามหาวิทยาลัย จนวันนี้ สมาชิกของเฟซบุ๊ค 11% มีอายุมากกว่า 35 ปี และสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 30 ปีก็เข้ามาสมัครใช้เฟซบุ๊คกันมาก นอกเหนือจากนี้ เฟซบุ๊คยังเติบโตอย่างยิ่งใหญ่ในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดย 15% ของสมาชิกเป็นคนที่อยู่ในประเทศแคนาดา ซึ่งมีรายงานออกมาด้วยว่า ค่าเฉลี่ยของสมาชิกที่มาใช้งานเฟซบุ๊คนั้นอยู่ที่ 19 นาทีต่อวันต่อคน โดยเฟซบุ๊คถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 6 ของสหรัฐอเมริกาและเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้อัพโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4 หมื่นหนึ่งพันล้านรูป

ลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊ค

ผู้ใช้งานเฟซบุ๊ค (user) ต้องใช้ชื่อจริงและอีเมล์เดียวกันในการลงทะเบียนและมีความต้องการที่จะรู้จักคนอื่นที่มีตัวตนจริงๆ อีกทั้ง การสื่อสารนั้นส่วนใหญ่เน้นการติดต่อระหว่างกลุ่มเพื่อนที่รู้จักกันอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งลักษณะการใช้งานจะเป็นลักษณะของการส่งลิงค์ เช่น หากเพื่อต้องการขอเราเป็นเพื่อนก็จะส่งข้อความมาหาเรา (friends request) และถ้าตอบตกลง จึงทำการเพิ่มชื่อเพื่อนเข้าไปอยู่ในบัญชีรายชื่อหรือเครือข่ายของเฟซบุ๊คทันที (add friends) ขณะเดียวกันเราก็สามารถส่งลิงค์เชิญชวนเพื่อนหรือคนอื่นให้เข้ากลุ่มเป็นลูกโซ่ต่อไปได้ (find friends) โดยในเฟซบุ๊คจะมีการแบ่งปันข้อมูลประสบการณ์ของแต่ละคน (sharing) อัพเดตรูปภาพ (update) พูดคุย (chat) แสดงความคิดเห็น (comment) รวมถึง ผู้ใช้สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว (profile) เพิ่มรายชื่อผู้ใช้อื่น (add contact) แลกเปลี่ยนข้อความ (comment) และแสดงการเตือนทันทีเมื่อมีผู้ติดต่อเข้ามา (notification) หรือเมื่อเพื่อนมีการปรับปรุงข้อมูลส่วนตัว (update status) นอกจากนั้น ผู้ใช้ยังสามารถสร้างกลุ่ม (create group) ตามความสนใจส่วนตัวและจัดระบบตามสถานที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัยได้

นอกเหนือจาก ลักษณะการใช้งานของเฟซบุ๊คที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างแท้จริงแล้ว ความโดดเด่นอีกอย่างหนึ่งของชุมชนออนไลน์แห่งนี้ คือ เฟซบุ๊คเป็นแพลตฟอร์ม (platform) ประเภทหนึ่งที่สามารถให้นักพัฒนาโปรแกรมต่างๆ นำแอปพลิเคชั่นมาใช้บนแพลตฟอร์มของเฟซบุ๊คในลักษณะของ Widget ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มความน่าสนใจของ เฟซบุ๊คให้แตกต่างไปจากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการเพิ่มเพื่อน (add friend) และการใส่ความคิดเห็น (comment) ผู้ใช้ก็จะมีโอกาสในการทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น การเล่มเกมส์ ทำแบบทดสอบ กีฬา ธุรกิจ การศึกษา เป็นต้น

ส่วนประกอบของเฟซบุ๊ค

ภาพที่ 2.1 แสดงหน้าการเข้าใช้งานเว็บไซต์

ส่วนประกอบของเฟซบุ๊ค ประกอบด้วย 3 ส่วนหลักๆ คือ เมนูหลัก (Main Menu) ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในเฟซบุ๊ค เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล หรือรายการเพื่อน ส่วนประกอบเสริมที่เพิ่มเติมจากการใช้งานในเมนูหลัก (Application Menu) และส่วนที่ทำให้ผู้ใช้งานมีความสะดวกต่อการใส่ข้อมูล (Feature Menu) (ปกรณ์กฤช กันทะเลิศ, 2554, น. 5)

1. Main Menu ประกอบด้วย แถบคำสั่งหลัก ซึ่งอยู่ด้านบนสุด หลังจากที่ Login เข้ามาแล้ว ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 แสดงส่วนของเมนูหลัก

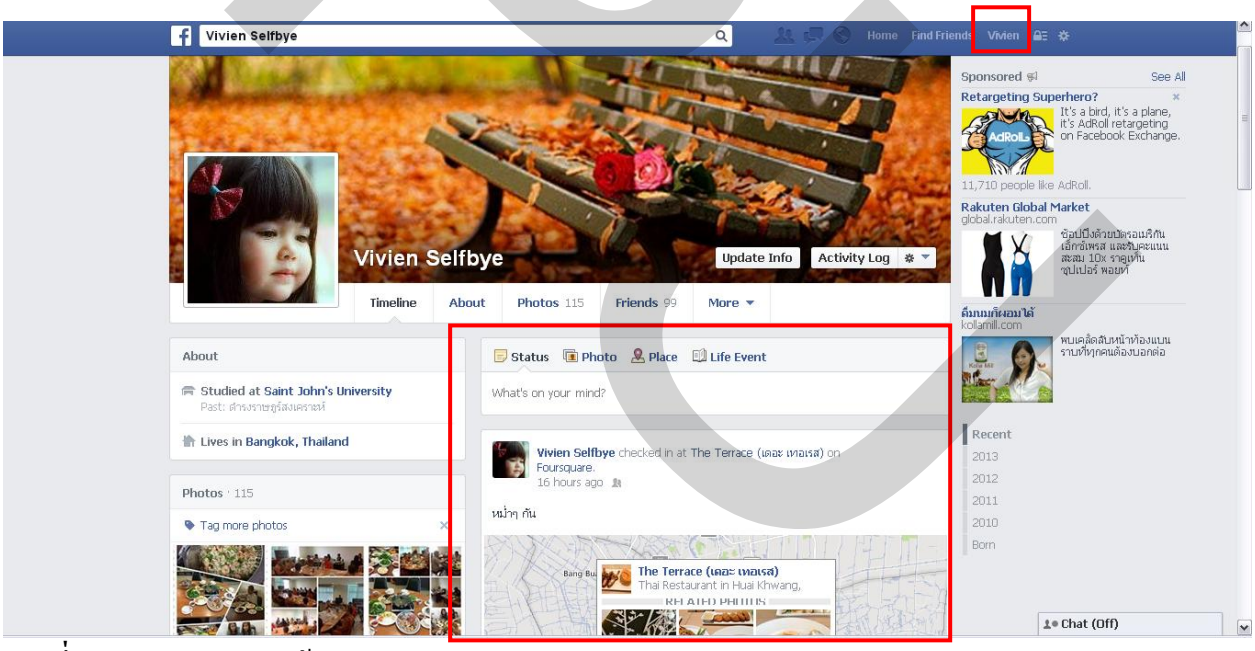
ส่วนประกอบหลักของ Main Menu จะมี 3 ส่วนคือ หน้าแรก (Home) ข้อมูลส่วนตัว (Profile) และบัญชีผู้ใช้งาน ซึ่งจะประกอบด้วย Menu ย่อยๆ ที่สามารถเข้าไปแก้ไขข้อมูลต่างๆ ได้

การใช้งานในแต่ละส่วนของ Main Menu

1) Home หรือ หน้าแรก เป็นส่วนที่แสดงข้อมูลว่ามีใครคุยกับใครบ้าง รวมทั้งมีการแสดงรายชื่อเพื่อนที่ขอเข้ามาเป็นเพื่อน แนะนำเพื่อนใหม่หรือมีการแจ้งเตือนข่าวสารในรูปแบบต่างๆ (News Feed) ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3 แสดงส่วนของหน้าแรก

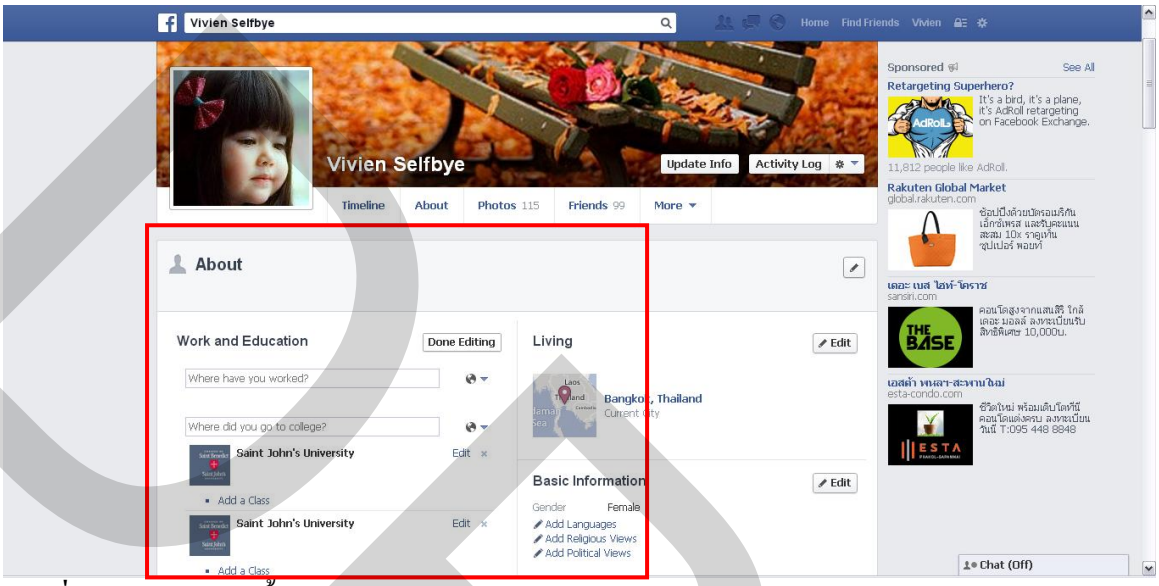
2) Profile หรือ ข้อมูลส่วนตัว เป็นส่วนที่แสดงความเคลื่อนไหวของเจ้าของเฟซบุ๊คกับเพื่อนๆ และส่วนที่เพื่อนๆ สามารถดูความเคลื่อนไหวได้จากหน้านี้ ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงส่วนของข้อมูลส่วนตัว

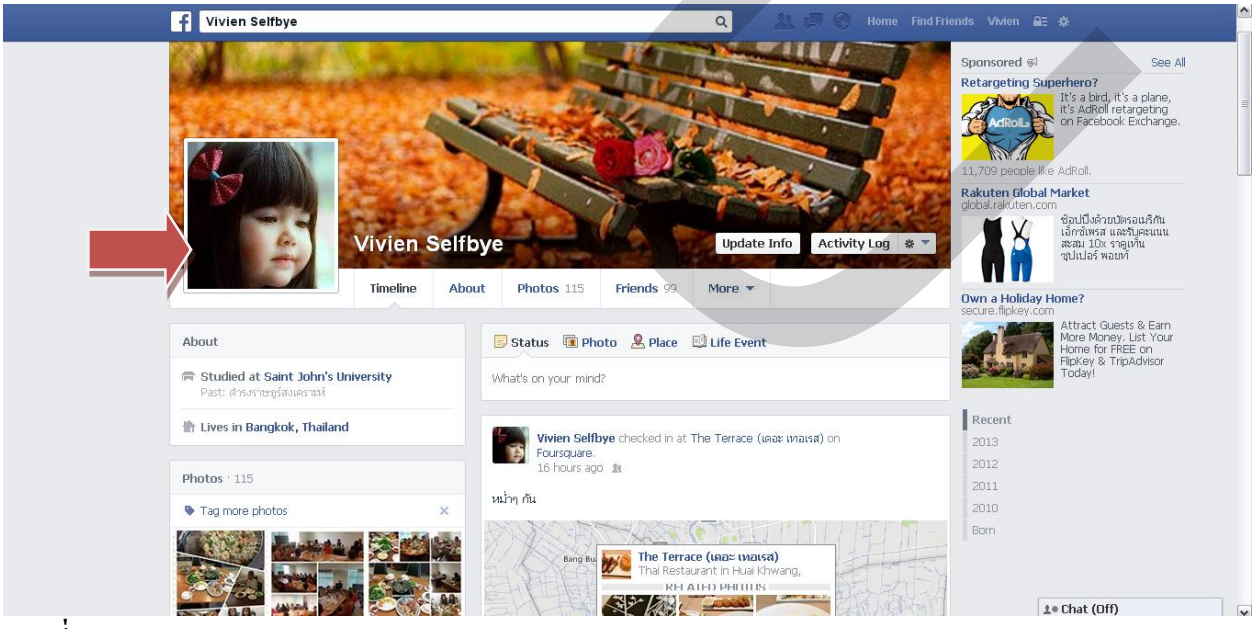
3) บัญชีผู้ใช้ หรือ Account การบันทึกข้อมูลพื้นฐานและรูปประจำตัวในเฟซบุ๊ค ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน หรือแก้ไขข้อมูลต่างๆ ดังนี้

3.1) ข้อมูลพื้นฐาน (Basic Information) เป็นส่วนที่แสดงรายละเอียด และให้เจ้าของเฟซบุ๊คใส่รายละเอียด และแสดงความประสงค์การเปิดเผย ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 แสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้

3.2) รูปประจำตัว (Profile picture) เป็นรูปภาพส่วนตัวที่จะเผยแพร่ต่อเพื่อนหรือกลุ่มเครือข่ายที่ติดต่อกับเรา ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 แสดงรูปภาพประจำตัว

3.3) ความสัมพันธ์ (Relationships) เป็นการลงข้อมูลสถานะความสัมพันธ์ในครอบครัวกับของสมาชิกใครอบครัว โดยถ้ารายชื่อเพื่อนที่อยู่ในเฟซบุ๊คก็สามารถพิมพ์ชื่อและเลือกชื่อลงไปได้โดยจะมีการส่งข้อมูลไปให้เจ้าของเพื่อยืนยันก่อน แต่ถ้าไม่อยู่ในรายชื่อเพื่อนในเฟซบุ๊คก็สามารถพิมพ์ชื่อลงไปได้

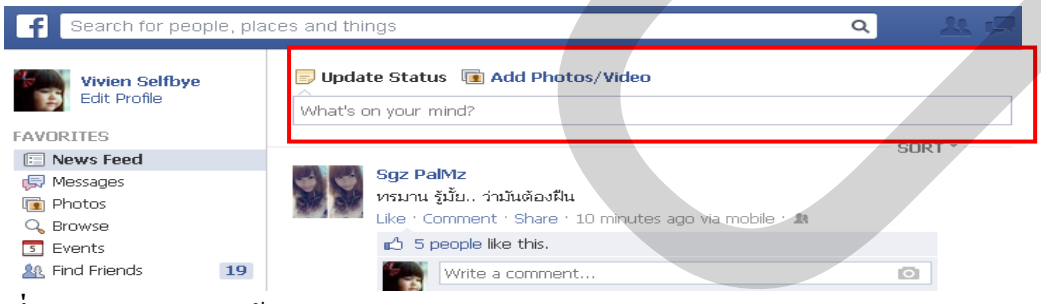
3.4) ความชอบและความสนใจ (Likes and Interests) เราสามารถเพิ่มข้อมูลความชอบและความสนใจในช่องว่างที่กำหนดไว้ได้ โดยข้อมูลที่มีให้ ได้แก่ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ดนตรี (Music) หนังสือ (Books) ภาพยนตร์ (Movies) และโทรทัศน์ (Televisions)

3.5) การศึกษาและการทำงาน (Education and Work) เป็นการเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทางการศึกษา และข้อมูลการทำงาน ซึ่งอาจจะใส่ครบทุกช่องหรือ ไม่ครบทุกช่องก็ได้

3.6) ข้อมูลการติดต่อ (Contact and Information) เป็นการใส่รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลการติดต่อของเจ้าของ Facebook เช่นเดียวกันเราอาจจะใส่ทั้งหมด หรือใส่เพียงบางส่วนก็ได้

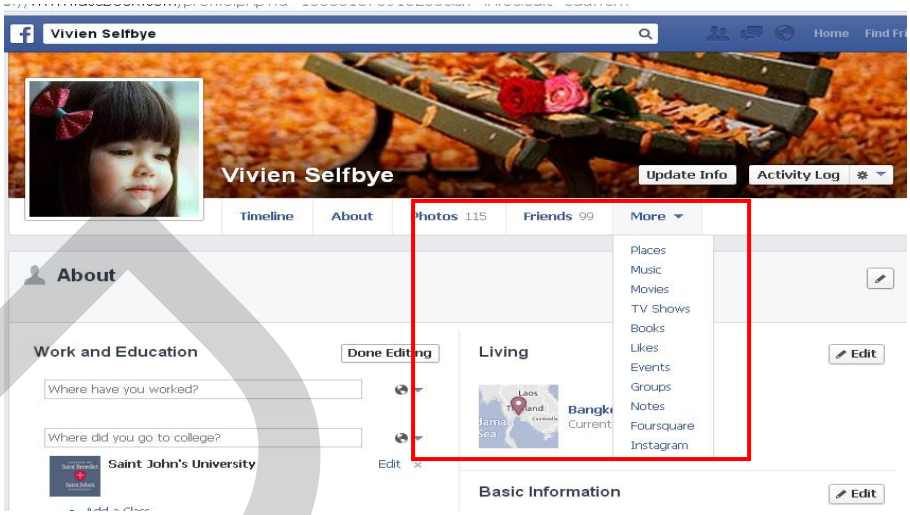
2. ส่วนประกอบเสริมที่เพิ่มเติมจากการใช้งานในเมนูหลัก (Application) ประกอบด้วย 8 ส่วนสำคัญคือ

1) กระดานข้อความ (Wall) ส่วนที่มีการพูดคุยระหว่างเจ้าของเฟซบุ๊คเพื่อนๆ เหมือนกับหน้าข้อมูลส่วนตัว (profile) คือ ข้อความใดๆ ที่สื่อสารถึงเพื่อน (update status) ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 แสดงกระดานข้อความ

2) รูปภาพ (Photo) ส่วนที่มีการแสดงรูปภาพของเจ้าของเฟซบุ๊คโดยสามารถโหลดภาพได้ไม่จำกัด และสามารถตั้งค่าส่วนบุคคลที่ต้องการให้เห็นเฉพาะใครบางคนได้เท่านั้น ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 แสดงรูปภาพของเจ้าของ Facebook

2.1) เพิ่มแท็บใหม่ (Add a new tab) เป็นส่วนที่ผู้ใช้ต้องการเพิ่ม application ในการใช้งานของตนเอง

2.2) ลิงค์ (Links) เป็นส่วนที่แนะนำ web ที่น่าสนใจมาอัพโหลดไว้เพื่อให้คนอื่นได้เข้าชมและแสดงความคิดเห็น

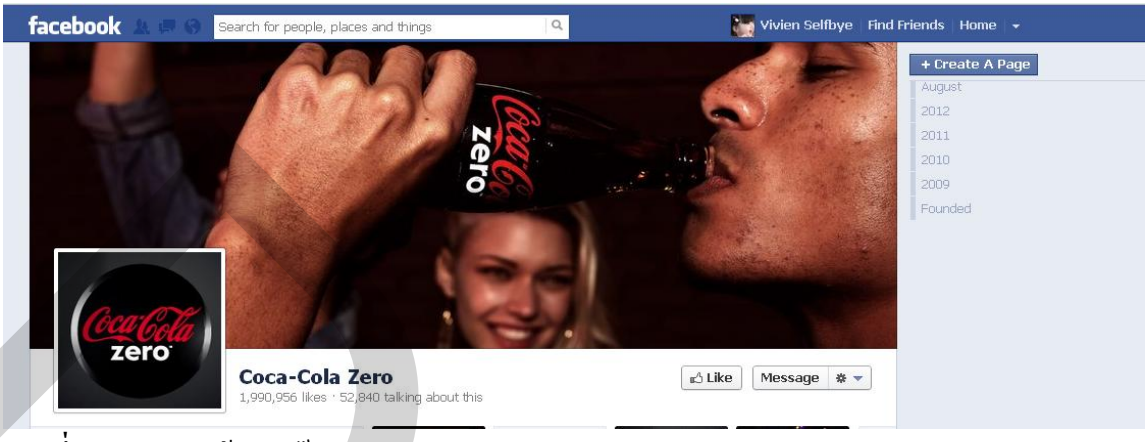
2.3) กิจกรรม (Events) เหตุการณ์หรือการสร้างปฏิทินกิจกรรมบนเฟซบุ๊ค ซึ่งผู้ใช้สามารถที่จะสร้างกิจกรรม ค้นหากิจกรรม หรือเผยแพร่กิจกรรมบนเฟซบุ๊คได้

2.4) บันทึก (Notes) การเขียน note บนเฟซบุ๊คเป็นการเขียนเพื่อแบ่งปันเรื่องราวข้อมูล บทความหรือบันทึกความคิดเห็นต่างๆ

2.5) วิดีโอ (Video) แสดงรูปภาพลงบนเฟซบุ๊คของเราและสามารถ post หรือแสดงวีดีโอ ใส่ลงบน เฟซบุ๊คของเราได้ด้วย

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเฟซบุ๊ค

นับตั้งแต่ปลายปี 2011 เฟซบุ๊คได้มีการปรับปรุงรูปแบบอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะหน้าโปรไฟล์ ที่โดดเด่นมากขึ้น ซึ่งรู้จักกันในชื่อว่า Timeline ซึ่งผู้ใช้หลายคนมีทั้งชอบและไม่ชอบรูปแบบของโปรไฟล์แบบใหม่นี้ แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบ Timeline ก็ถูกบังคับให้ทุกคนต้องใช้ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม ปี 2012 เป็นต้นมา สำหรับการปรับเปลี่ยนในครั้งนี้ มีสิ่งที่น่าสนใจเช่น การออกแบบโชว์ภาพให้เห็นเด่นชัด มี Cover ด้านบน แสดงภาพของเจ้าของได้อย่างโดดเด่น มี Stories หรือเนื้อหาทีแสดงให้เห็นเด่นชัดมากขึ้น มี Floating Status Box อัพเดตสถานะของตัวเองได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น มี Feature on Timeline เลือกข้อมูลที่ต้องการแสดงแบบเด่นชัด เป็นต้น ดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 แสดงหน้าเฟซบุ๊ค Timeline

จากภาพรวมวิธีการใช้งานและเหตุผลที่ทำให้เฟซบุ๊คเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมนั้น จะเห็นว่า เฟซบุ๊คสามารถตอบสนองความต้องการและมีประโยชน์ต่อผู้ใช้หลายประการ โดยข้อมูลสนับสนุนจาก Facebook Factsheet 2010 ระบุว่า เฟซบุ๊คมีประโยชน์เชิงสังคมโดยช่วยให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าเป็นเพื่อน ครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงาน ในส่วนของทางบริษัทก็พัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันข้อมูลผ่านแผนที่ดิจิตอลของเครือข่ายทางสังคมในโลกจริงของผู้ใช้ (Facebook's press room , 2010) และเมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2553 Mark Zuckerberg ผู้ก่อตั้งเฟซบุ๊คให้สัมภาษณ์ว่า "ผู้ใช้จะได้รับความสะดวกสบายไม่เพียงในเรื่องการแบ่งปันข้อมูลที่มากขึ้นและหลากหลายประเภท แต่รวมไปถึงแบ่งปันได้อย่างกว้างขวางขึ้นและกับคนจำนวนมากขึ้น (Matyzczyk, 2010)

2.1.3 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

จากแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมข้างต้นจะเห็นว่า ลักษณะของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นสื่อกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านการนำเสนอตัวตน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นต่างๆ ร่วมกัน อีกทั้งรูปแบบการให้บริการของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมก็มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับว่า ผู้ใช้มีความต้องการใช้ประโยชน์ในแต่ละเว็บไซต์นั้นอย่างไร

2.1.3.1 แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Use and Gratification Theory)

การศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จากสื่อมีนักวิชาการได้ให้ความสนใจศึกษาไว้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะการนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification: U&G Theory) ของ Katz et al. (1974) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งในมุมมองของนักจิตวิทยาการสื่อสารอย่าง Robin (2002) ได้อธิบายว่า ทฤษฎีนี้จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาถึงวิธีการใช้สื่อมวลชนในการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักของทฤษฎีที่ถูกพัฒนาโดย Katz et al. (1974) ที่อธิบายว่า เป็นการศึกษาถึงความคาดหวังในการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางด้านทางจิตวิทยาและสังคม (Robin, 1994, p. 419) ทั้งนี้ ทฤษฎีดังกล่าวมีสมมุติฐานว่า การใช้สื่อที่แตกต่างกันย่อมจะได้รับความพึงพอใจหรือความสามารถในการตอบสนองความต้องการที่ต่างกัน ซึ่ง Rosengren (1974) อธิบายว่า การเลือกใช้สื่อจะต้องมีเป้าหมาย มีวัตถุประสงค์ และมีแรงจูงใจให้อยากใช้สื่อนั้น

งานวิจัยส่วนใหญ่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมมักจะเน้นไปที่การศึกษาถึงวิธีการในการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการส่วนตัว ความต้องการทางสังคม (Rubin, 2002) ที่รวมถึงความต้องการสร้างอัตลักษณ์ การหลีกหนี หรือการนำเสนอตัวตน (Urista et al., 2008, p.219) ซึ่งความต้องการนั้นเกิดมาจากแรงจูงใจจากการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหา การติดตามข้อมูลข่าวสาร ความสามารถในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนและสังคม สิ่งสำคัญอีกประการคือ การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจได้เหมือนการการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Stafford & Gonier, 2004) ยิ่งไปกว่านั้นด้วยจำนวนของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นทำให้ความนิยมในการใช้งานมากขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้มีงานวิจัยหลายเรื่องที่แสดงถึงแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ต อย่าง Andrson (2001) ที่พบว่านักเรียนจะใช้เวลาอย่างน้อย 100 นาทีต่อวันในการออนไลน์ และอินเทอร์เน็ตสามารถสนับสนุนการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ การรักษาความสัมพันธ์ และการรับรู้ทางสังคมซึ่งดีพอๆ กับในการสนับสนุนเรื่องความบันเทิงและการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร (Leung, 2007, p. 205) ในขณะที่ Starkman (2007, p. 211) พบว่า แรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเกิดมาจากความต้องการพักผ่อน ต้องการความสนุกสนาน การได้รับการสนับสนุนและสถานภาพ อีกทั้ง Ho Cho, 2007, p. 341) ค้นพบว่า การใช้ออนไลน์มีภาพลักษณ์ในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจในการใช้ประโยชน์ ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การติดตามข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง

ในปี 1995 ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนพบว่า มีแรงจูงใจในการใช้ประโยชน์จากอินเตอร์เน็ต 6 ลักษณะคือ ความบันเทิง การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การใช้เวลาว่าง การหลีกหนี การติดตามข้อมูลข่าวสาร และการความชื่นชอบในเว็บไซต์ (Kaye, 1998, p. 34) นอกจากนั้น งานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านี้ยังค้นพบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมีแรงจูงใจสำคัญคือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น อย่าง Papacharissi and Rubin (2002) ที่ระบุว่าอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความพึงพอใจในการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ ผ่านการใช้ อีเมลและห้องสนทนา (chat room) Song, LaRose, Eastin, and Lin (2004) ระบุว่า ความพึงพอใจเกิดจากการที่บุคคลสามารถติดต่อสื่อสารได้บนโลกเสมือนจริงและสามารถสร้างและใช้เนื้อหาที่พวกเขาสร้างขึ้นได้ ในขณะที่ Dominick (1999) พบว่า แต่ละบุคลจะใช้โฮมเพจในการเชื่อมยังกับผู้อื่น เพื่อที่จะแบ่งปันเรื่องราว ความสนใจ และให้ให้กำลังแก่ผู้อื่นได้ รวมถึงความสามารถของอินเทอร์เน็ตในที่ทำให้แต่ละบุคคลสามารถติดตามเรื่องราวและพฤติกรรมของเพื่อนได้ (Eastin, 2002) ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า บุคคลจะมีแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตก็ต่อเมื่อเขามีความเชื่อว่า เว็บไซต์นั้นจะสามารถช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่นได้ (Urista et al., 2008, p.219)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อสามารถแบ่งลักษณะการศึกษาได้ 2 ลักษณะคือ การศึกษาถึงแรงจูงใจในการใช้สื่อ (Gratification Sought) และการศึกษาถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ (Gratification Obtained) (Greenberg, 1974; Katz et al., 1973; Palmgreen Wenner, & Rayburn, 1980)

1. แรงจูงใจในการใช้สื่อ (Gratification Sought: GS) เป็นการศึกษาถึงการเลือกใช้สื่อโดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสื่อ โดยมีความคาดหวังว่า คุณสมบัตินั้นจะความสามารถตอบสนองความต้องการได้ ซึ่ง Palmgreen and Rayburn (1979) อธิบายว่า ถ้าการใช้สื่อนั้นสามารถตอบสนองความต้องการเป็นไปตามความคาดหวังได้ สื่อนั้นก็จะถูกใช้ตอบสนองความต้องการในครั้งต่อไป ในทางตรงข้าม หากสื่อนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ผู้ใช้ก็จะเกิดความผิดหวังและเลิกใช้สื่อนั้น แต่จะพยายามค้นหาสื่ออื่นที่สามารถตอบสนองความต้องการได้

2. ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อ (Gratification Obtained: GO) เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากความสามารถของสื่อในการตอบสนองตามความต้องการได้

ทั้งนี้ลักษณะของการศึกษาส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อมากกว่าการศึกษาแรงจูงใจในการใช้สื่อ (Ellison et al, 2007; Boyd & Heer, 2006; Lampe et al, 2006; Raacker & Bonds-Raacke, 2008; Joinson, 2008)

2.1.3.2 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคม

การศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมส่วนใหญ่มุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ได้จากสื่อ เนื่องจากสามารถเข้าถึงการรับรู้หรือความต้องการในการใช้สื่อได้ (Blumler & Katz, 1974) ดังเช่น งานวิจัยของ Ellision et al (2007) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊คกับทุนทางสังคม ซึ่งเขาอธิบายว่า การใช้เฟซบุ๊คจะส่งผลกระทบต่อการเกิดทุนทางสังคม เพราะการใช้เฟซบุ๊คเป็นการสร้างแรงจูงใจทางสังคม ช่วยในการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่และช่วยรื้อฟื้นความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่า เช่นเดียวกับ Boyd and Heer (2006) ที่ทำการศึกษาในเว็บไซต์ Friendster.com พบว่า สื่อนั้นนับว่าเป็นพื้นที่สนทนาระหว่างเพื่อน เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรื่องราวระหว่างกัน Lampe et al (2006) พบว่า เฟซบุ๊คนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่อยู่ห่างไกลกัน ทำให้สามารถรับรู้เรื่องราวต่างๆ ของเพื่อนได้ Raackee & Bonds-Raacke (2008) ระบุว่า เฟซบุ๊คช่วยสร้างและรักษาความเป็นครือข่ายสังคมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยได้ดีพอๆ กับการจัดกิจกรรมทางสังคม สำหรับ Joinson (2008) ได้อธิบายถึงคำว่า “Keep in touch” ว่าเฟซบุ๊คได้ทำหน้าที่ 2 มิติ คือ การติดตาม สอดส่อง (surveillance) คือ การพยายามติดตามเรื่องราวของเพื่อนเก่าว่ามีความเป็นอยู่อย่างไร มีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไรบ้าง และหน้าที่ในการรักษาและรื้อฟื้นความสัมพันธ์ (social searching) คือ การพยายามรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่าที่อยู่ในโลกออฟไลน์

งานวิจัยของ Ofcom (2008) เรื่อง “Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviors and use” พบว่า คนใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อจุดประสงค์ต่างๆ มากมาย ดังนี้

1. ใช้สร้าง profiles (setting up a profile) การนำเสนอข้อมูลส่วนตัว การแสดงความเป็นตัวตน ผ่านการตกแต่งภาพหลัง รูปภาพ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในเวลาว่าง เน้นการใช้อารมณ์ในการสื่อสารเพื่อความสนุกสนานและความผูกพันกับเพื่อน

2. ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคม (building a social network) คือการเชิญชวนและรวบรวมจำนวนเพื่อนหรือบุคคลอื่นให้เข้ามาชม profile ของตนเอง ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายที่จะใช้ติดต่อและรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่า และการพบเพื่อนใหม่ ผ่านการมีกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้สร้างความมั่นใจในตนเอง และยังมีการใช้ profiles เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนตัวเองอีกด้วย

3. ใช้ติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ (communicating with others) เช่น การส่งรูปภาพ สัญลักษณ์ วิดีโอหรือการแสดงความคิดเห็นต่อกันผ่านเว็บบอร์ด ฟอรั่ม หรือบน wall แต่บางครั้งก็มีบ้างที่มีการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในการสร้างเรื่องโกหก

ข่าวลือและสร้าง profiles ที่ไม่เป็นจริง นอกจากนี้ บางคนก็ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ติดต่อกับคนที่พวกเขาไม่รู้จัก อย่างไรก็ตาม ก็ได้มีการใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อติดต่อกับเพื่อนเก่าด้วย เช่นเดียวกับ ที่ สุมาวสี ศาลาสุข (อ้างแล้ว) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งในการใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ก็คือใช้ในการค้นหาและติดต่อเพื่อนเก่า รวมถึงหาเพื่อนใหม่ทางสื่อออนไลน์ เนื่องจากระบบของสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ได้เน้นการขยายเครือข่ายเพื่อนและคนรู้จัก เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ รวมถึงประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งก็ทำให้ผู้ใช้สามารถขยายเครือข่ายเพื่อนเพื่อทำความรู้จักกับบุคคลอื่นๆ ภายในกลุ่มเดียวกันได้เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Pew Internet & American Life Project (2007) ศึกษาการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมขอวัยรุ่นอเมริกันพบว่า 91% ของผู้ตอบใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อติดต่อกับเพื่อนที่พบกันอยู่แล้วเป็นประจำ และ 82% ชี้ว่าใช้ติดต่อกับเพื่อนที่ไม่ค่อยได้พบหน้า

4. ใช้บริการอื่นๆ ในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (other functions on social networking sites) เช่น ใช้เว็บไซต์ในการติดตามเรื่องราวของวงดนตรีที่ตนเองชอบหรืออาจจะเพิ่มส่วนของบริการต่างๆ เช่น เกม และควิซ (การเล่นตอบคำถาม) เป็นต้น

5. ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในการมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคมและการเมือง (using social networking sites to engage in political and social issues) เช่น การเข้าร่วมในกระแสสังคมที่ตนมีความสนใจ เช่น เพลง การการบริจาคเพื่อการกุศล พรรคการเมือง

6. ใช้เพื่อการโฆษณาและการตลาด (advertising, marketing and information mining) การสร้าง profile บางครั้งไม่จำเป็นต้องเป็นการสื่อสารกับเพื่อนเสมอไป แต่อาจเป็นการสร้าง profile ของหน่วยงาน องค์กร ที่มีเป้าหมายเพื่อการค้า การทำธุรกิจ รวมถึง ใช้เป็นแหล่งการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคหรือลูกค้าได้อีกด้วย

ส่วนงานของ Anbel Quan-Haase and Alyson L. Young (2010) ได้ศึกษาเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค โดยใช้มาตรวัดการใช้ประโยชน์จากสื่อ Instant Message ของ Leung (2001) พบว่า ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊คมี 6 มิติคือ

1. ใช้เพื่อฆ่าเวลา (pastime): เพื่อความบันเทิง อยากมีส่วนร่วม อยากสนุก อยากพักผ่อน หลีกหนีจากความกดดัน และความรับผิดชอบ อยากทำตามใจตนเอง

2. ใช้เพื่อแสดงอารมณ์ ความรู้สึก (affection): แสดงความขอบคุณ ความห่วงใย ใส่ใจ การให้การสนับสนุน การให้ความช่วยเหลือ

3. ใช้เพื่อติดตามแฟชั่น (fashion): เพื่อความทันสมัย มีสไตล์ เป็นผู้นำแฟชั่น

4. ใช้เพื่อช่วยแก้ไขปัญหา (share problems): ต้องการพูดคุยกับใครสักคน ต้องการคำแนะนำในการแก้ปัญหา และต้องการลืมปัญหาของตนเอง

5. ใช้เพื่อสร้างสังคม (sociability): เพื่อสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ อยากพูดคุยกับคนแปลกหน้า และต้องการพบเพื่อนใหม่ๆ

6. ใช้เพื่อติดตามข้อมูล (social information): การติดตามเรื่องราว ข้อมูลของเพื่อน

สำหรับ Valenzuela, Park and Kee (2009) ทำการวิเคราะห์การใช้เฟซบุ๊คโดยทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratification approach) ของ Katz and Gurevitch, 1974; Ruggiero, 2000) เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค พบว่า เฟซบุ๊คสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมได้ดังนี้

1. ช่วยกำหนดความเป็นตัวตนได้ (personal identity construction) เนื่องจากสื่อมีความน่าสนใจ เพราะมีหลายช่องทางให้เลือกสื่อสารเพื่อสร้างการตอบกลับ (feedback) ทั้งแบบส่วนตัวหรือแบบเพื่อน (interpersonal feedback and peer acceptance) เช่น รูปแบบการส่งข้อความ ซึ่งมีทั้ง Direct message และ Post ผ่าน Wall หากเป็น Direct message ก็เป็นการส่งข้อความเป็นส่วนตัวคล้ายกับการให้บริการ e-mail ซึ่งการตอบกลับในลักษณะเช่นนี้ทำให้รับรู้ว่า เพื่อน มีการยอมรับหรือปฏิเสธ Profile ของเราหรือไม่ ในขณะที่ การ post บน wall จะเป็นการส่งข้อความที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระหว่างเพื่อน ซึ่งจะทำให้เห็นว่า เพื่อนหรือคนที่ติดต่ออยู่นั้นมีความรู้สึกอย่างไร ตอบรับหรือปฏิเสธต่อข้อความที่เจ้าของได้ Post ข้อความเอาไว้ นอกจากนั้น การตอบกลับ (feedback) ระหว่างกันจะช่วยในการคาดเดาถึงความพึงพอใจในชีวิตของคู่สื่อสารได้ ดังนั้น เฟซบุ๊คจึงสามารถที่จะส่งผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้ใช้ในเรื่องการยอมรับตนเองและความพึงพอใจในชีวิต

2. สามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลได้ (fulfill the informational needs of users) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) และการสร้างการมีส่วนร่วม (Kenski & Stround, 2006; Shah et al., 2001) ทั้งนี้ ผู้ใช้เฟซบุ๊คสามารถที่จะรับรู้การอัพเดตข้อมูลต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการใช้งานของ “News Feed” ซึ่งสามารถจะทำให้ผู้ใช้สามารถรับรู้ข้อมูลต่างๆ ผ่านโฮมเพจของตนเอง ในขณะที่ “Mini Feed” จะทำให้ทราบข้อมูลของเพื่อนที่มีการอัพเดตสถานะ เช่น การเปลี่ยนรูป การเขียนเนื้อหา หรือนำเสนอแอพลิเคชั่น ซึ่ง Hargittai (2007) กล่าวว่า เฟซบุ๊คจะเป็นส่วนเสริมให้ความสัมพันธ์ที่มีอยู่มีมากขึ้น อีกทั้ง ยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมที่ดีหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างและมีส่วนร่วมภายในกลุ่มที่ตนมีความสนใจ โดยสามารถสร้างกลุ่มเพื่อน (Groups) ที่มีความสนใจร่วมกันได้ ซึ่งการสร้างกลุ่มขึ้นนั้นจะเป็นการสร้างการหมุนเวียนของข้อมูลภายในกลุ่มอีกด้วย สิ่งสำคัญอีกประการคือ การสร้างกลุ่มขึ้นมานั้นจะเป็นการสร้างความร่วมมือกันทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ทำให้เกิดความไว้วางใจต่อกันระหว่างสมาชิกและเป็นการเพิ่มศักยภาพของการเกิดทุนทางสังคมอีกด้วย (Kobayashi et al., 2006)

3. สามารถตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงได้ (satisfy needs or pure entertainment and recreation) แอพลิเคชั่นในเฟซบุ๊คสามารถสร้างความบันเทิงความสนุกสนานให้แก่ผู้ใช้ ซึ่งผู้ใช้สามารถที่จะ post เนื้อหาได้อย่างหลากหลายทั้ง เกมส์ เพลง วิดีโอ หรือการลิงค์ได้ยัง ยูทูปได้

4. สร้างแรงจูงใจในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (need for integration and social interaction) ตามที่ McQuil (2005) กล่าวว่า ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตคือ ผู้ที่ต้องการการมีส่วนร่วมและสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนอื่น เช่น การนำเสนอความเป็นตัวเอง การพูดคุยสนทนา การสร้างสัมพันธ์กับเพื่อน ครอบครัว และสังคม ซึ่งความต้องการดังกล่าวทำให้คนเรานั้นรู้สึกว่าได้เชื่อมโยงกับคนอื่นเพื่อสร้างสังคมหรือกลุ่ม รวมถึงสั่งสมความรู้จากสมาชิก

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เน้นการศึกษาการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊คในการสื่อสาร (Gratification Obtained: GO) ว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คนั้นมีแรงจูงใจหรือความต้องการใช้เฟซบุ๊คเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างไรบ้าง ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ค 6 มิติของ Anbel Quan-Haase and Alyson L. Young (2010) มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค

2.1.4 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.1.4.1 ทฤษฎีการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication)

การสื่อสารภายในตนเอง คือ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึกและแนวคิดของแต่ละคนที่มีต่อตนเอง ซึ่งสำหรับการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอ 2 เรื่องคือ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) และทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)

1) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept)

เจอร์รัล วิลสันและคณะ (Gerald L. Wilson et al., 1985) ให้คำจำกัดความแนวคิดเกี่ยวกับตนเองว่า “แนวคิดเกี่ยวกับตนเองคือ การรับรู้โดยรวมทั้งหมดเกี่ยวกับความคิด ตลอดจนภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ที่เรามีต่อตัวเอง” สอดคล้องกับ แจ๊ค แคนฟิลด์และฮาร์โรลด์ (Jack Confield and Harold C. Wells อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2548, น. 372) ที่ให้คำจำกัดความว่า “ภาพรวมเกี่ยวกับตัวเองที่เกิดขึ้นจากความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ ความคิดเห็นที่แต่ละคนคิดว่าตนเป็นเช่นไร)

แนวคิดเกี่ยวกับตนเองจึงเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ที่คนแต่ละคนคิดและมีความเชื่อเกี่ยวกับตนเองว่าเป็นอย่างไร และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับตนเองอาจต่างจากความเป็นจริง และอาจแตกต่างจากที่ผู้อื่นมีต่อเราด้วย เนื่องจาก แนวคิดเกี่ยวกับตนเองไม่ได้ติดตัวมาแต่กำหนเด แต่พัฒนาก่อตัวไปพร้อมกับ

ช่วงชีวิตของแต่ละคนผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ กับบุคคลหลากหลายที่เข้ามามีส่วนกำหนดแนวคิดเกี่ยวกับตนเองของแต่ละคน เช่น เมื่อวัยเด็กเรารับรู้ชื่อตนเอง จากการกำหนดของพ่อแม่ เมื่อโตขึ้น พ่อแม่ และบุคคลรอบข้างก็เป็นผู้กำหนดท่าที สร้างกรอบแนวคิด ความเชื่อ การรับรู้ให้กับแต่ละบุคคล และเมื่อโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ก็จะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน หรือสื่อต่างๆ ในการกำหนดวิถีการดำรงชีวิตทั้งเรื่องทัศนคติ ความเชื่อ รวมทั้งการให้คุณค่าต่อสิ่งต่างๆ และเมื่ออยู่ในวัยผู้ใหญ่ บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบและความคาดหวังที่คนอื่นมีต่อเราก็ยังมีส่วนกำหนดแนวคิดเกี่ยวกับตนเองของแต่ละคนได้อีก (บุษบา สุธีธร, 2548) ดังนั้น องค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับตนเองจะประกอบด้วย ความเชื่อ (belief) ทัศนคติ (attitude) และการให้คุณค่า หรือค่านิยม (values) โดยที่แต่ละคนนั้นสร้างแนวคิดต่างๆ เกี่ยวกับตนเองผ่านปัจจัยสำคัญได้แก่ ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต กลุ่มอ้างอิงต่างๆ และบทบาทหน้าที่ที่แต่ละคนสวมบทบาทนั้นอยู่ ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างตัวตนของแต่ละคนที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ส่งผลให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับตนเองที่แตกต่างกันออกไป ผ่านกระบวนการสื่อสารในบริบทต่างๆ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง

1. ประสบการณ์ในอดีต เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดท่าทีและความรู้สึกของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น การอกหักหรือผิดหวังในความรักหลายครั้ง จนมีแนวคิดเชิงลบต่อตนเอง รู้สึกด้อยค่าและไม่กล้าที่จะให้ความรักกับใคร เด็กๆ ที่ทักได้รับการวิจารณ์ ดุด่า ต่อว่า อาจสร้างบุคลิกภาพความไม่มั่นใจและเกิดแนวคิดเชิงลบต่อตนเอง ตรงข้ามกับเด็กที่ได้รับคำชมหรือได้รับการส่งเสริม สนับสนุนเมื่อทำในสิ่งที่ถูกต้อง

2. กลุ่มอ้างอิง กลุ่มที่สร้างกรอบแนวคิดทัศนคติและการให้คุณค่าต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะวัยรุ่น เช่น งานวิจัยที่พบว่า วัยรุ่นมีแนวคิดเห็นด้วยกับการอยู่ก่อนแต่งทั้งที่ยังเรียนหนังสือ

3. บทบาท การที่บุคคลอื่นหรือคนในสังคมที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับจากเรา จะส่งผลต่อพฤติกรรมและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ซึ่งบทบาทมี 2 ลักษณะคือ บทบาทตามหน้าที่ ที่กำหนดชัดเจน เช่น บทบาทของเจ้านาย บทบาทของครู และบทบาทที่สังคมคาดหวังว่าจะได้รับจากเรา เช่น บทบาทของแม่ในการเลี้ยงดูลูก บทบาทของผู้หญิงในการเป็นแม่บ้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) การรู้คุณค่าของตนเอง (self-esteem) กับพฤติกรรมการสื่อสาร

การรู้คุณค่าในตนเอง (self-esteem, self-worth, self-confidence, self-respect) หมายถึงการประเมินความรู้หรือความมีคุณค่าในความเป็นตัวตนที่แต่ละคนมีต่อตนเอง ซึ่ง ริชาร์ด วีเวอร์ที่สอง (Ricahard L. Weaver II, 1996 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2548) ได้แบ่งการประเมินตนเองเป็น 3

ระดับคือ การประเมินตนเองในระดับต่ำ (poor view of self) ตัวตนที่แท้จริง (real self) และตัวตนซึ่งเป็นอุดมคติ (ideal self) ของแต่ละคน โดยอธิบายว่า ถ้าเรามีการประเมินตนเองในระดับใกล้กับตัวตนในอุดมคติมากเท่าไร ระดับการนับถือตนเองจะยิ่งมีมากขึ้น ซึ่งการประเมินตนเองจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลเริ่มสั่งสมการรับรู้ตนเองจากการแลกเปลี่ยนหรือการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นแล้วการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเป็นวิถีทางในการทำให้คนเรารู้จักและเข้าใจ และสามารถประเมินคุณค่าของตนเองได้ ทั้งนี้ การมีปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ร่วมกับคู่สื่อสารจะทำให้แต่ละคนรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเองในสายตาคนอื่น ในขณะเดียวกันยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นภายในคนแต่ละคน

ลักษณะของพฤติกรรมในการสื่อสารจากการรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง

1. การตีความสารและการแสดงการตอบสนอง การประเมินคุณค่าตนเองไม่ว่าจะสูงหรือต่ำ จะส่งผลต่อการตีความและการมีปฏิกิริยาตอบสนอง เช่น คนที่ประเมินคุณค่าในตนเองต่ำมักจะอ่อนไหวต่อคำวิจารณ์และมีปฏิกิริยาตอบกลับในเชิงลบต่อผู้อื่น ไม่เชื่อว่าตนเองจะได้รับการยอมรับ ในขณะที่คนที่ประเมินตนเองสูง จะมีความคาดหวังในความสามารถของตนเองในการแก้ปัญหาต่างๆ และยอมรับในข้อจำกัดและจุดเด่นของตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถทำอะไรและผลักดันให้คนนั้นประสบผลตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ การเลือกรูปแบบวิธีการสื่อสารตามแนวคิดที่มีต่อเองและผู้อื่น

2. รูปแบบวิธีการสื่อสาร The Wilson Learning Corporation (1976 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2548) ได้แบ่งรูปแบบการสื่อสารตามพฤติกรรมที่แสดงออกเป็น 2 ลักษณะคือ ประเภทผู้รุก (assertiveness) ที่เลือกการสื่อสารเพื่อการควบคุมผู้อื่น เช่น การสั่งการเพื่อพยายามเปลี่ยนแปลงผู้อื่น โดยใช้ประโยคสั้นๆ มากกว่าการการอธิบายความยาวๆ คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับผลที่ต้องการจากการสื่อสารมากกว่าด้านความสัมพันธ์ ส่วนอีกรูปแบบคือ การเป็นผู้รับหรือผู้ตอบสนอง รูปแบบการสื่อสารจะให้ความสนใจกับความรู้สึกของผู้อื่นมากกว่าของตัวเอง เน้นความสัมพันธ์มากกว่าเป้าหมายด้านผลงาน ให้ความสนใจในสิ่งที่ผู้อื่นพูด โดยต้องการมิตรภาพและสร้างความอบอุ่นเป็นกันเองให้เกิดขึ้นในการสื่อสาร

2) ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)

การอยู่ร่วมในสังคม คนเราจำเป็นต้องมีการเปิดรับและเปิดโอกาสในการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมต่างๆ ในสังคม และต้องมีการเปิดตนเองให้ผู้อื่นได้มีโอกาสเข้าถึง รู้จักและรับรู้ในความเป็นตัวตนของเรา ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้ดีขึ้น ผ่านกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

การเปิดเผยตนเองคือ การพยายามเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของตนเอง (private self) เพื่อให้ผู้อื่นได้รู้จักความเป็นตัวตนของตนเองมากขึ้น ข้อมูลที่ใช้ในการเปิดเผยตนเองมักเป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมต่างๆ ที่เจ้าตัวยอมเปิดเผย การเปิดเผยตนเองจึงเป็นจุดเปลี่ยนผ่านจากการสื่อสารภายในตนเองไปสู่การสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งนักจิตวิทยาพบว่า การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะเกิดขึ้นได้จากการเปิดเผยตนเองต่อกัน การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองไปมาระหว่างกันจะก่อให้เกิดความไวต่อการรับรู้ความรู้สึกที่มีต่อกัน

อย่างไรก็ตาม การเปิดเผยตนเองก็มีข้อจำกัดในระดับการเปิดเผย นั่นคือ เรื่องที่จะเปิดเผย บุคคลที่จะเปิดเผย และความมากน้อยในการเปิดเผย การเปิดเผยตนเองจึงเป็นกลไกในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แต่ระดับการเปิดเผยไม่ใช่สิ่งยืนยันระดับความสัมพันธ์ว่าจะเกิดขึ้นมากตามระดับการเปิดเผย ซึ่ง เชอร์ลี กิลเบิร์ท (Shirley J. Gilbert อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2548) ให้ข้อสังเกตจากกวิจัยว่า การที่คู่สื่อสารยิ่งเปิดเผยตนเองก็ไม่ใช่ว่าจะสร้างความพอใจ สร้างความสนิทสนมหรือสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงมากขึ้นตามระดับการเปิดเผยนั้น การเปิดเผยในระดับที่พอประมาณที่เหมาะสมต่างหาก ที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและลึกซึ้งได้

สำหรับปัจจัยที่ใช้ในการเปิดเผยตนเองมีงานวิจัยจากนักวิชาการได้ค้นพบ ซึ่ง เดอวิโต (Joseph A. DeVito, 2000, pp. 81-85) สรุปไว้ดังนี้

1. ขนาดของกลุ่ม การเปิดเผยตนเองจะเกิดในกลุ่มเล็กมากกว่ากลุ่มใหญ่ บริบทสองคนจะเกิดการเปิดเผยตนเองมากที่สุด เพราะสามารถตอบสนองกลับได้ทันที

2. ความชอบ คนมีแนวโน้มที่จะเปิดเผยกับคนที่ชอบ หรือรัก คนที่ไว้วางใจได้

3. อายุ บุคคลมักจะเปิดเผยกับคู่สื่อสารที่มีวัยใกล้เคียงกัน

4. บุคลิกภาพ คนที่มีลักษณะชอบกิจกรรมทางสังคมสูงจะมีการเปิดตัวมากกว่าคนเก็บตัว

5. ประเด็นการเปิดเผย เนื้อหาที่มีลักษณะเชิงบวกหรือเรื่องทั่วไป จะเปิดเผยมากกว่าเรื่องส่วนตัว เช่น งานอดิเรก การทำงาน มากกว่าเรื่องความรัก หรือปัญหาด้านการเงิน เป็นต้น

6. วัฒนธรรม ข้อปฏิบัติ กฎระเบียบของแต่ละสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการเปิดเผยตนเองต่างกัน เช่น บางสังคม การเปิดเผยความในใจเป็นการแสดงความอ่อนแอ แต่บางสังคมไม่รู้สึกเช่นนั้น

7. เพศ เพศชายมีการเปิดเผยตนเองน้อยกว่าผู้หญิง

สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอทฤษฎีการเปิดเผยตนเองของ Altman and Taylor (1973) ซึ่งได้อธิบายถึงลักษณะของเนื้อหาในการสื่อสารว่า สามารถแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้

ทฤษฎีนี้ถูกพัฒนาขึ้นโดยนักจิตวิทยา Altman and Taylor ในปี 1973 ซึ่งเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพของคนเรากับหัวหอมว่า บุคลิกภาพของคนเรานั้นมีลักษณะเป็นชั้นๆ เหมือนเปลือกแต่ละชั้นของหัวหอม เปลือกชั้นนอกสุดเปรียบเสมือนบุคลิกภาพภายนอกที่แสดงออกถึงพฤติกรรมลักษณะทั่วไป เช่น รูปร่างหน้า เพศ การประกอบอาชีพ กิจวัตรประจำวัน ซึ่งจะทำให้คนทั่วไปรู้จักเรา ในขณะที่เปลือกชั้นถัดมาจะแสดงถึงลักษณะของความคิด ความรู้สึก อารมณ์ ความชอบ และรสนิยมส่วนเปลือกชั้นในจะเริ่มแสดงถึงความเป็นตัวตน คุณค่าความเป็นตัวเรามากขึ้น เช่น ทัศนคติที่มีต่อศาสนา เชื้อชาติ เป้าหมายของชีวิต และส่วนเปลือกชั้นที่อยู่ลึกที่สุดจะแสดงถึงลักษณะแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่คนทั่วไปมองไม่เห็น แม้แต่พ่อแม่ หรือคนรัก หรือเพื่อนสนิทก็ไม่อาจจะเข้าถึงได้ แต่มักจะสะท้อนออกมาในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล (2009, pp.133-134) ดังนั้น การสร้างความสัมพันธ์นั้นแต่ละบุคคลจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลในแต่ละส่วนด้วย ซึ่งกลไกของการสร้างความสัมพันธ์นั้นจะมีลักษณะพัฒนาการจากแบบผิวเผิน (superficial) ไปสู่ความใกล้ชิดสนิทสนม (intimate) ทั้งนี้ ความใกล้ชิดจากความสัมพันธ์จะพัฒนาไปสู่การเปิดเผยตนเอง ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปิดเผยตนเองนั้นได้แก่ การได้แลกเปลี่ยนผลประโยชน์ การได้รับการตอบแทน การได้รับความพึงพอใจ ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ทั้งนี้ ลักษณะของการเปิดเผยตนเองนั้น ถือเป็นกระบวนการตอบกลับระหว่างคู่สื่อสาร หากมีการเปิดเผยตนเองมากแสดงว่ามีการเปิดรับและแบ่งปันกับผู้อื่นมาก สำหรับ Jourard (1971) กล่าวว่า การที่คนเราจะเต็มใจที่จะเปิดเผยตนเองนั้นจะทำให้เราเข้าใจผู้อื่น และสร้างความใกล้ชิดมากขึ้น ซึ่ง Jourard อธิบายความหมายของการเปิดเผยตนเองว่า เป็นการสร้างความชัดเจนในตนเอง การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ทำให้ผู้ที่สื่อสารด้วยเกิดความเข้าใจและรับรู้ความเป็นตัวตนของเรา และนับว่าเป็นการแสดงถึงความไว้วางใจระหว่างกัน นอกจากนี้ Sprecher, Wenzel, & Harvey, 2008) กล่าวว่า การเปิดเผยตนเองคือ การเปิดเผยความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ และพฤติกรรมอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งสอดคล้องกับ Taylor and Altman (1987) ที่ระบุว่า การเปิดเผยตนเองคือองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อทำให้ผู้อื่นรู้จักเรามากขึ้น (อ้างถึงใน McChathy, 2009, pp. 6-8)

Altman and Taylor (1973) ได้อาศัยเนื้อหาในการสนทนาเป็นแนวทางในการอธิบายระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยการพิจารณาจากเรื่องหรือหัวข้อ (topic) ที่ใช้ในการสนทนากับระดับความเป็นส่วนตัวของเรื่องที่ใช้สนทนาระหว่างคู่สื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ความกว้าง (breadth) และความลึก (depth) ทั้งนี้ Adler and Rodman (2003); Gamble and Gamble (2005); DeVito (2006) ; Littlejohn and Foss (2005) ได้อธิบายว่า ความกว้าง (breadth) คือ ความหลากหลายของเรื่องหรือประเด็นที่มีการสนทนากัน ส่วนความลึก (depth) คือ รายละเอียดของข้อมูลส่วนตัวที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ซึ่งจะมากขึ้นตามระดับความสัมพันธ์ ซึ่งสมมติฐานของ

ทฤษฎีนี้คือ ความสัมพันธ์จะพัฒนาให้เกิดความใกล้ชิดมากขึ้นตามระยะเวลาที่คู่สื่อสารมีการเปิดเผยข้อมูลต่อกันมากขึ้น ทฤษฎีนี้ ได้ระบุว่า ความสัมพันธ์จะเริ่มต้นจากการพูดคุยกันในประเด็นแคบๆ และจะค่อยๆ ลงลึกในรายละเอียด หรืออธิบายได้ว่า การสื่อสารเพื่อสร้างความความสัมพันธ์นั้นคู่สื่อสารจะพูดคุยกันในบางเรื่องจนกระทั่งมีความสัมพันธ์กันมากขึ้นก็จะมีเรื่องให้พูดมากขึ้น นอกจากนั้น ระดับความลึกซึ้งในความสัมพันธ์จะค่อยๆ ขยับจากการพูดคุยในเรื่องทั่วไปสู่เรื่องที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ที่มีการนำทฤษฎีการเปิดเผยตนเองมาอธิบายเช่น Valkenburg and Peter (2002) ได้ทำการศึกษา การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของเด็กวัยรุ่นกับการสร้างความใกล้ชิดกับเพื่อน ได้อธิบายว่า ความกว้างในการสื่อสารผ่านออนไลน์คือ การบอกเล่าประสบการณ์ในเรื่องทั่วไปที่มีความหลากหลายซึ่งอาจเป็นเรื่องที่ไม่เคยเล่าให้เพื่อนในโลกออฟไลน์รับรู้ ในขณะที่ ความลึก คือ การบอกเล่าเรื่องราวที่ค่อนข้างมีความลึกซึ้ง โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน และผลจากการศึกษาพบว่า ความลึก จะส่งผลต่อความใกล้ชิดสนิทสนมและมีความผูกพันกับเพื่อนมากขึ้น ในขณะที่ ความกว้าง ไม่สามารถสร้างความใกล้ชิดสนิทสนมและมีความผูกพันกับเพื่อนได้ สำหรับ McCarthy (2009) อธิบายว่า การใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารถือได้ว่า เป็นการใช้พื้นที่ในการนำเสนอแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตนเอง การเปิดเผยตนเองมากจะหมายถึง การลดความไม่แน่ใจ (ความเสี่ยง) ในการ สื่อสารระหว่างบุคคล สร้างการแลกเปลี่ยน และความสมดุลในการสื่อสารและส่วนใหญ่มักเป็นการเปิดเผยเรื่องราวในเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ เพราะจะสามารถสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ให้ดีขึ้น นอกจากนั้น Joinson (2001); Tidwell and Walther (2002) กล่าวว่า การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความใกล้ชิดและเปิดเผยตนเองมากขึ้น เพราะการเปิดเผยตนเองจะทำให้เราสามารถคาดเดาถึงลักษณะความสัมพันธ์ในอนาคตได้ (Knapp and Vangelisti, 2000)

2.1.4.2 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจต่อกัน ซึ่งจะส่งผลต่อให้คู่สื่อสารรู้จักและเข้าใจตนเองด้วย เพราะการสื่อสารเป็นเหมือนภาพสะท้อนที่กลับมาหาตัวเอง คนที่ขาดการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นคนที่ปรับตัวทางสังคมยากและมีปัญหาทางด้านอารมณ์ การสื่อสารระหว่างบุคคลมีมากเพียงใดก็จะยิ่งเพิ่มการรู้จักตัวเองและการรู้จักคนอื่นมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ข้อมูลที่ได้มาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นประโยชน์ในการปรับตัวเองให้เข้ากับคนอื่นได้ดีขึ้น ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงช่วยลดความกังวลหรือความกลัวในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น การรู้จัก การเรียนรู้ตนเองและผู้อื่นมากขึ้นจะทำให้การเลือกวิธีการสื่อสารมีความสอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อและค่านิยม ส่งผลให้

มีความชัดเจนและบรรลุเป้าหมายในการสื่อสาร นอกจากนั้น เมื่อได้รู้จักและเรียนรู้ซึ่งกันและกันมากขึ้นก็จะก่อให้เกิดความไว้วางใจต่อกัน กล้าที่จะเปิดเผยตนเองต่อกันมากขึ้น ช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ในทางที่ดีขึ้น เกิดความพอใจในการที่จะติดต่อกับผู้อื่น ความสามารถในแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นก็จะดำเนินไปอย่างดีและประสบผลสำเร็จ

แนวคิดลำดับขั้นในการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction Stages)

Knapp (1984) ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์และการรักษาความสัมพันธ์ ซึ่งอธิบายถึง การค่อยๆ พัฒนาความสัมพันธ์และความเสื่อมถอยของความสัมพันธ์ และต่อมาได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวร่วมกับ Vangelisti (Knapp & Vangelisti, 1992) ซึ่งอธิบายว่า การพัฒนาความสัมพันธ์จะเป็นแบบค่อยๆ พัฒนาไปอย่างช้าๆ ซึ่งการก้าวสู่ขั้นต่อไปของการพัฒนาจะเป็นไปอย่างเป็นระบบและเป็นไปตามลำดับ แต่การพัฒนาความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นการพัฒนาแบบก้าวหน้า (forward) หรือถอยหลัง (backward) ก็ได้ ซึ่ง Knapp and Vangelisti (1992) ได้พัฒนาขั้นตอนความสัมพันธ์ไว้ 10 ขั้นตอน โดยแบ่งออกเป็น 2 ระยะคือ ระยะแรกพบ (coming together) และ ระยะแยกจาก (coming apart) ดังนี้

ระยะแรกพบ (coming together) แบ่งเป็น 5 ขั้นคือ

(1) ขั้นการเริ่มต้น (initiating) เป็นขั้นแรกที่คนเราได้มีโอกาสพบปะบุคคลต่างๆ ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการสื่อสารกันอย่างเป็นทางการหรือเป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม สำหรับขั้นนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาความสัมพันธ์คือ การสร้างความประทับใจ เพราะความประทับใจครั้งแรกนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจว่า จะดำเนินความสัมพันธ์ในขั้นต่อไปหรือสิ้นสุดความสัมพันธ์นี้ (Adler & Rodman, 2003; Gamble & Gamble, 2005) รูปแบบการสื่อสาร เช่น การกล่าวทักทาย การแนะนำตนเอง

(2) ขั้นสร้างประสบการณ์ (experimenting) ขั้นที่ต่างฝ่ายเริ่มมีการแสวงหาข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อลดความไม่แน่ใจที่มีต่อคู่สื่อสาร ทั้งนี้ คู่สื่อสารจะพยายามที่จะทำความรู้จักบุคคลอีกฝ่ายให้มากขึ้น โดยพยายามสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม เช่น การพูดคุยในเรื่องงาน ความสนใจพิเศษ กีฬา เป็นต้น ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าจะก้าวสู่ขั้นตอนความสัมพันธ์ต่อไปหรือไม่

(3) ขั้นเข้มข้น (intensifying) ขั้นนี้คู่ความสัมพันธ์จะมีความใกล้ชิดในเรื่องการแลกเปลี่ยนข้อมูลความเป็นส่วนตัวกันมากขึ้น มีการสนทนากันอย่างไม่เป็นทางการ และเริ่มมีการใช้คำว่า “เรา” (we) หรือ “ของเรา” (us) มีการแลกเปลี่ยนหรือทำกิจกรรมร่วมกัน ใช้เวลาร่วมกันมากขึ้น แสดงออกถึงความรู้สึกใกล้ชิด ให้ความสนใจหรือใส่ใจกันมากขึ้น การใช้อารมณ์

ความรู้สึกในการสื่อสารเพื่อทำนายหรือคาดเดาพฤติกรรมระหว่างกันได้ และเริ่มสร้างข้อตกลงร่วมกันเพื่อรักษาความสัมพันธ์ (Adler & Rodman, 2003; Gamble & Gamble, 2005)

(4) ขั้นหลอมรวม (integrating) คู่ความสัมพันธ์มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในอดีตร่วมกัน และแสดงตัวสู่สังคมมากขึ้น เช่น การปรากฏตัวแบบครอบครัว คู่รัก กลุ่มเพื่อน หรือคู่ค้าทางธุรกิจ หรือมีพฤติกรรมการแสดงออกคล้ายๆ กัน มีการสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น โดยไม่ต้องร้องขอหรืออธิบาย (Adler & Rodman, 2003; Gamble & Gamble, 2005)

(5) ขั้นผูกพัน (bonding) มีการแสดงความผูกพันต่อกันอย่างเป็นทางการหรือการผ่านพิธีการต่างๆ เช่น การแต่งงาน การทำพิธีทางประเพณี-ศาสนา หรือลงนามสัญญาทางธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้คู่ความสัมพันธ์นี้ได้รับการยอมรับทางสังคม ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้จะเป็นพื้นฐานของการชี้แจงและการสร้างข้อตกลงร่วมกัน ซึ่งจะไปสู่ความสำเร็จของสังคมหรือระบบความสัมพันธ์ทางสังคม อย่างไรก็ตาม ในขั้นนี้ จะถูกควบคุมด้วยกฎระเบียบ บทบาท หรือข้อบังคับต่างๆ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้คู่ความสัมพันธ์เกิดความอึดอัดไม่สบายใจ และพยายามที่จะปรับเปลี่ยนเพื่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนความสัมพันธ์ที่อยู่ในขั้นวิกฤติ

ระยะแยกจาก (coming apart) แบ่งเป็น 5 ขั้นคือ

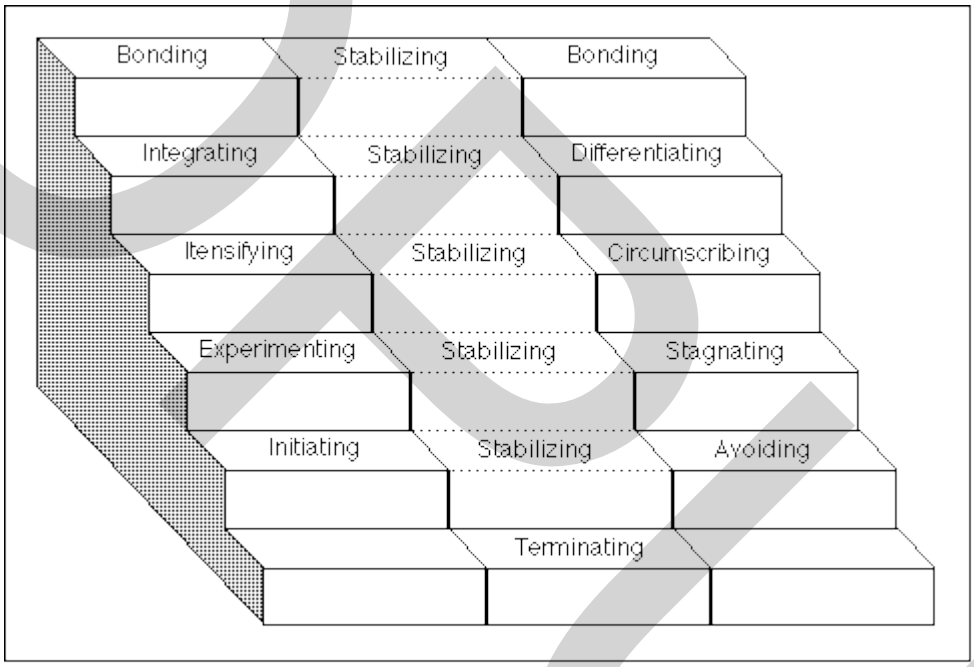
(6) ขั้นแปลกแยก (differentiating) คู่ความสัมพันธ์เริ่มมีความแปลกแยกต่อกัน ต่างแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของตนเอง มีความพยายามสร้างสิ่งต่างๆ ร่วมกันน้อยลง ต้องการความเป็นส่วนตัวและความเป็นอิสระมากขึ้น ซึ่งขั้นความแบ่งแยกนี้อาจสืบเนื่องมาจากขั้นความผูกพัน (bonding) ที่มีความเร่งรีบ โดยปราศจากการศึกษาความสัมพันธ์กันให้กว้างขวาง (breadth) และลึกซึ้ง (depth) รวมทั้ง อาจมีความตึงเครียดในความสัมพันธ์ที่มีมาก่อน ดังนั้น ลักษณะของการสื่อสารที่แสดงออกในขั้นนี้ เช่น การยืนยันบทบาทหรือสถานภาพของตน การไม่ตอบคำถามตรงๆ ซึ่งลักษณะเช่นนี้จะนำไปสู่ความขัดแย้ง

(7) ขั้นจำกัดขอบเขตความสัมพันธ์ (circumscribing) ขั้นนี้ลักษณะของการสื่อสารระหว่างกันจะเป็นแบบผิวเผินและไม่ลึกซึ้ง ประเด็นการสื่อสารจะค่อนข้างมีข้อจำกัดและมีความระมัดระวังในประเด็นที่สื่อสารมากขึ้น มีความสนใจระหว่างคู่สื่อสารลดลง อีกทั้ง ปริมาณการสื่อสารระหว่างกันก็ลดน้อยลงทั้งในเรื่องของความรู้สึกและการกระทำ

(8) ขั้นความหยุดนิ่ง (stagnation) ลักษณะของการสื่อสารที่เริ่มเข้าสู่การสิ้นสุดความสัมพันธ์ การมีปฏิสัมพันธ์กัน แม้ว่าจะนั่งอยู่ด้วยกัน แต่ก็ไม่มีการสื่อสาร พูดคุยกัน กิจกรรมทุกอย่างดำเนินไปอย่างกิจวัตร ไม่มีความกระตือรือร้น เกิดภาวะตึงเครียดในความสัมพันธ์ และเป็นเหตุนำไปสู่การสิ้นสุดความสัมพันธ์อย่างแท้จริง

(9) ขั้นหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์ (avoiding) ขั้นนี้คู่ความสัมพันธ์จะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะพบปะหน้ากัน ต่างใช้เหตุผลและข้ออ้างในการที่จะแยกจากกัน การหลีกเลี่ยงในการสื่อสารระหว่างกันทั้งใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา

(10) ขั้นยุติความสัมพันธ์ (terminating) ขั้นสุดท้ายของความสัมพันธ์ที่คู่ความสัมพันธ์คนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคนต้องการยุติความสัมพันธ์ระหว่างกัน แต่ทั้งนี้ การยุติความสัมพันธ์อาจเกิดได้ 2 ลักษณะคือ การเป็นศัตรู หรือคงไว้ซึ่งมิตรภาพและความอบอุ่น (Adler & Rodman, 2003; Gamble & Gamble, 2005)



ภาพที่ 2.10 แบบจำลองบันไดขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ (Staircase Model of Relationship Stages)

ที่มา: Social Intercourse: From Greeting to Goodbye, by Mark L. Knapp, Boston: Allyn & Bacon, 1978, p.33)

จากภาพแบบจำลองบันไดขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ (Staircase Model of Relationship Stages) Knapp (1984) อธิบายว่า แม้ว่าการสื่อสารจะไม่สามารถคาดเดาหรือทำนายลักษณะของความสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ แต่การสื่อสารก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยทำนายความสัมพันธ์ได้ โดยเขาให้เหตุผลว่า เราสามารถที่จะคาดเดาลักษณะของความสัมพันธ์ในช่วงของ

การเริ่ม (initiation) และการยุติความสัมพันธ์ได้ (termination) โดยพิจารณาจากลักษณะของการสื่อสารต่างๆ เช่น ลักษณะของข้อจำกัดของประเด็นที่ใช้ในการสื่อสาร (more narrow) รูปแบบการสื่อสาร (stylized) ประเด็นความยาก-อุปสรรคในการสื่อสาร (difficult) ความไม่ยืดหยุ่น-แข็งกระด้าง (rigid) ความลังเล (hesitant) และความชัดเจนในการยุติความสัมพันธ์ อย่างกรณีความสัมพันธ์ในขั้นของการหลอมรวม (integrating) ขั้นการสร้างความผูกพัน (bonding) และขั้นแบ่งแยก (differentiating) จะมีความชัดเจนในลักษณะของความกว้างของประเด็นที่สื่อสาร (more breadth) ลักษณะของความเป็นหนึ่งเดียว (uniqueness) ประสิทธิภาพในการสื่อสาร (efficiency) ความยืดหยุ่น (flexibility) ความราบรื่น (smoothness) ความเป็นส่วนตัว (personalness) ความเป็นธรรมชาติ (spontaneity) และการให้อภัยกัน (judgments given)โดยหลักการแล้วการใช้ภาษาและพฤติกรรมในการสื่อสาร จะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในความสัมพันธ์แต่ละขั้นตอน ซึ่งแบบจำลองบันไดขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ (Staircase Model of Relationship Stages) ของ Knapp (1978) ได้อธิบายถึงหลักการที่สำคัญของความสัมพันธ์ 2 ประการคือ (1) ภาพรวมของขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์จะเป็นไปตามช่วงเวลา (2) ความสัมพันธ์ของแต่ละขั้นตอนจะมีความเชื่อมโยงระหว่างกัน ทั้งนี้ Knapp and Vangelisti (1992) ระบุว่า กระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์นั้นไม่จำเป็นต้องมีการกำหนดหรือระบุขั้นตอนอย่างชัดเจน หรือเรียกว่า ไม่จำเป็นต้องเป็นความสัมพันธ์แบบเส้นตรง (linear) แต่การพัฒนาความสัมพันธ์อาจเป็นไปตามความต้องการหรือจุดประสงค์ของแต่ละบุคคล

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นจะเห็นว่า การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น จำเป็นต้องอาศัยเวลาและลำดับขั้นในการสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลายนั้น (คนแปลกหน้า (stranger) คนคุ้นเคย (acquaintances) เพื่อน (friends) เพื่อนสนิท (close friends) และ เพื่อนรัก (best friend)) จำเป็นต้องอาศัยเกณฑ์หรือเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันในการตัดสินใจดำเนินความสัมพันธ์ในแต่ละขั้น ซึ่งตามทฤษฎีการกลั่นกรองความสัมพันธ์ (Selective filtering) ของ Kerckhoff and Davis (1962) อธิบายว่า เกณฑ์การกลั่นกรองเปรียบเสมือนประตูที่จะกำหนดว่าเราจะดำเนินความสัมพันธ์ต่อไปอย่างไร (Duck, 1976) อาจจะเป็นความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิดหรือมีความผูกพันมากขึ้น

ในขณะที่ การรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Maintenance) จะเกิดขึ้นผ่านทุกขั้นตอนการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ (Hales, 2008, p. 12) ซึ่งถือเป็นวิธีการที่พยายามจะทำให้ความสัมพันธ์นั้นไม่ยุติลง โดย Guerrero and Bachman (2006) ได้อธิบายว่า แนวทางการรักษาความสัมพันธ์ว่ามีหลายลักษณะ คือ การเริ่มต้นความสัมพันธ์จากวิธีง่ายๆ ไปสู่ความพยายามเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกันไว้ด้วยการเพิ่มระดับความสัมพันธ์ไปสู่ความใกล้ชิดสนิทสนม

การพยายามป้องกันและแก้ไขความขัดแย้งที่เกิดขึ้น โดยทุกการกระทำนั้นคู่ความสัมพันธ์ต้องเกิดความความพอใจและมีความสุขร่วมกัน สอดคล้องกับ Stafford and Canary (1991, p. 220) ว่า พฤติกรรมในการรักษาความสัมพันธ์คือ การพยายามคงความเป็นธรรมชาติของความสัมพันธ์ นั่นคือ การรักษาไว้ซึ่งความพอใจของทุกฝ่าย นอกจากนี้ Kayla Hales (2008, p.14) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรักษาความสัมพันธ์ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพ (personality) รูปแบบความสัมพันธ์ (relationship type) เช่น เพื่อน ญาติ หรือคู่รัก) ประสบการณ์ของความสัมพันธ์ (relation history) เช่น ระยะเวลา (Guerrero and Bachman, 2006) และลักษณะของความสัมพันธ์ (relational feature) เช่น การแสดงอารมณ์ความรู้สึก ความเสมอต้นเสมอปลาย ความพึงพอใจ การให้คำมั่นสัญญา และความไว้วางใจ)

2.1.5 การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารผ่านข้อความ (message) ที่ประกอบด้วยข้อความที่แบบวัจนภาษา (verbal communication) ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดออกมาเป็นตัวอักษร เนื้อหา หรือเรื่องราว (content message) และข้อความที่เป็นอวัจนภาษา (non-verbal communication) ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดถึงอารมณ์ ความรู้สึก (relational message) ซึ่งการสื่อสารผ่านข้อความดังกล่าวเป็นที่มาของการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตว่าจะสามารถสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ได้หรือไม่ อย่างไรและในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication: CMC) ซึ่งจะเป็นการอธิบายถึงการสื่อสารผ่านตัวอักษรและข้อความเป็นหลัก ต่อจากนั้นจะเป็นการอธิบายถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

2.1.5.1 ทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication: CMC)

ในยุคปัจจุบันการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นับเป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่ส่งผลต่อธรรมชาติของการสื่อสาร ประการแรกคือ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จะลดทอนสัญญาณบอกนัยทางสังคมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอวัจนภาษาที่คนเราใช้ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้าและเป็นตัวที่คนเราใช้ประเมินความซื่อสัตย์และความจริงใจของกันและกัน ประการที่สองคือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลสื่อสารแบบต่างช่วงเวลา ซึ่งต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่ผู้สื่อสารต้องสื่อสารในเวลาเดียวกัน ดังนั้น จึงเอื้อให้ผู้สื่อสารมีเวลาในการตระเตรียมหรือตรวจสอบเนื้อหาที่จะสื่อสาร (ดวงกมล ชาติประเสริฐ, และศศิธร ยุวโกศล, 2555, น. 84)

สำหรับความหมายของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ December (1997) อธิบายว่า CMC คือ กระบวนการสื่อสารของมนุษย์ผ่านคอมพิวเตอร์ โดยมีความเกี่ยวข้องกับผู้คน สถานการณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นกระบวนการที่นำไปสู่รูปแบบของการใช้สื่อที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่หลากหลาย หรืออาจกล่าวได้ว่า CMC คือ กระบวนการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นจากความต้องการหรือความปรารถนาของแต่ละบุคคลหรือในแต่ละสถานการณ์ ทั้งนี้สอดคล้องกับ Williams and Edge (1996) ซึ่งอธิบายว่า แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎี Social Shaping of Technology Theory (SST) นั่นคือ แม้ว่าคนจำนวนมากจะใช้สื่อเดียวกัน แต่ก็มีวัตถุประสงค์ วิธีการใช้สื่อ รวมถึงอิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้ใช้แตกต่างกัน สำหรับ Reid (1991, p.3 อ้างถึงใน อาทิชา เมืองยม, 2547, น. 10) อธิบายว่า ระบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication Systems: CMCS) เป็นระบบที่ใช้คอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรคมนาคม เพื่อประกอบกันเก็บรวบรวม ส่งผ่าน และเพื่อกระบวนการติดต่อสื่อสาร โดยมีรูปแบบของระบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ 3 ประเภท ได้แก่ E-mail หรือ Electronic Mail ที่สามารถใช้ระบบคอมพิวเตอร์ส่งข้อความต่างๆ ไปยังผู้อื่นได้ News ใช้ส่งข้อความ เพื่อเป็นข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่มีผู้อื่นตั้งขึ้น อีกทั้ง ยังสามารถเป็นผู้ตั้งประเด็นเพื่อขอความคิดเห็นจากผู้อื่นได้ และ Chat หรือการสนทนา เป็นการส่งผ่านข้อความที่พิมพ์ส่งผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ไปยังผู้อื่นหรือกลุ่มคน ซึ่งอยู่ในเครือข่ายเดียวกัน สามารถโต้ตอบกลับได้ในทันที

เมื่อการสื่อสารแบบ CMC ได้ถูกเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต จึงนับได้ว่า เป็นการเสริมศักยภาพในการสื่อสารมากขึ้น ซึ่ง กัญญาดา ประจุศิลปะ และคณะ (2551, น.17-18) ได้อธิบายถึงบทบาทของอินเทอร์เน็ตต่อการสื่อสารแบบ CMC ว่า อินเทอร์เน็ตนับเป็นช่องทาง (Channel) ที่มีศักยภาพในการสื่อสาร โดยสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นศักยภาพของสื่อรูปแบบใหม่ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ใช่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน (Internet neither – interpersonal nor mass communication) แต่เป็น “สื่อผสม” (Hybrid medium) ซึ่งรวมเอาคุณสมบัติในการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชนไว้ด้วยกัน โดยผ่านตัวกลาง คือ คอมพิวเตอร์

ดังนั้น กระบวนการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตจึงมิได้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร แต่เกิดขึ้นจากสภาพบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลาง ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทเป็นได้ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารทำให้เกิดกระบวนการในการสื่อสารที่แท้จริง ซึ่งแตกต่างจากการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่ไม่สามารถเปลี่ยนสถานภาพจากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสารหรือผู้ส่งสารเป็นผู้รับสารได้

ในการศึกษาการสื่อสารของบุคคลผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ยังไม่มีข้อสรุปว่า ควรจะนำทฤษฎีใดมาเป็นหลักในการอธิบายลักษณะของการสื่อสาร แต่โดยรวมแล้วการศึกษาการสื่อสารของบุคคลผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Communicative cues) ที่สามารถใช้ได้ในโลกของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์หรือโลกออนไลน์ที่ส่งผลต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Walther & Park, 2002)

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร Dietrich (2004) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง From Face-to-Face to Cyberspace: Examining the Impact of Instant-Messaging With Already-Established Relationships ได้อธิบายไว้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการขาดสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-Out approach) และกลุ่มการทดแทนสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-In approach)

1. กลุ่มการขาดสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-Out approach)

Liu (2002, pp. 2-3) ได้อธิบายถึง แนวคิดการขาดสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร ว่าเป็นการรวมเอา 3 ทฤษฎีหลักที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาสังคม แนวคิดด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีการนำเสนอตัวตนทางสังคม (Social Presence Theory) ทฤษฎีความหลากหลายของสื่อ (Media/Information Richness Theory) และ ทฤษฎีสัญญาณบอกนัยทางสังคม (Social Context Cues Theory) มาใช้ในการอธิบาย โดยเขาเน้นว่า การสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนั้นจะเน้นที่การใช้อวัจนภาษา เพราะลักษณะของการสื่อสารจะเน้นการสร้างความประทับใจ การตอบโต้ การมีส่วนร่วม การสร้างความเข้าใจระหว่างกัน รวมถึง การรับรู้ได้ว่า มีความจริงใจต่อกัน แต่ในการใช้ CMC จะอยู่บนพื้นฐานของการใช้ข้อความ ตัวอักษร การสื่อสารขาดความเป็นกันเอง เนื่องจากไม่สามารถใช้อวัจนภาษาติดต่อกันได้ ซึ่งโดยปกติในการสื่อสารแบบเผชิญหน้านั้น คนเราจะสามารถโต้ตอบกันได้ทันที ดังนั้น การใช้ CMC ในการสื่อสารจะทำให้ยากต่อการแปลความหมายหรือรับรู้ถึงอารมณ์ ความรู้สึก นอกจากนั้น Kanpp and Daly (2002, p. 24) อธิบายว่า แนวคิดนี้เป็นการมองการสื่อสารผ่านตัวสื่อ (Medium) ที่ปราศจากการบอกใบ้ (cues) เกี่ยวกับลักษณะของผู้สื่อสาร (identity) โดยสิ่งที่เขาให้ความสำคัญคือ ประเด็นว่า สื่อบางสื่อนั้นอาจไม่สามารถถ่ายทอด หรือบ่งบอกเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผู้สื่อสารได้ โดยเฉพาะการมีเพียงอวัจนภาษา (nonverbal cues) ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพของการสื่อสารอาจลดลง เพราะแต่ละฝ่ายไม่สามารถรับรู้หรือเข้าใจข้อมูลของอีกฝ่ายได้ แต่ข้อดีของการขาดการบอกใบ้ หรือการใช้อวัจภาษา คือ ความสามารถในการปลดปล่อยจากกรอบบรรทัดฐานทางสังคม เพราะผู้สื่อสารสามารถที่จะปกปิดความเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเองได้ จึงสามารถที่นำเสนอข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้อย่างอิสระมากขึ้น

2. กลุ่มการทดแทนสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-In approach)

Walther (1992) ได้อธิบายว่า แนวคิดกลุ่มนี้อยู่บนฐานของทฤษฎี การประมวลข้อมูลทางสังคม (Social Information Processing Theory of CMC interaction: SIP) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความเข้าใจทางสังคม (Social Cognition) และการพัฒนาความสัมพันธ์ของบุคคล (Interpersonal relationship development) ซึ่งรวมถึง รูปแบบการใช้สื่อที่หลากหลายในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์และสร้างตัวตนทางสังคม ทั้งนี้หลักการสำคัญของทฤษฎีนี้คือ การเลือกใช้สื่อจะช่วยลดความความไม่แน่ใจในการสื่อสารและช่วยดึงดูดความสัมพันธ์ได้ (Liu, 2002, p. 6) ดังนั้น ผู้ใช้สื่อจะต้องพยายามปรับข้อความหรือภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อให้สามารถตอบสนองความสัมพันธ์ได้ หรือกล่าวได้ว่า แทนที่จะมุ่งเน้นว่า การสื่อสารผ่าน CMC คือการขาดสัญญาณบอกนัยยะ หรือเกิดข้อจำกัดในการสื่อสาร แต่ควรหันมาปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารด้วยข้อความแบบอื่นๆ ที่สามารถสร้างความประทับใจในการสื่อสารได้ (Walter & Park, 2002, p. 535) ทั้งนี้ Knapp and Daly (2002, p. 24) กล่าวว่า ทฤษฎี SIP นั้นได้อธิบายว่า CMC ได้สร้างอวัจนภาษาสำรองขึ้นมาทดแทน ได้แก่ รูปแบบข้อความ การเขียน การใช้ภาษาช่วงเวลารับ-ส่งสาร ช่วงเวลาการตอบโต้ กราฟิกแสดงอารมณ์ หรือ Emotions ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นคุณลักษณะเฉพาะที่พบในการสื่อสารแบบ CMC และทำให้มีประสิทธิภาพเทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับการสื่อสารแบบ FtF มากขึ้น

ในปี 1996 Walther ได้พัฒนาแนวคิดการสื่อสารที่แสดงความเป็นตัวตนได้มากกว่าปกติ (Hyperpersonal communication) ซึ่งอธิบายว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์สามารถทำให้การสื่อสารมีความเป็นมิตร มีความใกล้ชิด เป็นกันเอง สามารถดึงดูดใจและมีความเป็นสังคมมากกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า เช่น การขาดอวัจนภาษาและการไม่เห็นรูปลักษณ์ภายนอกของผู้สื่อสารทำให้ผู้ส่งสารสามารถเลือกนำเสนอตัวตนด้านต่างๆ ต่อผู้อื่นได้อย่างอิสระ และในการสื่อสารที่เกิดขึ้นต่างเวลากันจะเอื้อให้ผู้สื่อสารไม่ต้องปรากฏตัวอยู่ในที่เดียวกัน ผู้สื่อสารจึงมีเวลามากขึ้นในการสร้างสารอย่างรอบคอบชัดเจน เป็นต้น ตามความเชื่อของแนวคิดนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีไม่ได้มีผลต่อการสื่อสารของบุคคลมากเท่าการรับรู้ของบุคคลต่อประสบการณ์การสื่อสารที่เกิดขึ้น การรับรู้ของบุคคล คือ สิ่งที่มีบทบาทในการกำหนดปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ดังจะเห็นได้จากการสร้างการรับรู้ทางบวกในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัด เช่น มองข้อจำกัดในการเห็นรูปลักษณ์ภายนอกว่าช่วยให้เลือกนำเสนอตัวตนได้อย่างที่ใจปรารถนา เป็นต้น แนวคิดการสื่อสารที่แสดงความเป็นตัวตนได้มากกว่าปกติจึงท้าทายความคิดที่ว่าเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดการสื่อสาร (Wood & Smith, 2005 อ้างถึงใน ดวงกมล ชาติประเสริฐ, และศศิธร ยุวโกศล, 2555, น. 95) หรืออาจกล่าวได้ว่า CMC นั้นสามารถเปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารสามารถทำการ งอ (Bent) หรือบิดเบือน (Twisted) ความเป็นจริงเกี่ยวกับตนเองได้ จากนั้น จึงปรับแต่งการสื่อสารด้วยการบอกใบ้ (Cues) ในลักษณะต่างๆ เพื่อสร้าง

การรับรู้ตัวตนในรูปแบบที่ตนเองต้องการ วิธีการนี้จึงช่วยให้ผู้สื่อสารสามารถพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างในโลกอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว (Knapp & Daly, 2002, p. 24)

สรุป แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated Communication: CMC) เป็นการอธิบายความสำคัญของตัวกลางในการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้ คือ คอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำหน้าที่เป็นช่องทางในการนำส่งสาร (ข้อความ) ทั้งนี้ สาร (Message) หรือ เนื้อหา (Content) ที่ใช้ในการสื่อสารนั้น ได้เปลี่ยนรูปจากการสื่อสารผ่านการพูด-การฟัง ไปสู่การอ่าน-การเขียนข้อความ ทำให้รูปแบบของการสื่อสารมีความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น รวมถึง สร้างรูปแบบของการเกิดปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ที่สามารถตอบโต้ได้อย่างทันที อีกทั้ง การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้น ยังสามารถช่วยสร้าง พัฒนา และรักษาความสัมพันธ์ได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้น ยังคงถกเถียงกันถึงผลของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ใน 2 มุมมองที่ขัดแย้งกันระหว่าง กลุ่มการขาดสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-Out approach) ที่เน้นว่า การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์จะไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้ เพราะขาดการใช้อวัจภาษา อย่างกิริยาท่าทาง น้ำเสียง และการแสดงการตอบโต้ แต่เป็นเพียงการใช้ตัวอักษรหรือข้อความในการสื่อสารเท่านั้น ซึ่งถือว่าขาดเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้บุคคลไม่สามารถที่รับรู้หรือเข้าใจตรงกันได้ ซึ่งในขณะที่ กลุ่มการทดแทนสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-In approach) ให้ความเห็นว่า การใช้คอมพิวเตอร์ในการสื่อสารแม้จะเป็นเพียงข้อความ หรือตัวอักษร แต่สามารถช่วยสร้างแรงจูงใจให้เกิดการตอบสนองการสื่อสารระหว่างกันได้ การสื่อสารมีความเป็นกันเอง และลดความเสี่ยงในการสื่อสาระหว่างกันได้อีกด้วย

2.1.5.2 การสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ที่ผ่านมา การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตพบข้อขัดแย้ง 2 ด้านคือ ด้านที่เห็นว่า ความสัมพันธ์ผ่านออนไลน์นั้นเป็นไปอย่างผิวเผิน ขาดความเป็นตัวตนที่แท้จริง บ่อยครั้งที่สร้างความสัมพันธ์ที่เป็นปรปักษ์ต่อกัน อีกทั้ง ความสัมพันธ์นั้นเป็นเพียงภาพมายาที่เกิดขึ้นในโลกเสมือนเท่านั้น (e.g. Beninger, 1987; Berry, 1993; Heim, 1992; Stoll, 1995) ในขณะที่อีกด้านหนึ่งมองว่า ความสัมพันธ์ผ่านออนไลน์ทำให้ผู้ใช้มีอิสระ ไม่ติดอยู่ในกรอบหรือโลกทางกายภาพ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและชุมชนในรูปแบบใหม่ที่เป็นของจริง (e.g. Pool, 1983; Rheingold, 1993) หรือกล่าวได้ว่า การสื่อสารออนไลน์อาจทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลขาดหาย หรือมีความเป็นอิสระและสามารถค้นพบความสัมพันธ์ที่แท้จริง (Park & Floyd, 1996, p. 80) ทั้งนี้ งานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาความความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านคอมพิวเตอร์ในยุคแรกนั้นจะมุ่งเน้นไปที่การเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของ

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) หรือการสื่อสารออนไลน์กับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (FtF) ซึ่งผลจากการศึกษามีดังนี้

Parks and Floyd (1996, pp.80-81) เป็นนักวิจัยรุ่นแรกที่ให้ความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ โดยเขาได้ค้นพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่นั้นจะเป็นการศึกษากับกลุ่มเล็กๆ และเน้นเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียระหว่างการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า และส่วนใหญ่พบว่า การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จะมีข้อค้นพบในเชิงลบ โดยเฉพาะไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้ เพราะขาดการใช้เงื่อนไขทางสังคม (social cues) นั่นคือ เน้นการสื่อสารผ่านตัวอักษรหรือข้อความมากกว่าการสื่อสารผ่านกายภาพ เช่น การมองเห็น การแสดงกิริยาท่าทาง หรือน้ำเสียง อีกทั้ง การสื่อสารยังการแสดงถึงปฏิกิริยาตอบกลับที่ช้ากว่า เพราะต้องผ่านสื่อกลางอย่างคอมพิวเตอร์ในขณะที่การสื่อสารแบบเผชิญหน้าสามารถตอบโต้ได้ทันที ดังนั้น สำหรับงานวิจัยของเขาและคณะจึงได้ให้ความสนใจในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ในเชิงบวก โดยมุ่งเน้นศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ใช้ Usenet Newsgroup ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน โดยความสัมพันธ์นั้นเริ่มจากการรู้จักกันในอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรกผ่านกลุ่ม Newsgroup และค่อยๆ พัฒนาความสัมพันธ์ไปเรื่อยๆ ซึ่งความสัมพันธ์นั้นมีลักษณะของความเสมอภาค เป็นอิสระ ไม่มีข้อจำกัดในการสื่อสารและไม่ทำให้ความสัมพันธ์นั้นหายไป ส่วนรูปแบบของความสัมพันธ์นั้นจะมีลักษณะของความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามมากว่าเพศเดียวกัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จะสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้ แต่ด้วยข้อจำกัดของการใช้สื่อที่ไม่สามารถมองเห็นหรือได้ยินเสียงได้ จึงจำเป็นต้องใช้สื่ออื่นมาช่วยสนับสนุนความสัมพันธ์ด้วย ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์หรือการพบปะแบบเผชิญหน้า (Parks & Floyd, 1996) นอกจากนี้ งานวิจัยของ Hian et al. (2004) ที่ศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารแบบเผชิญหน้า พบว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์สามารถช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ได้ดีกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ซึ่งสอดคล้องกับ Scott et al. (2006) ที่พบว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ถือว่าเป็นทางเลือกที่ดีกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้าในการสร้างความสัมพันธ์ที่แบบใกล้ชิด Walther (1995) ค้นพบว่า การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับคนแปลกหน้าจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดได้มากกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า และสำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มวัยรุ่นค้นพบว่า อินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นสถานที่พบปะและสร้างสังคม (Hampton & Wellman, 2002; Mesch & Levanon, 2003; Wellman & Gulia, 1998) อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยชดเชยความสัมพันธ์ทางสังคมในโลกแห่งความ

จริงได้ เพราะอินเทอร์เน็ตจะช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น (Mesch & Talmud, 2006a, p. 29)

ส่วนบทบาทอินเทอร์เน็ตในการรักษาความสัมพันธ์จากงานวิจัยของ Hu et al. (2004) ที่พบว่า การใช้ instant message (IM) ถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีความคุ้มค่าในการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีได้ Mesch and Talmud (2006b, p. 137) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นไม่พียงแต่ใช้อินเทอร์เน็ตในการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่อยู่ห่างไกลเท่านั้นแต่ยังใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ด้วย Stafford et al. (1999) พบว่า จดหมายอิเล็คทรอนิกส์ (e-mail) ถูกใช้เป็นช่องทางในการสนับสนุนและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว ส่วน Haythornthwaite and Wellman (2002); Wellman and Giulia (1999) พบว่า อินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของวัยรุ่น และเป็นรูปแบบหนึ่งในการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนทั้งเพื่อนที่สนิทและไม่สนิท

2.1.5.3 ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

ผลกระทบเชิงบวก

การใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเพิ่มความถี่และความหลากหลายในการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ ซึ่งจากงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Rice, 1987b) สามารถเป็นช่องทางในการทำธุรกิจ การค้า การสร้างเครือข่าย และยังเป็นช่องทางในการสร้างสรรค์สังคมในรูปแบบใหม่ (Baym, 1995) Van Dijk (1999) กล่าวว่า การใช้ CMC จะช่วยชดเชยหรือลดเงื่อนไขในการรับ-ส่งภาพ เสียง ข้อความ และข้อมูลต่างๆ เพราะข้อมูลเหล่านั้นสามารถส่งผ่านได้ทาง e-mail นอกจากนั้น เรายังสามารถที่จะสื่อสารแบบไม่เป็นทางการได้ สร้างการสนทนาระหว่างกลุ่ม ช่วยสนับสนุนบุคคลที่เงียบได้มีโอกาสได้สนทนาร่วมกับผู้อื่น Walther (1996) ยังอธิบายอีกว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์เป็นเป็นส่วนตัว สามารถเลือกหรือระบุเวลาหรือเรื่องที่สนใจได้ Hamman's (1999) ทำการศึกษาพบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตจะช่วยทำให้เกิดความความใกล้ชิด และพัฒนาความสัมพันธ์ในโลกแห่งความจริงได้ แม้ว่า ในการใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้ระยะเวลาสั้นกว่า นอกจากนั้น จากผลสำรวจของ A Pew Research Center (2000) พบว่า การใช้ E-mail จะช่วยสนับสนุนความเป็นสังคม การติดต่อกับเครือญาติ และผลจากการวิจัยยังพบว่า คนที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มว่าใช้บ่อยและนานขึ้น

ผลกระทบเชิงลบ

จากงานวิจัยและมุมมองของนักวิชาการที่เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ได้พบข้อจำกัดและผลกระทบเชิงลบดังนี้ Stoll (1995) กล่าวว่า การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการปฏิเสธความเป็นธรรมชาติในการสื่อสารของมนุษย์ เพราะรูปแบบของความเป็นเทคโนโลยีมีข้อจำกัดในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์

ดังนั้น โลกไซเบอร์ จึงไม่สามารถเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ได้ (Beniger, 1988) นอกจากนั้น ในด้านจิตวิทยา พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีการแยกตัวออกจากสังคม และการเกิดอาการซึมเศร้า (Kraut et al., 1998; Kroker & Weinstein, 1994; Nie & Erbring, 2000; Stoll, 1995; Turkle, 1995) ความสัมพันธ์ในออนไลน์อาจจะเกิดขึ้นกับคนที่มีการพึ่งพาต่อคนอื่นต่ำ มีข้อตกลงร่วมกันน้อย และมีความสามารถน้อย (Parks & Roberts, 1998; Rice, 1987) การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางเป็นการส่งเสริมให้คนโกหก ไม่พูดความจริงการสร้างตัวตนแบบปลอมๆ เช่น การโกหก การสร้างความสับสนให้บุคคลอื่น การสลับเพศที่ตรงข้ามกับความเป็นจริง ซึ่งในโลกแห่งความจริงไม่สามารถแสดงออกได้ (Turkle, 1996) นอกจากนั้น Shapiro and Leone กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมากจะทำให้ใช้เวลากับครอบครัวและเพื่อนน้อยลง อย่างไรก็ตาม แม้ว่า เราจะสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ แต่อาจส่งผลกระทบที่ไม่ดีหรือเป็นทุกข์ต่อคนรอบข้าง (Schroeder & Ledger, 1998; Shapiro & Leone, 1999) ความเป็นอิสระในโลกอินเทอร์เน็ตอาจส่งผลให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การเบียดเบียนและสร้างความไม่ถูกต้องต่อผู้อื่น การใช้ภาษาที่หยาบคาย (Schroedr & Ledger, 1998) การนำเสนอในข้อมูลที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ การบันดาลโทสะ การขาดวิจารณญาณ ขาดการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสาร และเป็นการสื่อสารในระยะสั้นเท่านั้น (Tapscott , 1997)

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คมีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างไรผ่านเครื่องมือและการให้บริการบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ค การสื่อสารดังกล่าวสามารถนำไปใช้เพื่อสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ได้อย่างไรบ้าง รวมถึงระดับของความสัมพันธ์ที่เกิดจากการสื่อสารผ่านข้อความนั้นจะช่วยให้มีการเปิดเผยตนเองมากน้อยเพียงใด และส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้หรือไม่อย่างไร

2.1.6 ทุนทางสังคมกับอินเทอร์เน็ต (Social Capital and Internet)

2.1.6.1 แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital)

แนวคิดทุนทางสังคมเกิดมาจากนักสังคมวิทยา ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับประชาสังคม (civil society) ปัญหาเยาวชน (youth behavior problems) สุขภาพของประชาชน (public health) การใช้ชีวิตของชุมชน (community life) ประชาธิปไตยและการปกครอง (democracy and governance) การพัฒนาเศรษฐกิจ (economic development) และปัญหาทั่วไปที่เกี่ยวกับสาธารณะ (general problem of collective action) (Adler & Kwon, 2002) แนวคิดเรื่องทุนทางสังคมจะมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์เชิงบวก เช่น การลดต้นทุน หรือการลดปัญหาทางสังคม (Portes, 1998) รวมถึงการศึกษาถึงความสัมพันธ์ทางสังคมหรือเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมในหลายระดับ เช่น ความสัมพันธ์ของ

เพื่อน ครอบครัว คนรัก เพื่อนที่ทำงาน ชุมชน หน่วยงาน องค์กร เป็นต้น ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องสร้างประโยชน์ หรือผลเชิงบวกต่อบุคคลที่เข้าไปร่วมอยู่ในระบบความสัมพันธ์นั้น

ดังนั้น ทุนทางสังคมที่ดีจะต้องสามารถสร้างข้อตกลงร่วมกัน และสามารถก่อให้เกิดการขับเคลื่อน และความร่วมมือเพื่อประโยชน์ร่วมกันของคนในสังคม อย่างไรก็ตาม แม้บางครั้งแนวคิดเรื่องทุนทางสังคมจะถูกนำไปใช้ในกับคนเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มมาเฟีย กลุ่มลัทธิความเชื่อ ซึ่งแม้ว่าจะสร้างความแน่นแฟ้นผูกพันกันมาก แต่กลับส่งผลเสียต่อสังคม ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งตามมาได้ หรือการมีทุนทางสังคมในกลุ่มของตนเองมากเกินไป จะส่งผลต่อการแปลกแยกในสังคม การกีดกันหรือเกลียดชังบุคคลอื่นที่อยู่นอกสังคมของตน ซึ่งเหล่านี้นักคิดต่างเห็นว่า เป็นส่วนที่เป็นด้านลบของทุนทางสังคม จึงมีการพยายามทำให้ทุนทางสังคมเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันให้มากที่สุด

ความหมายของทุนทางสังคม

คำว่า “ทุนทางสังคม” (Social Capital) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้อย่างหลายแตกต่างกันไป ดังนี้

Lyda Judson Hanifan ที่ปรึกษาด้านการศึกษาระดับสูงจากมลรัฐเวสต์เวอร์จิเนีย ซึ่งถือว่าเป็นผู้บุกเบิกแนวคิดทุนทางสังคมในแนวคิดด้านสังคมวิทยาได้อธิบายความหมายของทุนทางสังคมไว้ใน หนังสือ The Annals of the American Academy of Political Science ซึ่งเป็นงานที่เขียนถึงการพัฒนา “ทุนทางสังคม” ของชุมชนในมลรัฐเวสต์เวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกาว่า ทุนทางสังคมไม่ได้ หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ ทรัพย์สินส่วนบุคคล หรือเงินแต่คือ สิ่งต่างๆ ที่เราพบเห็นและสัมผัสได้ในชีวิตประจำวันของเรา เช่น การมีเจตจำนงที่ดี (good will) ความร่วมมือกัน (fellowship) ความเห็นอกเห็นใจ (mutual sympathy) และการติดต่อสัมพันธ์กันในสังคม (social intercourse) ระหว่างบุคคลหรือครอบครัวที่ทำให้เกิดหน่วยทางสังคมขึ้น (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547) นอกจากนั้น Hanifan ยังกล่าวว่า ปัจเจกชนนั้นค่อนข้างที่จะมีทุนทางสังคมน้อยโดยเฉพาะถ้าเขาแยกตัวออกจากสังคม แต่ถ้าเขามีการติดต่อสัมพันธ์กับญาติพี่น้องของเขาและญาติพี่น้องก็มีการติดต่อกับญาติคนอื่นอีก ก็จะเกิดการสะสมทุนทางสังคม ซึ่งอาจจะตอบสนองความจำเป็นทางสังคมให้กับเขาได้อย่างดี และอาจจะทำให้เกิดศักยภาพทางสังคม ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงสภาวะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนรวมให้ดีขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนจะได้รับประโยชน์จากความร่วมมือของคนในชุมชนแต่ละส่วน ในขณะที่ปัจเจกนั้น ก็ได้รับประโยชน์จากการช่วยเหลือกัน (help) มีความเห็นอกเห็นใจ และมีความร่วมมือกันในหมู่ญาติพี่น้อง (Hanifan, 1916, 1920 อ้างถึงใน Smith, 2000, 2001)

Pierre Bourdieu นักสังคมชาวฝรั่งเศสให้ความหมายว่า Pierre Bourdieu ได้อธิบายว่า ทุนทางสังคมเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีจริงหรือที่มีศักยภาพมารวมเข้าด้วยกัน โดยเชื่อมต่อกับเรื่องของการเป็นสมาชิกในเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์เชิงสถาบัน ซึ่งมีมากน้อยต่างกัน ขึ้นอยู่กับความสนิทสนมคุ้นเคยกัน จะทำให้คนที่เป็นสมาชิกมีทุนเป็นของตนเองร่วมกันไว้เป็นฐานสนับสนุน (Bourdieu, 1997, p. 51 อ้างถึงใน Baron et al., 2001, pp. 4-5) หรือกล่าวได้ว่า ทุนทางสังคมเป็นพลังทางสังคมที่เชื่อมกับการเป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งทำให้สมาชิกแต่ละคนมีการสะสมทุนที่มาจากลักษณะร่วมของการเป็นหมู่คณะ (Bourdieu, 1983, pp.248-249)

James S. Coleman นักสังคมวิทยาได้ให้ความหมายว่า ทุนทางสังคมเป็นผลมาจากความเชื่อ ความผูกพันร่วมกันในกลุ่ม การกระทำของคนสร้างขึ้นหรือถูกกำหนดขึ้นจากบริบททางสังคม เช่น บรรทัดฐาน ความไว้วางใจระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม และการจัดระเบียบสังคม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำหน้าที่ในสังคม และส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจ (Coleman อ้างถึงใน Dasgupta & Serageldin, 1999) หรือกล่าวได้ว่า ทุนทางสังคมจะเกิดขึ้นภายใต้ 1) ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ที่มีพันธะผูกพัน มีความคาดหวัง ความไว้วางใจ มีช่องทางแพร่ข้อมูลข่าวสาร บรรทัดฐานของสังคมและบทลงโทษ และ2) โครงสร้างสังคม ที่มีความใกล้ชิดของเครือข่าย และมีองค์กรภายใต้โครงสร้างสังคมที่เหมาะสม (Prachtip & Kata, 2004)

Robert D. Putnam บุคคลซึ่งทำให้ทฤษฎีทุนทางสังคมเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางได้อธิบายว่า ทุนทางสังคมคือ ความช่วยเหลือของผู้ใดที่มีต่อสมาชิกใดๆ ของสังคม ย่อมเป็นผลให้ได้รับความช่วยเหลือจากสมาชิกของสังคมนั้นตอบแทนกลับคืนมาในระยะเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้ไม่เฉพาะเจาะจงว่าต้องช่วยเหลือผู้ใดหรือได้รับความช่วยเหลือจากผู้ใด แต่เป็นกลไกของสังคมโดยรวม (Putnam, 1993) หรือกล่าวได้ว่า ทุนทางสังคมคือ เครือข่ายสังคม (social network) ที่มีความสัมพันธ์กันอยู่บนบรรทัดฐาน(norms) ของการต่างตอบแทนกัน (reciprocity) (Putnam, 2000) ซึ่ง Putnam (2002) ได้อธิบายว่า เครือข่ายและบรรทัดฐานทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเอื้อประโยชน์ต่อกันและกันก็นับว่าเป็นทุนทางสังคม เพราะเครือข่ายก็คือ ทุนทางสังคมในรูปแบบหนึ่งที่สร้างคุณประโยชน์ทั้งในปัจเจกบุคคลและกลุ่ม นั่นคือ หากทุนทางสังคมลดลงก็จะส่งผลต่อความวุ่นวายสับสนและขาดการมีส่วนร่วมของสังคม และทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจต่อกันในสังคม

Francris Fukiuyama (1995, p. 10) ให้ความหมายว่า ทุนทางสังคมเป็นกิจกรรมของกลุ่มคนที่ทำงานร่วมกันเพื่อเป้าประสงค์ของกลุ่มหรือองค์กร ซึ่ง วรวุฒิ โรมรัตนพันธ์ (2546, น. 28) อธิบายว่า ทุนทางสังคมนั้นเกิดจากชุดของค่านิยมที่ไม่เป็นทางการ และเป็นบรรทัดฐานหรือจารีตร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างสมาชิกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การมี

ค่านิยมและบรรทัดฐานหรือจารีตร่วมกันในกลุ่มมิได้หมายความว่า เป็นทุนทางสังคมได้ทั้งหมด เนื่องจากคุณค่าเหล่านี้อาจจะเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้น ค่านิยมและบรรทัดฐานที่เป็นทุนทางสังคมต้องเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับศีลธรรมความดีงาม

Maletsky and Valdivieso (2008) ให้ความหมายว่า ทุนทางสังคมเป็นการติดต่อระหว่างปัจเจกบุคคล โดยมุ่งการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน

Portes (1998, p. 6) ระบุว่า ทุนทางสังคมเป็นกิจกรรมของตัวแสดงต่างๆ ที่รักษาผลประโยชน์โดยใช้ความเป็นสมาชิกในเครือข่ายทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคม

Burt (1992); Flap and Volker (2001); Granovetter (1983) ได้อธิบายว่า ในส่วนของบุคคล (Individual) แล้ว ทุนทางสังคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการลงทุนด้านความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคม การใช้ทรัพยากรในเครือข่ายสังคมให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละบุคคล โดย Burt (1992) ค้นพบว่า ในทุนทางสังคมนั้นอาจเกิด “หลุมโครงสร้าง” (structure holes) ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลในสังคมนั้นขาดความสัมพันธ์หรือการมีความเกี่ยวพันทางสังคมน้อย

Lin (1999) อธิบายว่า ทุนทางสังคมคือ ทรัพยากรที่ฝังตัวอยู่ในเครือข่ายสังคมจะกลายเป็นทุนที่สนับสนุนให้เกิดผลประโยชน์จากการกระทำร่วมกัน ประกอบด้วย (1) เครือข่ายสังคมจะช่วยให้การไหลของข้อมูลข่าวสารง่ายขึ้นผ่านเครือข่ายที่ติดต่อกัน ช่วยลดต้นทุนในการถ่ายโอน เพราะเกิดความไว้ใจระหว่างกันในสังคม (2) ความเกี่ยวพันในสังคมจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ของสังคม (3) ปัจเจกบุคคลสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรผ่านเครือข่ายสังคม และ (4) ความสัมพันธ์ทางสังคมไม่ใช่แค่เพียงการใช้อารมณ์ในการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์นั้นยังเป็นการได้มาซึ่งความรู้ที่เป็นประโยชน์อีกด้วย

จากความหลากหลายของนิยามและแนวคิดทุนทางสังคมข้างต้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า ทุนทางสังคมเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล และกลุ่มคนที่ให้การสนับสนุนซึ่งกันและกันอยู่บนพื้นฐานของเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

บทบาทหน้าที่และหน้าที่ของทุนทางสังคม

1. บทบาทในฐานะตัวเชื่อมให้กลุ่มสมาชิก (bonding social capital) โดยจะสนับสนุนครอบครัว กลุ่มเพื่อนและกลุ่มเพื่อนบ้านที่มีลักษณะความเป็นพี่น้องทางชาติพันธุ์และมีอัตลักษณ์ทางสังคมที่ใกล้ชิดและรู้จักกันแล้วมาร่วมมือสร้างสายสัมพันธ์ให้เข้มแข็ง (strong ties)

2. บทบาทการประสานสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มภายในและภายนอก (bridging social capital) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างกันทางสังคมที่ก่อนหน้านี้ไม่รู้จักกันมาก่อนและมีสายสัมพันธ์ที่อ่อนแอ (weal ties) มาร่วมมือเพื่อเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม

3. บทบาทในฐานะความคาดหวัง และความไว้วางใจต่อโครงสร้างสังคม ซึ่งสมาชิกของสังคมต่างมีความคาดหวังต่อกันว่า สมาชิกนั้นจะปฏิบัติต่อตนเองเป็นไปตามภาระผูกพันที่มอบแก่กันไว้ ซึ่งหากสมาชิกสามารถปฏิบัติได้ตามที่คาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความไว้วางใจต่อกัน

4. บทบาทในฐานะเป็นช่องทางการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญต่อการกระทำทางสังคม การแสวงหาและการได้มาซึ่งข้อมูลจำเป็นต้องอาศัยเวลาและต้นทุน ดังนั้น ระบบความสัมพันธ์ในสังคมที่มีจะช่วยอำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการแสวงหาและการได้มาของข้อมูลข่าวสาร

5. บทบาทในการสร้างบรรทัดฐานและข้อตกลงในการอยู่ร่วมกันในสังคม (การให้รางวัลและการลงโทษ) นั่นคือ สังคมจำเป็นต้องมีกฎระเบียบ หรือข้อตกลงในการอยู่ร่วมกัน สมาชิกในสังคมจึงจำเป็นต้องให้ความร่วมมือในการกำหนดกรอบ จารีต หรือข้อปฏิบัติร่วมกัน

องค์ประกอบของทุนทางสังคม

การศึกษาเรื่องทุนทางสังคมเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจถึงองค์ประกอบของสังคมในการเสริมศักยภาพของปัจเจกบุคคลและกลุ่ม (Son & Lin, 2008) ทั้งนี้ นักวิชาการหลายท่านได้มีการอธิบายถึงองค์ประกอบของทุนทางสังคมไว้ดังนี้

นักวิชาการอย่าง Newton (1997) ระบุว่า ทุนทางสังคมประกอบด้วย บรรทัดฐาน (Norms) เครือข่าย (Networks) และผลลัพธ์ (Outcomes) ขณะที่ Coleman (1988) อธิบายว่า ทุนทางสังคม ประกอบด้วย การตอบแทนซึ่งกันและกัน (Reciprocity) บรรทัดฐาน (Norms) เครือข่าย (Networks) และความไว้วางใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Trust) ซึ่งองค์ประกอบจากนักวิชาการทั้งสองสอดคล้องกับ Putnam (1993) ได้อธิบายว่า ทุนทางสังคมประกอบด้วย ความไว้วางใจ (Trust) บรรทัดฐาน (Norms) และ เครือข่าย (Network) โดยทุนทางสังคมนั้นจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อ ความร่วมมือนั้นมีการสัมพันธ์เชื่อมโยงและมีความไว้วางใจกัน ประการสำคัญ ทุนทางสังคมยังมีลักษณะเป็นผลประโยชน์สาธารณะ (Public good) ซึ่งมีลักษณะเป็นผลพลอยได้ที่เกิดจากกิจกรรมทางสังคมที่มีข้อผูกมัด บรรทัดฐาน และความไว้เนื้อเชื่อใจกันที่สามารถแลกเปลี่ยนกันได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปว่า องค์ประกอบของทุนทางสังคมจะประกอบด้วย

1. บรรทัดฐาน (norms) คือ การสร้างข้อตกลงร่วมกันในสังคม

2. ความไว้วางใจ (trust) คือ ความเชื่อมั่นในสมาชิกของสังคมว่าจะสามารถกระทำการเป็นไปตามภาระผูกพันที่มีต่อกัน

3. เครือข่ายความสัมพันธ์ (networks) คือ การเชื่อมโยงสมาชิกในสังคมทั้งกลุ่มภายในสังคมและภายนอกสังคมให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติการในกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน

4. การตอบแทนซึ่งกันและกัน (reciprocity) คือ การแลกเปลี่ยนทรัพยากร การให้ความเอาใจใส่ และการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ระดับของการเกิดทุนทางสังคม

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ (2547) อธิบายว่า ทุนทางสังคมคือรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ โดยมีทั้งในปัจเจกและกลุ่ม ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ในรูปแบบของกลุ่มจะเป็นฐานและนำไปสู่การกระทำกิจกรรมร่วมกันหรือทำให้เกิดเป้าหมายร่วมกันของคนในสังคม ปัจจัยที่จะก่อให้เกิดทุนทางสังคมคือ ความสัมพันธ์จากความสนิทสนม เช่น ความสัมพันธ์ทางสายเลือด ได้แก่ ครอบครัว ญาติพี่น้อง ความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงาน ที่ทำงานเดียวกัน คนที่อาศัยภาคเดียวกัน ประเทศเดียวกันกัน หรือความสัมพันธ์ด้านประเด็นปัญหา ได้แก่ การรวมตัวของผู้ประสบปัญหาด้านแรงงาน เครือข่ายเอดส์ เป็นต้น ซึ่งอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ว่า ยิ่งมีความสนิทสนมกันมากก็ยิ่งจะมีทุนทางสังคมมาก ประโยชน์จากความสัมพันธ์จากความสนิทสนมนี้อาจเกิดจากการช่วยเหลือกันในยามทุกข์ หรือการทำงานให้กันด้วยความเต็มใจ ทั้งนี้ จึงสามารถแบ่งระดับของทุนทางสังคมได้ 2 ระดับคือ

1. ทุนทางสังคมระดับบุคคล (Individual-level)

ทุนทางสังคมระดับบุคคลมีรากฐานมาจากความเกี่ยวพันทางสังคมของปัจเจกบุคคล (individual's social ties) ซึ่งความเกี่ยวพันทางสังคมเกิดจากคู่สื่อสารที่มีการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็น สินค้า บริการ การให้การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งพลังของความเกี่ยวพันนั้นขึ้นอยู่กับ ความถี่ในการติดต่อ (frequency of contact) ความคงทนในความสัมพันธ์ (duration of the relationship) ความใกล้ชิด และการให้การตอบแทนซึ่งกันและกัน (intimacy of the tie and provision of reciprocal supports) (Marsden & Campbell, 1984) ซึ่งความสัมพันธ์นั้นมีทั้งความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและความสัมพันธ์แบบอ่อนแอ (strong and weak ties) และแตกต่างกันที่ระยะเวลา การใช้อารมณ์ในการสนับสนุนความสัมพันธ์ ความใกล้ชิด (ไว้ใจ) รวมถึง การตอบแทนซึ่งกันและกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของความเกี่ยวพัน (Granovetter, 1973, p. 1361)

2. ทุนทางสังคมระดับกลุ่ม การมีส่วนร่วมของพลเมือง (Collective-level Social Capital: Civic Engagement)

Coleman อธิบายว่า ทุนทางสังคมไม่ได้เกิดจากบุคคลเพียงคนเดียว แต่เกิดจากโครงสร้างทางสังคมที่แต่ละบุคคลหรือปัจเจกบุคคลนั้นต้องรวมตัวกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายร่วมกัน โดย Putnam (2002) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของพลเมือง (Civic Engagement) นั้น เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเกิดทุนทางสังคม เพราะถือเป็นบทบาทสำคัญของแต่ละบุคคลที่ต้องการตระหนักถึงภาระหน้าที่ที่แต่ละคนที่พึงมีต่อสังคมของตนโดยมีจิตใจมุ่งมั่นที่จะเข้าไปช่วยกิจการสาธารณะ ซึ่ง

Malik and Wagle (2000, p. 3) ได้อธิบายคำนี้ว่า เป็นกระบวนการที่ทำให้ประชาชน/พลเมืองหรือตัวแทนที่เขาไว้วางใจให้ใช้อิทธิพล มีส่วนร่วม และควบคุมเรื่องของส่วนรวม โดยผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนและกระบวนการที่เขาเต็มใจเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี หรือกล่าวโดยทั่วไปว่า Civic Engagement นำไปสู่ทุนทางสังคมและความสำเร็จทางการพัฒนาผ่านช่องทางการมีปากเสียงของประชาชน ผ่านผู้แทนประชาชน และการรับผิดชอบ (Accountability) นอกจากนั้น Putnam ยังกล่าวว่า การที่ Civic Engagement ฝังตรึงเข้าไปในผู้คน ก็จะไปเสริมให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อกันและความไว้วางใจ ซึ่งเป็นเหมือนกับตัวหล่อลื่นการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม ความร่วมมือกับชุมชนของตัวกระทำจะเป็นตัวให้ข้อมูลเพื่อให้เกิดความไว้วางใจหรือเพื่อประกันชื่อของปัจเจกบุคคลอื่นๆ และจะลดการฉวยโอกาสและการกระทำผิดได้

สำหรับรูปแบบของการมีส่วนร่วมของพลเมืองนั้นมีหลากหลาย เช่น การเป็นอาสาสมัคร การบริจาคเงินหรือสิ่งของ การเลือกตั้ง ความเลื่อมใส ศรัทธาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การติดต่อในที่ทำงาน การเป็นสมาชิกของหมู่บ้าน สมาคมหรือสโมสร (Son & Lin, 2008) เป็นต้น ซึ่งหากการมีส่วนร่วมนั้นเต็มไปด้วยความเอาใจใส่ และการเห็นคุณค่าซึ่งกันและกันจะก่อให้เกิดทุนทางสังคม และหากการมีส่วนร่วมนั้นมีความบ่อยครั้งก็จะนำไปสู่ความเหนียวแน่นของการเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและเป็นการเสริมสร้างทักษะของการมีส่วนร่วมและความรู้สึกแบ่งปันร่วมกัน (Brehm & Rahn, 1997; Putnam, 1993b; Putnam, 2002) อ้างว่า บรรทัดฐานของการตอบแทนซึ่งกันและกัน (Reciprocity) เป็นสิ่งสำคัญในการก่อให้เกิดทุนทางสังคม ดังนั้น การมีส่วนร่วมในเครือข่ายจะสนับสนุนให้เกิดบรรทัดฐานของการตอบแทนซึ่งกันและกัน การมีส่วนร่วมจะนำไปสู่พันธะผูกพันและความรับผิดชอบต่อการกระทำ ส่งผลให้เกิดความไว้ใจ สังคมที่มีการตอบแทนซึ่งกันและกันจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสังคมที่ไม่มีความไว้ใจ เพราะความไว้ใจและบรรทัดฐานเกิดจากการตอบแทนกันระหว่างบุคคล การร่วมมือกันจะช่วยแพร่ขยายการครอบคลุมทั้งชุมชน ช่วยลดความเสี่ยง การฉวยโอกาส และการทุจริต (Stolle, 2000)

รูปแบบทุนทางสังคม (Social Capital Types)

หลักคิดเรื่องรูปแบบของทุนทางสังคมแบบดั้งเดิมนั้น Putnam (2002) ได้แบ่งรูปแบบของทุนทางสังคมไว้ 2 ลักษณะคือ ทุนทางสังคมแบบผูกพัน (Bonding Social Capital) และทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capital)

1. ทุนทางสังคมแบบผูกพัน (Bonding Social Capital) เป็นความเกี่ยวพันแบบแนบแน่น (tightly-knit) มีการใช้อารมณ์ในความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด อย่างครอบครัว และเพื่อนสนิท (Putnam, 2000) ทุนทางสังคมแบบผูกพันนั้นเกิดขึ้นเมื่อปัจเจกบุคคลมีความเกี่ยวพันแบบแข็งแกร่ง (strong ties) การรวมตัวของกลุ่มความสัมพันธ์ลักษณะนี้จะเกิดจากกลุ่มคนที่มีความ

แตกต่างทางภูมิหลังค่อนข้างน้อย แต่จะมีความบ่อยครั้งในการติดต่อสื่อสารกัน สามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีความซับซ้อนมากได้ดี มีการแลกเปลี่ยน ต่างตอบแทนซึ่งกันและกัน มีการใช้อารมณ์และความรู้สึกในการสนับสนุนความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ช่วยสร้างแรงจูงใจในการช่วยเหลือผู้อื่น เน้นการมีส่วนร่วมภายในกลุ่ม การรักษาและเกาะเกี่ยวกันของกลุ่ม นำไปสู่การขับเคลื่อนและการดำรงอยู่ของกลุ่ม (สังคม) แต่สิ่งที่เป็นอุปสรรคสำหรับความสัมพันธ์ลักษณะนี้คือ การเป็นสังคมที่โดดเดี่ยวแปลกแยกจากกลุ่มเครือข่ายอื่น หรือสร้างตนเป็นปรปักษ์กับสังคมอื่น (Williams, 2006) รวมถึงการนำไปสู่ความไม่ไว้วางใจหรือไม่ชอบคนในกลุ่มอื่น (Sherif, 1988)

2. ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capital) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีภูมิหลังที่แตกต่างกันมากเชื่อมโยงกันผ่านสังคมเครือข่าย ลักษณะของความสัมพันธ์จะเป็นแบบชั่วคราว ไม่ลึกซึ้งผูกพันกันมาก เป็นไปในลักษณะสังคมแบบแนวนอน (แบบกว้าง) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลนั้นได้เปิดรับข้อมูลหรือทรัพยากรใหม่ๆ (Putnam, 2000) ซึ่งสอดคล้องกับ Granovetter (1982) ที่เรียก ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงว่า ความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) ซึ่งเขาอธิบายว่า ความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) เป็นการยึดโยงระหว่างสมาชิกในกลุ่มหรือการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคือ การสร้างความสัมพันธ์แบบเกี่ยวพันหรือการติดต่อสื่อสารระหว่างกันแบบหลวมๆ (weak ties) จะทำให้ได้มาซึ่งประโยชน์ทางข้อมูลข่าวสารหรือการได้รู้จักกับเพื่อนใหม่ แต่จะเป็นความสัมพันธ์แบบไม่มีการใช้อารมณ์ในการสนับสนุนความสัมพันธ์เหล่านั้น อย่างไรก็ตาม จุดแข็งของความสัมพันธ์แบบหลวมๆ (Strength of weak ties) นี้คือ จะช่วยในการถ่ายทอดความรู้ที่มีความซับซ้อนน้อยได้ดี และจะช่วยเชื่อมสะพานระหว่างกลุ่ม ซึ่งเป็นการถักทอกลุ่มต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนั้น Putnam (2000) ยังอธิบายว่าภายในกลุ่มหนึ่งๆ นั้นมีสิ่งยึดโยงระหว่างสมาชิกในกลุ่มอยู่ ซึ่งถือเป็นความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดทุนทางสังคมภายในกลุ่มนั้นๆ ในกลุ่มเหล่านั้นก็จะมีการติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มอื่น ซึ่งถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มให้เกิดขึ้น (bridging)

เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดทุนทางสังคมของ Putnam

Putnam (2000) ได้กำหนดคุณลักษณะที่ใช้ในการวัดการเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงและแบบผูกพัน (Bridging and Bonding Social Capital) ไว้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดทุนทางสังคมของ Putnam

เกณฑ์การวัดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capita)	**เกณฑ์การวัดทุนทางสังคมแบบผูกพัน (Bonding Social Capita)**
1. เปิดโลกทัศน์ (Outward Looking) 1) ความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) 2) มองหาสิ่งใหม่จากภายนอก (หาเพื่อนใหม่) 3) เน้นการสื่อสารแบบกระจายข้อมูล 4) เปิดใจ ใจกว้าง 5) มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก 6) สร้างสรรค์สิ่งใหม่	1. การใช้อารมณ์สนับสนุน (Emotional Support) 1) ให้ความไว้วางใจ ใส่ใจ และช่วยเหลือผู้อื่น เช่น การให้คำแนะนำ หรือการช่วยแก้ไขปัญหา ช่วยลด/บรรเทาความอ้างว้างโดดเดี่ยว
2. ติดต่อสื่อสารอย่างรอบด้าน (Contact with a Broad Range of People) 1) บุคคลที่ติดต่อสื่อสารมีภูมิหลังที่แตกต่างกันมาก 2) มีการเชื่อมโยงระหว่างความแตกต่างที่หลากหลาย ทั้ง เพศ ศาสนา อายุ ชนชั้น ความเชี่ยวชาญ และเชื้อชาติ	2. การเข้าถึงและมอบสิ่งที่ขาดแคลนให้แก่กัน (Access to Scarce or Limited Resources) 1) การเป็นผู้ให้ในสิ่งที่ผู้อื่นมีความขาดแคลนหรือไม่เพียงพอ เช่น การให้ยืมเงิน หรือการให้ความเป็นเพื่อน มิตรภาพ
3. ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (A View of Oneself as Part of a Broader Group) 1) ลักษณะของความสัมพันธ์ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก ก่อให้เกิดเป็นชุมชนขนาดใหญ่ ซึ่งสมาชิกในกลุ่มต่างรู้สึกว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมโยงโลกทั้งใบ	3. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Ability to Mobilize Solidarity) 1) การสร้างความสามัคคี 2) สมาชิกในกลุ่มมีความสนิทสมนมใกล้ชิดกัน 3) ร่วมมือกันที่จะทำประโยชน์เพื่อนบางคนหรือสังคม

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เกณฑ์การวัดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capita)	เกณฑ์การวัดทุนทางสังคมแบบผูกพัน (Bonding Social Capita)
4. การให้ต่างตอบแทน (Diffuse Reciprocity with a Broader Community) 1) แนวคิดที่เน้นบรรทัดฐานเรื่องการตอบแทนซึ่งกันและกัน 2) รูปแบบการให้มี 2 ลักษณะคือ การให้โดยไม่หวังการตอบแทน และการให้โดยคาดหวังว่า สักวันจะได้รับความช่วยเหลือกลับมา เช่น การช่วยเหลือคนแปลกหน้า การใช้เวลาในการทำกิจกรรมเพื่อชุมชน	4. การต่อต้าน/ เป็นปรปักษ์กับคนที่อยู่ภายนอกกลุ่ม (Out-Group Antagonism) 1) การแยกกลุ่มออกมาเฉพาะกลุ่มของตน โดยอาจแยกตามลักษณะประชากร หรือความสนใจเฉพาะ 2) รู้สึกเป็นปรปักษ์กับคนกลุ่มอื่น

สำหรับแนวคิดทุนทางสังคมข้างต้นถือว่า เป็นรากฐานในการอธิบายถึง โครงสร้างความสัมพันธ์ของสังคม ที่ประกอบด้วย ความไว้วางใจ บรรทัดฐานของสังคม เครือข่าย และการตอบแทนซึ่งกันและกัน ซึ่งพื้นฐานความคิดนี้ได้ถูกนำมาขยายการศึกษาต่อในบริบทของสังคมที่เกิดขึ้นในโลกการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต ที่นับได้ว่า เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งต่อไปนี้ ผู้วิจัยจะเรียก การเกิดทุนทางสังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตว่า ทุนทางสังคมออนไลน์ (Online Social Capital)

2.1.6.2 ทุนทางสังคมออนไลน์ (Online Social Capital)

ความหมายของทุนทางสังคมออนไลน์

ทุนทางสังคมออนไลน์เป็นปรากฏการณ์ความสัมพันธ์ของสังคมที่เกิดขึ้นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ลักษณะการก่อตัวของทุนทางสังคมเกิดจากการสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยนและการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในเครือข่าย ซึ่งอาจเป็นเพื่อน ครอบครัว คนแปลกหน้า หรือคนที่รู้จักอยู่แล้วในโลกแห่งความเป็นจริง ผ่านเครื่องมือที่ให้บริการของเว็บไซต์ เช่น การกดไลค์ (click like) การแสดงความคิดเห็น (comment) การแบ่งปันข้อมูล (share) การสร้างข้อมูลตนเอง (profile) และการสนทนาออนไลน์ (chat) เป็นต้น เพื่อสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์กับสมาชิกที่อยู่ในเครือข่าย โดยมีเป้าหมายเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกัน

องค์ประกอบของทุนทางสังคมออนไลน์

พีระ ลิ่วลม (2542) ซึ่งได้ทำการศึกษาศักยภาพของ “ทุนทางสังคมของชุมชนไซเบอร์” ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของทุนทางสังคมของ Putnam ในแง่มุมของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ไว้ดังนี้

1. ความไว้ใจ (Trust) คือ ความเชื่อมั่นในผู้อื่นหรือกลุ่มที่ปฏิสัมพันธ์กับเราตามที่คาดหวัง โดยมีบทบาทในการเป็นทุนทางสังคมคือ เป็นองค์ประกอบที่อำนวยให้เกิดกิจกรรมใหม่ๆ ร่วมกัน โดยจะลดเวลาและลดการใช้ทรัพยากรในการสื่อสารตรวจสอบก่อนเกิดกิจกรรมร่วมกัน (Knack & Keefer, 1997) ซึ่งพีระ ลิ่วลม (2542) ได้แยกองค์ประกอบของความไว้ใจการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในเครือข่ายสังคมไว้ 4 องค์ประกอบคือ

1.1 ความไว้ใจในตนเอง หรือการแสดงออกของตนเองต่อผู้อื่นว่ามีความซื่อตรงเพียงใด

1.2 ความไว้ใจในบุคคลอื่นหรือความไว้วางใจในบุคคลอื่นที่มีปฏิสัมพันธ์กับตนว่าจะสามารถเชื่อใจได้เพียงใด แตกต่างจากการพบปะบุคคลแปลกหน้าในชีวิตประจำวันหรือไม่

1.3 ความไว้ใจในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นหรือความรู้สึกจริงจังในความสัมพันธ์ที่เกิดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตว่า เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงเพียงใด หรือรู้สึกเป็นเพียงความสัมพันธ์เสมือนจริง

1.4 ความไว้ใจในสารที่สื่อระหว่างกัน หรือความไว้ใจในสารที่สื่อถึงกันว่า มีความจริงเพียงใด ทั้งนี้ เพราะอินเทอร์เน็ตมีเพียงตัวอักษรเพียงมิติเดียว ต่างจากสื่อแบบเผชิญหน้าโดยตรง ระดับความไว้ใจอาจต่างกัน

2. บรรทัดฐาน (Norms) คือ หลักเกณฑ์ความเข้าใจร่วมกันของสังคม

3. เครือข่ายความสัมพันธ์ (Social Network) คือ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะใยแมงมุม ที่เรียกวา “ความสัมพันธ์ทางสังคมแบบใยแมงมุม” (WEBS of Social Relationship) เป็นความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กันหลายรูปแบบ (Calhoun, et al., 1994, pp. 75-102) ซึ่งลักษณะของเครือข่ายประกอบด้วย “โครงสร้างทางสังคม” (Social Structure) ได้แก่ ลักษณะธรรมชาติของความสัมพันธ์ เช่น ความสัมพันธ์แบบเพื่อน ความสัมพันธ์แบบผู้ร่วมงาน ฯลฯ และประกอบด้วยบทบาทและสถานภาพของสมาชิกแต่ละคนในความสัมพันธ์นั้น เช่น เป็นเจ้านาย เป็นผู้มีการศึกษาสูงกว่า เป็นต้น

รูปแบบทุนทางสังคมออนไลน์

Ellison et al. (2007) ได้ทำการแบ่งรูปแบบของทุนทางสังคมออนไลน์ไว้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging Social Capital)

สำหรับการศึกษาเรื่องของอินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการเกิดทุนทางสังคมนั้น นักวิจัยส่วนใหญ่ต่างมุ่งให้ความสำคัญกับรูปแบบความสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ตในลักษณะของความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบของการเกิดทุนทางสังคมแบบแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capital) เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์บนออนไลน์นั้นจะมีลักษณะของการได้รับการสนับสนุนจากการใช้เทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นการกระจายข้อมูล การจัดระบบรูปภาพ หรือแม้กระทั่งศักยภาพในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Resnick, 2001) ซึ่งนำไปสู่รูปแบบการสร้างทุนทางสังคมแบบใหม่ และเป็นความสัมพันธ์บนออนไลน์ที่ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม นอกจากนั้น ในการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตยังมีลักษณะการเชื่อมโยงของคนที่มีความแตกต่างกันได้เข้ามาแลกเปลี่ยนความสนใจระหว่างกัน แม้ว่าประเด็นที่ทำการสื่อสารนั้นจะมีการสนทนากันในบางหัวข้อ แต่หัวข้อเหล่านั้นก็มีความน่าสนใจและเป็นที่แพร่หลายในสังคมออนไลน์มากกว่าประเด็นที่เกิดขึ้นในสมาคม สโมสร หรือองค์กรในโลกออฟไลน์ (Best & Krueger, 2006) สำหรับ Sproull and Kiesler (1991) อธิบายว่า การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร (CMC) จะช่วยสร้างความเกี่ยวพันแบบเชื่อมโยง (weak ties) และช่วยลดความเสี่ยงในการติดต่อกับคนที่เราไม่รู้จัก (reduces the social risks) ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) สามารถส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อการเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง ผ่านการแพร่กระจายของความรู้ ความคิดเห็น มุมมองที่มีต่อโลก และทรัพยากรของสังคมของแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการรับรู้และสร้างข้อได้เปรียบในการค้นพบโอกาสใหม่ๆ (Haythornthwaite, 2002) ดังนั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ จะสามารถสร้างการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน เพื่อนที่ทำงาน หรือคนคุ้นเคย รวมถึง การแสวงเพื่อนใหม่ อีกทั้ง รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ผ่านเครือขายสังคมออนไลน์นั้นมีความหลายทั้ง share, chat, like, post, message, comment ซึ่งสามารถสร้างการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง รูปแบบของการติดต่อสื่อสารสามารถสร้างความส่วนตัวได้ กำหนดความเป็นตัวตนได้ ทำให้ง่ายต่อการสร้างความรู้จัก และลดความเสี่ยงในการติดต่อสื่อสารกับคนแปลกหน้าได้

2. ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding Social Capital)

จากลักษณะความสัมพันธ์แบบกระชับความสัมพันธ์ที่ Putnam (2000) ได้อธิบายว่าเป็นความผูกพันที่สร้างความแนบแน่นระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งลักษณะของความสัมพันธ์นั้นจะ

เป็นการรวมตัวของกลุ่มที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างทางภูมิหลังมากนัก และส่วนใหญ่ลักษณะความสัมพันธ์นี้มักจะเกิดขึ้นกับครอบครัว หรือเพื่อนสนิท ทั้งนี้ผลจากการศึกษาเรื่อง Bowling Alone ของ Putnam ที่พบว่า เทคโนโลยี หรือสื่อใหม่จะส่งผลให้คนนั้นแยกตัวออกจากสังคม ลดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยเฉพาะกับครอบครัว และเพื่อนสนิท ด้วยข้อค้นพบนี้ทำให้ Putnam เชื่อว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) ซึ่งก็ถือว่าเป็นเทคโนโลยีใหม่จะเป็นการยับยั้งหรือขัดขวางการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดหรือความเป็นหนึ่งเดียว ในขณะที่ก็มีนักวิชาการบางคนที่มีมุมมองที่ต่างไปเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ในการสื่อสารเพื่อสร้างทุนทางสังคม อย่างเช่น Walther (1992) ที่มองการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในเชิงบวกว่า ในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) จะช่วยย่นระยะเวลาและความบ่อยครั้งในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ทำให้มีเวลาเพียงพอที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความประทับใจระหว่างกัน นำไปสู่การค่อยๆ พัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งลักษณะทั้งหมดนี้ก็จะคล้ายกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (FtF) (Walther, 1992, p. 69) ที่เป็นไปในลักษณะของการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างช้าๆ แต่ลึกซึ้ง (Chan and Cheng, 2004) รวมถึง Tidwell and Walther (2002) ที่ค้นพบว่า การใช้คอมพิวเตอร์ในการสื่อสารสามารถใช้ติดต่อสื่อสารได้โดยตรง ลดความเสี่ยงในการสร้างปฏิสัมพันธ์ สามารถเปิดเผยตัวตนได้ดีกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพในการสร้างความใกล้ชิดได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับ Ramirez and Zhang (2007) ที่พบว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) หรือการสื่อสารผ่านออนไลน์นั้นสามารถเพิ่มความใกล้ชิด (intimacy) สร้างการดึงดูดใจทางสังคม (social attraction) ลดความเสี่ยง (less uncertainty) และได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น Valkenburg and Peter (2009) อธิบายว่า การใช้คอมพิวเตอร์ในการสื่อสารจะช่วยสนับสนุนให้เกิดความใกล้ชิด การเปิดเผยตัวตน ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดมิตรภาพทางออนไลน์ แต่อย่างไรก็ตาม William (2006) กล่าวว่า มีผู้ที่สนใจทำการศึกษาผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์น้อยมาก ดังนั้น การใช้เฟซบุ๊คจึงเป็นช่องทางสื่อสารทางเลือกที่ผู้ใช้สามารถใช้ได้บ่อยครั้ง เพื่อทำการสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว หรือคนรู้จัก ทำให้สามารถรับรู้เรื่องราวการดำเนินชีวิต เกิดการช่วยเหลือ แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันที่บ่อยครั้งขึ้นจะส่งผลให้ผู้ใช้ต่างได้เรียนรู้ และเข้าใจอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ลักษณะความคิดเห็น เกิดความเห็นใจ ใส่ใจ และไว้ใจกันมากขึ้น นั่นคือ ช่วยทำให้ผู้ใช้มีความผูกพันกันมากขึ้น

3. ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained Social Capital)

นอกเหนือจากรูปแบบทุนทางสังคม 2 แบบ ที่กล่าวมาข้างต้น Ellison, Steinfield and Lampe (2007) ได้อธิบายว่า ในการสร้างความสัมพันธ์ผ่านออนไลน์นั้นจะเกิดรูปแบบของทุนทางสังคมอีกลักษณะหนึ่งนั่นคือ การเกิดทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการมองว่า

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network site) ถือเป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยให้คนสามารถรักษาความสัมพันธ์ต่อไปได้ แม้ว่าจะไม่ได้พบปะกันอีก ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wellman et al. (2001) ที่พบว่า คนที่ชอบใช้อินเทอร์เน็ตมักจะใช้อีเมล์ในการติดต่อสื่อสารเพื่อรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่อยู่ห่างไกล (long distance relationships) รวมถึง งานวิจัยของ Cummings, Lee, and Kraut (2006) ที่พบว่า ด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตที่มีการให้บริการอีเมล์ และการส่งข้อความ (Instant message) จะช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนที่ต้องแยกย้ายเมื่อเรียนจบ ดังนั้น รูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์นั้นจึงมุ่งเน้นที่การพยายามรักษาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน หรือการสนับสนุนให้กลุ่มหรือองค์กรดำรงอยู่ต่อไป ดังนั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญในการช่วยรักษา หรือคงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ได้ โดยเฉพาะเพื่อนสมัยเรียน เพื่อนที่เคยทำงานร่วมกัน หรือบุคคลที่เคยรู้จักกัน แต่ไม่มีโอกาสได้พบเจอกันในชีวิตประจำวัน หรือนานๆ จึงมีโอกาสพบปะกันสักครั้ง เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยติดต่อสื่อสาร ประสานงาน นัดพบ และเป็นพื้นที่ในการสร้างการรับรู้เรื่องราวของกันและกัน ทำให้สามารถรื้อฟื้นความสัมพันธ์ที่ผ่านมาและส่งเสริมความสัมพันธ์ให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ รูปแบบความสัมพันธ์ข้างต้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิชาการดังนี้ Ellison et al. (2007) ศึกษาพบว่า การใช้เฟซบุ๊คสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง (strong association) รักษาความสัมพันธ์ (maintaining) และสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกับคนที่มีความสัมพันธ์ในโลกออฟไลน์ได้ดีกว่าการใช้เครือข่ายสังคมเพื่อหาเพื่อนใหม่ (meeting new people) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนจะใช้เฟซบุ๊คในการพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์แบบผิวเผิน (bridging social capital) โดยจะใช้ในการติดต่อกับเพื่อนเก่า เพื่อนสมัยมัธยมและคนรู้จักเพื่อที่จะได้รักษาหรือกระชับความสัมพันธ์ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้เฟซบุ๊ค และการรักษาและสร้างทุนทางสังคม แต่การใช้เฟซบุ๊คกลับมีประโยชน์น้อยมากในการรักษาหรือสร้างความสัมพันธ์แบบแนบแน่น (bonding social capital)

ส่วนงานของ Stevens Chattopadhyay and Rill (2008) ศึกษาพบว่า การใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมจะมีความสัมพันธ์กับความสัมพันธ์แบบผิวเผินและความสัมพันธ์แบบแนบแน่นในโลกออนไลน์ แต่ก็ไม่ได้ส่งผลถึงบริบทของโลกออฟไลน์ ส่วนปริมาณการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊คจะมีความสัมพันธ์กับความสัมพันธ์แบบผิวเผินและความสัมพันธ์แบบแนบแน่นในโลกออฟไลน์ นอกจากนี้ ยังพบด้วยว่า แรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม คือ การรักษาความสัมพันธ์กับคนอื่น ซึ่งก็มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมในโลกออฟไลน์

นอกจากนี้ Danath and Boyd (2004) ได้ทำการศึกษาถึง การใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊คในการสร้างทุนทางสังคม พบว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น ไม่สามารถสร้างความเกี่ยวพันแบบผูกพันได้ (bonding social capital) แต่สามารถสร้างความสัมพันธ์แบบหลวมๆ ได้ (bridging social capital) เนื่องจาก ศักยภาพของเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อได้อย่างรวดเร็วและสะดวก อีกทั้ง มีค่าใช้จ่ายที่ถูก อย่างไรก็ตาม การใช้เฟซบุ๊คก็สามารถสร้างทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงได้ดีระหว่างผู้ใช้ (bridging social capital) และที่น่าสนใจคือการใช้เครือข่ายสังคม (SNS) สามารถสร้างคุณภาพชีวิตด้านจิตใจที่ดีขึ้น สำหรับคนที่รู้สึกว่า ระดับการยอมรับในตนเองและความรู้สึกพึงพอใจต่อชีวิตต่ำ

ผลกระทบของทุนทางสังคมออนไลน์

จากแนวคิดทุนทางสังคมที่อธิบายไว้ว่า ทุนทางสังคมเกิดจากการสร้างความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวพันระหว่างบุคคล และกลุ่มคนที่เกิดขึ้นภายในเครือข่ายสังคม ดังนั้น หากในความสัมพันธ์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้สื่อ ก็จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการสื่อสารด้วย (Haythornthwaite, 2002) ซึ่ง Williams (2006b) อธิบายว่า ความแตกต่างระหว่างทุนทางสังคมแบบออนไลน์และออฟไลน์คือ ทุนทางสังคมออนไลน์ (Online Social Capital) เป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของการมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร (Computer-Mediated Communication: CMC) ในขณะที่ทุนทางสังคมออฟไลน์ (Offline Social Capital) เป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่อยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication: FtF) เมื่อเปรียบเทียบการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (FtF) แล้ว การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) จะมีลักษณะของช่วงระยะเวลาในการสื่อสารที่สั้นกว่า ทั้งในเรื่องของการปรากฏตัว การใช้อวัจนภาษา อย่างการแสดงสีหน้า ท่าทาง (Kiesler, Siegel, & McGuire, 1984) ในขณะที่บางงานวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบออฟไลน์จะสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ยาวนานกว่า ใกล้ชิด มีความแนบแน่นและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการสื่อสารออนไลน์ (e.g. Haythornthwaite, 2002; Mesch & Talmud, 2006) และการสื่อสารผ่านออนไลน์นั้น มีแนวโน้มว่าจะมีการสนทนากันเพียงบางหัวข้อ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ น้อย (Mesch & Talmud, 2006) แต่สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวกับเกมส์ออนไลน์ พบว่า บางคนที่เล่นเกมส์จะมีการพูดคุยในเรื่องที่อ่อนไหวกับเพื่อนที่เล่นเกมส์ด้วยกัน แต่จะไม่คุยกับเพื่อนที่อยู่ในโลกออฟไลน์ เพราะเพื่อนในโลกออนไลน์เป็นการปฏิสัมพันธ์แบบไม่เห็นหน้า หรือเป็นลักษณะของการแฝงตัว (anonymity) (Cole & Griffiths, 2007) อีกทั้ง Joinson (2001; McKenna, Green & Gleason, 2002) ศึกษาพบว่า คนมีความเต็มใจที่จะเปิดเผยเรื่องราวส่วนตัวผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะจะทำให้รู้สึกว่ามีความใกล้ชิดกับเพื่อนในโลกออนไลน์มากกว่าเพื่อนที่อยู่ในโลกออฟไลน์

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตยังคงถูกวิพากษ์วิจารณ์กันมากในประเด็นผลกระทบที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยเฉพาะกรณีการส่งผลต่อการเพิ่มและลดการเกิดทุนทางสังคม (Nie, 2001) ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปผลกระทบของทุนทางสังคมออนไลน์ไว้ดังต่อไปนี้

ผลกระทบต่อทุนทางสังคมออนไลน์ในเชิงบวก

การปฏิสัมพันธ์ผ่านออนไลน์อาจเข้ามาสนับสนุนหรือเข้ามาแทนที่การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้ อีกทั้งยังช่วยลดเวลาในการสื่อสารได้ (Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001) เช่น การศึกษาด้านภูมิศาสตร์ (geographical) ของชุมชนเมือง Netville ในรัฐโตรอนโต และเมือง Blackburg Electronic Village ที่ยอมรับว่า การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์จะส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปฏิสัมพันธ์ ความเกี่ยวพัน และทุนทางสังคมของชุมชน (Hampton & Wellman, 2003; Kavanaugh, Carroll, Rosson, Zin, & Reese, 2005) รวมถึง การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ สามารถช่วยรักษาความเกี่ยวพันทั้งแบบแข็งแกร่งและแบบอ่อนแอได้ (Wellman et al., 1996) ส่วน Haythornthwait (2002) อธิบายว่า สื่อใหม่ได้เพิ่มรูปแบบและโอกาสในการพบกับบุคคลที่ไม่อาจสามารถติดต่อได้มาก่อน ซึ่งเป็นผลเชิงบวกของความเกี่ยวพันแบบอ่อนแอ (weak ties) และเป็นผลเชิงบวกต่อความเกี่ยวพันแบบแข็งแกร่ง (strong ties) เพราะสื่อใหม่สามารถช่วยเพิ่มความถี่ในการติดต่อสื่อสารทำให้เจอกันในอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและบ่อยขึ้น และในด้านการมีส่วนร่วม Kraut et al. (2002) อธิบายว่า การใช้อินเทอร์เน็ตทำให้การมีส่วนร่วมในชุมชนดีขึ้น และเกิดความไว้ใจต่อกันมากขึ้น อาจเป็นเพราะในชุมชนนั้นเป็นการรวมตัวของคนที่มีความสนใจคล้ายๆ กันมาร่วมมีปฏิสัมพันธ์กัน ในขณะที่ Katz and Rice (2002) พบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตจะค่อยๆ สร้างสังคม และมีการสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัวมากขึ้น และผลจากการสำรวจของ Pew Internet (2006) พบว่า คนที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากจะมีเครือข่ายที่ใหญ่กว่าคนที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต อีกทั้งคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตจะได้รับความช่วยเหลือจากสมาชิกในเครือข่ายมากกว่าคนที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (Boase et al., 2006)

ผลกระทบต่อทุนทางสังคมออนไลน์ในเชิงลบ

นักวิชาการ Bargh and McKenna (2004) พบว่า การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ทำให้สูญเสียเวลาและทำให้การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับผู้อื่นลดลง (face-to-face time) ส่งผลให้เป็นการลดการสร้างทุนทางสังคม การใช้อินเทอร์เน็ตจะเข้ามาแทนที่โลกแห่งความจริง มิตรภาพและความเป็นชุมชน รวมทั้ง ทำลายทุนทางสังคมและประชาธิปไตย (Katz & Rice, 2002) การใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ดึงความสนใจไปจากเรื่องทางกายภาพ/ สิ่งแวดล้อมทางสังคม และเปลี่ยนรูปแบบความสัมพันธ์ไปจากความเป็นจริง (Zhong, 2009) การใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากทำให้เกิดการแยกตัวออกจากสังคม โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านจะส่งผลต่อการลดความสัมพันธ์กับ

เพื่อนและครอบครัว (Nie, Hillygus & Erbring, 2002) นอกจากนั้น Kraut et al. (1998) ซึ่งได้ทำการศึกษาผลของการใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตกับความผูกพันทางสังคมและคุณภาพชีวิต พบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมากจะลดการมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน และเพิ่มระดับความซึมเศร้าและความโดดเดี่ยว

จากแนวคิดทุนทางสังคมและทุนทางสังคมออนไลน์ข้างต้น ผู้วิจัยจะได้นำมาเป็นกรอบในการศึกษาถึงลักษณะของการก่อเกิดทุนทางสังคมว่า การใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กันนั้นเป็นทุนทางสังคมระดับบุคคลหรือระดับกลุ่มสามารถก่อให้เกิดรูปแบบทุนทางสังคมในลักษณะใดบ้าง และทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นจะมีลักษณะความเกี่ยวพัน (ties) ระหว่างกันอย่างไร

2.1.7 คุณภาพชีวิต (Psychological Well-being)

2.1.7.1 ความหมายของคุณภาพชีวิต

คำว่า คุณภาพชีวิต (Quality of Life) หรือที่นักวิชาการด้านจิตวิทยาเรียกว่า Psychological well-being หรือบางคนเรียกว่า ความสุข (Happiness) ได้รับการตีความหมายไว้ในหลายมิติทั้งทางด้านศาสนา สังคม จริยธรรมและจิตวิทยา รวมถึงด้านเศรษฐศาสตร์ โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมางานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตได้รับความสนใจในการศึกษาเป็นอย่างมาก (e.g. Diener, Suh, Lucas, & Smith,1999; Kahneman, Diener, & Schwarz, 1999; Keyes, Schmotkin, & Ryff, 2002; Stratham & Chase, 2010; Seligman, 2011; Rachel et al, 2012) โดยนักวิจัยเชิงจิตวิทยาสังคมจะให้ความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินเรื่องคุณภาพชีวิต ซึ่งในระยะแรกของศึกษานักวิจัยมักจะให้ความสำคัญกับการประเมินผลกระทบเชิงลบที่มีต่อการดำเนินชีวิต แต่ละเลยการศึกษาถึงผลกระทบเชิงบวก แต่ปัจจุบันนักวิจัยเริ่มให้ความสำคัญกับการประเมินเรื่องผลกระทบเชิงบวกกันมากขึ้น เช่น การประเมินระดับของอารมณ์ของตนเอง (Schwarz & Clore, 1983) หรืออารมณ์ความรู้สึกในเชิงบวก (Diener, Larson, Levine, & Emmons, 1985)

แม้ว่า งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตจะได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก แต่ก็ยังคงขาดความชัดเจนเรื่องการให้คำนิยาม และวิธีการวัด สำหรับนักวิจัยคนแรกที่ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตคือ Bradburn (1969) ได้นิยามคำว่า คุณภาพชีวิต คือ ความสุข โดยอ้างอิงแนวคิดของ Aristotle (1947) ว่า “ทุกความสำเร็จเกิดจากการที่มนุษย์มีความสุข” (the highest of all goods achievable by human action is happiness) ซึ่ง Bradburn ได้แบ่งลักษณะของคุณภาพชีวิตออกเป็น ผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบที่มีต่อจิตใจ (positive and negative affect) เขาเน้นว่า คนที่มีคุณภาพชีวิตสูงคือ คนที่ได้รับผลกระทบเชิงบวกต่อจิตใจสูงกว่าคนที่ได้รับผลกระทบเชิงลบ (1969, p.9)

Ryff (1989) ให้คำนิยามของคุณภาพชีวิต ไว้ว่า การประเมินสุขภาวะทางจิตเชิงบวก (positive psychological functioning)

Sharma (1975) อธิบายว่า คุณภาพชีวิต (Quality of Life) เป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน เพราะเป็นเรื่องของความพึงพอใจ อันเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทางจิตใจและสังคมทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค (อ้างถึงใน พีรพัฒน์ ถวิลรัตน์, 2552)

Zhan (1992, p.979) กล่าวว่า คุณภาพชีวิต (Quality of Life) คือระดับความพึงพอใจ ซึ่งขึ้นกับประสบการณ์ในชีวิตของแต่ละบุคคล

Orem (2001, p.179) อธิบายว่า คุณภาพชีวิตมีความหมายเช่นเดียวกับความผาสุก (well-being) ซึ่งเป็นการรับรู้ของบุคคลต่อการมีชีวิตอยู่ ตามประสบการณ์ของความพึงพอใจ ความรู้สึกเป็นสุขกายในจิตใจ

Snyder and Lopez (2007) ที่ใช้คำว่า ความสุข ในการอธิบายถึงคุณภาพชีวิต เขาอธิบายว่า ความสุข (Happiness) คือ สภาวะเชิงบวกที่แต่ละบุคคลให้ความหมายแตกต่างกันตามการรับรู้ (อ้างถึงใน พีรพัฒน์ ถวิลรัตน์, 2552)

Deiner (1984, 2000); Diener, Lucas and Oishi (2002) (อ้างถึงใน พีรพัฒน์ ถวิลรัตน์, 2552) ใช้คำว่า สุขภาวะส่วนบุคคล (Subjective well-being) ซึ่งมีความหมายเดียวกับคำว่า ความสุข เพื่อบ่งบอกถึงสภาวะทางอารมณ์เชิงบวก ความชื่นชมยินดี และความพึงพอใจในชีวิต

Carl Rogers นักจิตวิทยา ผู้คิดค้นวิธีการทำจิตบำบัดแบบเน้นบุคคลเป็นศูนย์กลางเห็นว่า บุคคลที่มีความสุข (Happiness) คือ บุคคลที่มองเห็นตนเองตรงกับตนตามความเป็นจริง มีชีวิตอยู่กับปัจจุบัน ไม่ผูกมัดตนเองกับประสบการณ์ในอดีตมากเกินไป หรือไม่หมกมุ่นอยู่กับอนาคตที่ยังมาไม่ถึง เปิดใจกว้างรับรู้ความคิดความรู้สึกของตนอย่างจริงใจ ด้วยความมีสติสัมปชัญญะ บุคคลที่มองเห็นตนเองตรงกับตนตามความเป็นจริง จึงมีความมั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่ค่อยมีความวิตกกังวล ไม่ค่อยใช้กลไกป้องกันตนเอง มีความพึงพอใจในตนเอง ซึ่งมักจะนำไปสู่ความพอใจในบุคคลอื่นด้วย (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2539)

สำหรับพจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ให้ความหมายว่า ความสุขคือความสบายกาย สบายใจ มักใช้คู่กับคำว่า อยู่ดีมีสุข อยู่เย็นเป็นสุข สบายกายสบายใจ ซึ่งการศึกษาจำนวนมากได้มีการแทนคำว่า “ความสุข” ด้วยคำอื่น เช่น แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 มีการใช้คำว่า ความอยู่ดีมีสุข (Well-being) ให้ความหมายว่า เป็นความสำเร็จ ซึ่งเชื่อมโยงกับโอกาสทางเลือกในการดำรงชีวิตและความสามารถ (Capabilities) ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ โดยมีอิสรภาพในการเลือกดำรงชีวิต ฉะนั้น ความสุข (Happiness) จึงเป็นส่วนหนึ่งของความอยู่ดีมีสุข เป็นเครื่องชี้วัดสังคม (สมชาย ศักดาเวคีอิสร, 2544)

ดังนั้น จากคำอธิบายข้างต้นจะพบว่า นักคิด นักวิชาการต่างๆ เห็นพ้องกันว่า คำว่า คุณภาพชีวิต คือ ความสุข (Happiness) ซึ่งวิธีการประเมินความสุขนั้นจะวัดจากอารมณ์ ความรู้สึกในเชิงบวกและความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต

การประเมินคุณภาพชีวิต

การประเมินคุณภาพคุณภาพชีวิตจะมีความแตกต่างกันในประเด็นของการวัด ซึ่งจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการวัด อย่าง Flynn and Frantz (1987, p.159) อธิบายว่า การประเมินคุณภาพชีวิตเชิงจิตวิสัย (subjective approach) เป็นการรับรู้ด้วยตนเองจากกรอบการรับรู้ประสบการณ์ที่ผ่านมาของตนเอง โดยจะวัดจากความปรารถนา ความพอใจในชีวิต และเห็นว่าการตัดสินใจโดยตนเองนั้นจะสะท้อนถึงระดับการประเมินที่น่าเชื่อถือที่สุด ในขณะที่ Diener (2010) ที่จะวัดคุณภาพชีวิตจากระดับการรับรู้ความพึงพอใจในชีวิต (Life Satisfaction) และความนับถือตนเอง (Self-esteem) ซึ่งการนับถือตนเองนั้น Rosenberg (1979, p. 31) กล่าวว่าคือ การรับรู้คุณค่าแห่งตน (Self-esteem) เป็นการประเมินความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตนเอง ในด้านการยอมรับตนเอง การนับถือตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเอง และความเชื่อมั่นในตนเอง โดยจะประเมินทั้งทางด้านดีและด้านไม่ดี

การรับรู้คุณค่าแห่งตน (Self-esteem)

Maslow (1970, p. 45) ได้ให้ทัศนะว่า บุคคลในสังคมทุกคนต้องการเห็นคุณค่าแห่งตน และการเห็นคุณค่าแห่งตนแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ความต้องการเห็นคุณค่าแห่งตน (self-esteem) ต้องการเป็นผู้ประสบความสำเร็จ เข้มแข็ง มีความสามารถ และเชื่อมั่นที่จะเผชิญสิ่งต่างๆ ในโลก และความต้องการเห็นคุณค่าแห่งตนจากผู้อื่น (esteem from other people) ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ ต้องการเป็นผู้มีอำนาจเหนือคนอื่น และเป็นบุคคลสำคัญเป็นที่ชื่นชมของคนอื่น

Sasse (1978, p. 48) ได้ให้ความหมายคุณค่าแห่งตนว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลว่า มีความสำคัญ และมีคุณค่าในตนเอง มีความต้องการได้รับความเชื่อถือ การยอมรับนับถือจากผู้อื่นเพื่อที่จะได้เกิดความภาคภูมิใจและนับถือตนเอง

Coopersmith (1984, p. 5) ให้ความหมายว่า การที่บุคคลพิจารณาประเมินตนเอง แล้วแสดงออกในแง่ของการยอมรับตนเองหรือไม่ยอมรับตนเอง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงขอบเขตความเชื่อของบุคคลที่มีต่อตนเอง และบุคคลอื่นสามารถรับรู้ได้จากคำพูดและท่าทีของบุคคลนั้นแสดงออก

Mussen, 1990 (cited in Mussen, Conget, Kagan, & Huston, 1990, p. 391) กล่าวว่า คุณค่าแห่งตนเป็นการประเมินคุณสมบัติ (qualities) ต่างๆ ของตนเองและมีการตัดสินว่า ดีหรือไม่ดี

อารยา ด่านพานิช (2542, น.8) อธิบายว่า ความรู้สึกที่เกิดจากการประเมินตนเองให้ด้านบวก การประเมินความสามารถ การประสบความสำเร็จ ความมีคุณค่า ความสำคัญ โดยแสดงออกในรูปของทัศนคติที่มีต่อตนเอง เป็นความภาคภูมิใจและพึงพอใจในตนเอง การยอมรับถือตนเอง การพึ่งตนเอง คิดว่าตนเองมีค่า และได้รับการยอมรับจาก ครอบครัวและสังคม

อัปสรสิริ เอี่ยมประชา (2542, น. 12 อ้างถึงใน วิชิต ปากหวาน, 2548, น.59) ให้ความหมายว่า การประเมินความเชื่อหรือความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตนเอง มีความเคารพและยอมรับในตนเองว่า มีความสำคัญ ความสามารถและใช้ความสามารถที่มีอยู่กระทำสิ่งต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยได้รับการยอมรับจากบุคคลในสังคม

สมพร สุทัศนีย์ (2542, น. 3 อ้างถึงใน ชราพร สนิทภักดี, 2545) ให้ความหมายว่า ความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองที่เกิดจากการพิจารณาตัดสินคุณค่า ในเรื่องการได้รับการยอมรับความสามารถ รูปร่างหน้าตา ตลอดถึงคุณค่าของตนเอง

ชราพร สนิทภักดี (2545, น. 15) ให้ความหมายว่า การที่บุคคลมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองในเรื่องความสามารถ ความสำเร็จ ความมีพลังอำนาจของตน ตลอดจนยอมรับว่า ตนเองมีความสำคัญ มีสมรรถภาพการกระทำต่างๆ สามารถใช้ศักยภาพที่มีอยู่อย่างเต็มที่ในชีวิต และยอมรับรูปร่างหน้าตาของตนเอง รวมถึง การได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นที่มีความสำคัญต่อชีวิตและบุคคลในสังคมได้ สามารถดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุข

ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์ (2546, น. 17) ให้ความหมายว่า เจตคติที่บุคคลมีต่อตนเองและยอมรับในความสามารถของตนเอง เกิดความเชื่อมั่นในคุณค่าแห่งตนเอง รวมทั้งสามารถใช้ศักยภาพที่มีอยู่ในตนเองอย่างเต็มที่ในการดำเนินชีวิต

ความสำคัญของการรับรู้คุณค่าแห่งตน

Gordon (1989, p.135, อ้างถึงใน ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์, 2546, น. 17) อธิบายว่า คุณค่าแห่งตนเป็นพื้นฐานของภาวะสุขภาพทางจิตและสังคมที่ดี จึงมีความสำคัญในการพัฒนาบุคคลโดยเฉพาะในด้านสุขภาพจิต ดังนี้

1. ทำให้บุคคลมีความชื่นชมและพึงพอใจในตนเอง มองตนเองทางบวก รู้ว่าตนเองมีความสามารถและใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ ในการดำเนินชีวิตอันก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม (Gammon, 1991 อ้างถึงใน กรมสุขภาพจิต, 2540; Taft, 1985; ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์, 2546)

2. ช่วยให้บุคคลสามารถเผชิญอุปสรรคต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิตด้วยจิตใจที่เข้มแข็งมั่นคง หลีกเลี่ยงความรุนแรงของปัญหาได้เป็นอย่างดี มีความเป็นอิสระ ไม่พึ่งพาใคร สามารถอยู่ร่วมกับบุคลอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ บุคคลที่มีคุณค่าแห่งตนสูงจะสามารถยอมรับสถานการณ์ที่ทำให้

ตนเองรู้สึกผิดหวัง และท้อแท้ใจได้ด้วยความเชื่อมั่น ด้วยความคาดหวัง และความกล้าหาญ จึงทำให้บุคคลประสบผลสำเร็จ มีความสุขและสามารถดำเนินชีวิตได้ตามที่ตนปรารถนา ในทางตรงข้ามบุคคลที่มีคุณค่าแห่งตนต่ำ จะมีความวิตกกังวลสูง รู้สึกไม่เป็นสุข เก็บกดอารมณ์และความรู้สึกของตนเอง ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น หรือความต้องการที่แท้จริงของตนเองออกมา หวั่นไหวต่อคำวิพากษ์วิจารณ์มองโลกในแง่ร้าย และไม่มีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น (Taylor, 1982 อ้างถึงใน ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์, 2546, น. 17)

องค์ประกอบคุณค่าแห่งตน

Coopersmith (1981, pp. 2-4) กล่าวถึง คุณลักษณะพื้นฐานของคุณค่าแห่งตนที่บุคคลใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินความสำเร็จ ไว้ 4 ประการคือ

1. ความสำคัญ (significance) เป็นวิถีทางที่บุคคลรู้สึกเกี่ยวกับการถูกยอมรับ การมีคุณค่าอย่างเหมาะสม รู้สึกว่า ตนเป็นที่รักของบุคคลอื่น มีประโยชน์ต่อครอบครัวและสังคม

2. ความสามารถ (competence) เป็นวิธีการที่จะพิจารณาความมีคุณค่าจากการกระทำได้สำเร็จตามเป้าหมาย สามารถเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิตด้วยความมั่นใจ สามารถปรับตัวได้ดี ใช้กลไกในการป้องกันตนเองน้อย และสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. คุณความดี (virtue) หรือการบรรลุมาตรฐานตามศีลธรรมและจริยธรรม เป็นการปฏิบัติตัวสอดคล้องกับศีลธรรม จริยธรรม ค่านิยมของสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม มีความคิดและปฏิบัติตนตามที่ถูกต้อง รับรู้คุณค่าของตนตามความเป็นจริง มองโลกในแง่ดีและมีความพอใจในชีวิตที่เป็นอยู่

4. พลังอำนาจ (power) เป็นอิทธิพลที่บุคคลมีต่อชีวิตตนเองและผู้อื่นและต่อเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัว มีความเชื่อมั่นในอำนาจการกระทำของตนว่าจะก่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ และมีความสามารถเพียงพอในการที่จะกระทำสิ่งต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

นอกจากนั้น ชุตินาถ ศักรินทร์กุล (2554) กล่าวว่า คุณค่าแห่งตน นั้นประกอบด้วยความตระหนักถึงคุณค่าตนเอง (self-respect) และความเชื่อมั่นในความสามารถตนเอง (self-efficacy) จนกลายเป็น ภาพแห่งตน (self-image)

ลักษณะบุคคลที่มีคุณค่าแห่งตนสูงและต่ำ

บุคคลจะแสดงระดับคุณค่าแห่งตนต่างกันออกไปทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว จากลักษณะท่าทาง น้ำเสียง คำพูดและพฤติกรรม (Coopersmith, 1984, p. 5) โดยบุคคลที่มีคุณค่าแห่งตนสูงจะมีความสอดคล้องกลมกลืนทั้งหมดของตน (self) รับรู้คุณค่าของงตนเองตามความเป็นจริง ตระหนักถึงศักยภาพทั้งหมดของตนเอง ซึ่งเป็นผลให้เกิดการมองโลกในแง่ดี จริงใจ ไว้ใจต่อผู้อื่น สามารถ

สร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่นได้ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นตัวของตัวเอง ไม่หวั่นไหวต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ กล้าเผชิญปัญหาที่ท้าทาย รับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น ยอมรับความล้มเหลวของตนเองได้ (Coopersmith, 1981, p. 345; Raffey & Mayor, 1993, pp. 19-37; Schutz, 1967, p. 15)

บุคคลที่มีคุณค่าแห่งตนต่ำ จะอยู่ในสภาวะที่ไม่กลมกลืนของตน มักใช้กลไกในการป้องกันตนเอง มักไม่เห็นความสำคัญของตนเอง ขาดความเชื่อมั่น รู้สึกว่าตนเองไร้ค่า ไม่มีความสามารถ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกว่า ตนเองมีปมด้อย จึงมักหลีกเลี่ยงการคบหาสมาคมกับผู้อื่น หวั่นไหวต่อคำวิพากษ์วิจารณ์มักคล้อยตามผู้อื่น มักนำความคิดของผู้อื่นมาใส่ใจ คิดว่ากลุ่มเพื่อนไม่ให้การยอมรับ ไม่ได้รับความสนใจและเกิดความรู้สึกเสียใจบ่อยๆ และมักแสดงความเข้มแข็งหรือแสดงความก้าวร้าวให้ปรากฏออกมาเสมอๆ เพื่อเป็นการกลบเกลื่อนความรู้สึกหวาดกลัวท้อแท้ ไม่มั่นใจในตนเอง(สุภาเพ็ญ คชพลายุกต์, 2541, น. 39; Coopersmith, 1981, p.345 อ้างถึงใน ชราพร สนิทภักดี, 2545, น. 23)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยมาตรวัดสุขภาวะทางจิต (The Psychological Well-being Scale: SPWB) ของ Ryff (1989, 1995) ซึ่งมีการวัด 6 ด้าน คือ การยอมรับตนเอง (self-acceptance) ความสามารถในการจัดการกับสิ่งแวดล้อม (environment mastery) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (positive relations with others) ความก้าวหน้าส่วนบุคคล (personal growth) การมีเป้าหมายของชีวิต (purpose in life) และความเป็นอิสระ (autonomy) ซึ่งเป็นมาตรวัดที่อาศัยแนวคิดการประเมินตนเองที่มุ่งเน้นผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อการดำเนินชีวิตและการพัฒนาศักยภาพของบุคคล

มาตรวัดคุณภาพชีวิตของ Ryff

มาตรวัดคุณภาพชีวิตของ Ryff เน้นการศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาเชิงบวก (positive psychological functioning) โดยอาศัยทฤษฎีด้านจิตวิทยามาเป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มทฤษฎีอายุขัย (life span) ทฤษฎีจิตวิทยาการรักษา (clinical) และกลุ่มทฤษฎีสุขภาพจิตเชิงบวก (positive mental health) เช่น ทฤษฎีการรับรู้ตนเอง (self-actualization) ของ Maslow (1968) ทฤษฎีการใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ (fully functioning person) ของ Roger (1961) ทฤษฎีศักยภาพของปัจเจกบุคคลของ Jung (1933); Von Franz (1964) ทฤษฎีวุฒิภาวะ (maturity) ของ Allport (1961) นอกจากนั้น ยังมีทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคม (psychological stage model) ของ Erikson (1959) ทฤษฎีพื้นฐานแนวโน้มของชีวิต (basic life tendencies) ของ Buhler (1935); Buhler and Massarik (1968) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของวัยผู้ใหญ่และวัยสูงอายุ (personality change in adulthood and old age) ของ Neugarten (1968, 1973) และทฤษฎีสุขภาพจิตเชิงบวก (positive

criteria of mental health) (Ryff, 1989, pp. 1071-1072) ซึ่งมีการกำหนดตัวชี้วัดและการแปลความหมายดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต 6 มิติ

มิติในการวัดคุณภาพชีวิต	การแปลความหมาย
1. การยอมรับตนเอง (self-acceptance) คือ การรับรู้เกี่ยวกับจุดเด่น-จุดด้อยของตนเอง เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะ การกระทำ ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิต และวุฒิภาวะ	คะแนนสูง บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ยอมรับจุดเด่น-ด้อยของตนเอง ยอมรับได้กับประสบการณ์ที่ผ่านมา คะแนนต่ำ บุคคลที่มีความผิดหวังในตนเอง ไม่พอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ มีความรู้สึกว่าตนเองแตกต่างจากคนอื่น
2. การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (positive relations with other) คือ การให้ความรัก ความไว้ใจ ความอบอุ่น และการใส่ใจและเข้าใจต่อความรู้สึกของผู้อื่น	คะแนนสูง มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น อบอุ่น ใส่ใจ ไว้ใจคนอื่น คะแนนต่ำ ไม่ค่อยใกล้ชิดหรือสนิทกับผู้อื่น รู้สึกไม่ไว้ใจผู้อื่น รู้สึกสับสนในความสัมพันธ์กับผู้อื่น ไม่ยอมรับความสัมพันธ์จากผู้อื่น
3. ความเป็นอิสระ (autonomy) คือ การยึดถือความรู้สึกของตนเองที่ไม่ขึ้นกับใคร ใช้ตนเองเป็นศูนย์กลางในการประเมินหรือตัดสินสิ่งต่างๆ	คะแนนสูง สามารถพึ่งพาตนเองได้ ยึดความคิดของตนเองเป็นสำคัญ สามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ คะแนนต่ำ ต้องพึ่งพาการตัดสินใจของผู้อื่น มีความสับสนเกี่ยวกับความคาดหวังและการประเมินผู้อื่น
4. การจัดการกับสิ่งแวดล้อม (environment mastery) คือ ความสามารถในการจัดการควบคุมเรื่องราวต่างๆ ที่มากระทบต่อร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม รู้จักเลือกใช้โอกาสได้อย่างมีประสิทธิภาพ	คะแนนสูง มีความสามารถในการจัดการจัดลำดับและควบคุมความสับสนต่างๆ ได้ รู้จักใช้โอกาสที่มีอย่างมีประสิทธิภาพ คะแนนต่ำ การบริหารจัดการในแต่ละวันเป็นไปอย่างยากลำบาก รู้สึกว่าไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงอะไรได้ หวาดระแวงต่อสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

มิติในการวัดคุณภาพชีวิต	การแปลความหมาย
5. การมีเป้าหมายของชีวิต (purpose in life) คือ ความรับรู้ถึงความต้องการและเป้าหมายชีวิตของตนเอง เพื่อให้มีชีวิตอยู่อย่างมีความหมาย ทั้งนี้ การกำหนดเป้าหมายนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละขั้นของช่วงอายุ	คะแนนสูง มีการกำหนดแนวทางชีวิต/เป้าหมายชีวิตที่ชัดเจน รู้สึกว่าชีวิตมีคุณค่ามีความหมายทั้งอดีตและปัจจุบัน คะแนนต่ำ รู้สึกว่าชีวิตไม่มีความหมาย แม้จะมีการตั้งเป้าหมายไว้บ้างแต่ก็ไม่มีแนวทางที่ชัดเจน
6. ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (personal growth) คือ การพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง มีการเปิดใจยอมรับและเผชิญกับประสบการณ์ใหม่ที่เข้ามา สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้	คะแนนสูง รู้สึกว่าชีวิตต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เปิดใจรับประสบการณ์ใหม่ ปรับปรุงพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดีขึ้น คะแนนต่ำ รู้สึกเฉื่อยชา เบื่อ และไม่สนใจความเป็นไปของชีวิต และไม่สามารถพัฒนาทัศนคติใหม่ๆ หรือพฤติกรรมใหม่ได้

ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่ทำการศึกษาคือ การสื่อสารผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยจะเลือกมาเพียง 5 มิติ คือ การยอมรับตนเอง (self-acceptance) ความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น (positive relations with other) ความเป็นอิสระ (autonomy) การจัดการกับสภาพแวดล้อม (environment mastery) และ ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (personal growth) ซึ่งเป็นมิติที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น แต่จะยกเว้นมิติ เป้าหมายของชีวิต (purpose in life) ที่เน้นการกำหนดแนวทางชีวิตของตนเองมากกว่าการอาศัยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับบริบทในการวิจัยที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ผ่านออนไลน์

2.1.7.2 ทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิต

สำหรับการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตกับการสร้างทุนทางสังคมออนไลน์นั้น งานวิจัยที่ผ่านมากจะเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการใช้งานสื่อออนไลน์ ทุนทางสังคมและผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ที่มีต่อการดำเนินชีวิตในมิติต่างๆ เช่น Bargh and McKenna (2004) ศึกษาพบว่า คนที่มีการรับรู้คุณภาพชีวิตในตนเองต่ำ (Low psychological well-being) จะรู้สึกดีขึ้นจากการมีความเกี่ยวพันกับเพื่อนผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (CMC) จะช่วยลดข้อจำกัดในการสร้างปฏิสัมพันธ์และช่วยสนับสนุนการเปิดเผย

ตนเอง (self-disclosure) มากขึ้น (Bargh, McKenna, & Fitzsimons, 2002; Tidwell & Walther, 2002) ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่สามารถสร้างการติดต่อสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม และด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของ การใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม โดยเฉพาะกรณีทุนทางสังคมที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊คนั้นจะส่งผลต่อระดับการรับรู้คุณภาพชีวิตของผู้ใช้หรือไม่ และผลจากการศึกษาจะช่วยสนับสนุนผลการศึกษาของ Bargh, McKenna, and Fitzsimons, 2002; Tidwell and Walther, 2002 ที่พบว่า การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) จะช่วยทำให้ระดับการรับรู้คุณภาพชีวิตดีขึ้นจริงหรือไม่

จากงานวิจัยที่มีนักวิชาการได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์เครือข่ายสังคมกับการเกิดทุนทางสังคม มีข้อค้นพบดังนี้ Gonzales และ Hancock (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตต่อคุณภาพชีวิตของบุคคลมีผลการวิจัยออกมาเป็นสองแนวทาง คือ แนวทางแรกชี้ว่า การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มทำให้บุคคลรู้สึกเหงา และซึมเศร้า ไม่มีความสุข ส่วนอีกแนวทางหนึ่งพบว่า อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ต่อเรื่องของจิตวิทยาทางสุขภาพ Valkenburg et al. (2006) พบว่า เฟซบุ๊คมีบทบาทและความสามารถในการคบหากับคนอื่นในสังคม ซึ่งสนับสนุนให้เกิดการเห็นคุณค่าแห่งตนเชิงสังคม Mehdizadeh (2010) พบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คที่เห็นคุณค่าแห่งตนต่ำจะมีลักษณะของการอัพเดตข้อมูลตนเองและเข้าเช็คหน้าเฟซบุ๊คบ่อยครั้ง และใช้เวลานานกับเฟซบุ๊คต่อการเข้าใช้แต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์เครือข่ายสังคมถูกออกแบบมาเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับตนเองให้กับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการกดถูกใจ/ไม่ถูกใจงานอดิเรก การรำพึงรำพันผ่านการข้อความบอกสถานะ หรือการเขียนข้อความบนกระดานข้อความหรือหน้า wall ของเพื่อน ข้อมูลเหล่านี้อาจทำให้ผู้ใช้ตระหนักถึงข้อจำกัดและจุดอ่อนของตน ซึ่งทำให้มีการเห็นคุณค่าแห่งตนต่ำ (Heine et al., 2008 อ้างถึงใน Gonzales and Hancock, 2011) หรือในอีกด้านหนึ่ง ข้อมูลเหล่านั้นอาจสะท้อนถึงอคติทางบวกหรือการเลือกนำเสนอแง่มุมของตัวตนตนเอง ซึ่งอาจช่วยให้ผู้ใช้มีการเห็นคุณค่าแห่งตนที่เพิ่มขึ้น (Walther, 1996 อ้างถึงใน Gonzales & Hancock, 2011 อ้างถึงใน ดวงกมล ชาติประเสริฐ และศศิธร ยุวโกศล, 2555)

สรุป แนวคิดคุณภาพชีวิต เป็นการอธิบายโดยอาศัยมุมมองด้านจิตวิทยาที่กล่าวถึงการวัดระดับความสุขของบุคคล ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะได้ใช้แนวทางศึกษาของ Ryff (1989) โดยเลือกมา 5 มิติ ได้แก่ การยอมรับตนเอง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น ความเป็นอิสระ การจัดการสภาพแวดล้อม และความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า คนที่มีการรับรู้คุณภาพชีวิตในตนเองต่ำ (Low psychological well-being) จะรู้สึกดีขึ้นจากการมีความเกี่ยวพันกับเพื่อนผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (CMC) จะช่วยลดข้อจำกัดในการสร้างปฏิสัมพันธ์และช่วยสนับสนุนการสร้างการเปิดเผยตนเอง (self-disclosure)

มากขึ้น ดังนั้น จึงอธิบายในเบื้องต้นได้ว่า ความเกี่ยวพันของบุคคลที่เกิดขึ้นผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต นั้นก็คือ การเกิดทุนทางสังคมจะมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพชีวิต นั่นคือ การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทำให้บุคคลที่มีการรับรู้คุณภาพชีวิตในตนเองต่ำจะรู้สึกดีขึ้น เพราะสามารถสร้างการเปิดเผยตนเองได้มากขึ้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คมีการรับรู้ถึงความสุข ความพึงพอใจเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตและการพัฒนาศักยภาพของตนเองมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลจากการศึกษาได้นำไปค้นหาความสัมพันธ์กับรูปแบบของทุนทางสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นว่า มีลักษณะของความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางใด เพื่อให้ทราบว่า ทุนทางสังคมออนไลน์ซึ่งมีลักษณะของความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์จะสามารถสร้างผลกระทบหรือความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงได้หรือไม่ อย่างไร

2.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 การใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม

Granovetter (1973) นักสังคมวิทยาได้อธิบายถึง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลว่า เป็นการสร้างความเกี่ยวพัน (Strength of Ties) ระหว่างบุคคลผ่านเครือข่ายสังคม โดยความเกี่ยวพันนั้นจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการคือ ระยะเวลาที่ใช้ร่วมกัน (amount of time) ความเข้มข้นในการใช้อารมณ์และความรู้สึก (emotional intensity) ความใกล้ชิด สนิทสนม (mutual confiding) และการตอบแทนซึ่งกันและกัน (reciprocal) ซึ่งความเกี่ยวพัน สามารถเกิดขึ้นได้ 3 ลักษณะคือ ความเกี่ยวพันแบบแข็งแกร่ง (strong tie) ความเกี่ยวพันแบบหลวมๆ (weak ties) และความเกี่ยวพันแบบขาดหาย (absent) ทั้งนี้เขาอธิบายว่า การใช้ระยะเวลาร่วมกันเป็นเวลานานและมีความถี่มากในการสร้างความสัมพันธ์ จะทำให้ความสัมพันธ์นั้นมีความแข็งแกร่งหรือมีความผูกพันกันมาก (Strong ties) ทั้งนี้ จากการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับทุนทางสังคมพบว่า มีนักวิชาการได้ให้ความสนใจในการศึกษาถึงวิธีการใช้ ความถี่และระยะเวลาในการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ต อย่าง Best and Krueger (2006) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของการมีปฏิสัมพันธ์ทางออนไลน์ (Online Interactions) กับทุนทางสังคม (Social capital) โดยเปรียบเทียบการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนใหม่กับเพื่อนเก่า เพื่อต้องการข้อค้นพบว่าในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (ระยะเวลาในการใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน) สามารถก่อให้เกิดทุนทางสังคม (ความไว้ใจ ความซื่อสัตย์ และการตอบแทนซึ่งกันและกัน) ได้หรือไม่ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า การใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเป็นเวลานานในการติดต่อกับเพื่อนใหม่ (time spent with new online relations) หรือบุคคลที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน (previously unknown people) จะส่งผลเชิงบวกต่อการเกิดทุนทางสังคม แม้ว่า ตัวเลขของความสัมพันธ์นั้นอาจ

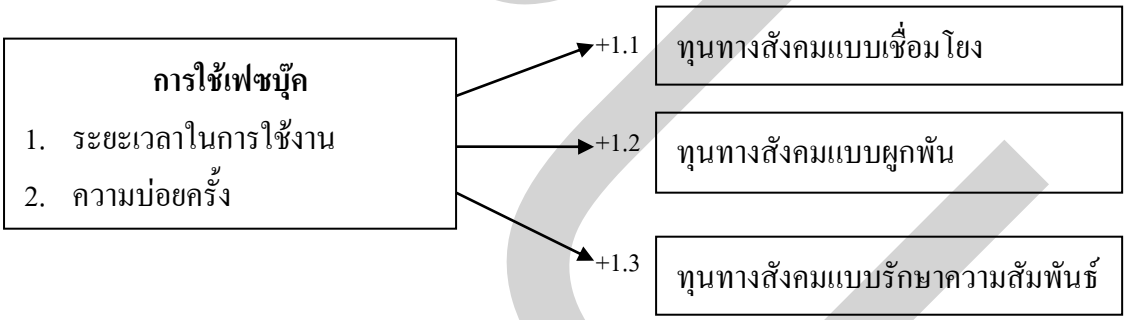
ไม่สร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งมากนัก (strong ties) แต่การใช้อินเทอร์เน็ตก็สามารถสร้างความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงได้ (weak ties) เพราะช่วยขยายเครือข่ายทางสังคม เชื่อมโยงคนที่ไม่เคยรู้จักกันในโลกแห่งความจริงได้มาพบปะกันในโลกอินเทอร์เน็ต และส่งเสริมความสัมพันธ์ในโลกแห่งความจริงได้ ในขณะที่ Ellison, Steinfield and Lampe (2007) ศึกษาการใช้เฟซบุ๊คของนักเรียนมัธยม พบว่า ความเข้มข้นการใช้เฟซบุ๊ค (จำนวนเพื่อน ความถี่ในการใช้งาน ระยะเวลาในการใช้งาน การใช้อารมณ์ร่วม ทัศนคติที่มีต่อเฟซบุ๊ค) จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging social capital) แบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding social capital) และแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained social capital) ทั้งนี้ เขาอธิบายว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์เกิดจากการใช้เฟซบุ๊คในการช่วยขยายประสบการณ์ทางสังคม การเปิดมุมมองใหม่ของโลก การรักษาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน เป็นการช่วยลดข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารในขณะที่ การเกิดทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์นั้นจะเกิดขึ้นกับการติดต่อกับผู้ที่เคยรู้จัก (pre-existing close relationship) หรือคุ้นเคยกันมาก่อน เป็นการช่วยกระชับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ เช่น การส่งการ์ดวันเกิดไปให้ ส่วนการเกิดทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์นั้นถือว่าเป็นบทบาทสำคัญที่สุดในการใช้เฟซบุ๊ค เพราะผู้ใช้งานเฟซบุ๊คจะใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อ รักษาความสัมพันธ์กับเพื่อน โดยเฉพาะเพื่อนเก่า รวมถึงเพื่อนปัจจุบัน และคนรู้จัก ซึ่งอาจอยู่ห่างไกลกัน ส่วน Kraut et al (2002) พบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตจะมีผลเชิงบวกต่อสังคม โดยเฉพาะคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดเผยตัวตน (extraverts) จะใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตนานกว่าคนที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (introverts) เพราะคนที่เปิดเผยนั้นมักจะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ อีกทั้ง Shaw and Gant (2002) ได้อธิบายไว้ว่า การใช้อินเทอร์เน็ตมากจะช่วยลดความเหงา ความโดดเดี่ยว และได้รับการสนับสนุนทางสังคมและเกิดการรับรู้คุณค่าในตนเองมากขึ้น และการใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ่อยๆ ยังทำให้เกิดการรับรู้คุณค่าในตนเองสูงขึ้น มีความพึงพอใจในชีวิตมากขึ้น (Valenzuela et al., 2006) สามารถช่วยสร้างความใกล้ชิด การเปิดเผยตัวตนในสังคมได้มากขึ้นด้วย (Valenzuela & Peter , 2007) นอกจากนี้ Valenzuela, Park and Kee (2009) ยังอธิบายว่า ความเข้มข้นในการใช้เฟซบุ๊ค (Intensity of Facebook use) ที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการใช้งาน จำนวนเพื่อน ระดับการมีอารมณ์ร่วมสูงจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจในชีวิต (Life satisfaction) ความไว้ใจทางสังคม (Social Trust) การมีส่วนร่วมภาคประชาชน และการเมือง (Civic and Political Participation) ทั้งนี้เขาอธิบายว่า เนื่องจากเฟซบุ๊คมีเครื่องมือ (Tools) ในการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การนำเสนอข้อมูลส่วนตัวเพื่อให้คนอื่นรู้จัก (profile) การแสดงความคิดเห็นผ่าน Wall การรับรู้ข้อมูลใหม่ๆ ผ่าน News Feed การส่งข้อความถึงเพื่อนผ่าน Direct Message หรือ การ

สร้างกลุ่ม (Group) เพื่อการสื่อสารเฉพาะกลุ่มของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Steinfield, Ellison and Lampe (2008) ที่อธิบายถึงเครื่องมือของเฟซบุ๊คในการก่อให้เกิดทุนทางสังคม โดยเขาอธิบายว่า การใช้เฟซบุ๊คจะมีอิทธิพลต่อการเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging social capital) เพราะเฟซบุ๊คถือเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนที่ต้องอยู่ห่างไกลกัน ความสามารถในการใช้งานของเฟซบุ๊คทำให้เพื่อนสามารถรับรู้เรื่องราวของกันและกัน สร้างกิจกรรมร่วมกัน ผ่านส่งข้อความ การแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์นั้นให้ยังคงอยู่ จึงส่งผลให้ผู้ใช้สามารถสร้างความสัมพันธ์ต่อกันได้ ดังนั้น จากข้อค้นพบข้างต้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานความเป็นไปได้ของความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เฟซบุ๊คกับทุนทางสังคมไว้ 3 กรณีดังนี้

1.1 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

1.2 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

1.3 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์



สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม

ตามทฤษฎีการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Penetration Theory) ของ Altman and Taylor (1973) ได้อธิบายว่า การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะเริ่มจากความสัมพันธ์แบบผิวเผินไปสู่ความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง ซึ่งความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับการเปิดเผยตนเอง (self-disclosure) หากเปิดเผยตนเองมากก็จะนำไปสู่การมีความใกล้ชิดสนิทคุ้นเคยกันมากขึ้น นอกจากนั้น ลำดับการพัฒนาความสัมพันธ์นั้นจะพิจารณาได้จากลักษณะของการสื่อสาร เนื้อหา หรือประเด็นที่ทำการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ การสื่อสารแบบกว้าง

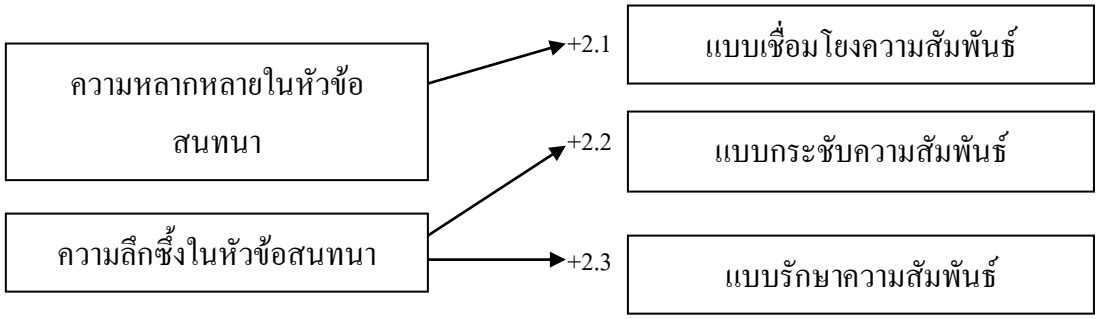
(Breadth) และการสื่อสารแบบลึกซึ้ง (Depth) โดย Valkenbure and Peter (2002) อธิบายว่า การสื่อสารผ่านออนไลน์ แบบกว้าง (Breadth) คือ การบอกเล่าถึงประสบการณ์ทั่วไปที่มีประเด็นที่หลากหลาย เช่น สิ่งที่สนใจ กิจกรรมที่ทำ หรือเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ซึ่งประเด็นการสื่อสารเหล่านั้นจะนำไปสู่การพัฒนาความสัมพันธ์ในขั้นต่อไป ส่วนการสื่อสารแบบลึกซึ้ง (Depth) เป็นการเปิดเผยข้อมูลที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น อาจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เรื่องส่วนตัว ความลับ ซึ่งเนื้อหาที่สื่อสารยิ่งเปิดเผยมากจะแสดงถึงความสนิทสนม คุ้นเคยและใกล้ชิดมากขึ้น (intimacy) และเป็นการรักษาความสัมพันธ์ให้คงอยู่ต่อไป (Chan & Cheng, 2004)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่า ประเด็นหรือเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารจะส่งผลต่อระดับความสัมพันธ์ของผู้ใช้ นั่นคือ หากมีการสื่อสารที่เป็นไปในลักษณะของการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทั่วไป พูดคุยกันในเรื่องที่ตนสนใจ มีความหลากหลายในประเด็นที่สื่อสารนั่นแสดงถึง ลักษณะของการเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์กับคนรู้จักหรือเพื่อนใหม่ที่ยังไม่มีความคุ้นเคยกัน ลักษณะของเนื้อหาที่สื่อสารจึงเป็นไปเพื่อค้นหาว่า คู่สื่อสารนั้นมีความสนใจในเรื่องใด มีลักษณะความชอบหรือความคล้ายคลึงกันหรือไม่ ซึ่งจะนำไปสู่การคัดกรองเนื้อหาหรือประเด็นที่จะสื่อสารเพื่อให้เกิดความรู้จัก คุ้นเคย สนิทกันมากขึ้น ในขณะที่ กรณีการสื่อสารในประเด็นที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เรื่องราวนั้นกระทบถึงความรู้สึก การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ การให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งแสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารนั้นมีความผูกพันกันมากขึ้น จึงยอมที่จะเปิดเผยตนเอง และไว้ใจผู้อื่นมากขึ้น ดังนั้น จึงตั้งสมมติฐานดังนี้

2.1 ความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

2.2 ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

2.3 ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์



สมมติฐานข้อที่ 3 เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม

การศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมมีนักวิชาการได้ให้ความสนใจศึกษาไว้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะการนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification Theory) ของ Katz et al. (1974) มาศึกษาในประเด็นความคาดหวังในการใช้สื่อ (Gratification Sought: GS) และประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อ (Gratificaion Obtained: GO) ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ (obtained) ที่ได้รับจากการใช้สื่อ (Ellison et al, 2007; Boyd & Heer, 2006; Lampe et al, 2006; Raacker & Bonds-Raacke, 2008; and Joinson, 2008) ดังที่ Ellision et al (2007) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊คกับทุนทางสังคม ซึ่งเขาอธิบายว่า การใช้เฟซบุ๊คจะส่งผลกระทบต่อการเกิดทุนทางสังคม เพราะการใช้เฟซบุ๊คเป็นการสร้างแรงจูงใจทางสังคม ช่วยในการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่มีอยู่และช่วยรื้อฟื้นความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่า เช่นเดียวกับ Boyd and Heer (2006) ที่ทำการศึกษาในเว็บไซต์ Friendster.com พบว่า สื่อนั้นนับว่าเป็นพื้นที่สนทนาระหว่างเพื่อน เพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรื่องราวระหว่างกัน ในขณะที่ Lampe et al (2006) พบว่า เฟซบุ๊คนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนที่อยู่ห่างไกลกัน ทำให้สามารถรับรู้เรื่องราวต่างๆ ของเพื่อนได้ นอกจากนั้น Raackee & Bonds-Raacke (2008) ยังระบุว่า เฟซบุ๊คช่วยสร้างและรักษาความเป็นครือข่ายสังคมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยได้ดีพอๆ กับการจัดกิจกรรมทางสังคม สำหรับ Joinson (2008) ได้อธิบายถึงคำว่า “Keep in touch” ว่าเฟซบุ๊คได้ทำหน้าที่ 2 มิติ คือ การติดตาม สอดส่อง (surveillance) คือ การพยายามติดตามเรื่องราวของเพื่อนเก่าว่ามีความเป็นอยู่อย่างไร มีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไรบ้าง และหน้าที่ในการรักษาและรื้อฟื้นความสัมพันธ์ (social searching) คือ การพยายามรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่าที่อยู่ในโลกออฟไลน์

สำหรับเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค จากงานวิจัยของ Anbel Quan-Haase and Alyson L. Young (2010) ที่ได้ใช้มาตรวัดการใช้ประโยชน์จากสื่อ Instant Message ของ Leung (2001) พบว่า ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊คมี 6 มิติคือ

1. การใช้เวลาว่าง (pastime): เพื่อความบันเทิง อยากมีส่วนร่วม อยากสนุก อยากพักผ่อน หลีกหนีจากความกดดัน และความรับผิดชอบ อยากทำตามใจตนเอง

2. การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก (affection): แสดงความขอบคุณ ความห่วงใย ใส่ใจ การให้การสนับสนุน การให้ความช่วยเหลือ

3. การติดตามแฟชั่น (fashion): เพื่อความทันสมัย มีสไตล์ เป็นผู้นำแฟชั่น

4. การช่วยแก้ไขปัญหา (share problems): ต้องการพูดคุยกับใครสักคน ต้องการคำแนะนำในการแก้ปัญหา และต้องการลืมปัญหาของตนเอง

5. การสร้างสังคม (sociability): เพื่อสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ อยากพูดคุยกับคนแปลกหน้า และต้องการพบเพื่อนใหม่ๆ

6. การติดตามข้อมูลข่าวสาร (social information): การติดตามเรื่องราว ข้อมูลของเพื่อน

จากผลการศึกษาข้างต้นจะเห็นว่า ไม่ว่าจะใช้เฟซบุ๊คเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ต่างเป็นไปเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนเรื่องราว การแสดงออกซึ่งอารมณ์ ความรู้สึก การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นับว่าเป็นการก่อให้เกิดทุนทางสังคม แต่ทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้น จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานและการได้รับประโยชน์ นั่นคือ หากใช้เฟซบุ๊คแล้วสามารถช่วยสร้างความเชื่อมโยงให้ผู้ใช้มาติดต่อสื่อสารกัน สร้างเป็นเครือข่าย อาจเรียกได้ว่าเป็นการเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (bridging social capital) แต่หากใช้เฟซบุ๊คเพื่อช่วยรักษาความสัมพันธ์ให้ยังคงยืนยาว ระหว่างเพื่อนที่รู้จักและการติดตามหาเพื่อนเก่า ก็เป็นการก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (maintained social capital) และหากใช้เพื่อทำให้ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ยิ่งผูกพันกันมากยิ่งขึ้น ก็นับว่าเป็นการก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (bonding social capital)

จากผลการศึกษาการประโยชน์ของเฟซบุ๊ค 6 มิติ ของ Anbel Quan-Haase and Alyson L. Young (2010) ผู้วิจัยจึงขอสมมติฐานดังนี้

3.1 การใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

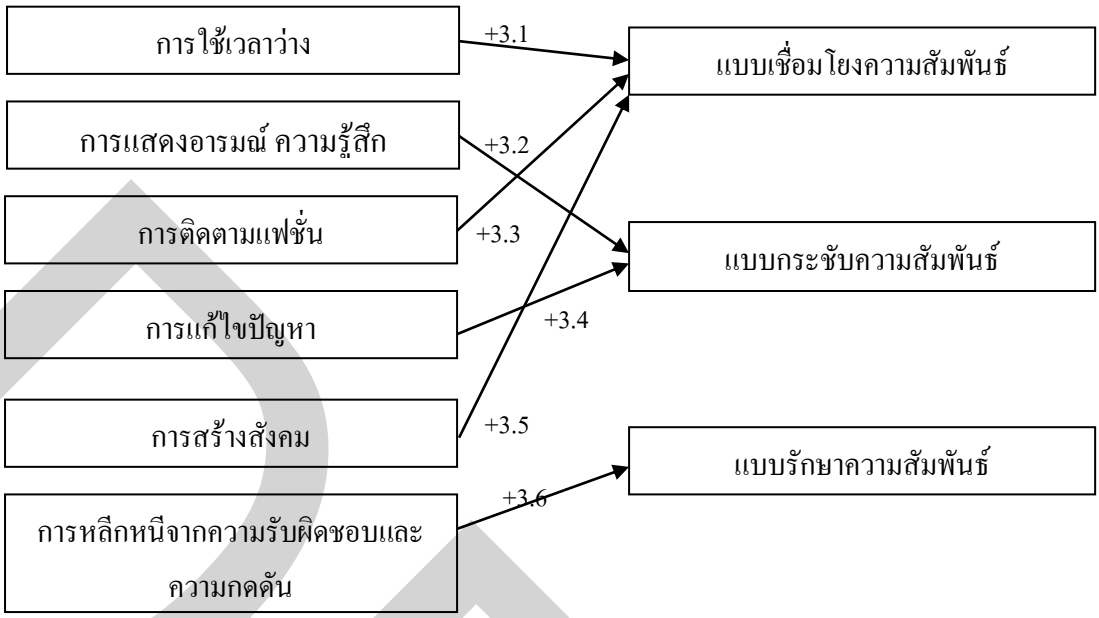
3.2 การแสดงอารมณ์ ความรู้สึกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

3.3 การติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.4 การแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

3.5 การสร้างสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.6 การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์



สมมติฐานข้อที่4 ความสัมพันธ์ของรูปแบบทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิต

สมมติฐานหลักข้อที่ 4 ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกคุณภาพชีวิต

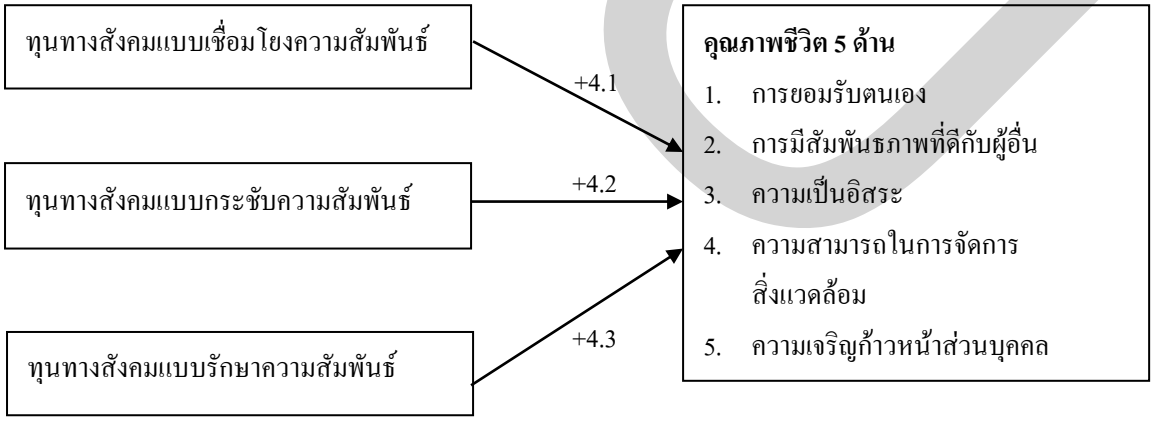
จากการศึกษา การใช้ประโยชน์ของเฟซบุ๊คที่มีต่อทุนทางสังคม ของ Ellison et al. (2007) ที่พบว่า รูปแบบทุนทางสังคมที่เกิดจากการใช้เฟซบุ๊ค ได้แก่ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capital) ทุนทางสังคมแบบผูกพัน (Bonding Social Capital) และทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained Social Capital) นั้นแต่ละรูปแบบต่างมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของนักเรียนมัธยม ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ใช้ในการศึกษาคือ ความพึงพอใจในชีวิต (satisfaction of life) และ การยอมรับคุณค่าในตนเอง (self-esteem) ทั้งนี้จากข้อค้นพบ อธิบายว่า รูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงนั้น การใช้เฟซบุ๊คจะช่วยลดข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารในกรณีที่ไม่สามารถพบปะกัน เพราะเฟซบุ๊คช่วยเปิดโอกาสให้สามารถติดต่อกันและเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้มาก ทำให้มีความพึงพอใจต่อชีวิตและเพิ่มการยอมรับคุณค่าในตนเองมากขึ้น ส่วนรูปแบบทุนทางสังคมแบบผูกพัน การใช้เฟซบุ๊คก็สามารถสร้างความพึงพอใจต่อชีวิตและเกิดการยอมรับคุณค่าในตนเองได้เช่นกัน แต่มีแนวโน้มว่าจะน้อยกว่าทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง นอกจากนั้นในส่วนของความสัมพันธ์กับรูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ พบว่า การใช้เฟซบุ๊คสามารถสร้างการยอมรับคุณค่าในตนเองได้ แต่ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในชีวิตได้ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงจะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตได้มากที่สุด แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบผูกพันด้วยแต่ก็มีผลค่อนข้างน้อย ในขณะที่ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์สามารถสร้างความสัมพันธ์ได้แต่การยอมรับคุณค่าในตนเองเท่านั้น

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการขยายลักษณะของมิติในการวัดคุณภาพชีวิตให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยอาศัยแนวคิดของ Ryff (1989) ที่อธิบายว่า คุณภาพชีวิต (Psychological Well-Being) คือ การประเมินตนเองเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยาเชิงบวก ในเรื่องการรับรู้ด้านอารมณ์-ความรู้สึก (affect) ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของปัจเจกบุคคลในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งครอบคลุม 5 มิติ ได้แก่ การยอมรับตนเอง (self-acceptance) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (positive relations with others) ความเป็นอิสระ (autonomy) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม (environment mastery), และความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (personal growth) และจากมิติที่ใช้ในการวัดที่มีความครอบคลุมมากขึ้นผู้วิจัยมีความคาดหวังว่า การศึกษารูปแบบทุนทางสังคมจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตทั้ง 5 ด้านจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

4.1 รูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง และ 5) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.2 รูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต5ด้าน ได้แก่ 1)ความเป็นอิสระ2)ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม3)ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพชีวิตด้านปัญหาในการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.3 รูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง และ 5) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น



2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

พีระ ลิ่วลม (2542) ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพ ทุนทางสังคมของชุมชนไซเบอร์ โดยมุ่งศึกษาลักษณะการก่อเกิดทุนทางสังคมในอินเทอร์เน็ต (ชุมชนไซเบอร์) ผลการศึกษาพบว่า การเกิดทุนทางสังคมในอินเทอร์เน็ตสอดคล้องกับกลไกการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม โดยปัจจัยของสังคมทางกายภาพสามารถมีอิทธิพลต่อลักษณะทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในกลุ่มสังคมในอินเทอร์เน็ต ดังนั้น กระบวนการเกิดทุนทางสังคมจึงมีอย่างน้อย 3 ลักษณะคือ การเกิดทุนทางสังคมที่มีอิทธิพลจากปัจจัยสังคมกายภาพ (กระบวนการนำเข้าทุนทางสังคม) การพัฒนาทุนทางสังคมในกลุ่มสังคมในอินเทอร์เน็ต (กระบวนกรพัฒนาทุนทางสังคมของชุมชนไซเบอร์) และการใช้ทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตสนับสนุนการมีกิจกรรมร่วมกันทางกายภาพ (กระบวนการส่งออกทุนทางสังคม) โดยองค์ประกอบของ “ทุนทางสังคม” ในแต่ละกระบวนการ มีศักยภาพการสนับสนุนการร่วมกิจกรรมสาธารณะที่ต่างกันไป ทั้งลักษณะการสนับสนุน ปัจจัยร่วม ค่าศักยภาพ และลำดับของค่าศักยภาพในแต่ละองค์ประกอบของ “ทุนทางสังคม”

สหชาติ บัวเที่ยง (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจคู่สนทนาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นหญิงในเขตจังหวัดเชียงใหม่ในการนัดพบ โดยมีวัตถุประสงค์ในศึกษา 3 ประเด็นคือ ศึกษาพฤติกรรมการสนทนา ความวางใจต่อคู่สนทนาในการเปิดเผยตนเอง และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการสนทนากับคู่สนทนาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลจากการศึกษาพบว่า วัยรุ่นหญิงจะใช้ภาษาเป็นสื่อในการแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกของกันและกัน โดยจะสร้างความน่าสนใจในตนเองแก่คู่สนทนา เช่น การใช้ชื่อที่ดูแปลก น่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดของเพศตรงข้าม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาเพศตรงข้ามให้เพศตรงข้ามสนใจ แม้ว่าบางครั้งจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่ตรงกับบุคลิกภาพที่เป็นจริง แต่ก็มีความพอใจที่จะสนทนาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นช่องทางที่ง่ายต่อการพูดคุยและปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพ สำหรับหลักการประเมินความวางใจต่อคู่สนทนาคือ การที่ฝ่ายตรงข้ามให้การสนับสนุน และให้ความร่วมมือสูง ความรู้สึกมีความมั่นใจว่า ไม่ถูกหลอกลวง และพึ่งพาได้ โดยมีความจริงใจในการสนทนา นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจคู่สนทนาคือ ความสม่ำเสมอ และความจริงใจ ซึ่งขั้นการพัฒนาของความไว้วางใจต่อคู่สนทนา เริ่มต้นจากที่คู่สนทนามีปฏิบัติที่ดี มีการสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการสนทนาก่อให้เกิดความมั่นใจและเชื่อมั่น เมื่อการสนทนาพัฒนาไประดับหนึ่งจะเกิดความรู้สึกที่เชื่อว่า คู่สนทนาของตนจะสามารถพึ่งพาได้ ความชอบพอที่พัฒนาไปสู่ความผูกพัน ในท้ายที่สุดความสม่ำเสมอและจริงใจระหว่างคู่สนทนาจะก่อให้เกิดความไว้วางใจในที่สุด

นิภาวรรณ ศิริไพบูลย์ (2551) ศึกษาเรื่อง แฮร์รี่ พอตเตอร์กับชุมชนออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายเครือข่ายทางสังคมของชุมชนออนไลน์ แฮร์รี่ พอตเตอร์ คือ ความชื่นชอบวรรณกรรม ความสนใจเกี่ยวกับแฮร์รี่ พอตเตอร์ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้เกิดความสะดวกต่อการใช้งาน เกิดความใกล้ชิดกัน ส่วนสาเหตุของการเข้าสนทนาออนไลน์ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์และการขยายเครือข่าย คือเพื่อหาเพื่อนคุย หาข้อมูลความรู้ แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแฮร์รี่ พอตเตอร์ และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนออนไลน์ระหว่างสมาชิก เป็นต้น โดยมีความถี่ในการสนทนาเฉลี่ยทุกวันอย่างเป็นประจำ ผ่านการส่งข้อความโดยใช้ขนาดตัวอักษรในการแสดงความรู้สึกอารมณ์ รวมไปถึงการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ในการแสดงอารมณ์มมากกว่าการใช้รูปแอนิเมชั่น สำหรับรูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชนออนไลน์อยู่ในรูปแบบการบอกต่อ เช่น การแนะนำให้รู้จักชุมชนออนไลน์ การนัดพบเพื่อทำกิจกรรมนอกชุมชนออนไลน์ ซึ่งแบ่งลักษณะของความสัมพันธ์ออกเป็น 2 ระดับคือ (1) ระดับความสัมพันธ์เฉพาะในชุมชนออนไลน์ เน้นการพูดคุยและร่วมกิจกรรมที่ทีมงานจัดขึ้นภายในชุมชนออนไลน์ (2) ระดับความสัมพันธ์นอกเหนือจากชุมชนออนไลน์ที่เกิดขึ้นจากการสนทนาในชุมชนออนไลน์ระหว่างกลุ่มวงในและกลุ่มวงนอก ทำให้มีความผูกพันแน่นแฟ้นมากขึ้น ดังนั้น ระดับความเกี่ยวข้องกันของชุมชนออนไลน์แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์และระยะเวลาที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบออนไลน์

ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค (Facebook) เป็นสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความนิยมในการเป็นสมาชิกมากที่สุด กลุ่มคนวัยทำงานให้ความสนใจ เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานและชีวิตประจำวันของตนอง อีกทั้ง Facebook เป็นเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนในวัยเรียนที่ขาดการติดต่อสื่อสารกัน สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำคือ การสนทนา (Chat) ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์กัน คือเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน ส่วนกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำรองลงมาคือ การอัพเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/ รูปภาพของตน เพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ นอกจากนี้ กิจกรรมที่ได้รับความนิยมคือ การเล่นเกมส์ ซึ่งลักษณะของเกมส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์จะเป็นเกมส์ที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองการสร้างเครือข่ายบนโลกออนไลน์ ซึ่งให้ผู้เป็นสมาชิกได้เล่นร่วมกัน เน้นจำนวนสมาชิกในเครือข่ายมากเป็นแรงผลักดันให้เกมส์เหล่านี้มีความ

สนุกขึ้น สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ โทรศัพท์มือถือ ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบครอบครัว (Intimate) คือใช้เวลาพักผ่อนดูละครทีวี/เคเบิลทีวี/ดีวีดีที่บ้านในช่วงวันหยุด มีความสนใจเรื่องต่างๆ ของสมาชิกในครอบครัวและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันครอบครัวว่า คือสถาบันที่สำคัญที่สุด

กรองทอง เกิดนาค (2551) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.hi5.com ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มนักศึกษาอายุไม่เกิน 24 ปี เน้นการใช้บริการเพื่อความบันเทิง การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ต้องการมีเพื่อนเพิ่มขึ้น ต้องการมีส่วนร่วมในสังคม เช่น การนำเสนอภาพ การตกแต่งเว็บเพจ การเขียนหน้า profile ซึ่งจะมีการอัพเดตตนเองอยู่ตลอดเวลา และเป็นการแสดงตัวตนที่แท้จริงและเปิดเผย เพื่อเปิดกว้างในการรับเพื่อนเข้าเป็นสมาชิกโดยไม่จำกัดและมีการคัดกรองน้อย ส่วนใหญ่จะเปิดรับเพื่อนที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคมและการเมือง ในขณะที่กลุ่มคนทำงานอายุไม่เกิน 25-39 ปี จะใช้บริการเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน สามารถนำไปใช้ร่วมกับการทำงานได้ ส่วนกิจกรรมที่เข้าร่วมส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอภาพ การตกแต่งเว็บเพจของตนเอง และการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทาง comment และ message เน้นการเข้าไปดูตามเว็บเพจของคนอื่นๆ เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มนี้มีข้อจำกัดในการรับเพื่อนเข้ามาเป็นสมาชิก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้ว ส่วนกลุ่มคนทำงานที่มีอายุช่วง 40 ปีขึ้นไป จะมีข้อจำกัดและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการใช้บริการเว็บไซต์ คือเพื่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน เพื่อการทำงานและการเรียน กลุ่มนี้ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และมีข้อจำกัดในการเปิดรับเพื่อนเฉพาะคนที่รู้จักเท่านั้น สำหรับผลการวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้บริการเว็บไซต์ พบว่า ได้รับผกระทบในเรื่องของความอิสระมากเกินไปทำให้มีการรุกล้ำสิทธิส่วนบุคคล การใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมหรือใช้เว็บไซต์ในเหตุผลอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการสื่อสารเพื่อความบันเทิงเท่านั้น การหลอกลวงจากการนำเสนอสิ่งที่ไม่เป็นความจริง

ชนากิตติ์ ราชพิบูลย์ (2553) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อวัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุดคือ Hi5 ซึ่งวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ เพื่อคุยกับเพื่อนปัจจุบันและเพื่อนเก่า โดยมีความถี่ในการใช้มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบล็อก (ข้อมูลส่วนตัว) ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่จริงเป็นบางส่วน โดยใช้ผ่านทางคอมพิวเตอร์ส่วนตัว รวมถึงมีการตกแต่งหน้าตาเครือข่ายสังคมออนไลน์บ้างแต่ไม่มาก นานๆ ครั้งจึงจะเปลี่ยนการตกแต่ง และมีการใส่รูปภาพส่วนตัวด้วย สำหรับผลกระทบจากการใช้บริการเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียนภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะได้รับข่าวสารใหม่ๆ สะดวก รวดเร็ว แลช่วยผ่อนคลายความเครียด

วิริษฐา มาลากุล ณ อยุธยา (2552) ศึกษาเรื่อง การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของวัยรุ่นบนเว็บไซต์ hi5.com ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนเว็บไซต์ hi5.com อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งลักษณะของประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ hi5 ของวัยรุ่นที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่แตกต่างกัน โดยความถี่ในการอัพเดตข้อมูล ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้ กิจกรรมที่ทำบนเว็บไซต์ และจำนวนครั้งที่นัดเจอเพื่อนต่างเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับความเข้าใจในการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนเว็บไซต์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลต่างกัน นอกจากนั้น ระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดเผยข้อมูลที่แตกต่างกัน ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในด้านการสมัครสมาชิก hi5 และความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ใน hi5 มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนเว็บไซต์

อาทิชา เมืองยม (2547) ศึกษาเรื่อง การสร้างสัมพันธ์ (Relationship Development) ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้วิธีการสนทนา (Chat) พบว่า กลุ่มผู้เล่นสนทนาจะสนทนานานๆ ครั้งหรือสัปดาห์ละครั้ง ใช้เวลาเล่นประมาณ 0-2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่นิยมเล่นโปรแกรม PIRCH และ ICQ โดยจะเล่นสนทนาในห้องส่วนตัว และเล่นเพื่อหาเพื่อนคุย หรือเพื่อนใหม่ สำหรับวิธีการเล่นจะใช้นามแฝง (Nickname) โดยจะสนทนาในเรื่องทั่วๆ ไป เรื่องส่วนตัว เรื่องการเรียน และใช้สัญลักษณ์หรือรูปภาพแทนข้อความที่พิมพ์สื่อสารกัน บางครั้งในการสนทนาก็จะมีการโกหก เพื่ออยากให้รู้ความจริงหรือเพื่อความสนุกสนาน สำหรับการเลือกเพื่อนร่วมคุยจะเลือกจากคนที่มีความชอบเหมือนๆ กัน และเกือบครึ่งหนึ่งของผู้เล่นจะเคยสลับเพศ เพราะความอยากรู้อยากลอง

สำหรับขั้นตอนการสร้างความสัมพันธ์เป็นไปตาม 3 ขั้นคือ ขั้นความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น ขั้นระดับความสัมพันธ์ที่เพิ่มความใกล้ชิด และขั้นระดับความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนม ทั้งนี้ ยังพบว่า หากระดับความไว้วางใจในความสัมพันธ์มีมากรูปแบบของการใช้สื่อก็จะมีการขยายมาสู่สื่อที่เข้าใกล้ถึงตัวตนของกันและกันมากยิ่งขึ้น เช่น จากการสนทนาผ่านคอมพิวเตอร์ไปสู่การใช้โทรศัพท์ และการนัดเจอในที่สุด นอกจากนั้นระดับความต้องการข้อมูลที่ต้องการรู้ก็จะยิ่งมีความใกล้ชิดและเข้าใกล้ตัวมากขึ้น เช่น จากเรื่องทั่วไป ไปสู่การส่งรูปที่เป็นตัวตนจริงให้แก่กัน

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ (2547) ศึกษาเรื่อง วาทกรรมทุนทางสังคม: กระบวนการสร้างแนวคิดและปฏิบัติการในบริบททางพัฒนาของไทย (พ.ศ. 2540-2545) พบว่า

1. การนำคำศัพท์คำว่า “ทุนทางสังคม” (Social Capital) ถูกนำมาใช้แตกต่างกันตามฐานแนวคิดที่ต่างกัน ซึ่งแนวคิดหลักนั้นกล่าวถึง “ความสัมพันธ์ทางสังคม” ในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดการร่วมมือของคนในสังคม สามารถมีความหมายทั้งในระดับปัจเจกและกลุ่ม เมื่อสังคมไทยนำมาใช้จึงกลายเป็น “การเป็นทุนของสังคม”

2. แนวคิดทุนทางสังคมมีฐานะเป็นแนวคิดเชิงบูรณาการภายใต้การผสมผสานแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์กับสังคมวิทยามาโต้ตอบต่อกรดำเนินโยบายการพัฒนากระแสหลักที่มุ่งเน้นในเรื่องความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากเกินไป

3. จากกรณีศึกษาเรื่องกองทุนหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล และกรณีปัญหาความขัดแย้งด้านการจัดการทรัพยากร แสดงให้เห็นข้อขัดแย้งด้านความคิดระหว่างหน่วยงานรัฐบาล นักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน และนักพัฒนา โดยหน่วยงานรัฐบาลให้ความหมายอิงกับความเจริญทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ฝ่ายนักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน และนักพัฒนาให้ความหมายอิงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน การช่วงชิงการเป็นเจ้าของวาทกรรมทุนทางสังคมทั้งแนวคิดและการปฏิบัติจึงเชื่อมโยงกับเรื่องผลประโยชน์และอำนาจ

ดวงกมล ชาติประเสริฐ, และศศิธร ยุวโกศล (2555) ทำการศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อใหม่ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม : การใช้ประโยชน์และประเด็นทางสังคม เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม Facebook การเรียนรู้และการแสดงอัตมโนทัศน์และอัตลักษณ์บนเว็บไซต์ การรักษาและสร้างความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างบุคคลบนเว็บไซต์ ความตระหนักด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของผู้ใช้ รวมถึง ความตระหนักเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้เว็บไซต์และความคิดเห็นในประเด็นทางสังคมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ซึ่งผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ พบว่า Facebook กลายเป็นช่องทางที่สำคัญในการสื่อสารที่ใช้ทดแทนการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เพราะเป็นสื่อที่มีความสะดวก ช่วยในการจัดเวลาในการสารให้เหมาะสมและสามารถให้ข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับผู้ที่จะสื่อสารด้วย โดยเหตุผลสำคัญในการใช้ Facebook คือ เพื่อความสนุกสนาน การแสวงหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการรักษาความสัมพันธ์เดิม ส่วนข้อค้นพบที่เกี่ยวกับการรักษาความสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ใหม่พบว่า จะใช้ Facebook ในการขอและรับเป็นเพื่อน โดยมีทั้งเพื่อนใหม่ เพื่อนที่รู้อยู่แล้ว อีกทั้ง ยังเป็นสื่อที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์เดิมได้มากกว่าการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ และสำหรับความสัมพันธ์เดิมนั้นจะช่วยให้ความสัมพันธ์ดีขึ้นกว่าเดิมด้วย นอกจากนั้น ผู้ใช้ Facebook มีความเห็นว่า ความสัมพันธ์บน Facebook ไม่แนบแน่นเท่าความสัมพันธ์ในโลกภายนอก แต่ก็เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ต้องผูกมัด

งานวิจัยต่างประเทศ

Ellison, Steinfield and Lampe (2007) ศึกษาเรื่อง The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites เป็นการศึกษาการใช้ Facebook ในประเด็นของรูปแบบ (Formation) การรักษาทุนทางสังคม (Maintain of social capital) รวมถึงความผูกพัน และความเชื่อมโยงของทุนทางสังคม (Bonding and Bridging social capital) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนมัธยมของมหาวิทยาลัยมิชิแกน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Regression analyses สำหรับประเด็นที่ใช้ในการวัดผล ประกอบด้วย (1) การใช้ประโยชน์จาก Facebook (Usage) การวัดสภาพทางจิตวิทยา (Psychological Well-being) และ การวัดความสัมพันธ์ของทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งในแต่ละมาตรวัดนั้นจะแตกต่างไปตามประเด็นการวัด ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผลจากการวิจัยพบว่า การใช้ Facebook สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งของทุนทางสังคม 3 ประการคือ ความเชื่อมโยง (Bridging) ความผูกพัน (Bonding) และการรักษาความสัมพันธ์ (Maintain social capital) นอกจากนั้น การใช้ประโยชน์จาก Facebook มีผลต่อคุณภาพชีวิตคือ ช่วยให้ผู้ที่ใช้นั้นเกิดความยอมรับนับถือตนเอง (Self-esteem) และรู้สึกพึงพอใจต่อชีวิตที่ดีขึ้น (Life satisfaction)

Dwyer and Hilz (2007) ศึกษาเรื่อง Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and Myspace เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความไว้วางใจและความเป็นส่วนตัวในการใช้เครือข่ายสังคม โดยเปรียบเทียบระหว่างเว็บไซต์ Facebook และมายสเปซ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ Facebook และกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์มายสเปซ ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งคำถามนั้นประกอบด้วย 5 ประเด็นคือ การรับรู้เกี่ยวกับความไว้วางใจที่มีต่อเว็บไซต์ (perceptions of trust) ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (internet privacy concern) การแลกเปลี่ยนข้อมูล (information sharing) การใช้งานทั่วไป (general use of the site) และการพัฒนาความสัมพันธ์ (the development of new relationships) ผลจากการวิจัยพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 117 คน เป็นผู้ใช้ Facebook 69 คน และผู้ใช้เว็บไซต์มายสเปซ 48 คน กลุ่มผู้ใช้ Facebook จะเป็นนักศึกษา และนิยมการมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ (84%) ขณะที่เว็บไซต์มายสเปซ กลุ่มผู้ใช้จะเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจเฉพาะด้าน เช่น ดนตรี วัฒนธรรม และมีส่วนร่วมในเว็บไซต์น้อยกว่าเว็บไซต์ Facebook (65%) สำหรับด้านความถี่และรูปแบบการใช้งาน พบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ต่างมีการเข้าใช้งานทุกวัน แต่เว็บไซต์ Facebook มีความถี่ในการเข้าใช้งานมากกว่าเว็บไซต์มายสเปซ ด้านการอัพเดต Profile และการโพสต์ ผู้ใช้ Facebook มีการอัพเดต Profile และโพสต์มากกว่าเว็บไซต์มายสเปซ ส่วนเรื่องความเป็นส่วนตัวนั้น พบว่า มี

ความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ สำหรับความไว้วางใจ พบว่า ผู้ใช้มีความไว้วางใจเว็บไซต์ Facebook มากกว่าเว็บไซต์มายสเปซ ในขณะที่เรื่องการพัฒนาความสัมพันธ์ พบว่า ในเว็บไซต์ Facebook จะเกิดการพัฒนาความสัมพันธ์มากกว่าเว็บไซต์มายสเปซ เนื่องจาก ผู้ใช้เว็บไซต์มายสเปซนิยมที่จะสร้างความสัมพันธ์โดยการพบปะแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face) และการใช้การสนทนาออนไลน์ (Instant Message: IM)

Foster, Francescucci and West (2010) ศึกษาเรื่อง Why User Participate in Online Social Networks เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาเหตุจูงใจ (Motivates) ที่ทำให้คนมีความสนใจที่จะเข้าไปใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking Sites: SNS) อีกทั้ง ผลของการศึกษาจะได้นำไปสร้างโมเดล แรงจูงใจที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคม (Motivational Model) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามและมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ Facebook ซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมของมหาวิทยาลัยแคนาดา จำนวน 2,471 คน ทั้งนี้อาศัยมาตรวัดแรงจูงใจของ Chiu, Hsu and Wang (2006) ซึ่งเป็นมาตรวัดที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในการศึกษาแรงจูงใจของผู้ที่ใช้บริการ สังคมเสมือนจริง (Virtual communities: VCoP) มาตรวัดนี้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบคำถามเพื่อวัดทัศนคติที่มีต่อแรงจูงใจในการใช้ Facebook โดยใช้ Likert scale 7 ระดับ และใช้สถิติ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ปัจจัย ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า มี 5 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการใช้บริการเครือข่ายสังคม (Social Networking Site) ได้แก่ (1) การได้เป็นสมาชิกของสังคม (Community membership) (2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร (Information Value) (3) ความผูกพัน (Participation concerns) (4) การติดต่อสื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Friendship connections) และ (5) การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง (Participation confidence)

Shu and Chuang (2011) ศึกษาเรื่อง The perceived benefits of six-degree-separation social networks ศึกษาการรับรู้การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคม ซึ่งในการวิจัยนี้เรียกว่า Six-degree-separation social network (6SNS) โดยเลือก Facebook เปรียบเทียบกับเครือข่ายสังคมแบบดั้งเดิมอย่างการใช้ e-mail ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองกับกลุ่มนักศึกษาชาวไต้หวัน จำนวน 23 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มทดลอง (กลุ่มที่ใช้ Facebook) และกลุ่มที่ถูกควบคุม (กลุ่มไม่ใช้ Facebook) โดยการศึกษานั้นจะใช้หลักการทดสอบก่อน-หลัง (Pre-test, Post-test) กับทั้งสองกลุ่ม ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้ Facebook มีการยอมรับประโยชน์จากการใช้งานมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้ Facebook และในการส่วนของระดับความผูกพันทางสังคมนั้น พบว่า การใช้ Facebook ถือว่าเป็นสื่อที่สร้างความสัมพันธ์แบบหลวมๆ (weak tie) ซึ่งถือว่าเป็นความสัมพันธ์ที่ช่วยสร้างโอกาสในการเรียนรู้ ช่วยขยายเครือข่ายให้กว้างขวางมากขึ้น

ช่วยให้การคัดเลือกเพื่อนให้เข้ามาอยู่ในเครือข่าย นอกจากนั้น การใช้ Facebook หรือสังคมเครือข่ายแบบ 6SNS นี้ จะทำให้สามารถพบเพื่อนใหม่ๆ ได้ดีกว่า สร้างเครือข่ายได้ดีกว่า

Zhijin Zhong (2009) ศึกษาเรื่อง The Effects of MMORPG Play on Online and Offline Social Capital โดยทำการศึกษา ศึกษาผลกระทบของเกมส์ MMORPG ที่มีต่อการเกิดทุนทางสังคมทั้งในบริบทของออนไลน์และออฟไลน์ และศึกษาผลกระทบของทุนทางสังคมออนไลน์ที่มีต่อทุนทางสังคมออนไลน์ พบว่า ทุนทางสังคมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมออฟไลน์ และการมีส่วนร่วมในการเล่นเกมส์ (Collective) มีผลต่อทุนทางสังคมออนไลน์ แต่ไม่สร้างผลกระทบต่อทุนทางสังคมออฟไลน์ ยกเว้น Offline Civic engagement

Best and Krueger (2006) ศึกษาเรื่อง Online Interaction and Social Capital. Distinguishing Between New and Existing Ties โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ Online Social Interaction กับตัวชี้วัดทุนทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า ตัวชี้วัดทุนทางสังคมทั้ง 3 ตัว ซึ่งประกอบด้วย ความไว้วางใจ (Trust) การแลกเปลี่ยน (Reciprocity) และความซื่อสัตย์ (Integrity) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคู่สื่อสารที่รู้จักผ่านออนไลน์ (new online relations) และ Online Social Interaction ไม่สร้าง Strong connection เพียงแต่ช่วยขยายเครือข่ายละสร้างความไว้วางใจในออนไลน์ (ทุนทางสังคม)

Williams (2006) ศึกษาเรื่อง On and Off the' Net Scales for Social in an Online Era โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนามาตรวัดการเกิดทุนทางสังคมทั้งในบริบทของออนไลน์และออฟไลน์ ผลจากการศึกษาได้มาตรวัดทุนทางสังคมที่มีชื่อว่า Internet Social Capita Scales" ISCS จำนวน 10 ตัวชี้วัด ในลักษณะของมาตรวัดคู่ขนาน (Parallel) ซึ่งเป็นการวัดทุนทางสังคมทั้งออนไลน์และออฟไลน์ไปพร้อมๆ กัน

Valenzuela, Park and Kee (2009) ศึกษาเรื่อง Is There Social Capital in a Social Network Site? Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ Facebook ของนักเรียนในอเมริกา พบว่า พฤติกรรมการใช้ Facebook (intensity) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ (student's life satisfaction) ความไว้วางใจ (social trust) และ การมีส่วนร่วม (civic engagement) แต่ก็ยังมีความกังวลถึงผลกระทบเชิงลบที่มีต่อกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนั้น ยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการใช้ Facebook (Facebook variables) กับทุนทางสังคม (social capital) แต่ก็มีระดับความสัมพันธ์ไม่มากนัก ซึ่งผู้วิจัยอธิบายว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ใช่ตัวแปรเดียวที่จะส่งผลต่อการสร้างการมีส่วนร่วมในสังคม

จากวิจัยที่ผ่านมา สรุปได้ว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมส่วนใหญ่เน้นที่การศึกษาถึงวัตถุประสงค์และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคม โดยผลจากการศึกษาพบว่า มีการใช้เว็บไซต์เพื่อการสื่อสารกับเพื่อนเก่าหรือเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อนมากกว่าเพื่อนใหม่หรือเพื่อนที่รู้จักกันในโลกออนไลน์ ทั้งนี้ วัตถุประสงค์นั้นเป็นไปเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่มีอยู่ให้ต่อเนื่อง ยาวนาน รวมถึงใช้เว็บไซต์เป็นสื่อกลางในการนำเสนอตัวตนผ่านโปรไฟล์ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้ามาสร้างความสัมพันธ์ นอกจากนั้น ยังพบว่า ความบ่อยครั้งในการเข้าใช้เว็บไซต์จะส่งผลให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น ส่วนการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคม จะมุ่งเน้นที่การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทุนทางสังคมจะอนุญาตให้คนใช้ประโยชน์ทรัพยากรต่างๆ จากสมาชิกคนอื่นในเครือข่ายที่พวกเขาเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งทรัพยากรที่ว่าอาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือความสามารถในการสร้างกลุ่มต่างๆ อีกทั้ง ทุนทางสังคมยังส่งผลกระทบเชิงบวกที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายทางสังคม แต่มักเป็นความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง นอกจากนี้ยังพบด้วยว่า แรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมคือ การรักษาความสัมพันธ์กับคนอื่นมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมในโลกออฟไลน์ สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณภาพชีวิตนั้น พบว่า มีตัวแปรด้านจิตวิทยาหลายตัวแปรที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม เช่น การรับรู้คุณค่าแห่งตน ความพึงพอใจในชีวิต การกำกับตนเองโดยทั่วไป การเป็นคนชอบสังคม ความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นต้น

จากภาพรวมการศึกษาข้างต้น แม้ว่าจะมีการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมกับการเกิดทุนทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างการเกิดทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิต แต่งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยในต่างประเทศ สำหรับประเทศยังไม่มีงานวิจัยที่ชัดเจนในการมุ่งศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างทุนทางสังคมผ่านเว็บไซต์เครือข่าย และผลกระทบของทุนทางสังคมออนไลน์ที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงจะได้มุ่งหาคำตอบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมมีพฤติกรรมในการสื่อสารเพื่อสร้าง รักษา และพัฒนาความสัมพันธ์กันอย่างไร รูปแบบของทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้นมีความเกี่ยวพันกันในรูปแบบใด และทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงอย่างไร

สำหรับประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับทุนทางสังคมออนไลน์ที่เกิดจากผสานความรู้ 3 ศาสตร์คือ ด้านสังคมวิทยา ด้านเศรษฐศาสตร์ และด้านการสื่อสาร โดยมีสื่อกลางในการสื่อสารคือ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ที่จะช่วยสร้าง พัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ และรูปแบบของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นต่างจะส่งผลกระทบต่อ

การเกิดคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้น การศึกษาครั้งนี้ จักได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างทุนทางสังคมผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมในรูปแบบอื่นต่อไป

DPU

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ รูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะได้นำไปสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์และคุณภาพชีวิต

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative and Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นมุ่งเน้นการค้นหาคำตอบในประเด็นของพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ค และลักษณะของการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ รูปแบบของทุนทางสังคมออนไลน์ รวมถึง ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊คที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ต่อจากนั้น จะนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเน้นศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 3 ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 2 และ 3 จะได้นำมาสร้างความเชื่อมโยงของตัวแปรเพื่อสร้างเป็นแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2
   1.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างแนวคำถามในการสนทนากลุ่ม
   1.2 ดำเนินการสนทนากลุ่ม
   1.3 นำผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ตัวแปร
   1.4 นำตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์ไปเป็นแนวทางสร้างแบบสอบในการวิจัยเชิงปริมาณ
2. การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3
   2.1 กำหนดตัวแปรในการศึกษาและสร้างแบบสอบถามในการวิจัย
   2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติและการทดสอบสมมติฐาน

3. การสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. รูปแบบการวิจัย

การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง มีการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลภาคสนาม (field survey) ประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) กับผู้ใช้เฟซบุ๊ค คือ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ รูปแบบการเกิดทุนทางสังคม และผลกระทบที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง ซึ่งการสนทนากลุ่ม จะใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการแบบตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า โดยอาศัยแนวคำถามในการศึกษาที่กำหนดล่วงหน้าไว้แล้วเป็นปัจจัยสำคัญ เพื่อสะดวกในการจัดทำข้อมูลให้เป็นระบบ

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสาร การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิต ซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลช่วยให้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการศึกษา

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มจากแหล่งข้อมูลด้านบุคคล (กลุ่มผู้ให้ข้อมูล) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่จะทำการศึกษาเฉพาะผู้ใช้เฟซบุ๊ค 3 กลุ่มคือ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน

3. ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มเป้าหมายคัดเลือกด้วยวิธีแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงประเด็น ผ่านการปฏิสัมพันธ์ต่อกันของสมาชิกในกลุ่มสนทนา (ชาย โพสิตา, 2550, น. 210) ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ด้านอายุและอาชีพในการคัดเลือก โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มนักเรียน อายุ 13-15 ปี กลุ่มนักศึกษา อายุ 16-24 ปี และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี โดยใช้การเลือกแบบไม่เป็นระบบผ่านความสัมพันธ์ส่วนตัวและการบอกต่อ และมีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะคือ เป็นผู้ใช้เฟซบุ๊คที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 กลุ่ม คือ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน กลุ่มละ 6 คน รวม 18 คน ซึ่งมีพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊คเป็นประจำสัปดาห์ละ 3 ครั้งขึ้นไป โดยเฉลี่ยใช้เวลาในแต่ละครั้งอย่างน้อย 30 นาที มีเพื่อนอยู่ในบัญชีรายชื่อตั้งแต่ 100 คน ขึ้นไป ใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารผ่าน comment, share, chat, post, like, post, message, game โดยการสื่อสารกับเพื่อนหลายกลุ่ม เช่น

เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน ครอบครัว คนรัก คนรู้จัก และเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊ค (facebook account) นานกว่า 1 ปี

ข้อมูลของผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา

กลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2555 เวลา 13.30-14.30 น. สถานที่ โรงเรียนสอนภาษาไทย นิสา เอ็มโพเรียม

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มวัยทำงาน

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	จำนวนเพื่อนในเฟสบุ๊ค (คน)
1. นะ	ชาย	28	พนักงานบริษัท	160
2. น้อย	หญิง	30	อาจารย์มหาวิทยาลัย	300
3. เอก	ชาย	28	ผู้สื่อข่าว	มากกว่า 1,300
4. ปูไข่	หญิง	31	พนักงานบริษัท	230
5. บี	ชาย	26	Producer บริษัท เคเบิลทีวี	170
6. บอลลูน	หญิง	28	จนท.งานฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศ	317

กลุ่มนักเรียน อายุ 13-15 ปี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2555 เวลา 10.00-11.00 น. สถานที่ Coffee Shop โรงแรมสวนดุสิตเพลส

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มนักเรียน

ชื่อ	เพศ	อายุ	สถานศึกษา	ชั้นปี	จำนวนเพื่อนในเฟสบุ๊ค (คน)
1. เอ็ม	ชาย	14	โรงเรียนรัฐบาล	ม.3	281
2. แทน	ชาย	14	ในสังกัดกรุงเทพมหานคร	ม.3	123
3. มิ้น	ชาย	14		ม.3	800
4. บาส	ชาย	14		ม.3	191
5. หนูดี	หญิง	13		ม.2	1,427
6. วิว	หญิง	13		ม.2	800
7. มิว	หญิง	13		ม.1	527

กลุ่มนักศึกษา อายุ 16-24 ปี สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 13 ตุลาคม 2555 เวลา 13.30-14.30 น. สถานที่ โรงเรียนสอนภาษไทยนิสา เอ็มโพเรียม

ตารางที่ 3.3 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มนักศึกษา

ชื่อ	เพศ	อายุ	สถานศึกษา	ชั้นปี	จำนวนเพื่อนในเฟสบุ๊ค
1. กานต์	หญิง	21	มหาวิทยาลัยเอกชน	ปี 4	100
2. มิ้น	หญิง	21	มหาวิทยาลัยเอกชน	ปี 4	1,190
3. เอ็ม	ชาย	20	มหาวิทยาลัยรัฐบาล	ปี 3	1,000
4. แน๊ตตี้	หญิง	20	มหาวิทยาลัยรัฐบาล	ปี 3	500
5. เคน	ชาย	20	มหาวิทยาลัยรัฐบาล	ปี 2	500
6. ฮัท	ชาย	22	มหาวิทยาลัยรัฐบาล	ปี 4	250

4. ระยะเวลาในการเก็บและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนกันยายน 2555

5. วิธีการและเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เพื่อให้กลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและประสบการณ์ ซึ่งอาจแตกต่างกัน และไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกันเสมอไป ในลักษณะของการอภิปรายถกเถียงกันในประเด็นที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น โดยเน้นให้ความสำคัญของพลวัตรกลุ่ม (group dynamics) ในฐานะเป็นหัวใจสำคัญของการสนทนา เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้มีการโต้ตอบกันในเรื่องที่ยกมาเป็นประเด็นสนทนา และทำให้ผู้ร่วมสนทนารู้สึกมีอำนาจ คือสามารถดำเนินการสนทนาไปตามที่ตัวเองอยากจะพูดอยากจะแสดงออก โดยไม่รู้สึก “เกร็ง” หรือ “ด้อยกว่า” เพราะการอยู่ในกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติพื้นฐานบางประการคล้ายกัน ย่อมทำให้ผู้พูดรู้สึกมั่นใจในการพูดหรือการแสดงออก อีกทั้งทำให้ผู้ร่วมสนทนาสามารถควบคุมทิศทางของการสนทนาได้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

6.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มอย่างไม่เป็นทางการด้วยแบบสัมภาษณ์ที่มีการกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า โดยแต่ละประเด็นคำถามนั้นจะมุ่งตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

6.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม โดยมุ่งค้นหาคำตอบ 2 ประเด็นคือ

1) พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค ได้แก่ ความบ่อยครั้ง เหตุผลในการใช้ ระยะเวลาในการใช้งาน วิธีติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ลักษณะของเพื่อนที่ติดต่อ ประเด็นที่มีการสนทนา

2) ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊คมากน้อยแค่ไหน เพื่อทราบระดับความสนิทจากการใช้เฟซบุ๊คและความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ค

6.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค โดยมุ่งค้นหาคำตอบ 2 ประเด็นคือ

1) การเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ เพื่อทราบลักษณะของการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค

2) ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊คที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เพื่อทราบการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินชีวิตจริงหลังจากการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสาร

ตารางที่ 3.4 รายะเอียดของประเด็นคำถาม

ประเด็นที่ศึกษา	คำถาม (ประเด็นซักต่อเนื่อง)
1. คุณมีพฤติกรรมในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนผ่านเฟซบุ๊คอย่างไร	1. คุณใช้เฟซบุ๊คในชีวิตประจำวันอย่างไร (เหตุผล, ความบ่อยครั้ง-ระยะเวลา/ครั้ง, วิธีติดต่อสื่อสารกับเพื่อน add ด้วยวิธีไหน ใช้ผ่าน Device ใด (มือถือ พีซี แท๊บเลต) 2. คุณเลือกใช้เครื่องมือในเฟซบุ๊คอย่างไร (share, chat, like, comment, post) 3. คุณใช้เฟซบุ๊คติดต่อกับเพื่อนแบบใดบ้าง (เพื่อนสนิท, เพื่อนที่ทำงาน คนรัก ครอบครัว คนรู้จัก) อธิบายลักษณะเพื่อนแต่ละแบบ 4. หัวข้อหรือประเด็นในการสนทนาเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง (งาน ปัญหาส่วนตัว ความรัก สังคม...)

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ประเด็นที่ศึกษา	คำถาม (ประเด็นซักต่อเนื่อง)
2. คุณมีระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊คมากน้อยแค่ไหน	1. คุณใช้เฟซบุ๊คในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนอย่างไร (ความบ่อยครั้ง หัวข้อที่สนทนา คำแทนตัว การได้รับ-ให้ความช่วยเหลือ) 2. คุณใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารกับเพื่อนแต่ละคนแตกต่างกันไหม (ความบ่อยครั้ง หัวข้อที่สนทนา คำแทนตัว การได้รับ-ให้ความช่วยเหลือ) 3. คุณเคยเกิดความขัดแย้ง หรือทะเลาะกันทางเฟซบุ๊คหรือไม่อย่างไร (ขอโทษ ขอคืนดี เลิกคบ ลบชื่อออกจากรายการ) 4. การใช้เฟซบุ๊คทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างคุณกับเพื่อนเป็นอย่างไรบ้าง (สนิทมากขึ้น ห่างเหิน เลิกคบ เฉยๆ) 5. คุณคิดว่าปัจจัยหรือสิ่งใดที่จะช่วยทำให้คุณและเพื่อนมีความสนิทมากขึ้น
3. คุณมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊คอย่างไรบ้าง	1. คุณคิดว่า การใช้เฟซบุ๊คทำให้คุณและเพื่อนมีการแลกเปลี่ยน หรือได้ประโยชน์ร่วมกันอย่างไรบ้าง (ให้ความช่วยเหลือ ข้อมูลใหม่ ประสบการณ์ ไว้ใจ ใส่ใจ...) 2. คุณกับเพื่อนเคยมีโอกาสใช้เฟซบุ๊คทำประโยชน์ต่อสังคมบ้างหรือไม่ อย่างไร
4. คุณคิดว่า การใช้เฟซบุ๊คสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อการดำเนินชีวิตประจำวันหรือไม่อย่างไร	1. คุณคิดว่า ก่อน-หลังการใช้เฟซบุ๊คทำให้ชีวิตคุณเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง (ภูมิใจที่มีเพื่อนเยอะ มั่นใจ นับถือตัวเอง พึงพอใจในชีวิต กล้าเข้าสังคม เปิดเผยตนเองมากขึ้น กล้าแสดงความคิดเห็น) 2. คุณคิดว่า การมีเพื่อนในเฟซบุ๊คจำนวนมากส่งผลต่อคุณอย่างไร ทั้งในโลกออนไลน์และชีวิตจริง (ภูมิใจที่มีเพื่อนเยอะ มั่นใจ นับถือตัวเอง พึงพอใจในชีวิต กล้าเข้าสังคม เปิดเผยตนเองมากขึ้น กล้าแสดงความคิดเห็น)

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ประเด็นที่ศึกษา	คำถาม (ประเด็นซักต่อเนื่อง)
	3. การใช้เฟซบุ๊คทำให้คุณและเพื่อนมีความสัมพันธ์เป็นอย่างไรบ้างในโลกแห่งความจริง (สนิทมากขึ้น ห่างเหิน เลิกคบเฉยๆ) 4. คุณคิดว่าการใช้เฟซบุ๊คส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในชีวิตจริงอย่างไรบ้าง (สังคม ครอบครัว เพื่อน ที่ทำงาน..)

6.2 เทปบันทึกเสียง เพื่อใช้บันทึกการสนทนาที่เป็นประเด็นสำคัญของกลุ่ม โดยขออนุญาตจากกลุ่มสนทนาก่อน ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลสามารถตรวจสอบกับที่บันทึกได้ และได้ข้อมูลอย่างครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

6.3 สมุดบันทึก เพื่อใช้บันทึกการสนทนา

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มที่บันทึกไว้ในเครื่องบันทึกเสียงมาถอดความด้วยวิธีการสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่กำหนดไว้

7.2 นำข้อมูลที่ได้มาประมวล รวบรวมจัดเป็นระบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด

7.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์มาสังเคราะห์เป็นตัวแปร เพื่อใช้เป็นแนวทางในกำหนดตัวแปรและการออกแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

8. การนำเสนอข้อมูล

8.1 ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษา ในรูปแบบเชิงบรรยาย (descriptive research) อธิบายและสรุปเชิงวิเคราะห์ โดยลำดับการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย

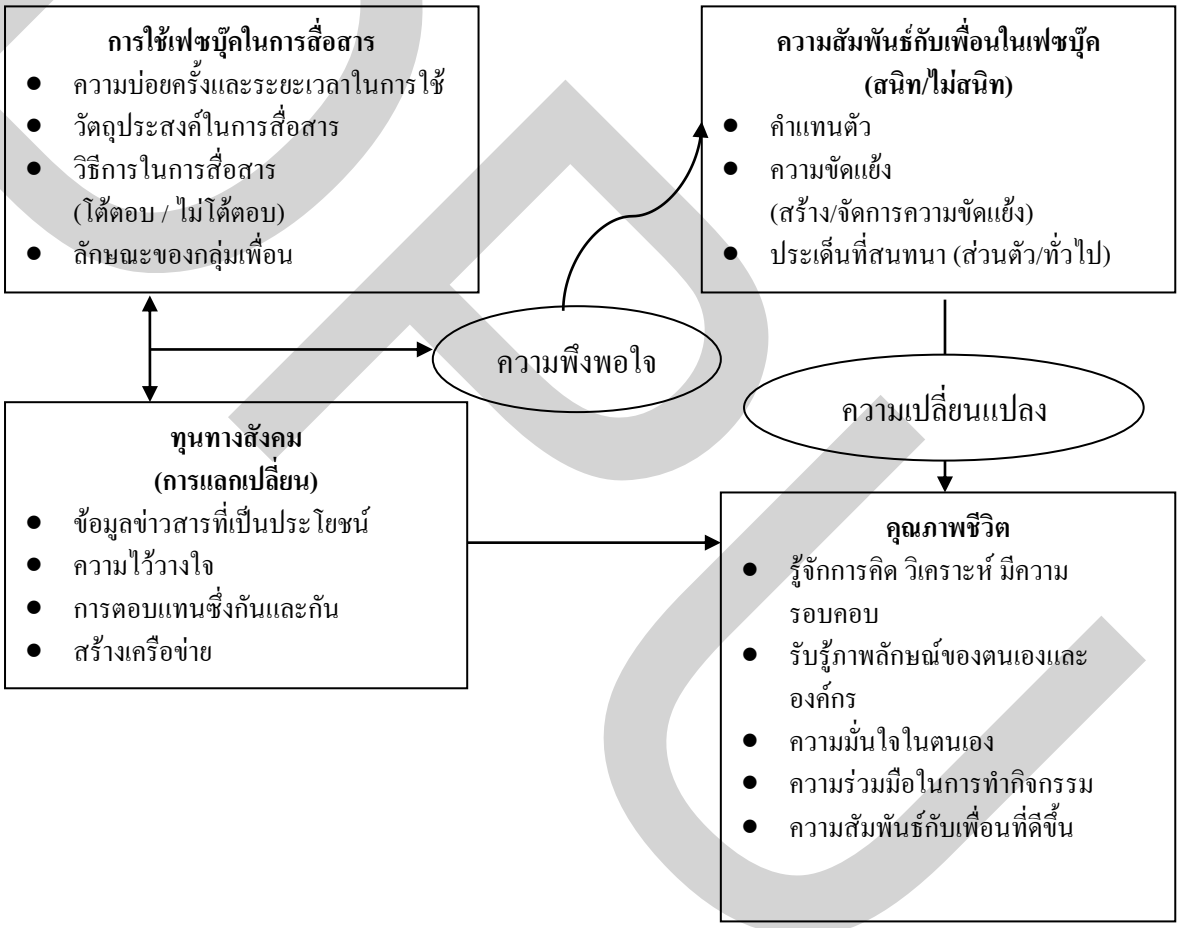
8.2 นำผลที่ได้จากวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในการวิจัยเชิงปริมาณและออกแบบสอบถามในการวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่อไป โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีดังนี้

8.2.1 การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ค โดยอาศัยกรอบทฤษฎีความเกี่ยวพันทางสังคม (Strength of Ties) ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Use and Gratification)

8.2.2 ลักษณะของการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ โดยอาศัยกรอบทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital) ได้แก่ องค์ประกอบของทุนทางสังคม และรูปแบบของทุนทางสังคม

8.2.3 ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊คในบทบาทของเครือข่ายสังคมต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง โดยอาศัยกรอบทฤษฎีการประเมินคุณภาพชีวิต (Psychological Well-Being)

ทั้งนี้ ผลจากการสนทนากลุ่ม สามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรเชิงปริมาณในการวิจัยได้ดังนี้

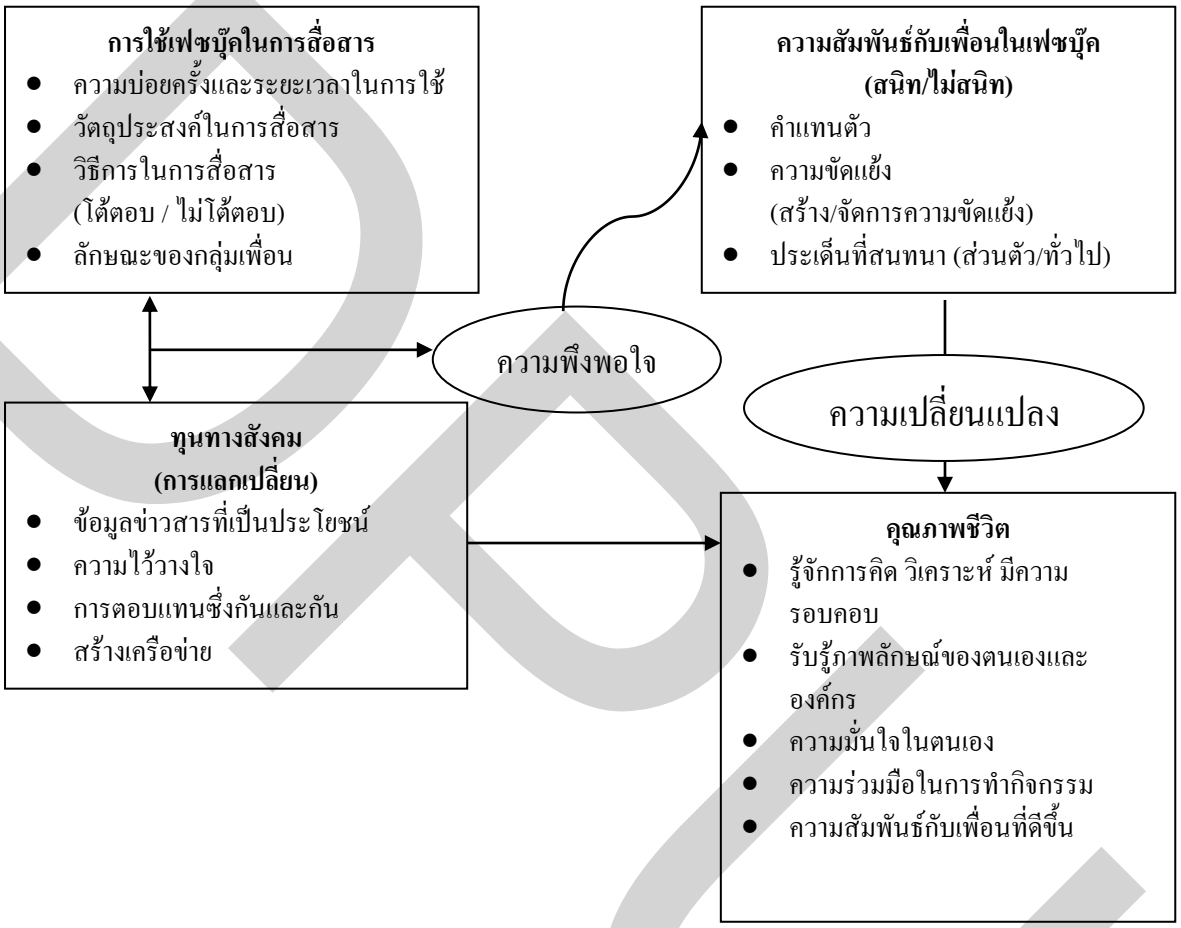


3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การศึกษาเชิงสำรวจเพื่อมุ่งตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง โดยตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการศึกษานั้นจะได้มาจากผลจากการสังเคราะห์จากการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งได้ดำเนินการมาก่อนหน้านี้ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษาไว้ดังนี้

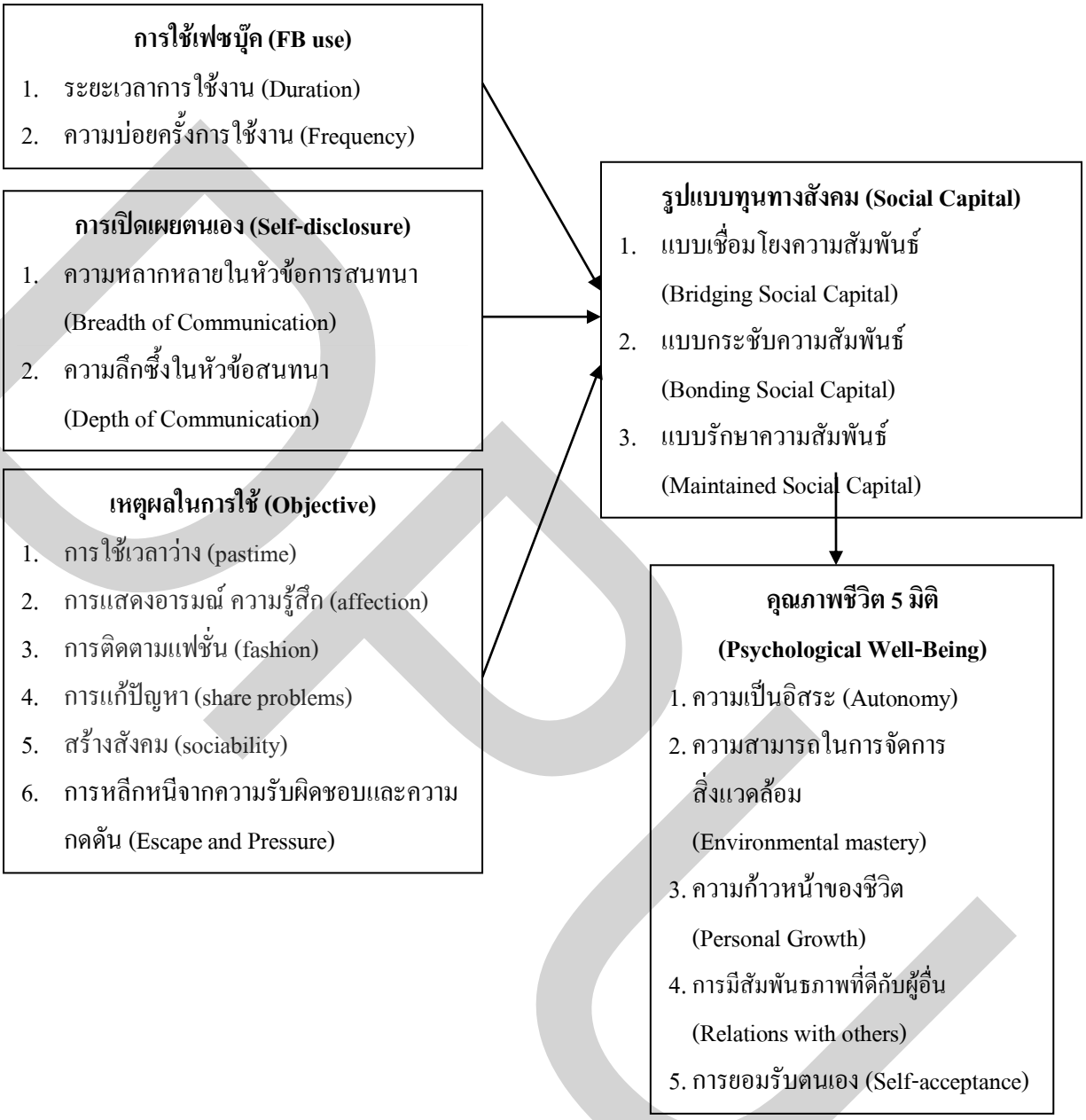
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. สรุปผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ (การสนทนากลุ่ม) โดยการสังเคราะห์ออกมาเป็นแนวทางในการวิจัย ได้ดังนี้



2. นำผลจากการสังเคราะห์ตัวแปรจากการวิจัยเชิงคุณภาพมาทำการศึกษาร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีจึงสามารถกำหนดออกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ การใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง เหตุผลในการใช้ ทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิต และนำตัวแปรดังกล่าวมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยเชิงปริมาณ

วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณมีเก็บข้อมูลภาคสนาม (field survey) ประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ การใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง เหตุผลในการใช้ ทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิต โดยการทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

2. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ซึ่งได้มาจากการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งทำมาก่อนหน้านี้ และจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม (field survey) ที่ได้มาจากการแจกแบบสอบถามในสถานที่ต่างๆ และการทำแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่จะทำการศึกษาคือ เป็นผู้ใช้เฟซบุ๊ค 3 ช่วงอายุคือ กลุ่มนักเรียน อายุ 13-15 ปี กลุ่มนักศึกษาอายุ 16-24 ปี และ กลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี โดยทำการกำหนดโควตาในการแจกแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วนคือ ภาคสนามและแบบออนไลน์ กลุ่มละ 200 ชุด รวม 400 ชุด

3. ประชากรในการวิจัย

3.1 ประชากรในการวิจัย คือผู้ใช้เฟซบุ๊คที่มีอายุระหว่าง 13-34 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊คมากที่สุดของประเทศไทย ประกอบด้วย นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน (zocialinc.com, 2 มกราคม 2555) โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามคือ มีพฤติกรรมในการเข้าใช้งานอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มีประสบการณ์ในการใช้งานเฟซบุ๊คไม่ต่ำกว่า 1 ปี และในขณะทำการศึกษายังคงใช้เว็บไซต์ดังกล่าว ทั้งนี้ ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนประชากรผู้ใช้เฟซบุ๊คในประเทศไทยซึ่งมีจำนวน 13.27 ล้านคน (zocialinc.com, 2 มกราคม 2555) คำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1967) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน

วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง .05

แทนค่าจากสูตร

$$n = \frac{13,270,000}{1+13,270,000(0.05)^2}$$

$$= 399.98 \approx 400 \text{ คน}$$

ดังนั้น จึงได้ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งจำนวนประมาณ 400 คน

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากเป็นวิธีการที่ผู้ตอบยินดีให้ความร่วมมือหรือเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม

4. ตัวแปรและการวัด ตัวแปรในการวิจัยประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ

4.1 การใช้เฟซบุ๊ค (FB uses) วัดระยะเวลาในการใช้งาน (Duration) ต่อวัน (นาทีหรือชั่วโมง) และความบ่อยครั้งในการใช้งาน (Frequency) (จำนวนวันต่อสัปดาห์)

4.2 การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) วัดระดับการเปิดเผยตนเองเกี่ยวกับการสนทนาใน 2 ลักษณะคือ ประเด็นที่มีความหลากหลาย (Breadth of Communication) และประเด็นที่มีความลึกซึ้ง (Depth of Communication)

4.3 เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objectives) วัดระดับแรงจูงใจ (Motives) หรือเหตุผล (Reasons) ในการใช้เฟซบุ๊คใน 6 ประเด็นคือ การใช้เวลาว่าง (pastime) การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (affection) การติดตามแฟชั่น (fashion) การแก้ปัญหา (share problems) การสร้างสังคม (sociability) และการหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดัน (Escape and Pressure)

4.4 ทุนทางสังคม (Social Capital) วัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้เฟซบุ๊คกับเพื่อนใน3 รูปแบบ คือ แบบกระชับความสัมพันธ์ แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และแบบรักษาความสัมพันธ์

4.5 คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง (Psychological Well-Being) การวัดระดับความสุขและความพึงพอใจในการดำเนินชีวิตผ่านการประเมินตนเองเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาในการดำเนินชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสามารถจัดการสิ่งแวดล้อม ความก้าวหน้าของชีวิต ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น และการยอมรับตนเอง

5. ระยะเวลาในการเก็บและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแจกแบบสอบถามระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมีนาคม 2556

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

6.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

6.1.1 ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคม เฟซบุ๊คทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิต ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

6.1.2 สร้างแบบสอบถามโดยกำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วยพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค จำนวน 2 ข้อ ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 9 ข้อ และมาตรวัดที่มีมาก่อนหน้านี้ ได้แก่ มาตรวัดการเปิดเผยตนเอง จำนวน 13 ข้อ มาตรวัดแรงจูงใจในการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค จำนวน 23 ข้อ มาตรวัดทุนทางสังคม จำนวน 25 ข้อ และมาตรวัดการประเมินตนเองเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต จำนวน 10 ข้อ รวมทั้งสิ้น 73 ข้อ

6.1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ผู้ควบคุมดุษฎีนิพนธ์ ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษา และความสอดคล้องตามนิยาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำต่อไป

6.1.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ นำไปทดลอง (Try Out) กับนักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน จำนวน 30 คน

6.1.5 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และค่าความสอดคล้องระหว่างคะแนนเป็นรายข้อกับคะแนนของแบบประเมินแต่ละประเด็น ได้ค่าความเชื่อมั่นแต่ละมาตรวัด ดังนี้

ตารางที่ 3.5 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
ส่วนที่ 1 เป็นพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค 1. ระยะเวลาใช้งานต่อวัน (duration) 2. จำนวนวันการใช้งานต่อสัปดาห์ (frequency)	2	-
ส่วนที่ 2 การสนทนาผ่านเฟซบุ๊ค (วัดการเปิดเผยตนเอง)	9	
1. ความหลากหลายในหัวข้อในการสนทนา (Breadth)	3	.7721
2. ความลึกซึ้งในหัวข้อการสนทนา (Depth)	6	.7234
ส่วนที่ 3 เหตุผลในการเฟซบุ๊ค (วัดแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊ค)	23	
1. การใช้เวลาว่าง (pastime)	8	.7288
2. การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก (affection)	5	.8704
3. การติดตามแฟชั่น (fashion)	3	.8847
4. การแก้ปัญหา (share problems)	3	.8240
5. การสร้างสังคม (socialbility)	3	.8297
6. การรับรู้ข้อมูลทางสังคม (information) (มี 1 ข้อ)	1	-
	-	-
ส่วนที่ 4 การใช้เฟซบุ๊คเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (วัดทุนทางสังคม)	25	
1. แบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding Social Capital)	10	.7956
2. แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging Social Capital)	10	.8932
3. แบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained Social Capital)	5	.8194

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
ส่วนที่ 5 ประเมินคุณภาพชีวิต (วัดความสุขและความพึงพอใจในชีวิต)	10	
1. ความเป็นอิสระ (autonomy)	2	.7713
2. ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม (environmental mastery)	2	.6753
3. ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (personal growth)	2	.7843
4. การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (positive relations with others)*	2	.7411
5. การยอมรับตนเอง (self-acceptance) (ตัดข้อ 18)	2	.8099
ส่วนที่ 6 ข้อมูลส่วนบุคคล 1. เพศ 2. อายุ 3. รายได้ 4. การศึกษา	4	

หมายเหตุ reverse question

6.2 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊คแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊ค (นาทีหรือชั่วโมง) ต่อวัน ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และความบ่อยครั้ง (จำนวนวัน) ในการใช้เฟซบุ๊คต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Question) แบบให้เลือกตอบ (Check lists) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความบ่อยครั้ง ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 การสนทนาผ่านเฟซบุ๊ค ใช้มาตรวัดการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) ของ Malcolm R. Parks and Kory Floyd (2006) จำนวน 13 ข้อ โดยวัดลักษณะของการสนทนาผ่านเฟซบุ๊คใน 2 มิติคือ ความกว้าง (ความหลากหลายหัวข้อสนทนา) และความลึก (ความลึกซึ้งใน

หัวข้อสนทนา) เป็นคำถามประเมินค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale แบ่งเป็น 7 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็น

	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ (ข้อ 1, 8, 11, 13)
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	7
ไม่เห็นด้วย	2	6
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	3	5
เฉยๆ	4	4
ค่อนข้างเห็นด้วย	5	3
เห็นด้วย	6	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	7	1

เกณฑ์การให้ความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.86	เปิดเผยตนเองน้อยที่สุด
1.87-2.72	เปิดเผยตนเองน้อย
2.73-3.56	เปิดเผยตนเองค่อนข้างน้อย
3.57-4.42	เปิดเผยตนเองปานกลาง
4.43-5.29	เปิดเผยตนเองค่อนข้างมาก
5.30-6.14	เปิดเผยตนเองมาก
6.15-7.00	เปิดเผยตนเองมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ใช้มาตรวัดการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ค (Anable Quan-Haase and Alyson L. Young, 2010) ซึ่งพัฒนามาจาก Leung (2001) จำนวน 23 ข้อ เป็นการวัดแรงจูงใจ (Motives) หรือเหตุผล (Reasons) ในการใช้เฟซบุ๊ค เป็นคำถามประเมินค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็น

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
ไม่เห็นด้วย	2
เฉยๆ	3
เห็นด้วย	4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5

เกณฑ์การให้ความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.80	มีแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คน้อยที่สุด
1.81-2.60	มีแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คน้อย
2.61-3.40	มีแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คปานกลาง
3.41-4.20	มีแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คมาก
4.21-5.00	มีแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ทุนทางสังคม เป็นการวัดระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค 3 รูปแบบคือ แบบกระชับความสัมพันธ์ แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และแบบรักษาความสัมพันธ์ โดยใช้มาตรวัดทุนทางสังคม 2 ชุดคือ ชุดแรกมาตรวัดของ Dmitri Williams (2006) ใช้ในการวัด 2 มิติแรก คือ วัดทุนทางสังคมแบบผูกพัน จำนวน 10 ข้อ และทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ จำนวน 10 ข้อ ส่วนอีก 1 ชุดคือ มาตรวัดของ Ellison, Steinfield & Lampe (2007) ใช้การวัดทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ รวมทั้งสิ้น 25 ข้อ เป็นคำถามประเมินค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็น

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
ไม่เห็นด้วย	2
เฉยๆ	3
เห็นด้วย	4
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5

เกณฑ์การให้ความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.80	มีความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง/ กระชับ/รักษาความสัมพันธ์น้อยที่สุด
1.81-2.60	มีความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง/ กระชับ/รักษาความสัมพันธ์น้อย
2.61-3.40	มีความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง/ กระชับ/รักษาความสัมพันธ์ปานกลาง
3.41-4.20	มีความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง/ กระชับ/รักษาความสัมพันธ์มาก
4.21-5.00	มีความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง/ กระชับ/รักษาความสัมพันธ์มากที่สุด

ส่วนที่ 5 คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการวัดระดับความสุขและความพึงพอใจในการดำเนินชีวิตผ่านการประเมินตนเองเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาในการดำเนินชีวิต โดยใช้มาตรวัดคุณภาพชีวิตของ Ryff (1989) จำนวน 18 ข้อ เป็นการประเมินตนเองเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาในการดำเนินชีวิต 6 มิติ แต่สำหรับการศึกษาครั้งนี้ เลือกวิเคราะห์ 5 มิติ เนื่องจากมิติด้านการมีเป้าหมายของชีวิต (Purpose in life) มีประเด็นที่ใช้ในการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ จึงเหลือเพียง 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น และการยอมรับตนเอง เป็นคำถามประเมินค่า (Rating Scale) แบบ Likert Scale แบ่งเป็น 6 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็น

	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ (ข้อ 1, 5, 9, 10, 12, 13, 15,18)
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	6
ไม่เห็นด้วย	2	5
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	3	4
ค่อนข้างเห็นด้วย	4	3
เห็นด้วย	5	2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6	1

เกณฑ์การให้ความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00-1.83	มีการรับรู้คุณภาพชีวิตของตนเองน้อยที่สุด
1.84-2.66	มีการรับรู้คุณภาพชีวิตของตนเองน้อย
2.67-3.49	มีการรับรู้คุณภาพชีวิตของตนเองค่อนข้างน้อย
3.50-4.32	มีการรับรู้คุณภาพชีวิตของตนเองค่อนข้างมาก
4.33-5.15	มีการรับรู้คุณภาพชีวิตของตนเองมาก
5.16-6.00	มีการรับรู้คุณภาพชีวิตของตนเองมากที่สุด

ส่วนที่ 6 ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 4 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ (Check lists) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความบ่อยครั้ง และค่าร้อยละ

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

7.1 การแจกแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ โดยการสร้างแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ใน Google Docs ซึ่ง Google Docs เป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บฟรี ซึ่งสามารถสร้างเอกสาร แก้ไข และจัดเก็บแบบออนไลน์ สามารถเข้าถึงไฟล์เอกสารได้จากคอมพิวเตอร์ทุกครั้งที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและ Web browser (ศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและนำเผยแพร่ผ่าน(https://docs.google.com/forms/d/1lFXE3rwvFnIhQ9C9jOsV1jmQictKvQukGcdffdhSKxU/viewform) โดยการขอความร่วมมือผ่าน Facebook, E-mail, โปรแกรมสนทนา Line, การฝาก link ไว้ใน weblog ของเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเข้าไปร่วมกิจกรรม ได้แก่ Dek-D.com, Sanook.com, Pantip.com, MThai.com และ 2-teen.com โดยเริ่มดำเนินการแจกเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2556 สิ้นสุดวันที่ 30 มีนาคม 2556 ได้แบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด

7.2 การแจกแบบสอบถามแบบลงภาคสนาม โดยแจกใน 4 สถานที่ซึ่งคาดว่าเป็นบริเวณที่กลุ่มเป้าหมาย (อายุระหว่าง 13-34 ปี ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษาและวัยทำงาน) จะมีการกระจายตัวมากที่สุด ได้แก่ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ย่านร้านค้ามหาวิทยาลัยรามคำแหง ย่านธุรกิจสีลม และพญาไท โดยเริ่มดำเนินการแจกเมื่อวันที่ 13 มีนาคม สิ้นสุด 30 มีนาคม 2556 จำนวน 200 ชุด

8. วิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขั้นการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน (Descriptive) ได้แก่ การแจกแจงความบ่อยครั้ง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

8.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis) หรือการวิเคราะห์ปัจจัย เป็นวิธีการที่ใช้จับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มหรือ Factor เดียวกัน ซึ่งตัวแปรที่อยู่ในกลุ่ม (Factor) เดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยอาจเป็นความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นในทิศทางบวก (ไปในทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงข้ามกัน) ก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่ในคนละกลุ่ม (Factor) จะไม่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา (2551, น. 4)

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อจัดกลุ่มความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากแต่ละตัวแปรนั้นมีข้อคำถามหรือตัวแปรย่อยเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงต้องการจะลดจำนวนตัวแปรหลายๆ ตัวให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อแสวงหาปัจจัยร่วมที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่างๆ ทำให้เข้าใจลักษณะของข้อมูลได้ง่ายและสะดวกในการแปลความหมาย และนำโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและตัวแปรไปใช้สร้างคะแนนปัจจัย (Factor Score) ซึ่งคะแนนที่ได้นี้เปรียบเสมือนค่าของตัวแปรตัวใหม่ที่ประกอบด้วยตัวแปรเดิมหลายๆ ตัว

ขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

1. สกัดองค์ประกอบ (Factor extraction) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

2. ทำการหมุนแกนแบบ (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวริแมกซ์ (Varimax Method) แล้วพิจารณา

2.1 คัดเลือกจำนวนองค์ประกอบ

2.2 คัดเลือกคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับหรือมากกว่า 0.40 และจำนวนข้อในแต่ละองค์ประกอบมีอย่างน้อย 3 ตัวแปรขึ้นไปเป็น 1 องค์ประกอบ

2.3 ตั้งชื่อองค์ประกอบ

3. นำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของแต่ละตัวแปร

8.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหูคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยนำคะแนนปัจจัย (Factor Score) ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ

เชิงสำรวจ (Factor Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบขั้นตอนเดียว (enter)

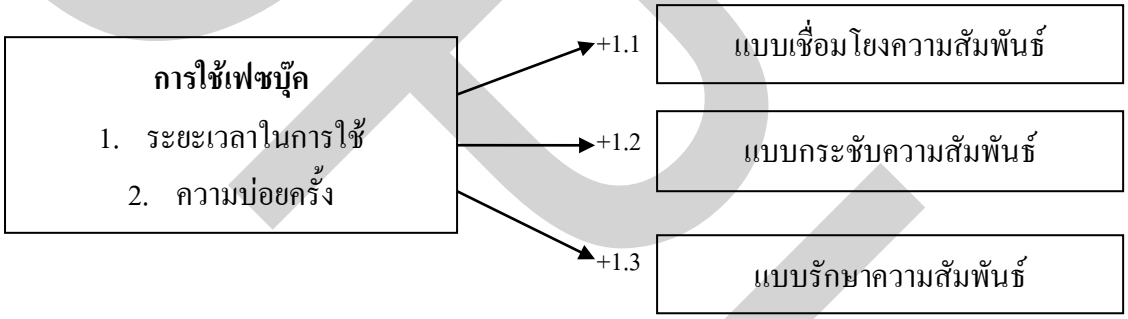
8.4 ทดสอบสมมติฐานการวิจัย การวิจัยครั้งกำหนดสมมติฐานหลักและสมมติย่อยไว้ดังนี้

สมมติฐานหลักข้อที่ 1 การใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

1.1 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

1.2 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

1.3 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

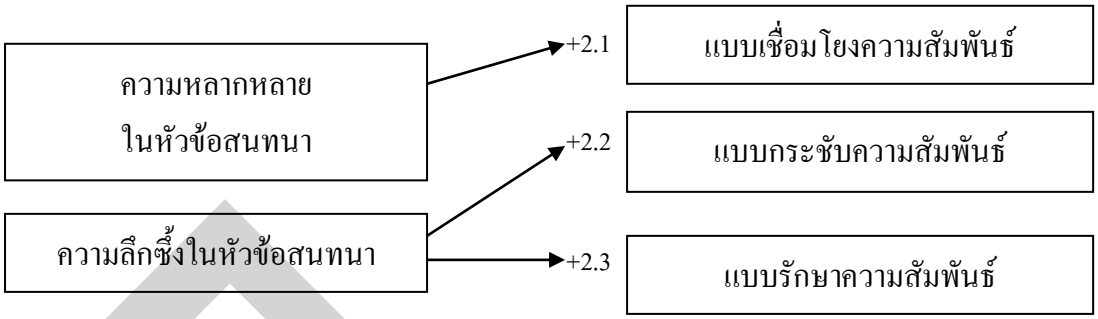


สมมติฐานหลักข้อที่ 2 การเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

2.1 ความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

2.2 ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

2.3 ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์



สมมติฐานหลักข้อที่ 3 เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 6 ข้อคือ

3.1 การใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

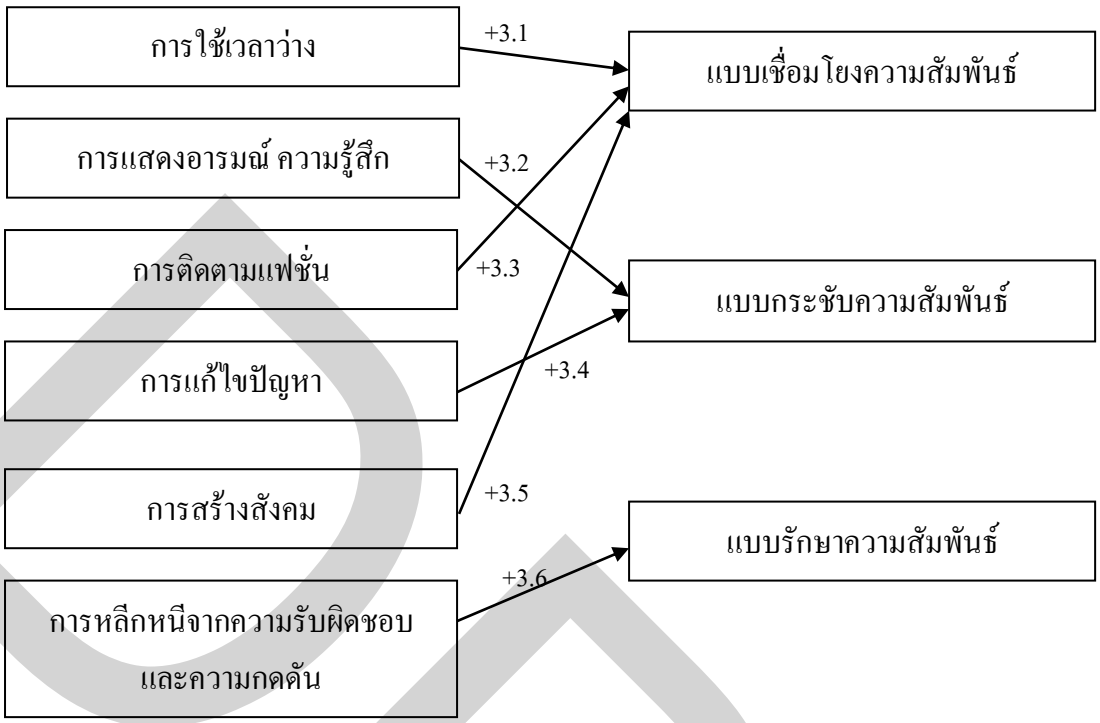
3.2 การแสดงอารมณ์ ความรู้สึกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

3.3 การติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.4 การแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

3.5 การสร้างสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.6 การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

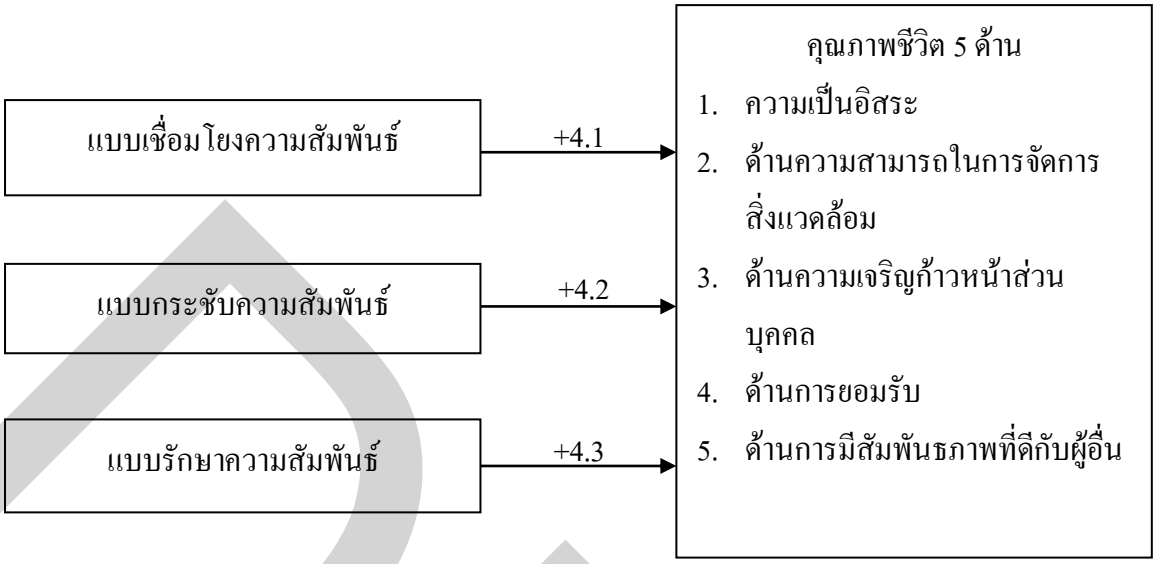


สมมติฐานหลักข้อที่ 4 ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 3 ข้อคือ

4.1 รูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง 5) ด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.2 รูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง 5) ด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.3 รูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง 5) ด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น



9. การนำเสนอข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษา ในรูปแบบเชิงบรรยาย (descriptive research) โดยอธิบายค่าสถิติประกอบตาราง และสรุปเชิงวิเคราะห์

3.3 การสร้างแบบจำลองการสื่อสาร

การสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อสร้างภาพจำลองสรุปกรอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์และผลกระทบที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง โดยการนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณมาอธิบายความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ แล้วสร้างเป็นแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะภาพจำลอง (Model)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative and Quantitative Research) โดยมุ่งทำการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย 4 ประเด็น ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม
2. เพื่อศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง
4. เพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

สำหรับการนำเสนอผลการวิจัยนั้นจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 และ 2
2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3
3. การนำเสนอแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) อย่างไม่เป็นทางการกับผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ใช้เฟซบุ๊ค 3 กลุ่มคือ กลุ่มนักเรียน กลุ่มนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงาน กลุ่มๆ ละ 6 คน จำแนกรายละเอียดตามกลุ่มสนทนา ดังนี้

กลุ่มนักเรียน อายุ 13-15 ปี จำนวนผู้ร่วมสนทนา 6 คน

สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 4 ตุลาคม 2555 เวลา 10.00-11.00 น. สถานที่ Coffee Shop โรงแรมสวนดุสิตเพลส ผลจากการสนทนาสรุปว่า กลุ่มนักเรียน อายุ 13-15 ปี มีการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารและสร้างทุนทางสังคมดังนี้

1. พฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ค

1.1 ความบ่อยครั้ง เหตุผลในการใช้ ระยะเวลาในการใช้งาน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นกลุ่มนักเรียนในระดับมัธยมต้น จะมีเพื่อนอยู่ในเฟซบุ๊คระหว่าง 123-1,427 คน ซึ่งมีพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊คทุกวัน โดยเฉลี่ยวันละ 3-4 ชั่วโมง ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ แต่จะใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านมากกว่า เนื่องจากที่โรงเรียนไม่อนุญาตให้พกหรือใช้โทรศัพท์มือถือ (มีบ้างที่แอบใช้เวลาครูเผลอ) จะมีบางคนที่ใช้ทั้งวันผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น จากคำสัมภาษณ์ว่า “ที่โรงเรียนห้ามเอาโทรศัพท์ไป ...เขาจะมีการค้น ต้องแอบใช้ แต่ถ้าจะติดต่อกับปกครอง ครูจะให้ยืมโทรศัพท์ของครู... บางครั้งแอบใช้โทรศัพท์แต่ครูก็จับได้เป็นประจำ” (แทน) แต่สำหรับบางคนที่เป็นเด็กเรียนและให้ความสำคัญกับการเรียนมากก็จะใช้เฟซบุ๊คบ้างเป็นบางวัน ส่วนช่วงเวลาในการใช้คือเมื่อเลิกเรียนกลับถึงบ้านจะใช้เฟซบุ๊คในช่วงเวลา 2-3 ทุ่ม หรือบางคนใช้ถึงเที่ยงคืน

1.2 วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน พบว่า สำหรับการเลือกใช้เครื่องมือในเฟซบุ๊คนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ชอบการ chat ผ่าน direct message แต่สำหรับผู้ชายนิยมที่จะเป็นผู้อ่านอย่างเดียว หรือภาษาเฟซบุ๊คเรียกว่า “ส่อง”

1.3 ลักษณะของกลุ่มเพื่อน พบว่า ด้านการรับเป็นเพื่อนนั้นมักจะรับคนที่รู้จักหรือเป็นเพื่อนกันอยู่แล้ว เช่น เพื่อนที่โรงเรียน เพื่อนเก่า เพื่อนของเพื่อน ญาติหรือคนนามสกุลเดียวกัน จะมีบางคนที่รับเป็นเพื่อนทุกคนที่เข้ามาขอเป็นเพื่อน เพราะชอบการมีเพื่อนใหม่ แต่ก็จะค่อยๆ block หรือ delete หากเพื่อนคนนั้นมีพฤติกรรมที่ไม่น่าสนใจหรือแปลกแยกจนรับไม่ได้ เช่น จากคำสัมภาษณ์ว่า “รับ add เกือบทุกคน แต่ค่อย block หรือ delete ภายหลังถ้าเห็นว่า ไม่น่าสนใจหรือมีพฤติกรรมที่แปลกแยก รับไม่ได้” (หนูดี)

1.4 ประเด็นที่มีการสนทนา พบว่า มักเป็นเรื่องการชวนกิน ชวนเที่ยว การลอกการบ้าน การแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเรียน การชวนไปเรียนพิเศษ ชวนเล่นเกมส์ และคุยเรื่องทั่วไป รวมถึงปรึกษากันเรื่องความรัก เช่น จากคำสัมภาษณ์ว่า ...

“ลอกการบ้านครับ ใช้ถ่ายรูป แล้วแชร์” (แทน)

“ชวนเล่นเกมส์ เกมส์อะไรก็ไม่รู้ แต่ถ้าเพื่อนชวนเล่นก็เล่น” (เอ็ม)

“ชอบถ่ายรูปค่ะ แล้วขอให้เพื่อนช่วยกดไลค์” (วิว)

2. ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค

2.1 ระดับความสนิท พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้เฟซบุ๊คในการพูดคุย ปรึกษากับเพื่อนสนิททุกวัน เพราะคุยกันได้ทุกเรื่องเปิดใจและมีความเป็นส่วนตัวสูง โดยมักใช้คำแทนตัวว่า มึง-กู หรือตัวเอง-เค้า ทั้งนี้ เพื่อนในแต่ละกลุ่มที่มีการติดต่อสื่อสารกันนั้นจะมีการสนทนาที่มีหัวข้อและคำแทนตัวแตกต่างกันไปตามระดับความสนิท เช่น ถ้าเพื่อนสนิทจะคุยกันเรื่องความลับ เรื่องส่วนตัว เรื่องครอบครัว ส่วนเพื่อนทั่วไป จะคุยกันเรื่องความขัดแย้งระหว่างเพื่อน-รุ่นพี่ การชวนกินชวนเที่ยว การแซว หยอกล้อ ปรึกษากันเรื่องความรัก หรือถามถึงความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ กรณีการใช้เฟซบุ๊คช่วยทำให้เกิดความสนิทกันมากขึ้นหรือไม่นั้น พบว่า ส่วนใหญ่มีความสนิทกับเพื่อนมากขึ้น เนื่องจากเป็นคนที่รู้จักกันมาก่อน ทำให้เกิดความคุ้นเคย รู้จักและเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของเพื่อนมากขึ้น ทำให้สามารถปรับตัวเข้าหาเพื่อนได้ดีขึ้น ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำงานมากขึ้น รวมทั้ง มีความไว้ใจ เชื่อใจเพื่อนมาก เพราะเพื่อนจะบอกข้อสอบ และให้ลอกการบ้าน เช่น คำสัมภาษณ์ว่า

"รู้นิสัยกันมากขึ้น เลยสนิทกันมาก" (มิ้น)

"บางคนคุยด้วยแล้วรู้สึกดีก็คุยต่อ บางคนคุยไม่ดีก็เลิกคุย นิ่งๆ ไปเลย" (หนูดี)

"สนิทกันมากขึ้น เพราะเพื่อนช่วยทำงานกลุ่ม" (วิว)

"ไว้ใจเพื่อนมากขึ้น เพราะเพื่อนบอกการบ้านและข้อสอบ" (มิว)

"แกล้งเพื่อนได้มากขึ้น กวนมันเล่น อำมันสนุกดี" (แทน)

2.2 รูปแบบความขัดแย้ง พบว่า ในการใช้เฟซบุ๊คก็อาจเกิดประเด็นความขัดแย้งระหว่างเพื่อนได้ เช่น การทะเลาะของเพื่อน แต่มีเราเป็นเพื่อนด้วยจึงพาลขัดแย้งไปด้วย หรือกรณีหากเรากับเพื่อนทะเลาะก็จะมีการง้อ ด้วยข้อความดีๆ และกลับมาเป็นเพื่อนกันเหมือนเดิม แต่ก็มีบางกรณีที่ทะเลาะกับเพื่อนแล้วโกรธกันไปเลย แต่จะใช้การ block มากกว่าการ delete ออกจากบัญชีรายชื่อ เพราะการลบออกจากบัญชีรายชื่อหมายถึงการยอมแพ้ แต่การ block เป็นการแสดงว่าเราจะไม่สนใจอีกเลย (ไม่ตอบโต้-ไม่คุยด้วย) เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"เคยทะเลาะผ่านเฟซ แต่เริ่มจากเพื่อนคนอื่นทะเลาะกัน แต่มีเราเป็นเพื่อนของคนที่ทะเลาะกัน เลยถูกถากถางไปด้วย" ... "เพื่อนทะเลาะกัน แล้วเราไปยุ่ง เลยซวยด้วย" (วิว)

"เคยทะเลาะกับเพื่อนแล้วโกรธกันไปเลย แต่จะใช้การ block ไม่ delete เพราะ delete แสดงว่า เรายอมแพ้ การ block คือ การแสดงความไม่น่าสนใจอีกต่อไป (ไม่ตอบโต้+ไม่คุย) นิ่งอย่างเดียว" (หนูดี)

3. ลักษณะการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ พิจารณาจากลักษณะการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ พบว่า สิ่งที่แลกเปลี่ยนกันผ่านเฟซบุ๊คคือ การแชร์เพลง ข้อความ

แสดง (ความเห็นใจ การขอความช่วยเหลือ) คำคม ทั้งจากเว็บไซต์และที่เขียนเอง การโพสต์รูปตัวเอง รูปคู่กับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน การ tag รูปให้เพื่อน ข้อมูลด้านการเรียน สถานที่เรียนพิเศษ รวมถึง การแชร์เรื่องราวหรือประเด็นทางสังคมเพื่อขอความช่วยเหลือ เช่น 1 like ต่อชีวิตเด็กพิการ เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"ชอบ share คำคมที่โรแมนติก ลึกซึ้งที่เขียนเอง" (แทน)

"ชอบโพสต์เพลงใหม่ๆ เพลงเกาหลี เพลงไทยแนวอินดี้" ... "ชอบแชร์เนื้อหาที่ขอความช่วยเหลือ เช่น 1 like ต่อชีวิตเด็กพิการ" (เอ็ม)

"ชอบ post รูปตัวเอง รูปคู่กับเพื่อน ให้เพื่อนกดไลค์"...ออกสอบอะไร ทำการบ้านหรือยัง" (มิว)

4. ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ค พบว่า ทั้งก่อนและหลังใช้เฟซบุ๊คทำให้สนิทกับเพื่อนมากขึ้น เมื่อพบเพื่อนที่โรงเรียนจะกล้าคุยกันมากขึ้น แต่แม้ว่าจะมีเพื่อนในเฟซบุ๊คมากก็ไม่ส่งผลต่อใดๆ ต่อการดำเนินชีวิตจริง เพราะไม่ได้มีเพื่อนเพิ่มขึ้นตามจำนวนในบัญชีรายชื่อ นอกจากนั้นยังเห็นว่า เฟซบุ๊คเป็นช่องทางการสร้างความสัมพันธ์และรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนได้ดี แต่หากไม่มีเฟซบุ๊คก็ไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นเพื่อน แม้ว่าอาจจะเหงา เพราะไม่มีเพื่อนเล่นเกมส์ด้วย แต่ก็มีช่องทางอื่นที่ทำให้สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่อไปได้ เช่น โปรแกรมสนทนาอย่าง line, whatsapp เพราะสามารถติดต่อได้บ่อยครั้งและตลอดเวลา อีกทั้ง ตอบโต้ได้เร็วกว่าเฟซบุ๊ค เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"ก่อน-หลังใช้เฟซบุ๊ค เฉยๆ ไม่มีอะไร" (แทน)

"หลังใช้เฟซบุ๊คทำให้สนิทกับเพื่อนมากขึ้นเมื่อพบกันที่โรงเรียนกล้าคุยกันมากขึ้น" (วิว)

"การมีเพื่อนจำนวนมากไม่ได้ทำให้รู้สึกดีขึ้น แค่อยากมีเพื่อนใหม่มากๆ เท่านั้น เฉยๆ" (หนูดี)

"รู้สึกดีเวลาคนกดไลค์ แชร์ต่อ" (มิว)

กลุ่มนักศึกษา อายุ 16-24 ปี จำนวนผู้ร่วมสนทนา 6 คน

สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 13 ตุลาคม 2555 เวลา 13.30-14.30 น. สถานที่ โรงเรียนสอนภาษาไทยนิสา เอ็มโพเรี่ยม ผลจากการสนทนาสรุปว่า กลุ่มนักศึกษา อายุ 16-24 ปี มีการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารและสร้างทุนทางสังคมดังนี้

1. พฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ค

1.1 ความบ่อยครั้ง เหตุผลในการใช้ ระยะเวลาในการใช้งาน ผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 มีเพื่อนอยู่ในเฟซบุ๊คระหว่าง 100-1,190 คน ซึ่งพฤติกรรมการ

ใช้เฟซบุ๊คส่วนใหญ่จะเล่นทุกวัน เฉลี่ยวัน 4-6 ชั่วโมง โดยเล่นผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่าโทรศัพท์มือถือ เพราะสะดวก อีกทั้งมักจะใช้ช่วงเที่ยง เย็น และกลางคืน แต่จะเปิดอ่านเมื่อมีการเรียกเตือน (notification) เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"เปิดออนไลน์ตลอด แต่กลับมาอ่าน 3-5 ชม."... "ใช้ผ่าน คอม โน้ตบุ๊ค เพราะสะดวกกว่า พิมพ์ง่ายกว่าครับใช้เวลาได้นานกว่า" (เอ็ม)

"เปิดดูช่วง เช้าตื่นนอน ตอนเลิกเรียน และตอนดึก" (แน๊ตตี้)

1.2 วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน พบว่า สำหรับการเลือกใช้เครื่องมือในเฟซบุ๊คนิยมอ่านอย่างเดียว (ส่อง) ไม่นิยมแสดงความคิดเห็น (comment) หรือ กดไลค์ (like) หรือ การแชร์ (share) แต่หากจะแสดงความคิดเห็น นิยมข้อความแสดงความเห็นด้วย ในลักษณะความเห็นใจแบบเสแสร้งหรือหยอกล้อเพื่อนมากกว่า เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"แอบดูคนอื่นค่ะ คนอื่นเค้าเวิ่นเว้ออะไร อกหักหรือเป็นอะไร แล้วคอยไปซ้ำเติมมัน บางครั้งก็แอบมีให้กำลังใจ เสียใจด้วยนิดนึง" (กานต์)

"ชอบแชทมากกว่า คุยกับเพื่อนในกรุ๊ปมากกว่า โพสต์" (เคน)

1.3 ลักษณะของกลุ่มเพื่อน พบว่า ลักษณะของเพื่อนที่ติดต่อในเฟซบุ๊คนั้น จะรับคำขอเป็นเพื่อน (add friends) จากเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้ว เช่น เพื่อนที่โรงเรียนเก่า เพื่อนเรียน ญาติ หรือคนที่มีนามสกุลเดียวกัน รวมถึงเพื่อนที่ร่วมเล่นเกมส์ และเพื่อนของเพื่อน (mutual friends) นอกจากนั้น กรณีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมีการตั้งข้อจำกัดในการรับเป็นเพื่อนคือ จะรับคนเป็นเพื่อนไม่เกิน 100 คน เนื่องจากมองว่า ไม่จำเป็นต้องมีเพื่อนเป็นจำนวนมาก แต่เพื่อนที่ติดต่อกันนั้นต้องเป็นคำสำคัญ และคุยด้วยจริงๆ ส่วนกรณีที่มีคนที่รู้จักมาขอเป็นเพื่อน ผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า หากไม่รู้จักจะไม่รับเป็นเพื่อน เพื่อป้องกันศัตรูหรือคนที่เคยมีความขัดแย้งกันมาก่อน หรือการรับเป็นเพื่อนนั้นจะดูจาก รูปในข้อมูลส่วนตัว (profile) ถ้าไม่สวย ไม่หล่อ หรือไม่ใช่ตัวจริงก็จะไม่รับ และอีกกรณีหนึ่งคือ หากเพื่อนในเฟซบุ๊คมีพฤติกรรมการโพสต์ข้อความหรือการ tag รูปมากเกินไปจนน่ารำคาญก็จะลบเพื่อนคนนั้นออกจากบัญชีรายชื่อเพื่อน เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"จะรับเพื่อนแค่ 100 คนเท่านั้น เลือกเฉพาะคนที่สำคัญคือ คนที่คุยด้วยประจำ น่าคุยด้วย หากมีเพื่อนใหม่มาขอ add จะลบเพื่อนที่มีอยู่ในรายชื่อออก เพื่อให้คงไว้ที่จำนวน 100 คน เพราะไม่จำเป็นต้องมีเพื่อนมาก แต่เพื่อนที่มีต้องเป็นคนสำคัญ และคุยด้วยจริงๆ ....มีเพื่อนกลุ่มญาติที่ใช้นามสกุลเดียวกัน สร้างเป็นกรุ๊ป ติดต่อเวลาที่เราอยากกินอะไร อยากเที่ยวก็จะโพสต์เพื่อให้พี่เค้ารู้ให้เค้าเลี้ยง เพราะเค้ามีตังค์" (กานต์)

"เพื่อนที่มหาลัย เพื่อนที่โรงเรียนเก่า ส่วนคนอื่นๆ หากมีคนมาขอ add ถ้าไม่รู้จักจะไม่รับ ป้องกันศัตรูหรือคนที่เคยมีความขัดแย้งกันมาก่อน..จะเลือก add จากรูปใน profile ถ้า

ไม่สวย ไม่หล่อ ไม่ใช่ตัวจริงก็ไม่รับและจะทำการลบออก หากเพื่อนคนนั้นมีการ post หรือ tag มากเกินจนน่ารำคาญ.....ใช้ message ส่งไฟล์มากกว่าคุยกับเพื่อน" (มิ้น)

"เป็นเพื่อนเล่นเกมส์ ช่วยกันเล่นเกมส์ เล่นกันมาก พอสนิทจะเข้าไปแอดเป็นเพื่อนในเฟซ" (เอ็ม)

1.4 ประเด็นที่มีการสนทนา พบว่า มักจะเกี่ยวกับการชวนล่นเกมส์ การแจ้งบอกข่าวสารเรื่องของการเรียน การโพสต์ข้อความในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น หิว เบื่อ อกหัก เศร้า เสียใจ เพื่อเรียกร้องความสนใจอยากให้เพื่อนเข้ามาทัก หรือเข้ามา กดไลค์ (like) แสดงความคิดเห็น (comment) แต่หากโพสต์ข้อความแล้ว ไม่มีใครสนใจหรือตอบโต้ ก็จะกลับมาลบข้อความออก แล้วเขียนข้อความใหม่และหากยังไม่ได้รับการตอบโต้อีก ก็จะเฉยๆ หรือเปลี่ยนเรื่องที่โพสต์ไปเลย นอกจากนั้น การโพสต์ หรือให้เพื่อน tag รูปตัวเองมาให้นั้น เพื่อแสดงว่า ตนเองมีความน่าสนใจ และไม่สนใจว่าจะมีใครมากดไลค์ หรือแสดงความคิดเห็นหรือไม่ แต่หากเพื่อน กดไลค์ หรือแสดงความคิดเห็นในทางที่ดีก็จะรู้สึกดี เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"ไม่ชอบโพสต์รูปตัวเอง แต่ชอบให้เพื่อน tag รูปตัวเองมาให้ มันทำให้เราน่าสนใจกว่า" (กานต์)

"ชอบโพสต์ไปงั้นๆ แค่อยากให้เพื่อนเห็น ว่ากินอะไร อยู่ไหน ไม่สนใจว่าเพื่อนจะ like หรือ comment แต่หากเพื่อน like หรือ comment ในทางที่ดีก็จะรู้สึกดี" (มิ้น)

"ชอบเพ้อ อยากให้เพื่อนรู้ อยากให้เพื่อนไลค์ ถ้าเพื่อนไม่กดไลค์ แสดงว่าเพื่อนไม่สนใจ จะเปลี่ยนเรื่องที่โพสต์ และอยากให้เพื่อนเม้นท์ในเรื่องที่เราโพสต์" (แน๊ตตี้)

2. ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค

2.1 ระดับความสนิท พบว่า การใช้คำแทนตัวกับเพื่อนสนิทจะใช้ เค้า-เธอ กู-มึง หรือการเรียกชื่อแทนตัว สำหรับการคุยจะผ่านการ chat เพราะสร้างความเป็นส่วนตัวและตอบโต้ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งไม่ต้องการให้คนอื่นรับรู้เรื่องราวที่พุดคุยกัน กรณีการใช้เฟซบุ๊คทำให้เกิดความสนิทกันมากขึ้นหรือไม่นั้น พบว่า เฟซบุ๊คทำให้เกิดความสนิทกันมากขึ้น เพราะนอกจากจะใช้เพื่อส่งข้อความให้กำลังใจแล้ว ยังมีการแชร์เพลง และ MV ที่สร้างความรู้สึกที่ดีต่อกันมากขึ้น อีกทั้งเฟซบุ๊คยังช่วยให้ความสนิทนั้นส่งผลถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทั้งในออนไลน์ อย่างกรณีเพื่อนเล่นเกมส์ ก็สร้างความสนิทจากการช่วยซื้อเครื่องมือในเกมส์ ช่วยสร้างเมือง เลี้ยงสัตว์ และในกิจกรรมนอกออนไลน์ ทำให้เกิดความสามัคคี การมีส่วนร่วมในการทำงานมากขึ้น ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความสนิทบนเฟซบุ๊คคือ การให้กำลังใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"สนิทมากขึ้นค่ะ เพราะบางทีมันไม่กล้าคุยกันในห้อง คุยกันได้ทุกเรื่อง มันจะคุยผ่านเฟซ กลัวคนอื่นได้ยิน เราก็จะมันช่วยมันแก้ปัญหา มักจะคุยเรื่องความรัก" (กานต์)

"สนิทมากขึ้นค่ะเพราะคุยในกันในแชท คุยกันได้ทุกเรื่อง" (มิ้น)

2.2 รูปแบบความขัดแย้ง พบว่า ความขัดแย้งในเฟซบุ๊คนั้น หากทะเลาะกันก็จะใช้ข้อความง้อเพื่อขอคืนดี หรือบางครั้งใช้การส่งเพลงเพื่อขอโทษ แล้วก็กลับมาดีกัน แต่บางกรณีความขัดแย้งอาจเกิดจากเพื่อนของเพื่อนทะเลาะกัน และมักจะใช้ข้อความผ่าน wall เพื่อหวังให้กระทบกับตัวเราด้วย ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์เรียกพฤติกรรมนั้นว่า "นักเลงคีย์บอร์ด เก่งแต่ตั้งสถานะ" เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"คนอื่นทะเลาะกัน ได้แต่ด่ากันเหมือนพวกนักเลงคีย์บอร์ด เก่งแต่สร้างสถานะ พวกแอบด่าผ่านโพสต์แต่ไม่ได้เจาะจงว่าด่าใคร" (แน๊ตตี้)

"เคยงอนกับเพื่อนแล้วง้อผ่านโพสต์ว่า ใครงอนนะ แล้ว tag ชื่อเพื่อนคนนั้น" ... "ถ้าดูจากรูปแล้วไม่ชอบหน้าใน profile หรือโพสต์มากน่ารำคาญจะลบเลย" (มิ้น)

3. ลักษณะการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ พิจารณาจากลักษณะการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่แลกเปลี่ยนในเรื่องข้อมูลการเรียน การบ้าน การให้กำลังใจต่อกัน การช่วยแก้ไขปัญหา การสร้างสังคมเพื่อนให้เฟซบุ๊คเป็นแหล่งติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ก่อให้เกิดการไว้ใจและรับฟังกันมากขึ้น รวมทั้งใช้เป็นช่องทางในการให้ความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือในกิจกรรม เช่น การช่วย vote หรือ กด like เพื่อช่วยบริจาคหรือให้คะแนน เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"ชอบแชร์ดูดวง กรุ๊ปเลือด....ข่าวสารใหม่ๆ ความรู้ ดราม่า การเมือง คำศัพท์ใหม่ อย่างจุงเบย นิยามศัพท์ มีความหมายใหม่ อยากให้เพื่อนรู้ถ้าใครสนใจก็แชร์ต่อ" (เอ็ม)

"ข้อมูลเรื่องการเรียน การบ้านของคณะ กลุ่มนี้ทำหน้าที่อะไรบ้าง แต่จะแชร์ในกรุ๊ป" ... "ไว้ใจเพื่อนมากขึ้น เพราะพูดคุยผ่าน chat ทำให้ไว้ใจ เชื่อใจรับฟังกันมากขึ้น" (มิ้น)

"คนแชร์มาเรื่องให้ช่วยน้ำท่วมไรเงี่ย ถ้ามันเป็นเรื่องใกล้บ้านเรา เราก็จะช่วย tag ให้" (กานต์)

"ไว้ใจทุกเพื่อนที่รับแอดเพราะเป็นคนที่รู้จักทุกคน และผมจะคุยกันในแชทครับ" (ฮัท)

"ผมจะใช้แชทส่งรูปกับเพื่อน" (เคน)

4. ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ค พบว่า การใช้เฟซบุ๊คทำให้มีเพื่อนมากขึ้น โดยเฉพาะกับเพื่อนต่างคณะ ต่างสถาบันการศึกษาที่ไม่เคยพบเจอกันมาก่อน เพราะสามารถใช้เป็นช่องทางนัดพบปะได้ อีกทั้งเฟซบุ๊คยังช่วยสร้างความมั่นใจ ด้วยการกล้าแสดงตัวตนผ่านการโพสต์รูปภาพ (ที่ผ่านการตกแต่งแล้วว่า ดูดี) และการใช้เฟซบุ๊คยังช่วยให้รู้จักและเข้าใจความคิดและพฤติกรรม

ของเพื่อนได้หลากหลายมากขึ้นกลายเป็นช่องทางที่ช่วยสนับสนุนให้ความสนิทเพิ่มมากขึ้น เพราะใช้เฟซบุ๊คเป็นสื่อกลางในการพูดคุยเรื่องส่วนตัวได้อย่างสนิทใจ ส่วนจำนวนเพื่อนในบัญชีรายชื่อไม่ได้ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เพราะการมีเพื่อนมากหรือน้อยไม่ได้บ่งบอกว่า จะมีการติดต่อสื่อสารกับทุกคน แต่มีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่สนิทและพูดคุยเป็นประจำ อย่างไรก็ตาม หากไม่มีเฟซบุ๊คก็ยังสามารถใช้สื่ออื่นหรือช่องทางอื่นในการติดต่อกับเพื่อนได้ เช่น โปรแกรมสนทนาออนไลน์อย่าง line, whatsapp เพราะติดต่อได้ตลอดเวลา ตอบโต้ได้รวดเร็วกว่า เช่น คำสัมภาษณ์ว่า

"มีเพื่อนเยอะก็แค่นั้น ไม่ได้รู้สึกอะไร เฉยๆ…เพื่อนก็เป็นห่วงเรามากขึ้น ถ้าคุยในเฟซแล้วเจอกันจริงก็ถามอีก เพราะเป็นห่วง" (กานต์)

"ตัวเลขไม่ได้ช่วยทำให้เพื่อนเยอะครับ เพราะบางทีมีเพื่อนในเฟซเยอะแต่คุยจริงๆ ไม่เยอะ แต่บางคนมีเพื่อนในเฟซน้อยกลับคุยกับทุกคน" ... "เพื่อนในมหาลัย ก็จะช่วยเหลือกันมากขึ้น เพื่อนช่วยทำงานมากขึ้น...บางคนก็ทำให้รู้จักเค้ามากขึ้น" (เอ็ม)

"เพื่อนผมบางคนอยากมีเพื่อนในเฟซเยอะ เพราะอยากให้คนมากดไลค์เยอะ…เพื่อนบางคนก็มาเล่าเรื่องส่วนตัวให้ฟัง ทำให้สนิทมากขึ้น" (เคน)

"หนูชอบโพสต์รูปตัวเองก็จริง เพื่อนกดไลค์เยอะ แต่ก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกว่าในโลกความจริงสวยเหมือนในเฟซ เพราะในเฟซคอมมันตกแต่งรูปได้" (มิ้น)

กลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี จำนวนผู้ร่วมสนทนา 6 คน

สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 22 กันยายน 2555 เวลา 13.30-14.30 น. สถานที่ โรงเรียนสอนภาษาไทยนิสา เอ็มโพเรี่ยม ผลจากการสนทนาสรุปว่า กลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี มีการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารและสร้างทุนทางสังคมดังนี้

1. พฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ค

1.1 ความบ่อยครั้ง เหตุผลในการใช้ ระยะเวลาในการใช้งาน ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นกลุ่มวัยทำงานมีอาชีพเป็นอาจารย์ พนักงานบริษัท ผู้สื่อข่าว และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งจะมีเพื่อนอยู่ในบัญชีรายชื่อ 160- 1,300 คน ซึ่งพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คจะใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือและเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้ช่วงเช้า ก่อนเริ่มทำงาน ช่วงพักจากการทำงาน (ก่อนเที่ยง) ส่วนใหญ่จะไม่เล่นเวลาที่ทำงานเพราะรู้ว่า ไม่เหมาะสม และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน แต่จะมีบางคนที่จำเป็นต้องใช้เฟซบุ๊คตลอดเวลาเพราะเป็นงานที่จำเป็นต้องใช้เฟซบุ๊คเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร นั่นคือ อาชีพผู้สื่อข่าว และกรณีช่วงเสาร์-อาทิตย์ที่เป็นวันหยุดจะใช้เฟซบุ๊คตลอดทั้งวัน เช่น คำสัมภาษณ์ว่า

"ผมเป็นนักข่าวใช้ผ่านมือถือ แท็บเล็ต และคอม และมี 2 ยูเซอร์ อันนึงเป็นของที่ทำงาน ใช้สื่อสารกับแหล่งข่าว คนที่ดูข่าว ผมจะโพสต์รูปภาพหรือกิจกรรมงานที่ทำ ซึ่งผมใช้ทุกวัน อีกยูเซอร์กับเพื่อน แต่ผมไม่ค่อยใช้ เพราะการโพสต์มากไปมักมีปัญหา ผมเลยต้องอ่านหลายรอบก่อนโพสต์" (เอก นักข่าว)

"เปิดออนตลอด แต่ช่วงเวลาทำงานผมจะไม่โพสต์ ไม่กดไลค์ เพราะมันอาจดูไม่เหมาะ แต่ถ้าเป็นวันหยุดเล่นเต็มที่" (นะ พนักงานบริษัท)

"เปิดออนไลน์ทั้งวัน แต่จะมานั่งอ่านเป็นช่วง อย่างเช้า เที่ยง และตอนบ่ายๆ" (บอลลูน)

1.2 วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน พบว่า เครื่องมือที่ใช้นั้น นิยมเป็นผู้อ่าน (ส่อง) เฝ้าดูพฤติกรรมของเพื่อนในเฟซบุ๊คว่า ทำอะไรอย่างไรบ้าง และเข้าไปแสดงความคิดเห็นบ้าง ในลักษณะของการแซว เยาะเย้ย การแนะกระแหน จะมีบ้างที่จะกดไลค์ หรือแชร์ ส่วนการโพสต์ข้อความส่วนตัว (update status) ผ่าน wall นั้นน้อยมาก ซึ่งมักจะเป็นเรื่องของข่าว การแชร์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ กิจกรรม การกิน สถานที่เที่ยว หรือคำคม ปรัชญาต่างๆ เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"ชอบดูของคนอื่นมากกว่า จะเม้นท์เฉพาะเพื่อนสนิทกับญาติ.. จริงๆ ไม่นิยมโซเชียลมีเดีย แต่เราจำเป็นต้องมีเพราะเพื่อนทุกคนมีหมด เราเลยต้องใช้เป็นช่องทางติดต่อเพื่อนได้ดีที่สุด" (ปูไข่ พนักงานบริษัท)

"เปิดดูอย่างเดียว ไม่ชอบโพสต์ มีไว้แก้เบื่อแก้เซ็ง เอาไว้แซวเพื่อน เม้นท์เพื่อน แต่ก็เข้าทุกวัน รอว่างค่อยเปิดเล่น นานๆ จะโพสต์รูป" (บี พนักงานบริษัท)

1.3 ลักษณะของกลุ่มเพื่อน พบว่า พฤติกรรมการรับเป็นเพื่อนนั้น ส่วนใหญ่จะรับเฉพาะคนที่รู้จักเท่านั้น ยกเว้น ผู้สื่อข่าวจะรับทุกคนเป็นเพื่อน เป็นเปิดโอกาสให้เป็นแหล่งข้อมูลของข่าว นอกจากนั้น กลุ่มเพื่อนมักจะเป็นเพื่อนจากโรงเรียนเก่า เพื่อนที่ทำงาน เพื่อนสมัยเรียน แฟนคลับ เพื่อนที่เล่นเกมส์ เครือญาติ หรือการสร้างกลุ่มขึ้นเองเพื่อง่ายแก่การติดต่อสื่อสาร เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"เพื่อนที่มหาลัย เพื่อนสนิท ครอบครัว เพื่อนที่ทำงาน..เพื่อนสนิทคือ คือคนที่คุยกันได้รู้เรื่อง คุยได้ทุกเรื่อง คุยเรื่องทั่วไป กัดกัน จิกกัน ถ้าเรื่องลึกซึ้งก็แชทกัน" (ปูไข่ พนักงานบริษัท)

"เพื่อนเล่นเกมส์จะออนหลังทำงาน เพื่อนป.ตรี ป.โท" (น้อย อาจารย์มหาวิทยาลัย)

"กลุ่มเพื่อนมหาลัย ที่ทำงาน...คุยเฉพาะเรื่องงานและใช้ได้ผ่านมือถือเท่านั้น เพราะบริษัทบล็อกเฟซบุ๊ค.... กลุ่มญาติ โพสต์เรื่องการนัดหมายตามเทศกาลต่างๆ" (นะ พนักงานบริษัท)

1.4 ประเด็นที่มีการสนทนา พบว่า หากเป็นการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานมักจะคุยเรื่องงาน การรายงานความก้าวหน้าของงานและการบ่นเรื่องปัญหาของการทำงาน หากเป็น

การติดต่อกับเพื่อนมักจะเป็นการทักทาย ไต่ถามเรื่องสุขภาพ ความเป็นอยู่ รวมถึงนัดพบปะสังสรรค์ เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"อัพเดทข่าว เพื่อนใครบวช ใครแต่ง" (บี พนักงานบริษัท)

"ชอบ tag รูปให้กัน ชวนเที่ยว ชวนกิน ....ถ้าคุยกับเพื่อนสนิทไม่ใช้เฟซจะใช้แค่ whatsapp กับ line เพราะในเฟซอาจมีคนมาแอบเปิดดูได้" (น้อย อาจารย์มหาวิทยาลัย)

"ใช้แชร์ประสบการณ์การทำงาน ช่วยพ่อหาเสียง เพราะเฟซเป็นช่องทางหาเสียงการเมืองที่ต่างจังหวัด ...กับเพื่อนที่ทำงาน ใช้ส่งข่าว บอกเล่าเรื่องข่าว...ส่วนพวกกลุ่มของแหล่งข่าวอย่าง กระทรวงมหาดไทยใช้รับทราบหมายกำหนดการ ของ รมต. ปลัดกระทรวง ...กลุ่มเพื่อนแฟนคลับ มาทักทายให้กำลังใจในการทำงาน..กลุ่มเพื่อนสนิทโพสต์รูป กิจวัตรประจำวัน ข้อความง้องอนบอกรัก" (เอก นักข่าว)

2. ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค

2.1 ระดับความสนิท พบว่า กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จะสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนผ่านการพูดคุยกันเรื่องทั่วไป การถามถึงความเป็นอยู่ การชวนเที่ยว นัดพบปะเพื่อนเก่า กรณีเพื่อนสนิทจะใช้คำแทนตัว กู-มึง เธอ-เขา ฉัน-คุณมึง-คุณกู ตัว-เค้า ตะเอง-เค้า หนู-พี่ หรือการเรียกชื่อแทนตัว แต่สำหรับเพื่อนที่มีการสร้างกลุ่มเฉพาะจะมีการใช้ชื่อเรียกกลุ่มเฉพาะ ซึ่งสมาชิกในกลุ่มเท่านั้นที่จะรู้และเข้าใจ เช่น กลุ่มเพื่อนที่อยู่ภูเก็ต จะตั้งชื่อว่า "ฝั่งทะเลอันดามัน" หรือกลุ่มเพื่อนที่อยู่สงขลาจะตั้งชื่อว่า "ฝั่งอ่าวไทย" เป็นต้น แต่สำหรับผู้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้สื่อข่าว นอกจากการใช้คำแทนตัวว่า คุณ-ผม กับแหล่งข่าวแล้ว หากแหล่งคนใดที่เริ่มสนิทมากขึ้นก็จะใช้คำว่าตัว-เค้า กรณีการใช้เฟซบุ๊คทำให้เกิดความสนิทกันมากขึ้นหรือไม่นั้น พบว่า เฟซบุ๊คไม่ช่วยทำให้สนิทมากขึ้น เพียงแต่รู้จักเข้าใจความคิด พฤติกรรมมากขึ้น และช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันไว้ อีกทั้ง บางคนเห็นว่าเฟซบุ๊คเป็นเพียงเครื่องมือติดต่อสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งเท่านั้น อย่างไรก็ตาม สำหรับอาชีพผู้สื่อข่าวเห็นว่า เฟซบุ๊คช่วยทำให้ความสัมพันธ์กับแหล่งข่าวดีขึ้น เพราะเปิดเผย และพูดคุย ตลอดจนนัดเจอกันได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า ปัจจัยที่จะทำให้มีความสนิทกันนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของเครื่องมือสื่อสาร ซึ่งเครื่องมือสื่อสารที่สามารถทำให้พวกเขาเกิดความสนิทกันได้มากกว่าเฟซบุ๊คนั้นคือ เครือข่ายสังคมที่เรียกว่า โปรแกรมการสนทนาออนไลน์ (chat) อย่างโปรแกรม line และ whatsapp หรือ การโทรหากันโดยตรง เพราะสามารถติดต่อกันได้ตลอดเวลาเลือกเฉพาะเพื่อนที่ต้องการคุยด้วย และสามารถพูดกันได้อย่างเป็นส่วนตัว เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"เพื่อนสนิท คุณมึง-คุณกู ชื่อเรียกแทนตัว....เพื่อนตจว. ใช้แทนชื่อเรียกแทนภาค เช่น ฝั่งทะเลอ่าวไทย ฝั่งทะเลอันดามัน" (นะ พนักงานบริษัท)

"ใช้คำแทนตัวว่า "ผม" เนื่องจากมีคนหลายสถานะเป็นเพื่อน ทั้งนักการเมือง แหล่งข่าว แต่ถ้าเป็น ตัว-เค้า สนิทมากจะใช้ผ่านแชท..ถ้าเป็นคนรู้จักก็จะแทนชื่อ" (เอก นักข่าว)

"ถ้าใช้ในฐานะ admin ใช้ คำแทนตัวว่า อาจารย์ ..เพื่อนที่ทำงานใช้ พี่ (ชื่อ)-หนู ตามด้วยจ๊ะจ๋า...เพื่อนสนิทใช้ ตะเอง-เค้า แต่จะไม่ใช้มึง-กู แม้ว่าจะคุยกับเพื่อนผู้ชายก็จะใช้ตะเอง-เค้า" (น้อย อาจารย์มหาวิทยาลัย)

"ไม่สนิท เพราะหาสาระไม่ได้" (นะ พนักงานบริษัท)

"ไม่สนิท แค่การทักทาย เพราะเรากรองเพื่อนแล้ว แค่ได้รู้เรื่องราวเพื่อนเท่านั้น ไม่ได้สนิทมากขึ้น" (ปูไข่ พนักงานบริษัท)

"บางครั้งคนก็รู้สึกสนิทเพราะได้ทำความรู้จัก หรือเข้าใจมากขึ้น ..บางครั้งก็ได้ข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือจากแหล่งข่าว" (เอก นักข่าว)

2.2 รูปแบบความขัดแย้ง พบว่า มักเป็นความขัดแย้งทางความคิดเห็นเรื่องความสัมพันธ์ส่วนตัว เรื่องงาน และความคิดเห็นทางการเมือง กรณีความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น การทะเลาะกับแฟน เนื่องจาก ผู้ให้สัมภาษณ์มีเพื่อนในเฟซบุ๊คมาก และมีการใช้ข้อความ หรือสำนวนในการสื่อสารเชิงออดอ้อน ส่งผลให้คู่รักเกิดความเข้าใจผิด สุดท้ายต้องปิดเฟซบุ๊คนั้นไป แล้วไปเปิด account ใหม่ หรือกรณีการแสดงความคิดเห็นเรื่องการเมืองที่ขัดแย้งกัน ทำให้ต้องมีการ block หรือ delete เพื่อนคนนั้นออกจากบัญชีรายชื่อ นอกจากนี้ ยังพบว่า ความขัดแย้งในเรื่องการทำงานหรือบุคคลในสถานที่ทำงาน (ทะเลาะกับเพื่อนร่วมงานหรือการวิจารณ์ผู้บริหาร) ส่งผลต่อการออกกฎระเบียบห้ามเล่นเฟซบุ๊คในที่ทำงาน เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"โพสต์ด่าลูกค้า แล้วผู้จัดการเห็น เลยถูกด่า" (นะ พนักงานบรษัท)

"เพื่อนที่ทำงานทะเลาะกันผ่านเฟซ จนทำให้ทะเลาะกันในที่ทำงาน บริษัทจึงต้องบล็อกเฟซ" (ปูไข่ พนักงานบริษัท)

"เพื่อนที่แสดงความคิดเห็นต่างกันจนกลายเป็นทะเลาะกันด้านการเมืองผ่านหน้าเฟซ.... เคยทะเลาะกับแฟนผ่านเฟซ เนื่องจาก เพื่อนในเฟซแสดงข้อความที่สนิมสนมมากเกินไป จนทำให้เกิดความเข้าใจผิด จึงต้องปิด account แล้วเปิดใหม่ ...เพื่อนบางทีมีการ post ข้อความทางการเมืองจนสร้างความขัดแย้งกัน จนต้อง block หรือ delete เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งบนหน้าเฟซ" (เอก นักข่าว)

3. ลักษณะการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ พิจารณาจากลักษณะการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่มักแชร์ข้อความที่เป็นคมคำ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เช่น สาระเพื่อสุขภาพ การให้กำลังใจ-ปลอบใจ การนัดหมายพบปะ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ เกมส์ หรือแฟชั่นที่น่าสนใจ รวมถึง การร่วมแสดงความยินดี-ความเสียใจในโอกาสต่างๆ

เช่น วันเกิด การเสียชีวิต งานแต่งงาน งานบวช อีกทั้ง ยังเป็นช่องทางในการขอความช่วยเหลือสังคมด้วย เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"แจ้งข่าวสารการประชุมของที่ทำงาน การนัดติวเรื่องเรียน เน้นเรื่องที่ไม่เป็นความลับ" (นะ พนังกานบริษัท)

"แชร์เรื่องผลิตภัณฑ์ บทความที่มีประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์และเพื่อน" (ปูไข่ พนักงานบริษัท)

"ใช้ขอความช่วยเหลือ อย่างตอนน้ำท่วม และให้ช่วยประสานอำนวยความสะดวกเรื่องน้ำท่วม ช่วยแชร์ต่อเรื่องตามหาคนหาย ของหาย รถหาย ...บางครั้งก็โพสต์ให้กำลังใจ ให้แง่คิด เพื่อน Happy Birthday...แชร์ประสบการณ์การทำงานของเราให้คนรู้จักเรามากขึ้น" (เอก นักข่าว)

"แลกเปลี่ยนของเล่นเกมส์ให้เพื่อน ช่วยซื้อ-ส่งของเกมส์ให้เพื่อน....ข้อมูลด้านเรียนให้นศ." (น้อย อาจารย์มหาวิทยาลัย)

"ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาลัย และขอข้อมูลสารสนเทศในการทำงาน....ให้กำลังใจเพื่อน..ง้อแฟนเวลาแฟนงอน" (บอลลูน)

4. ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ค พบว่า เฟซบุ๊คไม่ได้ช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนในชีวิตจริงเปลี่ยนแปลงไปมากนัก แต่อาจส่งผลต่อบทบาทในอาชีพการงาน เพราะทุกพฤติกรรม ทุกความคิดนั้นจะแสดงถึงภาพลักษณ์ของตนเองและองค์กรที่สังกัดอยู่ นอกจากนี้ การใช้เฟซบุ๊คยังช่วยให้เกิดความรอบคอบในการเลือกใช้ข้อความก่อนการโพสต์ ทำให้เปิดโลก มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะไม่มีเฟซบุ๊ค ก็ไม่ส่งผลต่อการติดต่อสื่อสารหรือการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน เพราะยังมีช่องทางอื่นที่สามารถสร้างการติดต่อสื่อสารได้ดีกว่า เร็วกว่า นั่นคือ โปรแกรมสนทนาออนไลน์ อย่าง line, whatsapp และ BB เช่นคำสัมภาษณ์ว่า

"ถ้าเป็นเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้ว ก็จะรู้สึกสนิทกันมากขึ้น ...ทั่วไปก็ไม่รู้สึกอะไรมากมาย แต่สร้างความน่ารำคาญมากกว่า" (บี พนักงานบริษัท)

"ได้เพื่อนที่หลากหลายมากขึ้นในโลกความเป็นจริง ..เมื่อเจอหน้ากันจริงก็รู้สึกสนิทกันมากขึ้น....จำนวนเพื่อนในเฟซ รู้สึกเฉยๆ แต่ต้องระมัดระวังในการโพสต์ข้อความมากขึ้น ทั้งคำพูดแทนตัว ความถูกต้องในการสะกด เพราะมีทั้งผู้ใหญ่ เพื่อนหลายแบบ.....ทำให้เกิดการกระจายข่าวเร็วขึ้น....รู้สึกว่าติดเฟซ เพราะต้องคอยดูตลอดว่าเพื่อนทำอะไร มีอะไรเคลื่อนไหวบ้าง โดยดูผ่าน news feed ...จริงๆ อยากแสดงความเป็นตัวตนมาก เช่น ใส่เสื้อเปิดอก ก็ทำไม่ได้เพราะเสียภาพลักษณ์" (เอก นักข่าว)

"รู้สึกว่า ติดเฟซเพราะเช้ามาต้องรีบเปิดเช็คสถานะเพื่อนก่อน อยากรู้เพื่อนเป็นอย่างไรกันบ้าง" (ปูไข่ พนักงานบริษัท)

"ต้องดูตอนเช้า เช็คก่อนเพื่อนมีอะไรเคลื่อนไหวบ้าง...มีความรอบคอบในการโพสต์ โดยเฉพาะเวลาทำงาน เพราะอาจเสียภาพลักษณ์และไม่เหมาะสมเพราะคือเวลาทำงาน" (นะ พนักงานบริษัท)

ทั้งนี้ ผลจากการสนทนากลุ่ม สามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นตัวแปรเพื่อเป็นแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณได้ 4 ตัวแปรดังนี้

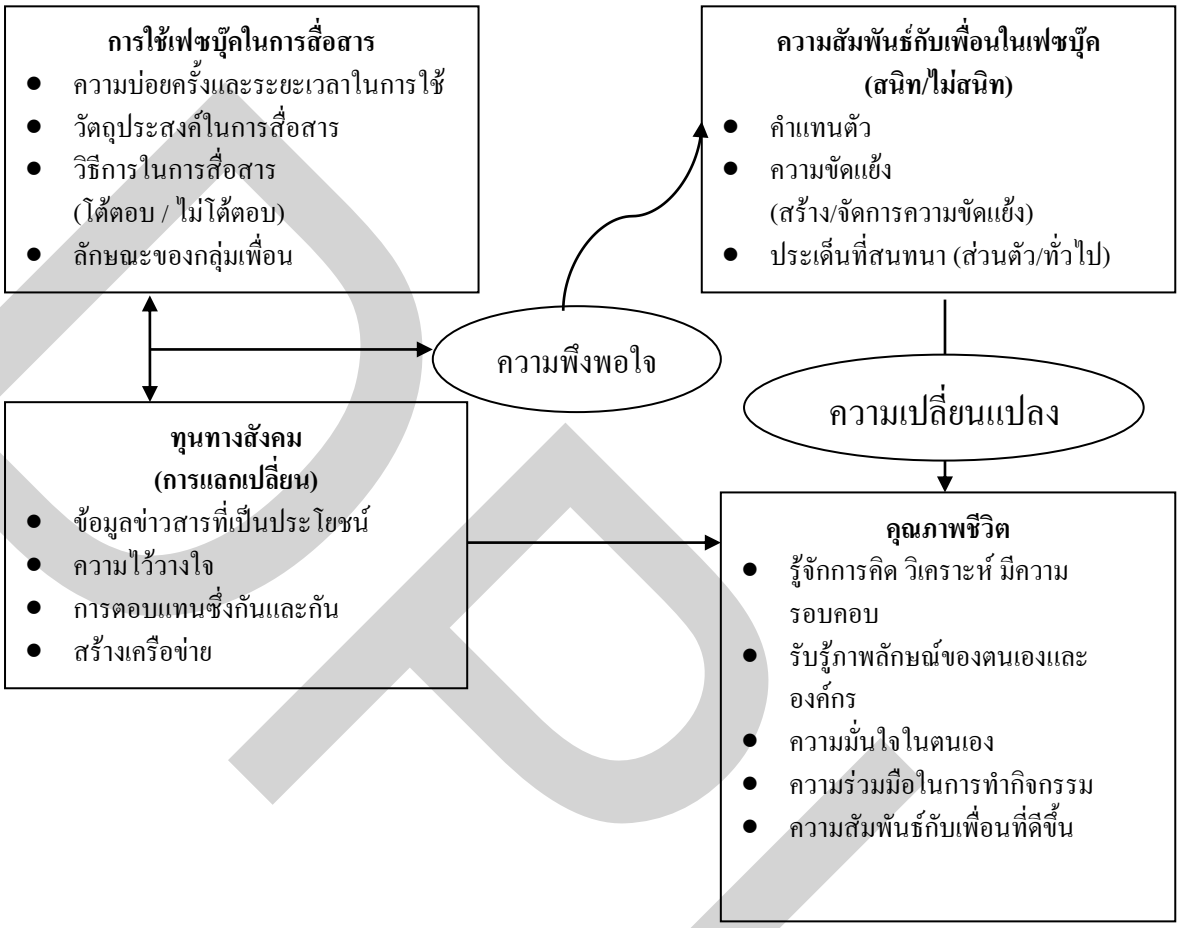
1. การใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสาร เป็นการอธิบายถึงลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊คที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้งานเฟซบุ๊ค ได้แก่ ความบ่อยครั้ง ระยะเวลาในการใช้งาน วัตถุประสงค์ในการใช้ วิธีการใช้งาน และลักษณะของกลุ่มเพื่อน

2. ทุนทางสังคม เป็นการอธิบายถึง ลักษณะของทุนทางสังคมซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร ความไว้วางใจ การตอบแทนซึ่งกันและกัน เครือข่าย

3. ความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค เป็นการอธิบายถึง สิ่งที่ใช้แสดงถึงระดับความสนิท ความใกล้ชิด รวมถึง ลักษณะของความขัดแย้งและวิธีลดความขัดแย้งกับเพื่อนในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ค ได้แก่ คำแทนตัว ความขัดแย้ง และประเด็นที่ใช้ในการสนทนา (ส่วนตัวหรือทั่วไป)

4. คุณภาพชีวิต เป็นการอธิบายถึง ผลกระทบที่ได้หลังจากมีการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารกับเพื่อน ซึ่งเป็นลักษณะของการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ ความรอบรอบ ภาพลักษณ์ ความมั่นใจ การยอมรับตนเอง และการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนที่ดีขึ้น

กรอบตัวแปรเพื่อเป็นแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ



4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 200 ชุด และ แบบลงภาคสนาม จำนวน 200 ชุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร 5 ตัว ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ทุนทางสังคมและคุณภาพชีวิต ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนตามกรอบแนวทางในการวิจัยเชิงปริมาณดังนี้

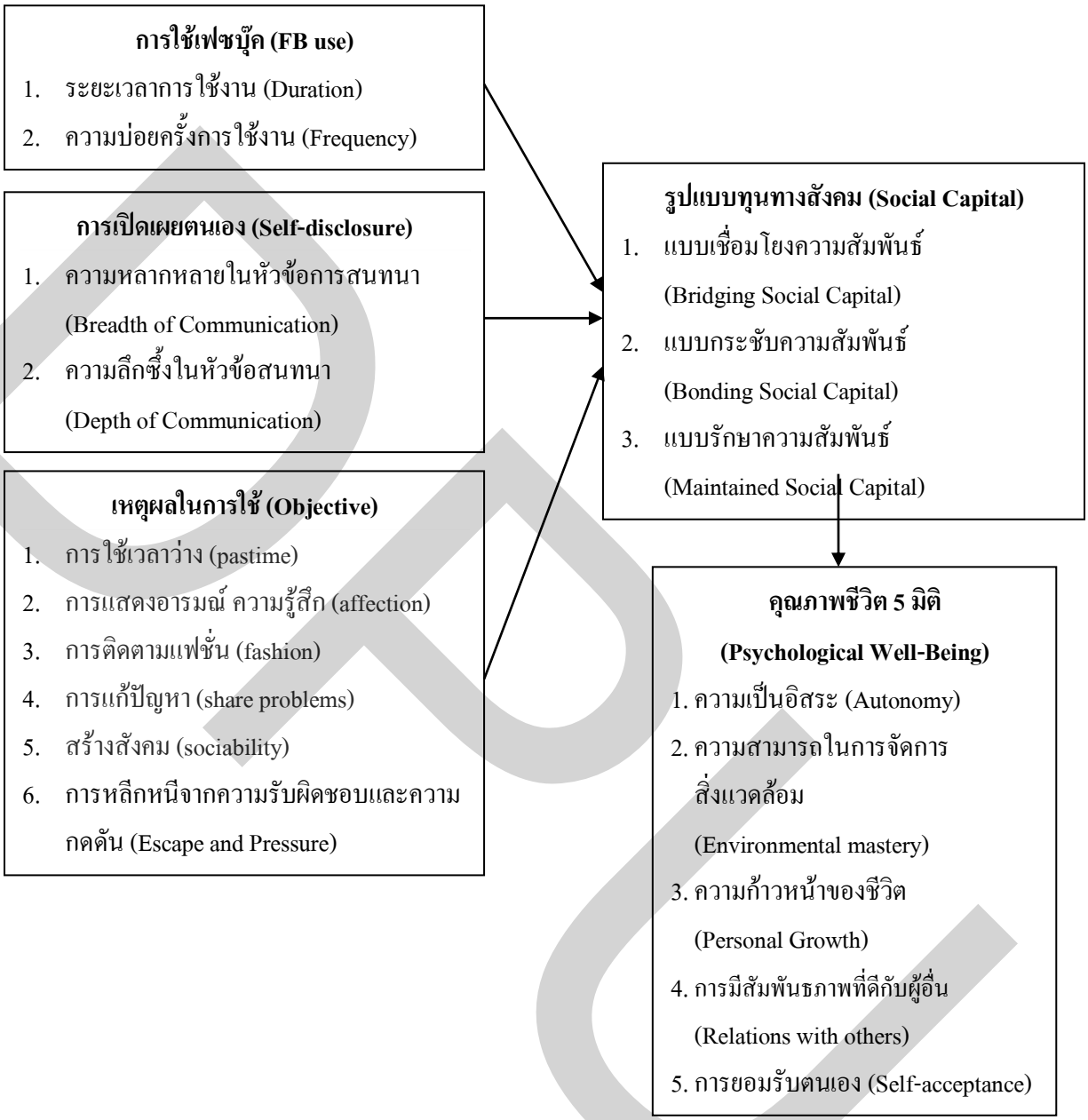
ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ทุนทางสังคมคุณภาพชีวิต และข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis)

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ของการใช้เฟซบุ๊ค (FB usage) การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) และเหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objectives) กับทุนทางสังคม (Social Capital)

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ของทุนทางสังคม (Social Capital) กับคุณภาพชีวิต (Psychological Well-Being)

กรอบแนวทางในการวิจัยเชิงปริมาณ



ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค การเปิดเผยตนเอง เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ทุนทางสังคม คุณภาพชีวิต และข้อมูลส่วนบุคคล

การนำเสนอผลการวิจัยในส่วนที่ 1 นี้จะเป็นอธิบายโดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความบ่อยครั้ง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค (Facebook Use)

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊คต่อวันโดยเฉลี่ยคือ 209.89 นาทีหรือประมาณ 3.50 ชั่วโมง ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้นานที่สุดคือ 24 ชั่วโมง และน้อยที่สุดคือ 10 นาทีต่อวัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 69.8 จะใช้เฟซบุ๊คทุกวัน และมีเพียงร้อยละ 3 ที่ไม่ได้ใช้เฟซบุ๊คเลยในช่วงสัปดาห์ก่อนการตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค

ระยะเวลาในการใช้ต่อวัน	**ค่าเฉลี่ย (นาที)**	**ค่าสูงสุด (นาที)**	**ค่าต่ำสุด (นาที)**
	209.89	1,440	10
ความบ่อยครั้งในการใช้งานต่อสัปดาห์	**จำนวน**		**ร้อยละ**
ไม่เล่นเลย	12		3.0
1-2 วัน	29		7.3
3-4 วัน	45		11.3
5-6 วัน	35		8.8
ทุกวัน	279		69.8

2. การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)

การเปิดเผยตนเอง เป็นการวิเคราะห์ถึงระดับความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คว่า มีความใกล้ชิด สนิทสนมกับเพื่อนในเฟซบุ๊คมากน้อยเพียงใด โดยการพิจารณาจากเรื่องหรือหัวข้อ (topic) ที่ใช้ในการสนทนากับระดับความเป็นส่วนตัวของเรื่องที่ใช้สนทนาระหว่างคู่สื่อสาร (Altman & Taylor, 1973) ซึ่ง ประกอบด้วยความหลากหลายในหัวข้อสนทนา (Breadth) และความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนา (Depth) โดยใช้มาตรวัดระดับความคิดเห็น 7 ระดับ (1-7) ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้เฟซบุ๊คจะมีระดับการเปิดเผยตนเองอยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ย 4.61 ทั้งนี้ ด้าน

ความหลากหลายในการหัวข้อสนทนาจะมีการเปิดเผยตนเองอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 5.08) ในขณะที่ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนาจะมีการเปิดเผยตนเองอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 4.13) สำหรับความหลากหลายในหัวข้อสนทนา (Breadth) พบว่า ประเด็นที่มีการเปิดเผยตนเองเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เราพูดคุยกันได้หลายเรื่อง หลายประเด็น (5.40) เราพูดคุยกันโดยเริ่มจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งเสมอ (5.00) และเราพูดคุยกันในเรื่องต่างๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องที่อยู่ภายในหัวข้อกระดานสนทนา (4.86) ตามลำดับ ส่วนด้านความลึกซึ้งในหัวข้อที่สนทนา (Depth) พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ฉันรู้สึกสนิทกับเพื่อนค่อนข้างมาก (4.64) ฉันบอกความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองให้เพื่อนได้รับรู้ (4.29) และฉันบอกเพื่อนเสมอว่าฉันชอบอะไรในตัวเขา (4.16) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือฉันบอกความลับหรือเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรู้ ซึ่งเพื่อนจะไม่มีวันรู้จากแหล่งอื่น (3.66) ดังตารางที่ 4.2

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า การเปิดเผยตนเองของผู้ใช้เฟซบุ๊คนั้น จะเป็นลักษณะของการสนทนาในประเด็นที่หลากหลาย (Breadth) มากกว่าการสนทนาในประเด็นที่ลึกซึ้ง (Depth) เนื่องจากการสนทนาในประเด็นที่หลากหลายนั้นจะทำให้พูดคุยกันได้หลายเรื่อง สามารถพูดกันโดยเริ่มจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องอื่นๆ ได้ อีกทั้ง สามารถพูดคุยกันได้นอกเหนือจากเรื่องที่เป็นประเด็นอยู่ ในขณะที่หัวข้อการสนทนาแบบลึกซึ้งนั้น จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกสนิทกับเพื่อนค่อนข้างมาก สามารถบอกความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองให้เพื่อนรับรู้ได้ บอกได้ว่า เราชอบอะไรในตัวเพื่อน และกล้าที่จะบอกความลับหรือเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรับรู้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดเผยตนเอง

การสนทนาผ่านเฟซบุ๊ค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการเปิดเผยตนเอง
ความหลากหลายในหัวข้อการสนทนา (Breadth)	**5.08**	**1.21**	**ค่อนข้างมาก**
1. เราพูดคุยกันได้หลายเรื่อง หลายประเด็น	5.40	1.41	มาก
2. เราพูดคุยกันโดยเริ่มจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งเสมอ	5.00	1.48	ค่อนข้างมาก
3. เราพูดคุยกันในเรื่องต่าง ๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องที่อยู่ภายในหัวข้อกระดานสนทนา	4.86	1.50	ค่อนข้างมาก
ความลึกซึ้งในหัวข้อที่สนทนา (Depth)	**4.13**	**0.99**	**ปานกลาง**
4. ฉันรู้สึกสนิทกับเพื่อนค่อนข้างมาก	4.64	1.49	ค่อนข้างมาก
5. ฉันบอกความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองให้เพื่อนได้รับรู้	4.29	1.51	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การสนทนาผ่านเฟซบุ๊ค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการเปิดเผยตนเอง
6. ฉันบอกเพื่อนเสมอว่าฉันชอบอะไรในตัวเขา	4.16	1.46	ปานกลาง
7. ฉันรู้สึกมั่นใจและเชื่อใจในตัวเพื่อนได้เกือบทุกๆ เรื่อง	4.03	1.54	ปานกลาง
8. ฉันไม่มีวันบอกเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรับรู้	4.03	1.53	ปานกลาง
9. ฉันบอกความลับหรือเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรู้ ซึ่งเพื่อนจะไม่มีวันรู้จากแหล่งอื่น	3.66	1.63	ปานกลาง
รวม	**4.61**	**0.95**	**ค่อนข้างมาก**

3. เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objectives)

เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค เป็นการวัดการใช้ประโยชน์หรือเหตุจูงใจในการใช้เฟซบุ๊ค โดยศึกษาจากเหตุจูงใจ 6 ด้าน ได้แก่ การใช้เวลาว่าง (Pastime) การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (Affection) การติดตามแฟชั่น (Fashion) การแก้ปัญหา (Share Problem) การสร้างสังคม (Sociability) และการรับรู้ข้อมูล (Social Information) โดยใช้มาตรวัดระดับแรงจูงใจ 5 ระดับ (1-5) ซึ่งผลจากศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้เฟซบุ๊คมีแรงจูงใจในการใช้งานเฟซบุ๊คอยู่ระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.33 ทั้งนี้ จากการศึกษาเหตุจูงใจ 6 ด้าน พบว่า แรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (3.57) การใช้เวลาว่าง (3.53) และการรับรู้ข้อมูลทางสังคม (3.47) ส่วนด้านที่มีแรงจูงใจในการใช้ระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแก้ปัญหา (3.26) การติดตามแฟชั่น (3.14) และการสร้างสังคม (3.04) ทั้งนี้ หากจะพิจารณาประเด็นย่อยในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านการแสดงอารมณ์ความรู้สึก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับคือ เพื่อให้กำลังใจสนับสนุนเพื่อน (3.77) รองลงมาคือ เพื่อช่วยเหลือเพื่อน (3.62) และเพื่อให้เพื่อนรู้ว่า ฉันรู้สึกห่วงใยและสนใจความเป็นไปของเขา (3.58) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เพื่อให้เพื่อนรู้ว่า ฉันรู้สึกกังวลใจ เป็นทุกข์เป็นร้อนไปกับเพื่อน (3.41)

ด้านการใช้เวลาว่าง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับคือ เฟซบุ๊คช่วยสร้างความบันเทิงให้กับฉัน (4.00) รองลงมาคือ เฟซบุ๊คช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับฉัน (3.87) และเฟซบุ๊คช่วยให้ฉันใช้เวลาพักผ่อนอย่างเพลิดเพลิน (3.80) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เพื่อต้องการถ่วงเวลาจากสิ่งที่ควรจะทำ (2.97)

ด้านการรับรู้ข้อมูลทางสังคม มีประเด็นย่อยเพียงประเด็นเดียวคือ เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในเรื่องราวต่างๆ และความเป็นไปของคนอื่น (3.47)

ด้านการแก้ปัญหา ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บางครั้งฉันอยากระบายปัญหาของตนเองให้กับบางคนได้รับฟัง (3.36) และฉันอยากมีใครสักคนพูดคุยด้วย (3.32) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เพื่ออยากจะลืมปัญหาของฉัน (3.10)

ด้านการติดตามแฟชั่น ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อให้ดูเป็นคนทันสมัย (3.30) และเพื่อไม่ให้ดูเป็นคนล้าสมัย (3.20) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เพื่อเป็นผู้นำแฟชั่น (2.92)

ด้านการสร้างสังคม ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อจะได้พบปะพูดคุยกับคนหน้าใหม่ๆ (3.21) และเพื่อสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ (3.00) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ เพื่อให้รู้สึกยับยั้งน้อยลงในการคุยกับคนแปลกหน้า (2.91) ดังตารางที่ 4.3

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า เหตุจูงใจในการใช้เฟซบุ๊คที่สำคัญคือ การใช้เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึก การใช้เวลาว่าง และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยการใช้เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึกนั้นจะผ่านการให้กำลังใจ สนับสนุนเพื่อน ช่วยเหลือเพื่อน และเพื่อทำให้เพื่อนรับรู้ว่า เราห่วงใยและสนใจในความเป็นไปของเขา ส่วนการใช้เวลาว่าง เน้นการใช้เพื่อความบันเทิง สร้างความสนุกสนาน ช่วยผ่อนคลาย และถ่วงเวลาจากสิ่งที่ควรจะทำ ในขณะที่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจะเป็นไปเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในเรื่องราวและความเป็นไปของคนอื่น และสำหรับด้านการสร้างสังคม จะเป็นไปเพื่อพบปะพูดคุยกับเพื่อนใหม่ การสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ และความรู้สึกยับยั้งน้อยลงในการคุยกับคนแปลกหน้า

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค

การใช้เฟซบุ๊ค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊ค
การใช้เวลาว่าง	**3.53**	**0.73**	**มาก**
1. เพราะเฟซบุ๊คช่วยสร้างความบันเทิงให้กับฉัน	4.00	2.23	มาก
2. เพราะเฟซบุ๊คช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับฉัน	3.87	0.89	มาก
3. เพราะเฟซบุ๊คช่วยให้ฉันใช้เวลาพักผ่อนอย่างเพลิดเพลิน	3.80	0.91	มาก
4. เพราะเฟซบุ๊คช่วยให้ฉันได้ผ่อนคลาย	3.69	0.92	มาก
5. เพื่อต้องการฆ่าเวลา	3.48	1.11	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การใช้เฟซบุ๊ค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊ค
6. เพื่อหลีกเลี่ยงจากความกดดันและภาระหน้าที่ต่างๆ	3.39	1.00	ปานกลาง
7. เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่กำลังทำอยู่ (เช่น งาน การบ้าน ฯลฯ)	3.08	1.16	ปานกลาง
8. เพื่อต้องการถ่วงเวลาจากสิ่งที่ควรจะทำ	2.97	1.12	ปานกลาง
การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก	**3.57**	**0.73**	**มาก**
9. เพื่อให้กำลังใจ สนับสนุนเพื่อน	3.77	0.85	มาก
10. เพื่อช่วยเหลือเพื่อน	3.62	0.90	มาก
11. เพื่อให้เพื่อนรู้ว่า ฉันรู้สึกห่วงใยและสนใจความเป็นไปของเขา	3.58	0.92	มาก
12. เพื่อขอบคุณผู้คนต่าง ๆ	3.46	0.97	มาก
13. เพื่อให้เพื่อนรู้ว่า ฉันรู้สึกกังวลใจ เป็นทุกข์เป็นร้อนไปกับเพื่อน	3.41	0.87	มาก
การติดตามแฟชั่น	**3.14**	**0.95**	**ปานกลาง**
14. เพื่อให้ดูเป็นคนทันสมัย	3.30	1.04	ปานกลาง
15. เพื่อไม่ให้ดูเป็นคนล้าสมัย	3.20	1.10	ปานกลาง
16. เพื่อเป็นผู้นำแฟชั่น	2.92	1.02	ปานกลาง
การแก้ปัญหา	**3.26**	**0.94**	**ปานกลาง**
17. เพราะบางครั้งฉันอยากระบายปัญหาของตนเองให้กับบางคน ได้รับฟัง	3.36	1.08	ปานกลาง
18. เพราะฉันอยากมีใครสักคนพูดคุยด้วย	3.32	1.06	ปานกลาง
19. เพื่ออยากจะลืมปัญหาของฉัน	3.10	1.14	ปานกลาง
การสร้างสังคม	**3.04**	**0.91**	**ปานกลาง**
20. เพื่อจะได้พบปะพูดคุยกับคนหน้าใหม่ๆ	3.21	1.08	ปานกลาง
21. เพื่อสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ	3.00	1.13	ปานกลาง
22. เพื่อให้รู้สึกยับยั้งน้อยลงในการคุยกับคนแปลกหน้า	2.91	0.96	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การใช้เฟซบุ๊ค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจในการใช้เฟซบุ๊ค
การรับรู้ข้อมูลทางสังคม	**3.47**	**0.97**	**มาก**
23. เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในเรื่องราวต่าง ๆ และความเป็นไปของคนอื่น	3.47	0.97	มาก
รวม	**3.33**	**0.62**	**ปานกลาง**

4. ทุนทางสังคม (Social Capital)

ทุนทางสังคม เป็นการวัดระดับความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คกับเพื่อนในเฟซบุ๊คใน 3 ลักษณะคือ แบบเชื่อมโยง (Bridging) แบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding) และแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained) ซึ่งผลจากศึกษาพบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คส่วนใหญ่มีทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained) (3.66) มากกว่าทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging) (3.51) ในขณะที่ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding) มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (2.77) หากพิจารณาทุนทางสังคมแต่ละรูปแบบความสัมพันธ์พบว่า

ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับคือ ฉันสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นที่อื่นจากเพื่อนสมัยเรียนได้ (4.01) รองลงมาคือ เป็นเรื่องที่ง่ายมากหากจะใช้เฟซบุ๊คในการชวนเพื่อนสมัยเรียนมารวมตัวกันในงานเลี้ยงรุ่น (3.97) และถ้าจำเป็น ฉันสามารถขอให้เพื่อนสมัยเรียนให้การช่วยเหลือในเรื่องเล็กๆ น้อยๆ (3.59) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ถ้าฉันไปเที่ยวต่างเมือง ฉันสามารถที่จะไปพักอาศัยอยู่กับเพื่อนที่คุ้นเคยกัน (3.20)

ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับคือ การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันนึกได้ว่าทุกคนในโลกล้วนเชื่อมโยงถึงกัน (3.77) รองลงมาคือ การพูดคุยกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ในโลกมากขึ้น (3.73) และการติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันรู้สึกเชื่อมโยงกับสถานการณ์ภาพรวมที่ใหญ่ขึ้นหรือกว้างขึ้น (3.65) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เวลาที่ฉันออนไลน์ ฉันได้ติดต่อกับเพื่อนใหม่ๆ อยู่เสมอ (3.02)

ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding) พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับคือ มีเพียงเพื่อนบางคนในเฟซบุ๊คเท่านั้นที่จะสามารถให้คำปรึกษาในการตัดสินใจในเรื่อง

สำคัญของฉันได้ (3.50) รองลงมาคือ เมื่อฉันรู้สึกโดดเดี่ยว มีเพื่อนมากมายในเฟซบุ๊คที่ฉันสามารถพูดคุยด้วยได้ (3.19) และฉันไม่ได้รู้จักเพื่อนที่ติดต่อกันผ่านเฟซบุ๊คลึกซึ้งมากพอที่จะให้เขาช่วยทำอะไรที่สำคัญๆ ได้ (3.15) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ถ้าฉันจำเป็นต้องขอยืมเงินใครสักคนอย่างเร่งด่วน ฉันรู้จักเพื่อนบางคนที่อยู่ในเฟซบุ๊คที่สามารถหันไปขอยืมเงินได้ (2.25) ดังตารางที่ 4.4

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า ทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการใช้เฟซบุ๊คนั้น เป็นทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ (Maintained Social Capital) ที่เน้นในเรื่องการติดตามข้อมูลข่าวสารของเพื่อน การให้ความช่วยเหลือเพื่อน ทั้งในเรื่องการเรียน การหางานทำ รวมถึงการให้ที่พักหากต้องไปเที่ยวต่างเมือง และการใช้เฟซบุ๊คเป็นสื่อกลางเพื่อเชิญชวนเพื่อให้มาร่วมพบปะกัน ส่วนทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง (Bridging Social Capital) จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ผ่านการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักอยู่แล้ว และการได้พบเพื่อนใหม่ การได้รับรู้ข้อมูลและประสบการณ์ใหม่ๆ ทั่วโลก การรู้จักและเข้าใจผู้อื่นในโลกออนไลน์มากขึ้น รวมถึงทำให้รู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือชุมชนขนาดใหญ่ แต่สำหรับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding Social Capital) นั้นจะมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยกว่าทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์และแบบเชื่อมโยง เนื่องจาก ผู้ใช้มีความเชื่อว่า เพื่อนในเฟซบุ๊คแม้จะมีการติดต่อสื่อสารกันมากมาย แต่ไม่สร้างความรู้สึกสนิทสนมใกล้ชิดมากพอที่จะให้ความช่วยเหลือเพื่อต่อสู้กับความเป็นธรรม การให้คำแนะนำในเรื่องส่วนตัว การช่วยเป็นแหล่งอ้างอิงในการสมัครงาน ไม่ค่อยจะมีใครกล้าเสี่ยงที่จะเอาชื่อเสียงของตนเข้าปกป้องตัวเรา แต่ก็อาจมีบ้างบางคนที่ให้คำปรึกษาได้เป็นบางเรื่องบางประเด็นเท่านั้น

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุนทางสังคม

ลักษณะความสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสัมพันธ์
การใช้เฟซบุ๊คเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับเพื่อน (Bonding)	**2.77**	**0.63**	**ปานกลาง**
1. มีเพียงเพื่อนบางคนในเฟซบุ๊คเท่านั้นที่จะสามารถให้คำปรึกษาในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญของฉันได้	3.50	1.14	มาก
2. เมื่อฉันรู้สึกโดดเดี่ยว มีเพื่อนมากมายในเฟซบุ๊คที่ฉันสามารถพูดคุยด้วยได้	3.19	1.01	ปานกลาง

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลักษณะความสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสัมพันธ์
3. ฉันไม่ได้รู้จักเพื่อนที่ติดต่อกันผ่านเฟซบุ๊คลึกซึ้งมากพอที่จะให้เขาช่วยทำอะไรที่สำคัญๆ ได้	3.15	1.12	ปานกลาง
4. มีเพื่อนมากมายในเฟซบุ๊คที่ฉันเชื่อใจว่าพวกเขาจะช่วยแก้ปัญหาให้ฉันได้	2.87	.93	ปานกลาง
5. ไม่มีใครในเฟซบุ๊คที่ฉันรู้สึกสบายใจที่จะคุยด้วยเกี่ยวกับเรื่องปัญหาส่วนตัวของฉัน	2.84	1.01	ปานกลาง
6. เพื่อนในเฟซบุ๊คที่ฉันติดต่ออยู่จะสามารถช่วยฉันต่อสู้กับความไม่เป็นธรรมได้	2.81	1.04	ปานกลาง
7. เพื่อนที่ฉันติดต่อในเฟซบุ๊คต่างเป็นคนที่ฉันสามารถขอให้เป็นบุคคลอ้างอิงเพื่อรับรองฉันเมื่อสมัครงานได้	2.45	1.10	น้อย
8. เพื่อนที่ฉันติดต่อในเฟซบุ๊คสามารถที่จะเสี่ยงเอาชื่อเสียงของตัวเองเข้าแลกเพื่อปกป้องฉัน	2.36	1.07	น้อย
9. เพื่อนในเฟซบุ๊คที่ฉันติดต่อด้วยยินดีที่จะแบ่งเงินแม้เพียงน้อยนิดที่มีอยู่ให้ฉันใช้ด้วย	2.29	1.08	น้อย
10. ถ้าฉันจำเป็นต้องขอยืมเงินใครสักคนอย่างเร่งด่วน ฉันรู้จักเพื่อนบางคนที่อยู่ในเฟซบุ๊คที่สามารถหันไปขอยืมเงินได้	2.25	1.12	น้อย
การใช้เฟซบุ๊คเพื่อสร้างการติดต่อสื่อสาร (Bridging)	**3.51**	**0.67**	**มาก**
11. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันนึกได้ว่าทุกคนในโลกล้วนเชื่อมโยงถึงกัน	3.77	0.92	มาก
12. การพูดคุยกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ในโลกมากขึ้น	3.73	0.89	มาก
13. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันรู้สึกเชื่อมโยงกับสถานการณ์ภาพรวมที่ใหญ่ขึ้นหรือกว้างขึ้น	3.65	0.88	มาก
14. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันสนใจว่าคนที่แตกต่างจากตัวฉันเขาคิดอะไรหรือคิดอย่างไร	3.57	0.93	มาก

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลักษณะความสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสัมพันธ์
15. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันสนอกสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นไกลตัวได้มากขึ้น	3.55	0.95	มาก
16. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันรู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งในสังคมหรือชุมชนขนาดใหญ่ขึ้น	3.55	0.92	มาก
17. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันอยากที่จะลองสิ่งใหม่ๆ	3.45	0.96	มาก
18. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊ค ทำให้ฉันมีเพื่อนใหม่ไว้พูดคุยด้วย	3.41	1.01	มาก
19. ฉันเต็มใจที่จะใช้เวลาในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนเฟซบุ๊ค	3.34	0.92	ปานกลาง
20. เวลาที่ฉันออนไลน์ ฉันได้ติดต่อกับเพื่อนใหม่ๆ อยู่เสมอ	3.02	1.04	ปานกลาง
การใช้เฟซบุ๊คเพื่อรักษาความสัมพันธ์ (Maintained)	**3.66**	**0.73**	**มาก**
21. ฉันสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่อื่นจากเพื่อนสมัยเรียนได้	4.01	0.96	มาก
22. เป็นเรื่องที่ง่ายมากหากจะใช้เฟซบุ๊คในการชวนเพื่อนสมัยเรียนมารวมตัวกันในงานเลี้ยงรุ่น	3.97	0.96	มาก
23. ถ้าจำเป็น ฉันสามารถขอให้เพื่อนสมัยเรียนให้การช่วยเหลือในเรื่องเล็กๆ น้อยๆ	3.59	0.94	มาก
24. ฉันสามารถที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับงานหรือการฝึกงานจากเพื่อนที่รู้จักคุ้นเคยกัน	3.52	0.94	มาก
25. ถ้าฉันไปเที่ยวต่างเมือง ฉันสามารถที่จะไปพักอาศัยอยู่กับเพื่อนที่คุ้นเคยกัน	3.20	0.99	ปานกลาง

5. คุณภาพชีวิต (Psychological Well-being)

คุณภาพชีวิต เป็นการวัดระดับความสุขและความพึงพอใจในชีวิตจากการดำรงชีวิตในปัจจุบัน (offline) ซึ่งทำการศึกษาระดับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้เฟซบุ๊คมีความสุขและความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (3.97) ซึ่งด้านที่มีความสุข

และความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับมาก คือ ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (4.42) ส่วนด้านที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีอยู่ในระดับค่อนข้างมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (4.18) การยอมรับตนเอง (3.88) ความเป็นอิสระ (3.71) และความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม (3.66) หากจะพิจารณาแยกตามรายด้าน พบว่า

ด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สำหรับฉันแล้ว ชีวิตคือกระบวนการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง และการเติบโตก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง (4.59) รองลงมาคือ ฉันคิดว่ามันเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความท้าทายในการคิดเกี่ยวกับตัวเองและโลกใบนี้ (4.25)

ด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ฉันไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและไว้วางใจซึ่งกันและกันกับผู้อื่นเลย (4.36) รองลงมาคือ การรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนมเป็นเรื่องที่ยากและสร้างความอึดอัดใจให้กับฉัน (4.01)

ด้านการยอมรับตนเอง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เมื่อนึกถึงช่วงชีวิตที่ผ่านมาของฉัน ฉันพึงพอใจกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น (3.91) รองลงมาคือ ฉันชอบบุคลิกลักษณะที่ฉันเป็นเกือบทุกด้าน (3.85)

ด้านความเป็นอิสระ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ฉันตัดสินเกี่ยวกับตัวเอง (ว่าฉันถูกหรือผิด) โดยยึดเอาสิ่งที่ฉันคิดว่ามันสำคัญเป็นหลัก ไม่ใช่จากสิ่งที่คนอื่นให้คุณค่าและคิดว่ามันสำคัญ (3.72) รองลงมาคือ ฉันเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเอง แม้ว่าความคิดเห็นนั้นจะขัดแย้งกับคนส่วนใหญ่ (3.69)

ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โดยทั่วไปแล้ว ฉันรู้สึกว่าฉันสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตของตนเองได้ (4.17) รองลงมาคือ ฉันค่อนข้างเก่งในการจัดการภารกิจต่างๆ ในแต่ละวัน (3.85) ดังตารางที่ 4.5

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า การที่ผู้ใช้เฟซบุ๊คจะมีคุณภาพชีวิตที่ดี จะเกิดจากการให้ความสำคัญกับด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (Personal Growth) ที่เน้นการเรียนรู้ที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับตนเอง ผ่านกระบวนการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง การค้นหาประสบการณ์ใหม่ และสร้างความท้าทายในการคิดเกี่ยวกับตนเองและผู้อื่น การให้ความสำคัญกับการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Positive Relation with others) โดยจะมีความพยายามรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนมสร้างประสบการณ์ที่ดี และการให้ความไว้วางใจต่อผู้อื่น ด้านการยอมรับตนเอง (Self-acceptance) คือ การที่มีความรู้สึกพึงพอใจกับสิ่งต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิตและชอบบุคลิกลักษณะของตนเอง ด้านความรู้สึกถึงความมีอิสระ (Autonomy) คือ มีความสามารถ

ในการตัดสินใจด้วยตนเองและเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเอง แม้จะขัดแย้งกับผู้อื่น นอกจากนั้น ผู้ใช้ยังสามารถจัดการกับสิ่งแวดล้อมได้ (Environmental Mastery โดยสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ได้ และเชื่อมั่นว่า ตนเองเก่งในการจัดการภารกิจต่างๆ ในแต่ละวัน

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพชีวิต

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสุขและความพึงพอใจ
ความเป็นอิสระ (autonomy)	**3.71**	**1.10**	**ค่อนข้างมาก**
1. ฉันตัดสินเกี่ยวกับตัวเอง (ว่าฉันถูกหรือผิด) โดยยึดเอาสิ่งที่ฉันคิดว่ามันสำคัญเป็นหลัก ไม่ใช่จากสิ่งที่คนอื่นให้คุณค่าและคิดว่ามันสำคัญ	3.72	1.20	ค่อนข้างมาก
2. ฉันเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเอง แม้ว่าความคิดเห็นนั้นจะขัดแย้งกับคนส่วนใหญ่	3.69	1.23	ค่อนข้างมาก
ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม (environmental Mastery)	**3.66**	**0.87**	**ค่อนข้างมาก**
3. โดยทั่วไปแล้ว ฉันรู้สึกว่าฉันสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตของตนเองได้	4.17	1.06	ค่อนข้างมาก
4. ฉันค่อนข้างเก่งในการจัดการภารกิจต่างๆ ในแต่ละวัน	3.85	1.06	ค่อนข้างมาก
ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (personal growth)	**4.42**	**1.01**	**มาก**
5. สำหรับฉันแล้ว ชีวิตคือกระบวนการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง และการเติบโตก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง	4.59	1.10	มาก
6. ฉันคิดว่ามันเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความท้าทายในการคิดเกี่ยวกับตัวเองและโลกใบนี้	4.25	1.13	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสุขและความพึงพอใจ
การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Positive Relations with others)	**4.18**	**1.15**	**ค่อนข้างมาก**
7. ฉันไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและไว้วางใจซึ่งกันและกันกับผู้อื่นเลย*	4.36	1.34	มาก
8. การรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนมเป็นเรื่องที่ยากและสร้างความอึดอัดใจให้กับฉัน*	4.01	1.24	ค่อนข้างมาก
การยอมรับตนเอง (self-acceptance)	**3.88**	**1.14**	**ค่อนข้างมาก**
9. เมื่อนึกถึงช่วงชีวิตที่ผ่านมาของฉัน ฉันพึงพอใจกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น (16)	3.91	1.23	ค่อนข้างมาก
10. ฉันชอบบุคลิกลักษณะที่ฉันเป็นเกือบทุกด้าน	3.85	1.25	ค่อนข้างมาก
รวม	**3.97**	**0.58**	**ค่อนข้างมาก**

หมายเหตุ เนื่องจากเป็นคำถามเชิงลบ (reverse question) ค่าเฉลี่ยที่ได้ เป็นค่าคะแนนที่ได้มาจากคะแนนจากแบบสอบถามที่มีการแปลงค่ากลับ นั่นคือ หากในแบบสอบถามตอบค่าคะแนนมาก จะหมายถึง ไม่เห็นด้วยกับข้อคำถาม ดังนั้น หากค่าเฉลี่ยที่ได้มีค่าสูง แปลว่า มีคุณภาพชีวิตด้านนี้สูง

6. ข้อมูลส่วนบุคคล

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊ค (Facebook Users) จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 62.5 และ 37.5 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่ มีอายุ 25-34 ปี (ร้อยละ 43) และอายุ 16-34 ปี (ร้อยละ 39.9) และยังไม่มีรายได้ (ร้อยละ 40) สำหรับด้านการศึกษาจะอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.3) ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	150	37.5
	หญิง	250	62.5
อายุ	13-15 ปี	71	17.8
	16-24 ปี	157	39.3
	25-34 ปี	172	43.0
รายได้	ยังไม่มีรายได้	160	40.0
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	85	21.3
	15,001-30,000 บาท	115	28.8
	30,001-50,000 บาท	30	7.5
	มากกว่า 50,000 บาท	10	2.5
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	153	38.3
	ปริญญาตรี	201	50.3
	ปริญญาโท	44	11.0
	ปริญญาเอก	2	0.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจหรือการวิเคราะห์ปัจจัยเป็นวิธีการที่ใช้จับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่ม (Factor) เดียวกัน ซึ่งตัวแปรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงบวกหรือทิศทางเชิงลบก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่คนละกลุ่ม (Factor) จะไม่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา (2551, น. 4)

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อจัดกลุ่มความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากแต่ละตัวแปรนั้น เป็นการนำมาตรวัดที่มีมาก่อนหน้ามาทำการแปลความหมายเป็นข้อความภาษาไทย ซึ่งอาจส่งผลให้ลักษณะของข้อคำถาม (ตัวแปรย่อย) มีความซ้ำซ้อนกันได้ ผู้วิจัยจึงต้องการจะลดจำนวนตัวแปรหลายๆ ตัวให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อแสวงหาปัจจัยร่วมที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่างๆ ทำให้เข้าใจลักษณะของข้อมูลได้ง่ายและสะดวกในการแปลผลการวิจัย และสามารถนำโครงสร้างของ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและตัวแปรไปใช้สร้างคะแนนปัจจัย (Factor Score) ซึ่งคะแนนที่ได้นี้เปรียบเสมือนค่าของตัวแปรตัวใหม่ที่ประกอบด้วยตัวแปรเดิมหลายๆ ตัว

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรทั้ง 4 ซึ่งประกอบด้วย การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objective) ทุนทางสังคม (Social Capital) และคุณภาพชีวิต (Psychological Well-being) มีดังนี้

การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) ทุนทางสังคม (Social Capital) และคุณภาพชีวิต (Psychological Well-being) มีจำนวนองค์ประกอบเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีที่ได้ทบทวนมาก่อนหน้านี้

ในขณะที่ เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objective) แม้ว่าจะมี 6 องค์ประกอบตามแนวคิดทฤษฎี แต่ได้มีการจัดองค์ประกอบใหม่ โดยในตัวแปรย่อย “การรับรู้ข้อมูลในสังคม” (Social Information) ได้ถูกนำไปรวมไว้กับองค์ประกอบที่ 3 การสร้างสังคม (Sociability) ส่วนตัวแปรย่อย 3 ตัว ได้แก่ “การหลีกหนีจากสิ่งที่กำลังทำอยู่ (เช่น งาน การบ้าน ฯลฯ) ความต้องการถ่วงเวลาจากสิ่งที่ควรจะทำ และการหลีกเลี่ยงจากความกดดันและภาระหน้าที่ต่างๆ” ซึ่งอยู่ในตัวแปร การใช้เวลาว่าง (Pastime) ได้ถูกนำมาจัดองค์ประกอบใหม่คือ องค์ประกอบที่ 6 ชื่อการหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดัน (Escape and Pressure) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ตัวแปร	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ตัวแปรย่อย
การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)	1. ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนา (Depth)	2.745	1. ความรู้สึกมั่นใจและเชื่อใจในตัวเพื่อนได้เกือบทุกๆ เรื่อง 2. การบอกความลับหรือเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรู้ ซึ่งเพื่อนจะไม่มีวันรู้จากแหล่งอื่น 3. การบอกเพื่อนเสมอว่าชอบอะไรในตัวเขา 4. การบอกความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองให้เพื่อนได้รับรู้ 5. การรู้สึกสนิทกับเพื่อนค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ตัวแปรย่อย
	2. ความหลากหลายในหัวข้อสนทนา (Breadth)	2.386	1. การพูดคุยกันได้หลายเรื่องหลายประเด็น 2. การพูดคุยกันในเรื่องต่างๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องที่อยู่ภายในหัวข้อกระดานสนทนา 3. การพูดคุยกันโดยเริ่มจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งเสมอ
เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค (Objectives)	1. การแสดงอารมณ์ความรู้สึก (affection)	3.539	1. ให้กำลังใจสนับสนุนเพื่อน 2. ช่วยเหลือเพื่อน 3. ให้เพื่อนรู้ว่าเรามีรู้สึกห่วงใยและสนใจความเป็นไปของเขา 4. ขอบคุณผู้คนต่างๆ 5. ให้เพื่อนรู้ว่าเรารู้สึกกังวลใจ เป็นทุกข์เป็นร้อนไปกับเพื่อน
	2. การติดตามแฟชั่น (Fashion)	2.561	1. ให้ดูเป็นคนทันสมัย 2. ไม่ให้ดูเป็นคนล้าสมัย 3. เป็นผู้นำแฟชั่น
	3. การสร้างสังคม (Sociability)	2.526	1. การพบปะพูดคุยกับคนหน้าใหม่ๆ 2.การสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ 3. ความรู้สึกยับยั้งน้อยลงในการคุยกับคนแปลกหน้า 4. รู้สึกมีส่วนร่วมในเรื่องราวต่างๆ และความเป็นไปของคนอื่น

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ตัวแปรย่อย
	4. การใช้เวลาว่าง (Pastime)	2.427	1. ช่วยสร้างความสนุกสนาน 2. ช่วยให้ใช้เวลาพักผ่อนอย่างเพลิดเพลิน 3. ช่วยให้ผ่อนคลาย 4. ช่วยสร้างความบันเทิงให้
	5. การแก้ปัญหา (Share Problems)	2.319	1. ช่วยระบายปัญหาของตนเองให้กับบางคนได้รับฟัง 2. ช่วยทำให้เราลืมปัญหาของตัวเอง 3. ช่วยให้มีใครสักคนพูดคุยด้วย
	6. การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดัน (Escape and Pressure)	2.284	1. การหลีกหนีจากสิ่งที่กำลังทำอยู่ (เช่น งาน การบ้าน ฯลฯ) 2. ความต้องการถ่วงเวลาจากสิ่งที่ควรจะทำ 3. การหลีกเลี่ยงจากความกดดันและภาระหน้าที่ต่างๆ
ทุนทางสังคม (Social Capital)	1. การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Bridging)	5.253	1. ทุกคนในโลกล้วนเชื่อมโยงถึงกัน 2. สนใจว่าคนที่แตกต่างจากเราเขาคิดอะไรหรือคิดอย่างไร 3. เกิดความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ในโลกมากขึ้น 4. รู้สึกเชื่อมโยงกับสถานการณ์ภาพรวมที่ใหญ่ขึ้นหรือกว้างขึ้น

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ตัวแปรย่อย
			5. รู้สึกสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นไกลตัวได้มากขึ้น 6. รู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งในสังคมหรือชุมชนขนาดใหญ่ขึ้น 7. รู้สึกเต็มใจที่จะใช้เวลาในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนเฟซบุ๊ค 8. รู้สึกอยากที่จะลองสิ่งใหม่ๆ 9. มีเพื่อนใหม่ไว้พูดคุยด้วย
	2. การกระชับความสัมพันธ์ (Bonding)	3.980	1. เพื่อนในเฟซบุ๊คยินดีที่จะแบ่งเงินแม้เพียงน้อยนิดที่มีอยู่ให้ฉันใช้ด้วย 2. เพื่อนในเฟซบุ๊คสามารถที่จะเสี่ยงเอาชื่อเสียงของตัวเองเข้าแลกเพื่อปกป้องเรา 3. เพื่อนในเฟซบุ๊คต่างเป็นคนที่ฉันสามารถขอให้เป็นบุคคลอ้างอิงเพื่อรับรองฉันเมื่อสมัครงานได้ 4. เพื่อนบางคนในเฟซบุ๊คสามารถขอยืมเงินได้ 5. เพื่อนในเฟซบุ๊คจะสามารถช่วยเราต่อสู้กับความไม่เป็นธรรมได้ 6. เพื่อนในเฟซบุ๊คเชื่อใจได้ว่าพวกเขาจะช่วยแก้ปัญหาให้ได้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ตัวแปรย่อย
	3. การรักษาความสัมพันธ์ (Maintained)	2.877	1. สามารถที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับงานหรือการฝึกงานจากเพื่อนที่รู้จักคุ้นเคยกัน 2. ถ้าจำเป็นสามารถขอให้เพื่อนสมัยเรียนให้การช่วยเหลือในเรื่องเล็กๆ น้อยๆ 3. ถ้าไปเที่ยวต่างเมืองสามารถที่จะไปพักอาศัยอยู่กับเพื่อนที่คุ้นเคยกัน 4. เป็นเรื่องที่ง่ายมากหากจะใช้เฟซบุ๊คในการชวนเพื่อนสมัยเรียนมารวมตัวกันในงานเลี้ยงรุ่น 5. สามารถติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นที่อื่นจากเพื่อนสมัยเรียนได้
คุณภาพชีวิต (Psychological Well-being)	1. การยอมรับตนเอง (Self-acceptance)	1.744	1. มีความพึงพอใจกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น 2. ชอบบุคลิกลักษณะที่ตัวเองเป็นเกือบทุกด้าน
	2. ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล (Personal Growth)	1.179	1. ชีวิตคือกระบวนการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง และการเติบโตก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง 2. การค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างความท้าทายในการคิดเกี่ยวกับตัวเองและโลกใบนี้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ตัวแปรย่อย
	3. ความเป็นอิสระ (Autonomy)	1.712	1. เกิดเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเอง แม้ว่าความคิดเห็นนั้นจะขัดแย้งกับคนส่วนใหญ่ 2. การตัดสินเกี่ยวกับตัวเอง (ว่าถูกหรือผิด) โดยยึดเอาสิ่งที่เราคิดว่าสำคัญเป็นหลัก ไม่ใช่จากสิ่งที่คนอื่นให้คุณค่าและคิดว่ามันสำคัญ
	4. สัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (Positive Relations with others)*	1.616	1. การรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนมเป็นเรื่องที่ยากและสร้างความอึดอัดใจให้กับตัวอง 2. ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและไว้วางใจซึ่งกันและกันกับผู้อื่นเลย
	5. ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Mastery)	1.357	1. ตัวเองค่อนข้างเก่งในการจัดการภารกิจต่างๆ ในแต่ละวันและโดยทั่วไปแล้ว 2. รู้สึกว่าตัวเองสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้

หมายเหตุ reverse question

ส่วนที่ 3 ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมติฐานหลักข้อที่ 1 การใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

1.1 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

1.2 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

1.3 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	.001	.000	.161	3.173	.002*
ความบ่อยครั้ง	.039	.045	.044	.871	.384
ค่าคงที่ (constant)	-.314	.198		-1.584	.114
Multiple R =	.176		Standard Error = .986		
R^2 =	.031		F = 6.322 Sig. = .002*		
Adjust R^2 =	.026				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 พบว่า ตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ในขณะที่ ตัวแปรความบ่อยครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ โดยตัวแปรทั้งสองสามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 3.1 (R^2=.031)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) ตัวแปรระยะเวลาและความบ่อยครั้งมีค่า Beta เท่ากับ .001 และ .039 ตามลำดับ ทั้งนี้ จะเห็นว่า ระยะเวลาในการใช้มีผลเชิงบวกต่อทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ นั่นคือ ถ้ามีระยะเวลาในการใช้งานมากจะก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงสูงตามไปด้วย

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1.1 ที่ระบุว่า ระยะเวลาในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ แต่ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า ความบ่อยครั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	.000	.000	.049	.949	.343
ความบ่อยครั้ง	-.008	.046	-.009	-.171	.865
ค่าคงที่ (constant)	-.009	.201		-.046	.963
Multiple R =	.048		Standard Error = 1.00		
R^2 =	.002		F = .451 Sig. = .637		
Adjust R^2 =	-.003				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 พบว่า ตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานและตัวแปรความบ่อยครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ โดยเมื่อพิจารณาจากค่า F พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.2 ที่ระบุว่า ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ระยะเวลาในการใช้	.000	.000	.070	1.357	.176
ความบ่อยครั้ง	-.030	.046	-.034	-.658	.511
ค่าคงที่ (constant)	.069	.201		.345	.730
Multiple R =	.070	Standard Error = 1.00			
R^2 =	.005	F = .989 Sig. = .373			
Adjust R^2 =	.000				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 พบว่า ตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานและตัวแปรความบ่อยครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ โดยเมื่อพิจารณาจากค่า F พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1.3 ที่ระบุว่า ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

สมติฐานหลักข้อที่ 2 การเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

2.1 ความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

2.2 ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

2.3 ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ความหลากหลายในหัวข้อสนทนา	.320	.047	.320	6.736	.000*
ค่าคงที่ (constant)	.000	.047		.000	1.000
Multiple R =	.320		Standard Error = .948		
R^2 =	.102		F = 45.367 Sig. = .000*		
Adjust R^2 =	.100				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1 พบว่า ตัวแปรความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ โดยสามารถพยากรณ์การเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 10.2 (R^2=.102)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ตัวแปรความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีค่า Beta เท่ากับ .320 ทั้งนี้ จะเห็นว่า ความหลากหลายในหัวข้อสนทนามีผลเชิงบวกต่อทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ นั่นคือ ถ้าหัวข้อในการสนทนามีความหลากหลายมากจะก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์สูงตามไปด้วย

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2.1 ที่ระบุว่า ความหลากหลายในหัวขอสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนา	.401	.046	.401	8.722	.000*
ค่าคงที่ (constant)	.000	.046		.0001	1.000
Multiple R =	.401		Standard Error = .917		
R^2 =	.160		F = 76.073 Sig. = .000*		
Adjust R^2 =	.158				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2 พบว่า ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ โดยตัวแปรสามารถพยากรณ์การเกิดทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 16 (R^2=.160)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) ตัวแปรความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีค่า Beta เท่ากับ .401 ทั้งนี้ จะเห็นว่า ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีผลเชิงบวกต่อทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ นั่นคือ ถ้าหัวข้อในการสนทนามีความลึกซึ้งมากจะก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มากขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2.2 ที่ระบุว่า ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนา	.088	.050	.088	1.761	.079
ค่าคงที่ (constant)	.000	.05		.000	1.000
Multiple R =	.088		Standard Error = .997		
R^2 =	.008		F = 3.102 Sig. = .079		
Adjust R^2 =	.005				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.3 พบว่า ความลึกซึ้งในหัวข้อสนทนาไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ โดยเมื่อพิจารณาจากค่า F พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 2.3 ที่ระบุว่า ความลึกซึ้งในหัวขอสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

สมติฐานหลักข้อที่ 3 เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 6 ข้อคือ

3.1 การใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.2 การแสดงอารมณ์ ความรู้สึกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

3.3 การติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.4 การแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

3.5 การสร้างสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3.6 การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการใช้เวลาว่าง การแก้ไขปัญหา และการติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
การใช้เวลาว่าง	.295	.046	.295	6.357	.000*
การสร้างสังคม	.222	.046	.222	4.791	.000*
การติดตามแฟชั่น	.112	.046	.112	2.420	.016*
ค่าคงที่ (constant)					
Multiple R =	.386		Standard Error = .926		
R^2 =	.149		F = 23.075 Sig. = .000*		
Adjust R^2 =	.142				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ได้แก่ การใช้เวลาว่าง การสร้างสังคม และการติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ โดยตัวแปรกลุ่มนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 14.9 (R^2= .149)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ตัวแปรการใช้เวลาว่าง มีค่า Beta มากที่สุดคือ .295 รองลงมาคือ การสร้างสังคม และการติดตามแฟชั่น มีค่าเท่ากับ.222 และ .112 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัว มีผลเชิงบวกต่อทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ นั่นคือ ถ้ามีแรงจูงใจมากในการใช้งานด้วยเหตุผลทั้ง 3 ข้อจะก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงสูงความสัมพันธ์ตามไปด้วย

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3.1 3.3 และ 3.5 ที่ระบุว่า การใช้เวลาว่าง การติดตามแฟชั่น และการสร้างสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการแสดงอารมณ์ความรู้สึกและการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก	.090	.050	.090	1.795	.073
การแก้ไขปัญหา	.083	.050	.083	1.668	.096
ค่าคงที่ (constant)	.000	.050		.000	1.000
Multiple R =	.122		Standard Error = .995		
R^2 =	.015		F = 3.005 Sig. = .051		
Adjust R^2 =	.010				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค ได้แก่ การแสดงอารมณ์ความรู้สึก และการแก้ไขปัญหาไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ โดยเมื่อพิจารณาจากค่า F พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3.2 และ 3.4 ที่ระบุว่า การแสดงอารมณ์ความรู้สึก และการแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดัน	-.032	.050	-.032	-.630	.529
ค่าคงที่ (constant)	.000	.050		.000	1.000
Multiple R =	.032		Standard Error = 1.00		
R^2 =	.001		F = .397 Sig. = .529		
Adjust R^2 =	-.002				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค คือ การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันไม่มีความสัมพันธ์กับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ โดยเมื่อพิจารณาจากค่า F พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผลจากศึกษาจึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3.6 ที่ระบุว่า การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์

สมติฐานหลักข้อที่ 4 ทุนทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 3 ข้อคือ

4.1 รูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง และ 5) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.2 รูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง และ 5) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.3 รูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระ 2) ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม 3) ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล 4) การยอมรับตนเอง และ 5) การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระ

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	.100	.049	.100	2.035	.042*
แบบกระชับความสัมพันธ์	.164	.049	.164	3.319	.001*
แบบรักษาความสัมพันธ์	.028	.049	.028	.563	.574
ค่าคงที่ (constant)	.000	.049		.000	1.000
Multiple R =	.194	Standard Error = .984			
R^2 =	.038	F = 5.159 Sig. = .002*			
Adjust R^2 =	.030				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระ โดยตัวแปรกลุ่มนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดคุณภาพชีวิติด้านความเป็นอิสระได้ร้อยละ 3.8 (R^2= .038)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ มีค่า Beta มากที่สุดคือ .164 รองลงมาคือ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ .100 และ .028 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระ นั่นคือ ถ้ามีทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มากจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระสูงตามไปด้วย

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	.027	.049	.027	.552	.581
แบบกระชับความสัมพันธ์	.138	.049	.138	2.809	.005*
แบบรักษาความสัมพันธ์	.149	.049	.149	3.021	.003*
ค่าคงที่ (constant)	.000	.049		.000	1.000
Multiple R =	.205		Standard Error = .982		
R^2 =	.042		F = 5.772 Sig. = .001*		
Adjust R^2 =	.035				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์และทุนทางสังคมกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยตัวแปรกลุ่มนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดคุณภาพชีวิติด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 4.2 (R^2= .042)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ มีค่า Beta มากที่สุดคือ .149 รองลงมาคือ ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ .138 และ .027 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่า ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิตด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม นั่นคือ ถ้ามีทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มากจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมสูงตามไปด้วย

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	.478	.042	.478	11.438	.000*
แบบกระชับความสัมพันธ์	-.067	.042	-.067	-1.611	.108
แบบรักษาความสัมพันธ์	.272	.042	.272	6.496	.000*
ค่าคงที่ (constant)	.000	.042		.000	1.000
Multiple R =	.554		Standard Error = .835		
R^2 =	.307		F = 58.541 Sig. = .000*		
Adjust R^2 =	.302				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมรักษาความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล โดยตัวแปรกลุ่มนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดคุณภาพชีวิติความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ได้ร้อยละ 30.7 (R^2= .307)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ มีค่า Beta มากที่สุดคือ .478 รองลงมาคือ ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ .272 และ -.067 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิตด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล นั่นคือ ถ้ามีทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มากจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคลสูงตามไปด้วย

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	.079	.049	.079	1.616	.107
แบบกระชับความสัมพันธ์	-.217	.049	-.217	-4.446	.000*
แบบรักษาความสัมพันธ์	-.064	.049	-.064	-1.302	.194
ค่าคงที่ (constant)	.000	.049		.000	1.000
Multiple R =	.239		Standard Error = .974		
R^2 =	.057		F = 8.025 Sig. = .000*		
Adjust R^2 =	.050				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า มีเพียงทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น โดยตัวแปรกลุ่มนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดคุณภาพชีวิติด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นได้ ร้อยละ 5.7 (R^2= .057)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ มีค่า Beta มากที่สุดคือ .079 รองลงมาคือ ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบกระชับสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ -.064 และ -.217 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่า ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงลบคุณภาพชีวิตด้านการ

มีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นได้ นั่นคือ ถ้ามีทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มากจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นลดลงได้

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ของรูปแบบของทุนทางสังคมกับคุณภาพชีวิตด้านการยอมรับตนเอง

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์	.116	.049	.116	2.366	.018*
แบบกระชับความสัมพันธ์	.152	.049	.152	3.099	.002*
แบบรักษาความสัมพันธ์	.073	.049	.073	1.488	.138
ค่าคงที่ (constant)	.000	.049		.000	1.000
Multiple R =	.205		Standard Error = .982		
R^2 =	.042		F = 5.806 Sig. = .001*		
Adjust R^2 =	.035				

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมกระชับความสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตด้านการยอมรับตนเอง โดยตัวแปรกลุ่มนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์การเกิดคุณภาพชีวิตด้านการยอมรับตนเองได้ ร้อยละ 4.2 (R^2= .042)

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta coefficient) พบว่า ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ มีค่า Beta มากที่สุดคือ .152 รองลงมาคือ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบรักษาสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ .116 และ .073 ตามลำดับ ซึ่งอธิบายได้ว่า ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิตด้านการยอมรับตนเอง นั่นคือ ถ้ามีทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์และทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์มากจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตด้านการยอมรับตนเองสูงตามไปด้วย

ดังนั้น ผลจากศึกษาในตารางที่ 4.17-4.21 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานหลักข้อที่ 4 ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 4.1 กำหนดว่า รูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า ยอมรับสมมติฐานเฉพาะ 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ ด้านการยอมรับตนเองและด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล และปฏิเสธสมมติฐานด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

สมมติฐานข้อที่ 4.2 กำหนดว่า รูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการยอมรับตนเอง และปฏิเสธสมมติฐานด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคลและด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น อย่างไรก็ตาม แม้ด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นจะไม่พบความสัมพันธ์เชิงบวกแต่กลับพบความสัมพันธ์เชิงลบ นั่นคือ หากมีความสัมพันธ์ ใกล้ชิดกันมากจะส่งผลให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันลดลง

สมมติฐานข้อที่ 4.3 กำหนดว่า รูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน พบว่า ยอมรับสมมติฐานเฉพาะ 2 ด้านคือ ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล และปฏิเสธสมมติฐาน 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ ด้านการยอมรับตนเอง และด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

ตารางที่ 4.22 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานหลัก	สมมติฐานย่อย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม	1.1 ระยะเวลาในการใช้งาน และความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง	ยอมรับสมมติฐานเฉพาะระยะเวลาในการใช้งาน
	1.2 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

สมมติฐานหลัก	สมมติฐานย่อย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	1.3 ระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. การเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม	2.1 ความหลากหลายของหัวข้อในการสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง	ยอมรับสมมติฐาน
	2.2 ความลึกซึ้งของหัวข้อในการสนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์	ยอมรับสมมติฐาน
	2.3 ความลึกซึ้งของหัวข้อในการสนทนาที่สนทนามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊คมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทุนทางสังคม	3.1 การใช้เวลาว่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง	ยอมรับสมมติฐาน
	3.2 การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
	3.3 การติดตามแฟชั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง	ยอมรับสมมติฐาน
	3.4 การแก้ไขปัญหามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

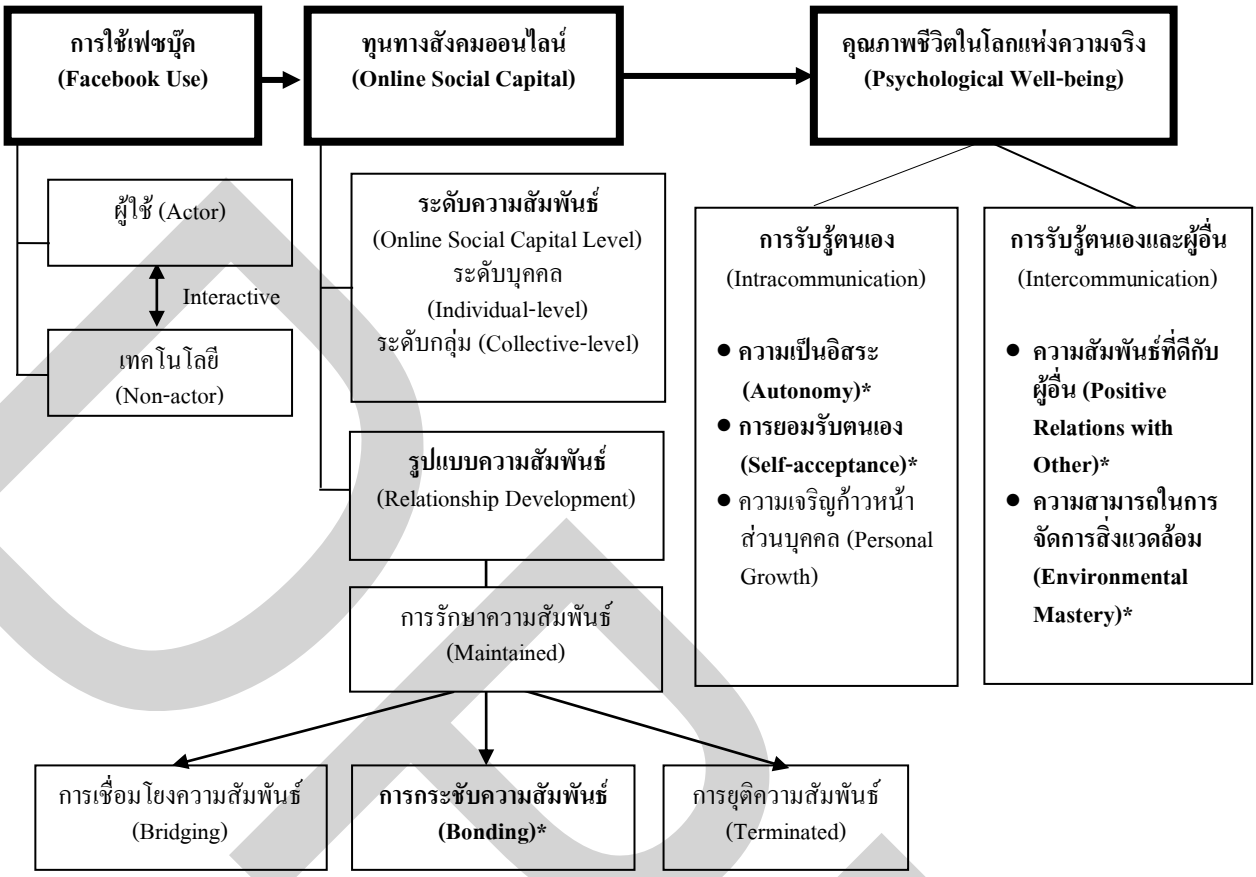
สมมติฐานหลัก	สมมติฐานย่อย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	3.5 การสร้างสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยง	ยอมรับสมมติฐาน
	3.6 การหลีกหนีจากความรับผิดชอบและความกดดันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. ทุนทางสังคมความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิตทั้ง 5 ด้าน	4.1. ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน	- ยอมรับสมมติฐาน 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ ด้านการยอมรับตนเองและด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล - ปฏิเสธสมมติฐานด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น
	4.2 ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน	- ยอมรับสมมติฐาน 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมและด้านการยอมรับตนเอง - ปฏิเสธสมมติฐานด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคลและด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

สมมติฐานหลัก	สมมติฐานย่อย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	4.3 ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน	- ยอมรับสมมติฐาน 2 ด้านคือ ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล - ปฏิเสธสมมติฐาน 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ ด้านการยอมรับตนเอง และด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

4.3 ส่วนที่ 3 แบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

ผลจากการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 2 และ3 ผู้วิจัยได้ทำการนำผลดังกล่าวมาทำการ วิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยนำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ จึงสามารถสร้างแบบจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 2.11 แบบจำลองสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

แบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการอธิบายถึงปรากฏการณ์การสื่อสารที่สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีแนวคิดว่า ความสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มที่เกิดจากการใช้เฟซบุ๊คจะสามารถก่อเกิดเป็นทุนทางสังคมออนไลน์ได้ ซึ่งทุนทางสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้ใช้ดี ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้อธิบายความสัมพันธ์ของแบบจำลองดังต่อไปนี้

การใช้เฟซบุ๊ค เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์ (Actor) และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์ (Non-actor)โดยมีข้อตกลงร่วมกันในการสื่อความหมายหรือการใช้สัญญะทางการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้ ผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์ คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊ค ส่วนผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์คือ เทคโนโลยีหรือสื่อเครือข่ายสังคม (เฟซบุ๊ค) ซึ่งผู้ใช้จะมีบทบาทในการแสดงเจตนาหรือความต้องการในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอาศัยสัญลักษณ์ ข้อความ หรือเครื่องมือต่างๆ ที่อยู่บนเว็บไซต์ในการโต้ตอบกับคู่สื่อสาร โดยผู้ใช้ต่างจะมีเข้าใจตรงกันถึงการตีความหมายของการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการกดไลค์ การแบ่งปัน

หรือแสดงความคิดเห็น ซึ่งผลจากการมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะก่อให้เกิดทุนทางสังคม 2 ระดับคือ ระดับบุคคล (Individual level) ซึ่งเกิดจากการสื่อสารระหว่างเพื่อนกับเพื่อน (Personal Profile) และระดับบุคคล (Collective level) ซึ่งเกิดจากการสื่อสารระหว่างกลุ่มทางสังคมอย่างเฟซบุ๊คแฟนเพจ (Fanpage) และการมีปฏิสัมพันธ์ในการใช้เฟซบุ๊คจะก่อให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ 4 แบบคือ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ การกระชับความสัมพันธ์ การยุติความสัมพันธ์และการรักษาความสัมพันธ์ ทั้งนี้ รูปแบบของการรักษาความสัมพันธ์จะเป็นปรากฏเกิดขึ้น ในทุกช่วงของความสัมพันธ์นั้นคือ ตั้งแต่เริ่มมีความสัมพันธ์และพัฒนาไปสู่การสิ้นสุดความสัมพันธ์ เนื่องจาก การรักษาความสัมพันธ์นั้นจะเป็นความพยายามในการสื่อสารเพื่อคงความสัมพันธ์ให้มีอยู่ต่อเนื่องหรืออย่างน้อยก็ไม่ต้องยุติความสัมพันธ์ ดังนั้น เฟซบุ๊คจึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและ สนับสนุนให้เกิดการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์

นอกจากนั้น แบบจำลองข้างต้น ยังได้อธิบายถึงผลจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านเฟซบุ๊ค (ทุนทางสังคมออนไลน์) ว่า สามารถทำให้คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงดีขึ้น 2 ลักษณะคือ ด้านการรับรู้และเข้าใจตนเองดีขึ้น ได้แก่ รู้สึกถึงความมีอิสระ เกิดการยอมรับตนเองและรับรู้ถึงความเจริญก้าวหน้าของตนเอง และด้านการรับรู้และเข้าใจผู้อื่นที่สามารถทำให้เกิดการปรับตัวเข้าหากันในชีวิตประจำวันได้ดีขึ้น เช่น สามารถจัดการกับปัญหาต่างๆได้ และมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นแต่ละรูปแบบของสัมพันธ์จะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพชีวิตแต่ละด้านที่แตกต่างกัน นั่นเป็นเพราะรูปแบบของความเกี่ยวพันทางสังคม (social ties) ของบุคคลหรือกลุ่มของผู้ใช้มีความแน่นแฟ้นและมีจุดมุ่งหมายของความสัมพันธ์ต่างกัน ทั้งนี้ ควรใช้ความสำคัญกับความสัมพันธ์แบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding) มากที่สุด เนื่องจากลักษณะของความเกี่ยวพันทางสังคมจะก่อให้เกิดความแน่นแฟ้น ผูกพันของระหว่างบุคคลและกลุ่มของเครือข่าย สร้างความมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน อีกทั้ง ผลของความสัมพันธ์จะช่วยส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงดีขึ้น นั่นคือ หากผู้ใช้มีความใกล้ชิด สนิทสนมกันมากจะทำให้ผู้ใช้รับรู้ถึงความเป็นอิสระ เกิดการยอมรับตนเองมากขึ้นและสามารถควบคุมหรือจัดการกับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี แต่อย่างไรก็ตาม ต้องพึ่งระวังว่า ระดับของความใกล้ชิด สนิทกันมาก อาจส่งผลต่อการทุนทางสังคมคมเป็นลบ นั่นคือ สร้างการปิดกั้นบุคคลอื่นเข้าสู่สังคมของตน หรือการสร้างความแปลกแยกจากคนอื่น จนถูกโดดเดี่ยวในสังคม ดังนั้น ในฐานะของผู้ใช้จึงควรควรระมัดระวังในการมีสัมพันธภาพกับบุคคลในเครือข่ายสังคม โดยต้องมีวิจารณญาณในการสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์อย่างเหมาะสมเพื่อให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกลายเป็นทุนทางสังคมออนไลน์ที่เอื้อต่อการใช้ผลประโยชน์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมโยงของการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างโลกออนไลน์และโลกแห่งความเป็นจริง อาจเกิดการทับซ้อนกันจนบางครั้งแยกออกจากกันไม่ได้ เช่น การประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับตนเองผ่านการนำเสนอตัวตนด้วยการตกแต่งรูปภาพให้ดูสวยงาม การสร้างเรื่องราวผ่านรูปภาพให้น่าสนใจ การขึ้นสถานะเพื่อเรียกร้องความสนใจ โดยคาดหวังให้ผู้อื่นที่สื่อสารด้วยเกิดการรับรู้ แล้วตอบโต้ด้วยการกดไลค์ แบ่งปันรูปภาพ หรือให้ความคิดเห็นที่ทำให้ผู้โพสต์รู้สึกดี หรือเกิดความภูมิใจ ซึ่งปฏิสัมพันธ์เหล่านั้นจะช่วยให้เกิดการสร้างการยอมรับและความพึงพอใจในตนเอง จนในบางครั้งความเชื่อมั่นเหล่านั้นอาจใช้ไม่ได้ผลเมื่อมีการนำเสนอตัวตนที่แท้จริงที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความจริงผ่านโลกออนไลน์ เพราะไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การรับรู้ตนเองผ่านโลกออนไลน์กับโลกแห่งความจริง อาจสร้างความสับสนให้กับผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการดำเนินชีวิตในโลกแห่งความจริงได้

DPU

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊คกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative and Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ประเด็นคือ

1. เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม
2. เพื่อศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง
4. เพื่อสร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

ทั้งนี้ ในการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 จะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ส่วนการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จะได้นำผลจากการศึกษาจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 -3 มาใช้ในการสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีเพื่อสร้างแบบการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

การนำเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอตามลำดับของวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม

การใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ค (ความบ่อยครั้ง วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ลักษณะของกลุ่มเพื่อน ประเด็นที่มีการสนทนา) และระดับความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ค (ระดับความสนิท และรูปแบบการขัดแย้ง) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้

1. พฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊ค

1.1 ความบ่อยครั้ง เหตุผลในการใช้ ระยะเวลาในการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊คผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือทุกวัน ทั้งที่บ้าน โรงเรียน และที่ทำงาน โดยกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาจะใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 4-6 ชม. ในขณะที่กลุ่มวัยทำงานจะเปิดออนไลน์ไว้ตลอดเวลา และสำหรับช่วงเวลาที่เข้าใช้งานนั้นจะแตกต่างไปตามสถานภาพของแต่ละบุคคล เช่น นักเรียน นักศึกษา จะเข้าใช้งานช่วงก่อนเริ่มเข้าเรียน ช่วงพักเที่ยง และช่วงเย็นหลังเลิกเรียนตั้งแต่ช่วงเวลา 20.00-24.00 น. ในขณะที่ วัยทำงานนั้น มักจะเปิดออนไลน์อยู่ตลอดเวลา แต่จะเข้ามาเปิดอ่านเมื่อมีการแจ้งเตือน (notification) เพื่อดูว่ามีใครที่ติดต่อมาหาและติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน

นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนค่อนข้างจะมีข้อจำกัดในเรื่องเวลาในการใช้เฟซบุ๊คในช่วงเวลากลางวันหรือในวันที่มีเรียน เนื่องจากโรงเรียนไม่อนุญาตให้ใช้โทรศัพท์มือถือในขณะที่เข้าชั้นเรียน จึงจะสามารถใช้งานได้บางช่วงเวลาเท่านั้น

1.2 วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน พบว่า สามารถแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานได้ 2 ลักษณะคือ กลุ่มที่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอและกลุ่มที่เน้นการเฝ้าดูพฤติกรรมเพียงอย่างเดียว โดยกลุ่มที่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์นั้นจะมีการเลือกใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนผ่านการกดไลค์ (like) การแบ่งปัน (share) การแสดงความคิดเห็น (comment) การสนทนาออนไลน์ (chat) และการแสดงสถานะ (update status) ในขณะที่อีกกลุ่มจะมีพฤติกรรมในการเฝ้าดูพฤติกรรมของเพื่อน โดยจะไม่มีการโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นใดๆ ต่อข้อมูลข่าวสารที่อยู่เบื้องหน้า ซึ่งพฤติกรรมนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลใช้คำว่า “ส่อง” นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มที่มีพฤติกรรม “ส่อง” นานๆ ครั้งจึงจะมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน แต่จะเป็นในลักษณะของการหยอกล้อแกล้ง หรือแซว มากกว่าการให้กำลังใจหรือแสดงความเห็นใจ

1.3 ลักษณะของเพื่อน พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่มจะมีกลุ่มเพื่อนที่หลากหลาย เช่น เพื่อนสนิท เพื่อนที่โรงเรียน/ มหาวิทยาลัย เพื่อนที่ทำงาน เพื่อนเก่าสมัยเรียน เพื่อนของเพื่อน คนคุ้นเคย (คนรู้จัก) คนรัก (แฟนใหม่-แฟนเก่า) ครอบครัว พ่อแม่ ญาติพี่น้อง (นามสกุลเดียว) กลุ่มเพื่อนเที่ยว และกลุ่มเพื่อนที่เล่นเกมส์ ทั้งนี้ส่วนใหญ่การรับเป็นเพื่อน (add friend) มักจะเลือกรับเฉพาะคนที่รู้จักมาก่อนหรือเป็นเพื่อนของเพื่อน ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงของบุคคลที่อาจเป็นศัตรูต่อตนเอง แต่ก็มีบางคนที่จะรับเป็นเพื่อนกับทุกคนที่ขอเป็นเพื่อนด้วย โดยพิจารณาเลือกจากรูปภาพใน profile ว่าหน้าตาดี หรือดูดีหรือไม่ และหากรับเป็นเพื่อนแล้ว มาพบภายหลังว่า บุคคลนั้นไม่น่าสนใจหรือมีพฤติกรรมแปลกแยก เช่น tag รูปหรือ update status มากเกินไปจนน่ารำคาญ จนรับไม่ได้ ก็จะค่อยๆ ลบ หรือ บล็อก เพื่อนคนนั้นออกไป

1.4 ประเด็นที่มีการสนทนา พบว่า ส่วนใหญ่มักจะเป็นการพูดคุยกันในเรื่องงาน เรื่องการเรียน การทักทาย รวมถึงการชวนกิน ชวนเที่ยวหรือพบปะสังสรรค์ ชวนเล่นเกมส์ กรณีที่มีการสนทนาออนไลน์ (chat) มักจะเน้นพูดคุยกันในเรื่องส่วนตัว ความลับหรือการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ซึ่งไม่สามารถแสดงผ่านหน้าช่องทางแสดงสถานะได้ (wall) โดยรูปแบบของการนำเสนอประเด็นการสนทนานั้น ได้แก่ การแสดงสถานะผ่าน wall ด้วยข้อความแสดงกิจวัตรประจำวัน (กำลังทำอะไร อยู่ที่ไหนกับใคร) การโพสต์รูปภาพ (ภาพของตนเอง ภาพตัวเองที่เพื่อน tag มาให้) การโพสต์เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึก (หิว เบื่อ บ่น พร่ำเพ้อ เพราะอกหัก เศร้า เสียใจ โกรธ หงุดหงิด ไม่พอใจ) การโพสต์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสารประโยชน์หรือคำคมเพื่อสร้างกำลังใจ การโพสต์ข้อความเพื่อทักทาย หรือถามสารทุกข์สุกดิบ รวมถึง ชวนเพื่อนให้เข้าร่วมกิจกรรม โดยการโพสต์ข้อความเหล่านั้นเป็นไปเพื่อเรียกร้องความสนใจอยากให้เพื่อนเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือกดไลค์ และหากเพื่อนมีการโต้ตอบก็จะแสดงให้เห็นว่า เรื่องราวของตนเองน่าสนใจ แต่หากเพื่อนไม่สนใจหรือไม่มีใครโต้ตอบหรือตอบกลับ ก็จะเปลี่ยนประเด็นในการโพสต์ใหม่

ดังนั้น ผลจากการศึกษาจะเห็นว่า ในแต่ละช่วงอายุนั้นจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปตามสถานภาพหรือบทบาท ซึ่งอธิบายได้ว่า หากเป็นนักเรียน นักศึกษา ความถี่และระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารค่อนข้างจะมีความบ่อยครั้งมากกว่าวัยทำงาน เนื่องจากต้องพบเจอกันเป็นประจำทุกวัน และมีประสบการณ์และกิจกรรมร่วมกันมากในแต่ละวัน จึงมีเรื่องที่จะพูดคุยกันอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่วัยทำงาน ด้วยบทบาทหน้าที่จะมักจะติดต่อสื่อสารเรื่องงานเป็นส่วนใหญ่ การติดต่อสื่อสารสารจึงมักจะเกิดขึ้นเมื่อระบบมีการแจ้งเตือนหรือเมื่อถึงช่วงเวลาพัก และการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนจะเน้นไปที่การติดตามความเป็นไปของเพื่อนมากกว่าที่จะเน้นการโต้ตอบอยู่ตลอดเวลา

ส่วนเรื่องประเด็นในการสนทนานั้น แต่ละกลุ่มย่อมมีประเด็นในการสนทนาที่แตกต่างกัน หากเป็นนักเรียน นักศึกษาก็จะเน้นไปที่เรื่องการเรียน ความสวยงาม ความสัมพันธ์กับเพื่อน การปรึกษาปัญหาเรื่องความรัก ความลับ เรื่องส่วนตัว การชวนเล่นเกมส์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นที่โรงเรียน /มหาวิทยาลัย ในขณะที่ วัยทำงานนั้นจะเน้นสื่อสารเรื่องการติดต่อประสานงาน การนัดพบปะสังสรรค์ การถามสารทุกข์สุขดิบ และการชวนร่วมบริจาคหรือทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์

สำหรับเรื่องวิธีการเลือกใช้เครื่องมือในการสร้างปฏิสัมพันธ์นั้น ทุกกลุ่มมีการใช้เครื่องมือไม่แตกต่างกันคือ การขึ้นสถานะ การกดไลค์ การแบ่งปัน การแสดงความคิดเห็น การเล่นเกมส์ และการสนทนาออนไลน์ (chat) นอกจากนั้น ลักษณะของกลุ่มเพื่อนที่ติดต่อสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คก็ไม่แตกต่างกัน เพราะมีทั้งกลุ่มเพื่อนสนิท เพื่อนเก่าสมัยเรียน คนคุ้นเคย ครอบครัว พ่อแม่ ญาติพี่น้อง

2. ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊ค

2.1 ระดับความสนิท พบว่า สิ่งที่ใช้ในการสร้างความสนิทระหว่างเพื่อนคือ คำแทนตัว ประเด็นที่สนทนา และความบ่อยครั้งในการสนทนา ซึ่งอธิบายได้ว่า การใช้คำแทนตัวที่แสดงถึงความใกล้ชิด สนิทสนมกันมาก มักจะเป็นคำที่แสดงถึงความไม่เป็นทางการ เช่น มึง-กู ตัวเอง-เค้า เค้า-เธอ เค้า-มึง ตะเอง-เค้า แก-ฉัน หนู-พี่ การเรียกชื่อตัวเอง คุณมึง-คุณกู หรือกรณีเรียกชื่อกลุ่มเพื่อนว่า ฝั่งทะเลตะวันออก-ฝั่งทะเลอ่าวไทย ส่วนเพื่อนที่เพิ่งรู้จัก คนที่ยังไม่คุ้นเคย รวมถึงเพื่อนที่เป็นผู้ใหญ่กว่าหรือเพื่อนในที่ทำงานที่อยู่ต่างแผนกที่ยังไม่ค่อยสนิทกัน จะใช้คำที่ค่อนข้างเป็นทางการ เช่น หนู-ผม คุณ-ผม หรือใช้เรียกชื่อตัวเอง

ส่วนประเด็นการสนทนา จะแตกต่างไปตามระดับความความสนิทของเพื่อน เช่น ถ้าเพื่อนคุ้นเคยกันมาก จะสนทนากันในเรื่องส่วนตัว ปัญหาชีวิต ความรัก แต่สำหรับคนคุ้นเคยหรือรู้จักกัน จะสนทนากันในเรื่องทั่วไป เช่น การถามสารทุกข์สุกดิบ การทักทาย การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อกัน อีกทั้งยังพบว่า เพื่อนที่สนิทกัน เจอกันทุกวัน จะมีโอกาสในการพูดคุยหรือสนทนาในเฟซบุ๊คบ่อยกว่าเพื่อนที่ไม่ค่อยได้พบเจอกัน โดยจะพูดคุยกันเกี่ยวกับเหตุการณ์ประจำวันที่มีประสบการณ์ร่วมกัน เช่น ถามการบ้าน การทำงาน การเล่าหรือบ่นถึงกิจกรรมที่ผ่านมาในวันนั้น

สำหรับระดับความสนิทจากการใช้เฟซบุ๊ค พบว่า กลุ่มนักเรียนและกลุ่มนักศึกษาให้ความเห็นว่า เฟซบุ๊คช่วยทำให้สนิทกันมากขึ้น เพราะทำให้รู้จักและเข้าใจถึงพฤติกรรม ความรู้สึกของเพื่อนมากขึ้น กล้าที่จะเปิดเผยเรื่องส่วนตัวต่อกันมากขึ้น มีการให้ความร่วมมือในการกิจกรรมมากขึ้น สามารถปรับตัวเข้ากับเพื่อนได้มากขึ้น ในขณะที่กลุ่มวัยทำงานให้ความเห็นแตกต่างไปว่า เฟซบุ๊คไม่ได้สร้างความสนิทมากขึ้น เพียงแต่รู้จักและเข้าใจความคิด พฤติกรรมมากขึ้น ทำให้สามารถรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันไว้ได้ อีกทั้งกลุ่มวัยทำงานยังมีความเห็นว่า เฟซบุ๊คเป็นเพียงช่องทางติดตามหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างเพื่อนเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ยังมีเครื่องมืออื่นที่สามารถสร้างความสนิทได้ดีกว่าเฟซบุ๊ค นั่นคือ การสื่อสารผ่านโปรแกรม Line, WhatsApp, BB หรือการโทรหากันโดยตรง ซึ่งจะสามารถสร้างความเป็นส่วนตัวได้มากกว่าเฟซบุ๊ค

2.2 รูปแบบความขัดแย้ง พบว่า ลักษณะของการจัดการความขัดแย้งของเพื่อนที่สนิทมากหรือผูกพันมาก จะแตกต่างไปจากเพื่อนที่เป็นเพียงแค่คนรู้จักหรือไม่ได้พบเจอในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ ลักษณะของความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในเฟซบุ๊คจะเป็นไปในลักษณะของการโพสต์ผ่านหน้า wall ของเพื่อน หรือโพสต์ในหน้า wall ของตนเอง โดยมีเจตนาให้เพื่อนได้รับรู้ร่วมกัน โดยใช้ข้อความหรือรูปภาพที่มีข้อความแสดงความไม่พอใจ โกรธ หรือตัดพ้อ ความขัดแย้ง

อาจเกิดจากการร่วมเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันมาด้วยกันแล้วเกิดขัดแย้งกัน จนไปสู่การแสดงออกถึงความไม่พอใจผ่านเฟซบุ๊ค เช่น กรณีความขัดแย้งที่เกิดจากเพื่อนของเพื่อนมีปัญหากันและพยายามโพสต์ข้อความพาดพิงเราเพื่อให้กระทบต่อตัวเราด้วย ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเรียกพฤติกรรมการพาดพิงถึงผู้อื่นนี้ว่า “นักเลงคีย์บอร์ด เก่งแต่ตั้งสถานะ”

กรณีเพื่อนสนิทที่ต้องพบเจอกันในชีวิตประจำวันหรือเพื่อนที่ถูกจัดว่าเป็นคนสำคัญต้องรักษาความรู้สึก และรักษาน้ำใจซึ่งกันและกันนั้น เมื่อเกิดความขัดแย้ง ซึ่งอาจเป็นความขัดแย้งที่เกิดจากเหตุการณ์ในโลกแห่งความจริงหรือความขัดแย้งที่เกิดจากบทสนทนาผ่านเฟซบุ๊ค ลักษณะของการจัดการความขัดแย้งนั้นจะเป็นไปในลักษณะของการใช้ข้อความแสดงความเสียใจ คำขอโทษ ทั้งในการเขียนโพสต์ในหน้า wall ของเพื่อนหรือของตนเอง ผ่านการส่งรูปภาพ คำคม เพลง หรือมิวสิควิดีโอ (clip vdo) เพื่อแสดงถึงความห่วงใย เสียใจ งอนง้อหรือขอโทษ แต่หากเป็นกรณีเพื่อนที่ไม่สนิทหรือเป็นเพียงคนคุ้นเคย หรือไม่รู้จัก การจัดการความขัดแย้งจะเป็นไปในลักษณะ การบล็อก การลบชื่อเพื่อนคนนั้น หรือการไม่สนใจต่อการโต้ตอบใดๆ คือ จะไม่มีการแสดงการโต้ตอบผ่านการกดไลค์ หรือแสดงความคิดเห็นใดๆ

นอกจากนี้ ยังมีกรณีความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างเพื่อนที่ทำงานที่เกิดจากความเห็นไม่ตรงกันในการทำงานหรือการประสานงานที่ผิดพลาด รวมถึงการบ่นหรือต่อว่าผู้บังคับบัญชาจนส่งผลให้ถูกเรียกมาตักเตือนเพราะผิดวินัยในการทำงาน หรือบางแห่งพบว่า มีการห้ามใช้เฟซบุ๊คในสถานที่ทำงานหรือเวลาทำงาน รวมถึง ห้ามโพสต์ข้อความหรือเรื่องราวใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรอีกด้วย และอีกกรณีหนึ่งคือ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างคนรัก ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเพื่อนที่โพสต์ข้อความแสดงความห่วงใยเป็นพิเศษ หรือโต้ตอบทุกครั้งที่มีการขึ้นสถานะ หรือใช้ข้อความที่สนิทมากเกินกว่าเพื่อน ส่งผลให้คนรักเกิดความเข้าใจผิด และเกิดการทะเลาะผ่านข้อความ คำพูด รูปภาพที่แสดงถึงความไม่พอใจระหว่างกัน ซึ่งวิธีการจัดการความขัดแย้งนั่นคือ การลบบัญชีเฟซบุ๊คของตนเองออกไป (delete account) แล้วค่อยตั้งบัญชีใหม่ขึ้นมา หรือไม่ก็บล็อกเพื่อนคนนั้น เพื่อไม่ให้รับรู้เรื่องราวของเรา เพื่อเป็นการตัดปัญหา

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า ระดับความสนิทและการเกิดความขัดแย้งของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่มมีลักษณะความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟซบุ๊คโดยรวมไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค

การศึกษารูปแบบการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ เป็นการศึกษาถึง ลักษณะการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ พิจารณาจากลักษณะการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ และผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊ค ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้

1. ลักษณะการเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่มมีลักษณะการแลกเปลี่ยนร่วมกัน 3 ลักษณะคือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแสดงออกถึงความไว้วางใจ และการตอบแทนซึ่งกันและกัน ดังนี้

1.1 การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารมักจะเกี่ยวกับการเรียน การทำงาน สารประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต รูปภาพ เพลง คลิปวิดีโอ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ เกมส์ใหม่ การแนะนำร้านอาหารหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมถึง การนำเสนอข่าวเหตุการณ์ประจำวันที่คิดว่าอาจส่งผลกระทบหรือเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน

1.2 การแสดงออกถึงความไว้วางใจจะเป็นไปในลักษณะของความเชื่อมั่น ยอมรับและทำตามคำแนะนำจากเพื่อน การกล้าที่จะเปิดเผยข้อมูลความเป็นส่วนตัวหรือความลับต่อเพื่อน ความเชื่อมั่นว่าเพื่อนจะอยู่เคียงข้างตนเอง และการให้กำลังใจ-ปลอบใจ การแสดงความยินดี

1.3 การตอบแทนซึ่งกันและกันจะเป็นไปในลักษณะการให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เช่น การขอรับบริจาค (การบริจาคเลือด บริจาคเงิน บริจาคสิ่งของ) การให้การช่วยเหลือสังคม (การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะ อย่างช่วยเหลือน้ำท่วม) การร่วมทำกิจกรรม (การโหวตให้คะแนน)

2. ผลกระทบของการใช้เฟซบุ๊คที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นแตกต่างกันใน 2 มุมมอง ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

2.1 เฟซบุ๊คไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่งมีความคิดเห็นว่า การใช้เฟซบุ๊คไม่ทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไป การมีเพื่อนจำนวนมากในเฟซบุ๊คก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกว่า มีเพื่อนเพิ่มขึ้น เพราะการมีเพื่อนมากหรือน้อยในเฟซบุ๊คไม่ได้บ่งบอกว่า มีการพูดคุยกับทุกคน แต่มีเพียงบางคนเท่านั้นที่พูดคุยด้วย และยังเห็นว่า เฟซบุ๊คเป็นเพียงช่องทางการติดต่อสื่อสารทางหนึ่งเท่านั้นในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน แต่ไม่ได้ทำให้เกิดความสนิท หรือผูกพันกันมากขึ้น แต่ยังมีช่องทางอื่นที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดีกว่า เพราะมีเครื่องมือที่น่าสนใจกว่า เช่น การใช้โปรแกรมสนทนาออนไลน์ ที่ชื่อว่า “ไลน์” ซึ่งมีสติ๊กเกอร์ที่สามารถช่วยสื่อสารความรู้สึกได้ชัดเจนมากกว่า การใช้โปรแกรมสนทนาที่ชื่อว่า “WhatsApp” ที่สามารถโต้ตอบได้เร็วกว่า

2.2 เฟซบุ๊คส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เฟซบุ๊คทำให้รู้สึกสนิทกับเพื่อนมากขึ้น กล้าที่จะพูดคุยกันมากขึ้นทั้งในเฟซบุ๊คและเมื่อพบเจอกันต่อหน้า รู้สึกว่าเข้าใจและรู้จักเพื่อนมากขึ้น ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับเพื่อนได้ดีขึ้น และการที่มีจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊คมากทำให้ก็รู้สึกว่า เป็นคนที่รู้จักคนมาก นอกจากนั้น ยังมีความเห็นว่า การนำเสนอรูปภาพผ่านโปรไฟล์ หรือการขึ้นสถานะ เป็นการสร้าง

ความกล้าแสดงออก การได้นำเสนอตัวตนให้คนอื่นรู้จัก รู้สึกมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น เมื่อต้องพบเจอกับเพื่อนหรือคนอื่นในชีวิตจริง

ในขณะที่ กลุ่มวัยทำงาน มีความเห็นว่า การใช้เฟซบุ๊คช่วยทำให้เกิดกระบวนการคิดวิเคราะห์ก่อนการโพสต์ข้อความใดๆ เพราะสิ่งที่ปรากฏในเฟซบุ๊คจะแสดงถึงภาพลักษณ์ของตนเอง และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย ดังนั้น จึงรู้สึกว่า จะต้องมีความรอบคอบก่อนการโพสต์เสมอ นอกจากนั้น กลุ่มวัยทำงานยังเห็นว่า การใช้เฟซบุ๊คเป็นการช่วยเปิดโลกทัศน์ให้มีมุมมองที่หลากหลาย กว้างขวาง และได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและทำการทดสอบสมมติการวิจัย ซึ่งผลจากการศึกษาจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ทุนทางสังคมออนไลน์ คุณภาพชีวิต และความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์และคุณภาพชีวิต ดังนี้

1. ทุนทางสังคมออนไลน์ เป็นการศึกษาถึงระดับความสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊คในการสร้างปฏิสัมพันธ์ พบว่า การใช้เฟซบุ๊คก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงและทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์

2. คุณภาพชีวิต เป็นการศึกษาระดับความสุขและความพึงพอใจในชีวิตจากการดำรงชีวิตใน 5 ด้าน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊คมีการรับรู้ถึงคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับดีค่อนข้างมาก โดยมีคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การยอมรับตนเอง ความเป็นอิสระ และความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม

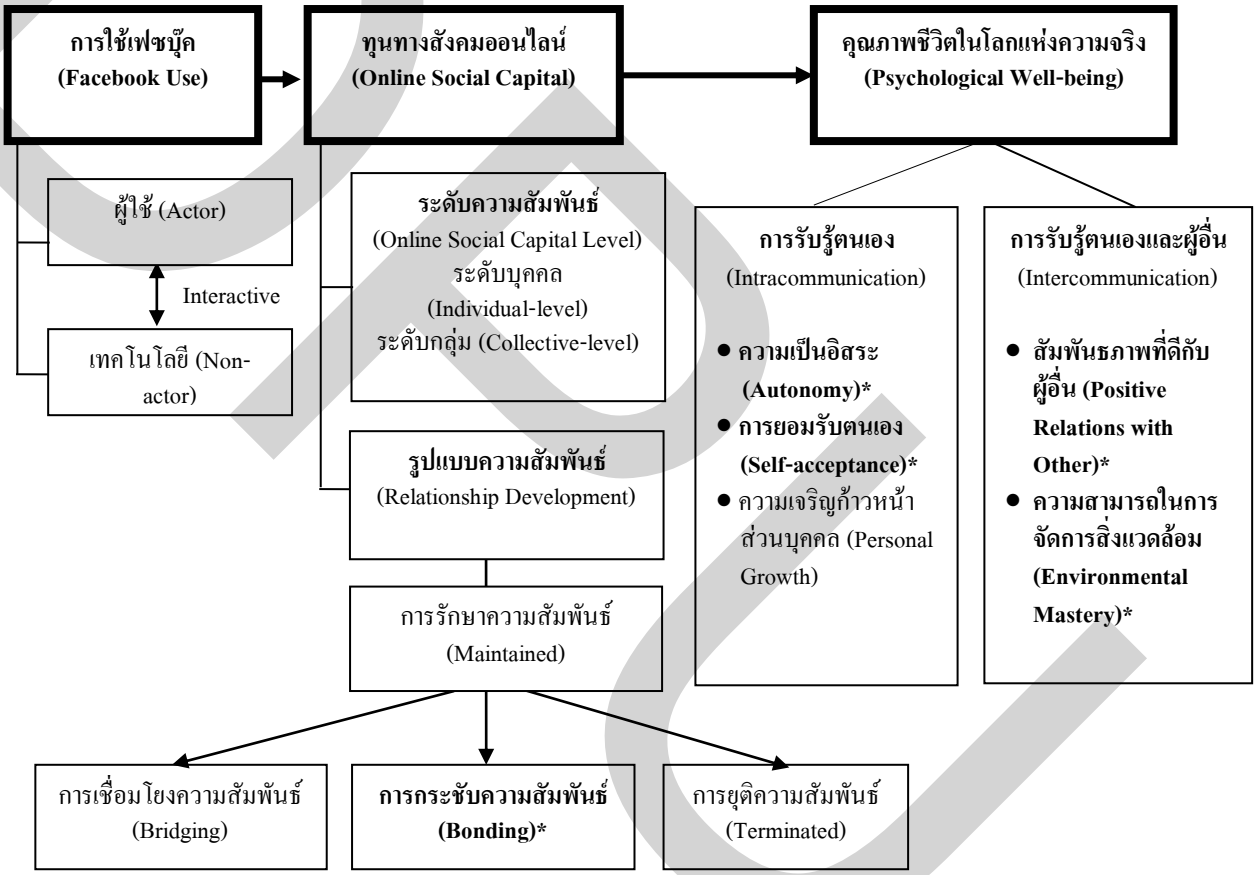
3. ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์และคุณภาพชีวิต เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของทุนทางสังคม 3 แบบกับคุณภาพชีวิต 5 ด้าน โดยใช้การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทุนทางสังคมทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ แบบกระชับความสัมพันธ์ และแบบรักษาความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิต 5 ด้านดังนี้

3.1 ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพชีวิต ด้านความเป็นอิสระ ด้านการยอมรับตนเองและด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล

3.2 ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านความเป็นอิสระ ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านการยอมรับตนเอง และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น

3.3 ทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมและด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 สร้างแบบจำลองการสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง



แบบจำลองสื่อสารทุนทางสังคมออนไลน์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง เป็นการอธิบายถึงปรากฏการณ์การสื่อสารที่สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีแนวคิดว่า ความสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มที่เกิดจากการใช้เฟซบุ๊คจะสามารถก่อเกิดเป็นทุนทางสังคมออนไลน์ได้ ซึ่งทุนทางสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้ใช้ดีขึ้น ทั้งนี้ แบบจำลองดังกล่าว มีความแตกต่างจากกรอบแนวคิดการวิจัยเดิมซึ่งได้นำเสนอไปก่อนหน้านี้ ดังนี้

1. การนำแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมระหว่างผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์ (Actor Network Theory: ANT) มาใช้ในการอธิบายลักษณะของการใช้งานเฟซบุ๊ค และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเครือข่ายสังคมแทนการให้ความสำคัญเฉพาะผู้ใช้ในด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อ (เฟซบุ๊ค) เท่านั้น โดยมองว่า ปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคมไม่ได้มุ่งให้ความสำคัญเฉพาะตัวบุคคลหรือผู้ใช้เพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นการมองความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลและเทคโนโลยี

2. การนำแนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital) ของ Putnam และแนวคิดลำดับขั้นในการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction Stages) ของ Knapp มาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดเป็นทุนทางสังคมออนไลน์ ที่อธิบายได้ว่า การก่อตัวของทุนทางสังคมออนไลน์มีรูปแบบความสัมพันธ์มิได้เกิดขึ้นเฉพาะในระดับบุคคล (Individual level) ที่เป็นการสื่อสาระหว่างเพื่อนกับเพื่อนเท่านั้น แต่ยังค้นพบว่า ก่อเกิดความสัมพันธ์ในระดับกลุ่ม (Collective lever) ที่เป็นการสื่อสารที่เกิดจากการรวมตัวกันของบุคคลในเครือข่ายที่มีความสนใจร่วมกันมาสร้างเป็นชุมชนหรือกลุ่มผ่านช่องทางการสื่อสารที่เรียกว่า แฟนเพจ (Fanpage) โดยมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งในแต่ละระดับความสมพันธ์นั้นจะเกิดรูปแบบความสัมพันธ์ 4 ลักษณะคือ แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ แบบกระชับความสัมพันธ์ และแบบรักษาความสัมพันธ์ แต่ที่เพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดเดิมคือ แบบยุติความสัมพันธ์ ซึ่งทำให้เห็นว่า การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างไปจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้า นั่นคือ สามารถสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์และอาจนำไปสู่การยุติหรือสิ้นสุดความสัมพันธ์ได้เช่นกันฯ

3. การนำทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคลมาใช้ในการอธิบายการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงได้ 2 ลักษณะคือ การสื่อสารภายในตนเองก่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง ในด้านความมีอิสระ การยอมรับตนเอง และความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ในขณะที่ การสื่อสารระหว่างบุคคลก่อให้เกิดการรับรู้ตนเองและผู้อื่น ในด้านการมีสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้อื่น และความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้อธิบายความสัมพันธ์ของแบบจำลองดังต่อไปนี้

การใช้เฟซบุ๊ค เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์ (Actor) และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์ (Non-actor)โดยมีข้อตกลงร่วมกันในการสื่อความหมายหรือการใช้สัญญะทางการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้ ผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์ คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊ค ส่วนผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์คือ เทคโนโลยีหรือสื่อเครือข่ายสังคม (เฟซบุ๊ค) ซึ่งผู้ใช้จะมีบทบาทในการแสดงเจตนาหรือความต้องการในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอาศัยสัญลักษณ์ ข้อความ หรือเครื่องมือต่างๆ ที่อยู่บนเว็บไซต์ในการโต้ตอบกับคู่สื่อสาร โดยผู้ใช้ต่างจะ

มีเข้าใจตรงกันถึงการตีความหมายของการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการกดไลค์ การแบ่งปัน หรือแสดงความคิดเห็น ซึ่งผลจากการมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะก่อให้เกิดทุนทางสังคม 2 ระดับคือ ระดับบุคคล (Individual level) ซึ่งเกิดจากการสื่อสารระหว่างเพื่อนกับเพื่อน (Personal Profile) และระดับบุคคล (Collective level) ซึ่งเกิดจากการสื่อสารระหว่างกลุ่มทางสังคมอย่างเฟซบุ๊คแฟนเพจ (Fanpage) และการมีปฏิสัมพันธ์ในการใช้เฟซบุ๊คจะก่อให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ 4 แบบคือ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ การกระชับความสัมพันธ์ การยุติความสัมพันธ์และการรักษาความสัมพันธ์ ทั้งนี้ รูปแบบของการรักษาความสัมพันธ์จะเป็นปรากฏเกิดขึ้น ในทุกช่วงของความสัมพันธ์นั้นคือ ตั้งแต่เริ่มมีความสัมพันธ์และพัฒนาไปสู่การสิ้นสุดความสัมพันธ์ เนื่องจาก การรักษาความสัมพันธ์นั้นจะเป็นความพยายามในการสื่อสารเพื่อคงความสัมพันธ์ให้มีอยู่ต่อเนื่องหรืออย่างน้อยก็ไม่ต้องยุติความสัมพันธ์ ดังนั้น เฟซบุ๊คจึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์

นอกจากนั้น แบบจำลองข้างต้น ยังได้อธิบายถึงผลจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านเฟซบุ๊ค (ทุนทางสังคมออนไลน์) ว่า สามารถทำให้คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงดีขึ้น 2 ลักษณะคือ ด้านการรับรู้และเข้าใจตนเองดีขึ้น ได้แก่ รู้สึกถึงความมีอิสระ เกิดการยอมรับตนเอง และรับรู้ถึงความเจริญก้าวหน้าของตนเอง และด้านการรับรู้และเข้าใจผู้อื่นที่สามารถทำให้เกิดการปรับตัวเข้าหากันในชีวิตประจำวันได้ดีขึ้น เช่น สามารถจัดการกับปัญหาต่างๆได้ และมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นแต่ละรูปแบบของสัมพันธ์จะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพชีวิตแต่ละด้านที่แตกต่างกัน นั่นเป็นเพราะรูปแบบของความเกี่ยวพันทางสังคม (social ties) ของบุคคลหรือกลุ่มของผู้ใช้มีความแน่นแฟ้นและมีจุดมุ่งหมายของความสัมพันธ์ต่างกัน ทั้งนี้ ควรใช้ความสำคัญกับความสัมพันธ์แบบกระชับความสัมพันธ์ (Bonding) มากที่สุด เนื่องจากลักษณะของความเกี่ยวพันทางสังคมจะก่อให้เกิดความแน่นแฟ้น ผูกพันของระหว่างบุคคลและกลุ่มของเครือข่าย สร้างความมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน อีกทั้ง ผลของความสัมพันธ์จะช่วยส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงดีขึ้น นั่นคือ หากผู้ใช้มีความใกล้ชิด สนิทสนมกันมากจะทำให้ผู้ใช้รับรู้ถึงความเป็นอิสระ เกิดการยอมรับตนเองมากขึ้น และสามารถควบคุมหรือจัดการกับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี แต่อย่างไรก็ตาม ต้องพึ่งระวังว่า ระดับของความใกล้ชิด สนิทกันมาก อาจส่งผลต่อการทุนทางสังคมคมเป็นลบ นั่นคือ สร้างการปิดกั้นบุคคลอื่นเข้าสู่สังคมของตน หรือการสร้างความแปลกแยกจากคนอื่น จนถูกโดดเดี่ยวในสังคม ดังนั้น ในฐานะของผู้ใช้จึงควรควรระมัดระวังในการมีสัมพันธภาพกับบุคคลในเครือข่ายสังคม โดยต้องมีวิจารณญาณในการสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์อย่างเหมาะสมเพื่อให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกลายเป็นทุนทางสังคมออนไลน์ที่เอื้อต่อการใช้ผลประโยชน์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์

5.2 อภิปรายผล

1. ความสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊คปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์ (Actor) และผู้กระทำการที่ไม่ใช่มนุษย์ (Non-Actor)

จากการศึกษาจะเห็นว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊คมิได้เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือผู้ใช้เท่านั้น แต่จะเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ใช้ (คน) และสื่อ/เครื่องมือ (ไม่ใช่คน) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ กระชับความสัมพันธ์ รักษาความสัมพันธ์ และยุติความสัมพันธ์ เช่น การกดไลค์ เพื่อแสดงความชื่นชมรูปภาพ หรือ เห็นด้วยในข้อความที่โพสต์ การแชร์ข้อมูลเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ หรือการแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งด้วยข้อความหรือสัญลักษณ์ที่แสดงความไม่พอใจ การบล็อกหรือลบชื่อเพื่อนออกจากบัญชีรายชื่อเพื่อน หรือการนิ่งเฉยต่อการโพสต์ของเพื่อน ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ถือว่า เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกถึงระดับและลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในการสื่อสาร นั่นคือ ไม่ใช่เพียงแค่ตัวบุคคลเท่านั้นที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมแต่ต้องมีเครื่องมือหรือสื่อร่วมด้วย เพื่อให้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมีผลสัมฤทธิ์

ลักษณะปฏิสัมพันธ์ของการทำงานร่วมกันระหว่างคนและสื่อเช่นนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีเครือข่ายผู้กระทำการ (Actors Network Theory: ANT) ของ Latour and Callon ที่มองภาพการทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยีใหม่ในเครือข่ายสังคม ว่า ผู้กระทำการที่เป็นมนุษย์และไม่ใช่มนุษย์ต่างจะมีคุณสมบัติหรือหน้าที่ในการปฏิบัติการ แต่จะทำงานร่วมกันในเครือข่ายสังคม โดยจะมีการกำหนดความหมายทางสัญญะที่เหมือนกัน มีการนิยามวาทกรรมหรือตัวบทที่ใช้สร้างความเข้าใจและภาษาของเขาเอง แม้ว่าผู้กระทำการจะแตกต่างกัน และเกิดผลที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า การสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้เฟซบุ๊ค เกิดจากการทำหน้าที่ของตัวผู้ใช้ในการแสดงเจตนาหรือความต้องการในการสื่อสาร โดยอาศัยเทคโนโลยีในเว็บไซต์เฟซบุ๊คเป็นเครื่องมือในการแสดงออกต่อความต้องการ ซึ่งเครื่องมือเหล่านั้นจะมีข้อกำหนดหรือการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ใช้เป็นเบื้องต้นถึงการสื่อสารความหมายร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลต่อระดับของความสัมพันธ์ทางสังคม

2. ลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ค

จากกการศึกษาจะพบรูปแบบความสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ค 4 แบบคือ (1) การเชื่อมโยงความสัมพันธ์เพื่อสร้างสังคม แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และค้นหาเพื่อนใหม่ (2) การกระชับความสัมพันธ์เพื่อทำให้ความสัมพันธ์ที่มีอยู่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันและผูกพันกันมากขึ้น (3) การรักษาความสัมพันธ์ที่พยายามคงความสัมพันธ์ที่มีอยู่ไม่ให้ขาดหายไป และ (4) การยุติความสัมพันธ์ที่อาจเกิดจากความขัดแย้งหรือความไม่พอใจ จนต้องสิ้นสุดความสัมพันธ์

ผลจากการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความสัมพันธ์ของ Knapp (1984) ที่อธิบายว่า ความสัมพันธ์ของคนเรานั้นจะมีทั้งแบบค่อยๆ พัฒนาความสัมพันธ์และเสื่อมถอยในความสัมพันธ์ นั่นคือ การพัฒนาความสัมพันธ์จะเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งการพัฒนาความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นแบบก้าวหน้า (forward) หรือถอยหลัง (backward) ก็ได้ หรือกล่าวได้ว่าแม้ว่าการสื่อสารจะไม่สามารถคาดเดาหรือทำนายลักษณะของความสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง แต่การสื่อสารก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยทำนายความสัมพันธ์ได้ โดยการคาดเดาความสัมพันธ์อาจพิจารณาจากประเด็นที่ใช้ในการสื่อสาร รูปแบบของการสื่อสาร ความยาก-อุปสรรคในการสื่อสาร ความยืดหยุ่น-แข็งกระด้าง ความลังเล และความชัดเจนในการยุติความสัมพันธ์

ทั้งนี้ การสร้างและการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจำเป็นต้องอาศัยเวลาและลำดับขั้นในการสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบุคคลหลายแบบ เช่น คนแปลกหน้า คนคุ้นเคย เพื่อน เพื่อนสนิท หรือเพื่อนรัก จำเป็นต้องอาศัยเกณฑ์หรือเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันในการตัดสินใจดำเนินความสัมพันธ์ในแต่ละขั้น ส่วนการรักษาความสัมพันธ์ (Kayla Hales, 2008, p. 12) จะเกิดขึ้นผ่านทุกขั้นตอนของการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นวิธีที่พยายามจะทำให้ความสัมพันธ์นั้นไม่ยุติลง เช่น พยายามเชื่อมความสัมพันธ์ไว้ด้วยการเพิ่มระดับความใกล้ชิดสนิทสนม การป้องกันหรือแก้ไขความขัดแย้ง โดยที่ทุกฝ่ายต้องเกิดความพึงพอใจร่วมกัน ส่วนการยุติความสัมพันธ์ Knapp อธิบายว่า เป็นขั้นสุดท้ายของความสัมพันธ์ที่คู่ความสัมพันธ์คนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคนต้องการยุติความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งอาจเกิดจากลักษณะคือ การเป็นศัตรู และการคงไว้ซึ่งมิตรภาพและความอบอุ่น

ผู้วิจัยจึงขออธิบายว่า ลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเฟซบุ๊คมีทั้งความสัมพันธ์แบบก้าวหน้าและถอยหลัง นั่นคือ ขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์แบบก้าวหน้า คือ ความสัมพันธ์ที่ค่อยเริ่มจากความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการไปสู่ความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการ เช่น การเริ่มต้นความสัมพันธ์ผ่านประเด็นการพูดคุยในเรื่องทั่วไป การทักทาย การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยใช้คำพูดในลักษณะของความเป็นทางการ แต่เมื่อมีความสนิทกันมากขึ้น คำพูดในการสื่อสารเริ่มมีความเป็นกันเองมากขึ้น เช่น จากคุณ-ผม ไปสู่ มึง-กู หรือ ตัวเอง-เค้า การสื่อสารในเรื่องเฉพาะกลุ่มมีการใช้ภาษาที่สร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกัน เช่นจากการสัมภาษณ์ที่พบว่า มีการเรียกชื่อกลุ่มเพื่อนในต่างจังหวัด เช่น “ฝั่งทะเลอ่าวไทย... ฝั่งอันดามัน” ระดับการเปิดเผยตนเองมีมากขึ้น โดยเฉพาะหากเป็นบุคคลที่มีความชื่นชอบหรือให้ความไว้วางใจมาก การสื่อสารจะมีการเปิดเผยตนเองค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเรื่องส่วนตัว ความลับ หรือเรื่องที่มีความสำคัญมาก ในขณะที่ ขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์แบบถอยหลัง เกิดขึ้นเมื่อมีความขัดแย้งในการสื่อสาร เช่น ความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ตรงกัน การใช้คำพูด/ข้อความหรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความ

ไม่พอใจ ความหึงหวง ความรำคาญหรือไม่พอใจเมื่อเพื่อน tag หรือ โพสต์มากเกินไป และการสื่อสารที่ขาดการตอบสนอง เช่น ทักไปแล้วเพื่อนไม่ตอบ พยายามโพสต์ข้อความแต่ไม่มีเพื่อนกดไลค์เป็นต้น ซึ่งความขัดแย้งเหล่านี้ผู้ใช้จะแสดงออกต่อการยุติความสัมพันธ์ในหลายวิธีคือ การลบชื่อเพื่อนออกจากบัญชีรายชื่อ การบล็อกเพื่อไม่ให้เกิดการรับรู้เรื่องราวระหว่างกัน การนิ่งเฉยเพื่อแสดงการไม่โต้ตอบและถือเป็นชัยชนะ แต่ในบางความสัมพันธ์เมื่อเกิดความขัดแย้งอาจไม่ยุติความสัมพันธ์แต่กลับใช้วิธีแก้ปัญหาเพื่อพยายามคงความสัมพันธ์ต่อไป เช่น การขอโทษ การง้องอน ผ่านการส่งภาพ มิวสิควิดีโอ หรือข้อความแสดงความน่าเห็นใจ

3. การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คสามารถสร้างทุนทางสังคมออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ค สามารถก่อให้เกิดทุนทางสังคมออนไลน์ได้ด้วยเหตุผล 3 ประเด็น คือ 1) ความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์เพื่อการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกัน 2) การทำหน้าที่ของทุนทางสังคม 3) สร้างทุนทางสังคมทั้งระดับบุคคลและกลุ่ม

1) การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านเครื่องมือต่างๆ เช่น การกดไลค์ การแสดงความคิดเห็น การแชร์ โพสต์ เป็นต้น โดยการชวนร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคม การให้ความช่วยเหลือ การให้ความเห็นอกเห็นใจ เกิดความไว้วางใจในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งเป็นเหตุผลที่สนับสนุนว่า เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นเงื่อนไขในการส่งเสริมให้เกิดทุนทางสังคมออนไลน์มากกว่าการเข้ามาแทนการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาจึงอาจใช้เป็นข้อมูลที่หักล้างแนวคิดเชิงลบของ Putnam ที่มีต่อเทคโนโลยีในการสร้างทุนทางสังคม จากหนังสือเรื่อง Blowing Alone ที่มองว่า เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่ความสัมพันธ์ของบุคคล การสื่อสารระหว่างเพื่อนและครอบครัวจะน้อยลง ทำให้ลดประสิทธิภาพในการสื่อสารทางกายภาพ เกิดการแปลกแยกในสังคม ต่างคนต่างอยู่ เหมือนการเล่นโบว์ลิ่งที่เคยเล่นกันเป็นกลุ่มเป็นทีม ที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม แต่เมื่อเทคโนโลยีอย่างโทรทัศน์เข้ามาส่งผลให้พฤติกรรมการอยู่ร่วมกันในสังคมเปลี่ยนไป ผู้คนต่างให้ความสนใจกับการดูโทรทัศน์ ทำให้ต่างคนต่างอยู่ สื่อสารกันน้อยลง และขาดการสร้างการมีส่วนร่วมในสังคม ทั้งนี้จากปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจอธิบายเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีการสื่อสารได้ว่า ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังไม่ได้รับการพัฒนา รูปแบบการสื่อสารจะเป็นไปในลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว โดยที่ผู้ใช้ไม่มีส่วนร่วมในการสร้างหรือส่งข้อความ (User Generate Content: UGC) รวมถึงรูปแบบของการสร้างปฏิสัมพันธ์ก็มีเพียงการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้รับการตอบกลับช้า แต่ในปัจจุบัน รูปแบบการของเทคโนโลยีการสื่อสารเข้าสู่ยุคสื่อเครือข่ายสังคม ลักษณะของการสื่อสารมีการตอบกลับอย่างทันที มีเครื่องมือในการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย เว็บไซต์เครือข่าย

สังคมสามารถเชื่อมโยงบุคคลที่อยู่ในต่างพื้นที่ ต่างเวลามาสร้างกิจกรรมทางการสื่อสารได้ เช่น การเล่นเกมส์ร่วมกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน การให้ความช่วยเหลือหรือตอบแทนกัน ความสัมพันธ์ที่สร้างความไว้วางใจต่อกันหรือการร่วมกิจกรรมสังคมผ่านเฟซบุ๊คแฟนเพจ อย่างไรก็ตาม หากผู้ใช้มีพฤติกรรมในการใช้งานสื่อหรือเทคโนโลยีใดมากเกินไปหรือเรียกว่า เสพติดสื่อ ก็อาจจะส่งผลที่สอดคล้องกับแนวคิด Blowing Alone ของ Putnam ที่ทำให้บุคคลนั้นเกิดการแยกตัวออกจากสังคม มีการสื่อสารทางกายภาพกับบุคคลรอบข้างน้อยและอาจขาดความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมในสังคมกับผู้อื่น

2) การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คได้ทำหน้าที่ของทุนทางสังคมคือ การเชื่อมให้เพื่อนหรือกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายที่รู้จักกันมาก่อน มีความสนใจเรื่องเดียวกันมาร่วมมือสร้างความสัมพันธ์ให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น (strong ties) การทำหน้าที่ในการประสานเชื่อมโยงระหว่างเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อนและกลุ่มเพื่อนอื่นๆ ที่ไม่เคยรู้จักกันมาสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันเพื่อสร้างความรู้จัก การพัฒนาความสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนสิ่งที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน และบทบาทในการสร้างความไว้วางใจที่เกิดจากการความคาดหวังว่าเพื่อนจะทำตามที่ต้องการ เพื่อนจะมีความรู้สึกจริงจังในความสัมพันธ์ ซึ่งความไว้วางใจเหล่านั้นก็จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นระหว่างกัน ส่งผลให้ลดความเสี่ยงในการติดต่อสื่อสาร กล้าที่จะการพูดคุยเปิดเผยตัวตน หรือเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนกัน

3) การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คสามารถสร้างความสัมพันธ์ทั้งในระดับบุคล (Individual-level) และในระดับกลุ่ม (Collective-level: Civic Engagement) นั่นคือ ความสัมพันธ์ในระดับบุคล (Individual-level) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (2 คน) หรือระหว่างเพื่อนที่คู่สื่อสารมีการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันในรูปแบบของข้อมูลข่าวสาร ความไว้วางใจ การตอบแทนให้ความช่วยเหลือ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารนั้นจะมากน้อยขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้งในการสื่อสาร ความคงทนในความสัมพันธ์ ความใกล้ชิดและการตอบแทนซึ่งกันและกัน ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมีทั้งความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งที่ทำให้ใกล้ชิดกันมากและความสัมพันธ์แบบหลวมๆ ที่เน้นการเชื่อมประสานหรือรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในขณะที่ ความสัมพันธ์ในระดับกลุ่มหรือที่เรียกว่า การมีส่วนร่วมของพลเมือง (Collective-level: Civic Engagement) ซึ่งจะเห็นได้จากการเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊คแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ที่จะเชื่อมโยงบุคคลต่างๆ ที่มีความคิดเห็น ความสนใจในเรื่องเดียวกันมารวมตัวกัน เพื่อทำกิจกรรมหรือสร้างประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้ การเข้าร่วมกลุ่มดังกล่าวมักเกิดจากการติดตามเรื่องราวของเพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายว่าเขาเหล่านั้นมีปฏิสัมพันธ์กับใครอย่างไรบ้าง และหากสิ่งที่เพื่อนเราติดตามอยู่นั้นตรงกับที่ตนเองสนใจก็จะเป็นแรงจูงใจให้เราเข้ากลุ่มตาม ดังที่ Putnam (2002) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของ

พลเมือง เป็นสิ่งสำคัญของการเกิดทุนทางสังคม เพราะถือเป็นบทบาทของแต่ละบุคคลที่ต้องการตระหนักถึงภาระหน้าที่ที่พึงมีต่อสังคมและมีจิตใจเข้าไปช่วยกิจการสาธารณะ และสอดคล้องกับ Malik and Wagle (2003, p. 3) อธิบายว่า กระบวนการที่ทำให้ประชาชนหรือพลเมืองใช้อิทธิพลการมีส่วนร่วมในการควบคุมเรื่องของส่วนรวม โดยผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนและกระบวนการที่เขาเต็มใจเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ตัวอย่างเฟซบุ๊คแฟนเพจ...ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา (https://www.facebook.com/Thaimissing) ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 1แสนคน โดยกลุ่มคนที่เข้าร่วมต่างมีความเป้าหมายร่วมกันในการช่วยติดตามและให้ข้อมูลคนหาย หรือ เฟซบุ๊คแฟนเพจ Change.org (https://www.facebook.com/Change.orgThailand) ซึ่งเป็นการรวมตัวเพื่อร่วมกันเปลี่ยนปัญหาใกล้ตัวให้กลายเป็นเรื่องรณรงค์ เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 7 แสนคน

นอกจากนี้ ผลจากการศึกษาที่พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านระยะเวลาในการใช้งานเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการเกิดทุนทางสังคม โดยเฉพาะความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง และไม่พบว่า ความบ่อยครั้งหรือความถี่ในการใช้งานจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดทุนทางสังคม ซึ่งผลจากการศึกษานี้อาจขัดแย้งกับงานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านี้ที่ให้ความสำคัญทั้งระยะเวลาในการใช้งานและความบ่อยครั้งในการสื่อสารทางสังคมว่า จะส่งเสริมให้เกิดทุนทางสังคมได้ ทั้งเพื่อเชื่อมโยงติดต่อสื่อสาร สร้างประสบการณ์ใหม่ ค้นหาเพื่อนใหม่ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ให้มีความใกล้ชิดผูกพันกันมากขึ้น หรือเพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันไม่ให้ขาดหาย แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากแนวคิด ทฤษฎีความเกี่ยวพันทางสังคมของ Granovetter ที่กล่าวว่า ระยะเวลาและความบ่อยครั้งในการสร้างความสัมพันธ์จะช่วยให้ความสัมพันธ์มีความแข็งแกร่งหรือผูกพันกันมากขึ้น ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ใช้อาจไม่ได้มีความต้องการที่จะเน้นการสร้างความผูกพันทางสังคมผ่านการใช้เฟซบุ๊ค แต่ต้องการใช้เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร หรือเชื่อมโยงความสัมพันธ์เท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาสื่อเครือข่ายสังคมให้มีศักยภาพในการติดต่อสื่อสารหลากหลายรูปแบบสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเข้าถึงมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สนทนาออนไลน์ (Chat) ที่ได้กลายมาเป็นสื่อทางเลือกในการกระชับความสัมพันธ์ทางสังคม ดังนั้น การใช้งานในเฟซบุ๊คจึงเป็นการใช้เวลาส่วนใหญ่ไปเพื่อการสืบค้น ติดตามข้อมูลข่าวสารและขยายเครือข่ายหรือสร้างประสบการณ์ใหม่ เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์มากกว่าการสื่อสารเพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ต้องอาศัยความบ่อยครั้งในการตอบโต้ หรือสร้างปฏิสัมพันธ์อยู่ตลอดเวลา

4. รูปแบบทุนทางสังคมออนไลน์

ผลจากการศึกษาพบว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊คก่อให้เกิดรูปแบบทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มากกว่าแบบเชื่อมโยง ในขณะที่แบบกระชับความสัมพันธ์เกิดขึ้นน้อยมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้จะให้ความสำคัญกับการใช้เฟซบุ๊คในการคงความสัมพันธ์หรือรื้อฟื้นความสัมพันธ์กับเพื่อนหรือบุคคลที่ไม่มีโอกาสได้พบเจอกันในชีวิตประจำวัน หรืออยู่ห่างไกลกัน (Ellison et al., 2007) เพราะด้วยศักยภาพของเฟซบุ๊คที่เป็นสื่อเครือข่ายสังคมที่ช่วยในการติดตามค้นหาเพื่อนเก่า คนรู้ที่เคยได้รู้จักได้ด้วยการใช้ E-mail หรือระบบเพื่อนของเพื่อน (mutual friends) ในการสืบค้นที่ทำให้สามารถติดตามเรื่องราวของเพื่อน การให้ความช่วยเหลือเพื่อน ทั้งในเรื่องการเรียน การหางานทำ และใช้เป็นสื่อกลางในการเชิญชวนเพื่อให้มาร่วมพบปะกัน อีกทั้ง ผลจากการศึกษา ยังพบว่า เฟซบุ๊คจะช่วยป้องกันการยุติความสัมพันธ์ได้ เพราะสามารถใช้เป็นช่องทางในการคงความสัมพันธ์หากเกิดความขัดแย้ง เช่น ใช้ในการง้องอน การขอโทษ หรือแม้ว่าจะขัดแย้งกันแต่ก็ไม่ลบบัญชีชื่อเพื่อนออก เพราะไม่อยากให้เพื่อนเสียความรู้สึก หรือการลบบัญชีชื่อเดิมของตนเองออกแล้วกลับไปขอเป็นเพื่อนใหม่ (add friend) อีกครั้ง ในขณะที่ ความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง อาจได้รับความสำคัญน้อยกว่า เพราะผลจากการศึกษาที่พบว่า แม้ว่าจะใช้ระยะเวลาในการสื่อสารนาน แต่ขาดความบ่อยครั้งในการสื่อสาร เพราะผู้ใช้เห็นว่า มีสื่อทางเลือกอื่น อีกทั้ง การสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นเพียงการช่วยเข้าสู่สังคมใหม่ สร้างการติดตามแฟชั่น สร้างความบันเทิง ความสนุกสนาน/แก้เบื่อได้ สร้างความรู้จักและการแลกเปลี่ยนในหลากหลายประเด็น แต่ก็เป็นความสัมพันธ์แบบห่างๆ ส่วนการใช้เฟซบุ๊คเพื่อกระชับความสัมพันธ์ก็มีอิทธิพลในการสร้างความใกล้ชิดสนิทสนมแต่มีน้อยมาก แม้จะมีการใช้อารมณ์ความรู้สึก การเปิดเผยตนในเองอย่างลึกซึ้ง ซึ่งช่วยในการสนับสนุนความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น แต่ก็มักจะเกิดกับเพื่อนสนิทหรือคนที่ไว้วางใจได้เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ “จำเป็นต้องใช้เฟซบุ๊คเพราะเพื่อนทุกคนมี เราเลยต้องใช้เป็นช่องทางติดต่อกับเพื่อนได้ดีที่สุด”.. “เฟซบุ๊คไม่ได้ช่วยทำให้สนิทขึ้น เพียงแต่รู้จักเข้าใจความคิดพฤติกรรมมากขึ้น และช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันไว้” ... “นานๆ ครั้งจะใช้เพื่อ “ส่อง” พฤติกรรมของเพื่อน เพียงเพื่ออยากติดตามเรื่องราวของเพื่อน ด้วยการแซว หยอกล้อ เพื่อคงความสัมพันธ์ที่มีต่อกันไว้” เป็นต้น ดังนั้น แม้ว่าจะมีการใช้เฟซบุ๊คในการสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยน ค้นหาประสบการณ์ใหม่ แต่การสื่อสารเหล่านั้นก็จะเป็นไปเพื่อสร้างความรู้จักแบบห่างๆ และไม่เน้นสร้างความผูกพันที่ใกล้ชิดมากนัก แต่เน้นที่จะรักษาความสัมพันธ์ไว้ เพื่อติดตามหรือความช่วยเหลือในภายหลังมากกว่า

5. คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

การศึกษาคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงเป็นการประเมินการรับรู้และคุณค่าของตนเองที่มีต่อการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้มีคุณภาพชีวิตที่ดีค่อนข้างมาก (3.97) โดยมีคุณภาพชีวิตที่ดี 5 ด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหาน้อยตามลำดับคือ ด้านความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ด้านการยอมรับตนเอง ด้านความมีอิสระ และด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1) ผู้ใช้มีการรับรู้ว่า การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถทำให้คุณภาพชีวิตด้านความเป็นอิสระ การยอมรับตนเองและความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคลดีขึ้น นั้นเป็นเพราะผู้ใช้มีการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) เกิดการรับรู้และเข้าใจถึงความรู้สึกความคิดของตนเอง ทั้งในเรื่องของภาพลักษณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองในการใช้เฟซบุ๊คสื่อสารกับเพื่อน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านการใช้เฟซบุ๊ค ทำให้ผู้ใช้รับรู้ว่า ตนเองมีอิสระในการโพสต์ข้อความ หรือนำเสนอรูปภาพของตนเอง สามารถระบายอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างเต็มที่ รู้สึกปลดปล่อย ทำแล้วสบายใจ ไม่ต้องสนใจใคร และมีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น เกิดความรู้สึกยอมรับตนเองมากขึ้น เพราะได้รับการตอบสนองจากเพื่อนในเชิงบวก เช่น ได้รับคำชม แสดงความชอบ-เห็นด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกภูมิใจ ดีใจและรู้สึกว่า ตนเองมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายของผู้อื่น รวมถึง มีความรู้สึกกล้าที่จะเปิดเผยตนเองมากขึ้นเพื่อสร้างโอกาสให้ตนเองและผู้อื่นในสังคมได้มีโอกาสคนรู้จักและเข้าใจความเป็นตัวตนของตนเองมากขึ้น ซึ่งการเปิดเผยตนเองจะช่วยให้เกิดการเปิดรับและแบ่งปันกับผู้อื่นได้มากขึ้น และผลจากการศึกษายังพบ กลไกของการสร้างความสัมพันธ์ใน 2 ลักษณะ คือ กลไกการสื่อสารที่พัฒนาจากแบบผิวเผิน (superficial) โดยการสื่อสารกับคนทั่วไป หรือบุคคลที่ไม่สนิท ผ่านการโพสต์ข้อความ update status การแบ่งปัน โดยมักจะเป็นเรื่องทั่วไป เช่น กิจวัตรประจำวัน งานอดิเรก ความสนใจพิเศษ และกลไกการสื่อสารที่พัฒนาไปสู่ความใกล้ชิดสนิทสนม (intimate) ซึ่งจะเป็นการสื่อสารกับเพื่อนที่สนิทไว้ใจได้ ผ่านการสนทนาแบบเป็นส่วนตัว (chat) ที่เน้นการเปิดเผยเรื่องความลับ ความรัก เกิดความไว้วางใจต่อเพื่อนมากขึ้น เพราะเพื่อนคอยรับฟังและช่วยให้คำแนะนำในการแก้ปัญหา

นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังรับรู้ได้ว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ๆ คือกระบวนการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงและการเติบโตก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง

2) ผู้ใช้มีการรับรู้ว่า การใช้เฟซบุ๊คช่วยให้สามารถจัดการสิ่งแวดล้อมได้ดีขึ้น เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งอธิบายได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล ซึ่งกิจกรรมเหล่านั้นจะเป็นไปเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจต่อกัน ส่งผลให้คู่สื่อสารรู้จักและเข้าใจตนเอง

เพราะการสื่อสารเป็นเสมือนภาพสะท้อนที่กลับมาหาตนเอง การสื่อสาระหว่างบุคคลจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับตัวเองให้เข้ากับคนอื่นดีขึ้น ช่วยลดความวิตกกังวลหรือความกลัวในการติดต่อกับผู้อื่น การรู้จักและเรียนรู้ตนเองและผู้อื่นมากขึ้นจะทำให้การเลือกวิธีการสื่อสารมีความสอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ เกิดความเข้าใจในการติดต่อกับผู้อื่น และความสามารถในแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นก็จะดำเนินไปอย่างดีและประสบความสำเร็จ ดังนั้น การสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊คจะทำให้คู่สื่อสารสามารถรู้จักและเข้าใจตนเองและผู้อื่นได้ดีขึ้น ทำให้สามารถปรับตัวเข้าหากันได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ใช้สามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆในชีวิตของตนเองได้ การใช้เฟซบุ๊คช่วยให้รู้จัก รับรู้และเข้าใจเพื่อนมากขึ้น เมื่อเกิดสถานการณ์ต่างๆ สามารถจัดการหรือแก้ปัญหาได้ เช่น มีความรอบคอบในการโพสต์เพื่อไม่ให้กระทบต่อการทำงานหรือภาพลักษณ์ของตนเอง การรู้จักตัดสินใจเลือกประเด็นหรือใช้ข้อความที่เหมาะสมในการโพสต์ เช่น คำแทนตัว ความเหมาะสมกับสถานการณ์ การรับรู้ว่า รูปภาพที่ถูกโพสต์เป็นเพียงภาพเสมือนที่ผ่านการตกแต่งไม่ใช่ความสวยที่แท้จริงจึงไม่หลงเชื่อกับคำชื่นชมของเพื่อนมากเกินไป และหากมีความขัดแย้งก็รู้จักที่จะเลือกใช้ข้อความหรือข้อมูลในการขอโทษ หรือแก้ไขความเข้าใจผิดเพื่อให้สามารถคงความสัมพันธ์ที่ดีต่อไปได้

3) การที่ผู้ใช้รับรู้ว่า การใช้สื่อเฟซบุ๊คสามารถทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ซึ่งอธิบายตามทฤษฎีเกี่ยวกับสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร : กลุ่มการทดแทนสัญญาณบอกนัยทางการสื่อสาร (Cue-Filtered-In-approach) ได้ว่า แม้ว่าการสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จะเป็นเพียงการใช้ตัวอักษรหรือข้อความผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ที่คู่สื่อสารไม่ได้เผชิญหน้ากัน แต่การสื่อสารผ่านสื่อดังกล่าวจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารสร้างการรับรู้ตัวตนในรูปแบบที่ตนเองต้องการผ่านการงอ (Bent) หรือบิดเบือน (Twisted) ความจริงเกี่ยวกับตนเองด้วยการปรับแต่งการสื่อสาร การบอกใบ้ (Cues) ในลักษณะต่างๆ ซึ่งวิธีการนี้สามารถช่วยให้ผู้สื่อสารสามารถสร้าง และพัฒนาความสัมพันธ์กับคนอื่นได้ ช่วยดึงดูดความสัมพันธ์ ลดความไม่แน่ใจและความเสี่ยงในการสื่อสารได้ สร้างความเป็นมิตร ความใกล้ชิดความเป็นกันเอง ดึงดูดใจและมีความเป็นสังคมได้มากกว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ซึ่งเป็นไปตามผลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า “สนิทกับเพื่อนมากขึ้น เมื่อเจอกันที่โรงเรียนสามารถปรับตัวเข้ากันได้มากขึ้น...การได้เพื่อนใหม่ ความรู้ใหม่ ประสบการณ์ใหม่และใช้เป็นช่องทางในการติดตามข่าวสารของเพื่อนและเป็นช่องทางช่วยในการขอโทษหรืองอ้อ ขอคืนดี” ซึ่งผลจากการศึกษาจึงเป็นข้อสนับสนุนว่า สื่อเครือข่ายสังคมเป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

6. ทุนทางสังคมออนไลน์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

จากผลจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพบางส่วนพบว่า การใช้เฟซบุ๊คไม่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต เพราะมองว่า เฟซบุ๊คเป็นเพียงช่องทางในการสื่อสารเพื่อรักษาความสัมพันธ์เท่านั้น ในขณะที่อีกมุมมองหนึ่งเห็นว่า การใช้เฟซบุ๊คจะส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนที่ดีขึ้น เพราะทำให้รู้จักและเข้าใจกัน สามารถปรับตัวให้เข้ากันได้มากขึ้น สร้างการมีส่วนร่วม และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การที่เฟซบุ๊คเป็นช่องทางในการรักษาความสัมพันธ์ แม้ว่าจะจะไม่ส่งผลต่อรูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกแห่งความจริง แต่สามารถช่วยในการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนที่ไม่ได้เจอกันให้คงความสัมพันธ์ต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า การใช้เฟซบุ๊คจะก่อให้เกิดทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการใช้เฟซบุ๊คจะสามารถก่อให้เกิดทุนทางสังคมออนไลน์แบบรักษาความสัมพันธ์มากที่สุด แต่ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมออนไลน์ที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงกลับพบว่า ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์กลับมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงครอบคลุมหลายด้านมากกว่า ทั้งนี้จึงอาจอธิบายได้ว่า ทุนทางสังคมออนไลน์แต่ละรูปแบบจะส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริงแตกต่างกัน เนื่องจาก รูปแบบทุนทางสังคมออนไลน์จะมีลักษณะของความเกี่ยวพันทางสังคม (social ties) ที่ต่างกัน จึงส่งผลต่อการรับรู้ตนเองในแต่ละด้านต่างกัน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตมากถึง 4 ด้านคือความเป็นอิสระ ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม และการยอมรับตนเอง แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ในขณะที่ ทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงจะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิต 3 ด้านคือ ด้านความเป็นอิสระ การยอมรับตนเองและความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ส่วนทุนทางสังคมแบบรักษาความสัมพันธ์จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตเพียง 2 ด้านคือ ด้านความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมและความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ทุนทางสังคมแบบกระชับความสัมพันธ์มีลักษณะของความเกี่ยวพันทางสังคม (social ties) ที่เน้นความผูกพันแนบแน่นระหว่างกลุ่มหรือบุคคล ความใกล้ชิดและความสนิท ทำให้ลักษณะของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยอารมณ์ ความรู้สึก ความไว้วางใจต่อกันมาก ส่งผลต่อระดับของการสื่อสารมีความเป็นส่วนตัวสูง และมีความเป็นกันเองมาก การแสดงออกทางการสื่อสารจึงมีความเป็นอิสระต่อกันมากเพราะคู่สื่อมีความคุ้นเคยกัน ไว้วางใจเชื่อใจ จึงสามารถระบายอารมณ์ความรู้สึกและกล้าเปิดเผยตัวตนที่มีต่อกันได้มาก โดยเฉพาะประเด็นที่ลึกซึ้งหรือเป็นความลับ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือต่อและกัน การเอาใจใส่ ก่อให้เกิดการยอมรับตนเองมากขึ้น แต่หากความเกี่ยวพันที่มีความใกล้ชิด สนิทสนมกันมากเกินไปจนปิดกั้น

หรือไม่ยอมรับคนในสังคมอื่น ย่อมส่งผลให้บุคคลหรือคนในสังคมนั้นกลายเป็นสังคมที่โดดเดี่ยว แปลกแยกจากคนหรือเครือข่ายหรืออาจสร้างตนเป็นปรปักษ์กับสังคมอื่น และนำไปสู่ความไม่ไว้วางใจหรือไม่ชอบคนในกลุ่มอื่น นั่นคือ การมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันกับเพื่อนมาก ผูกพันจนมากจนไม่อาจรับความสัมพันธ์ที่ดีหรือกีดกั้นความสัมพันธ์ที่ดีจากผู้อื่นได้ (Putnam, 2002) นอกจากนั้น Devito (1993) ยังอธิบายว่า แม้ว่าบุคคลจะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและลึกซึ้งกันมาก แต่ความสัมพันธ์นั้นอาจเสื่อมถอยลงได้ เนื่องจากถูกกัดกร่อนจากปัญหาที่เกิดจากแต่ละฝ่ายร่วมกันสร้าง เช่น การมีเวลาให้กันน้อยลง การผิดสัญญา การโต้เถียง ความคุ้นเคยและการถือวิสาสะจนกลายเป็นเรื่องดูถูกเหยียดหยาม ซึ่งอาจนำไปสู่การสิ้นสุดความสัมพันธ์ได้ ดังนั้น บางครั้งการใช้เฟซบุ๊คกับเพื่อนสนิท ที่มักใช้เพื่อการหยอกล้อ แซว หรือการใช้คำพูดเยาะเย้ย ถากถางเพราะคิดว่าเป็นเพื่อนที่สนิทกันจนลืมคำนึงถึอความเหมาะสมของการใช้คำพูด ซึ่งอาจสร้างผลกระทบทางจิตใจหรือความรู้สึก จนทำให้ความสัมพันธ์ที่ดีเริ่มลดลง

สำหรับทุนทางสังคมแบบเชื่อมโยงและแบบรักษาความสัมพันธ์จะมีความเกี่ยวพันทางสังคม (social ties) ที่ค่อนข้างหลวมกว่า หรือเป็นเพียงการเกาะเกี่ยวเครือข่ายสังคมไว้ เพื่อคงไว้ซึ่งการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกันหรือคงความสัมพันธ์ที่มีอยู่มิให้ขาดหายเท่านั้น การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ความรู้สึก การให้ความไว้วางใจ หรือความรู้สึกถึงความผูกพันที่แนบแน่นจึงมีน้อยกว่าทุนทางสังคมแบกระชับความสัมพันธ์และส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า การใช้เฟซบุ๊คสามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดทุนทางสังคมออนไลน์ได้จริง โดยเฟซบุ๊คจะทำหน้าที่สำคัญในการรักษาความสัมพันธ์ ทั้งในระดับบุคคล (individual-level) และระดับกลุ่ม (Collective-level) ผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกัน และหากบุคคลหรือกลุ่มใดที่มีความสัมพันธ์ที่แนบแน่นหรือมีการเกี่ยวพันกันมาก ย่อมจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณชีวิตในโลกแห่งความจริงที่ดีขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ในฐานะนักการตลาด / เอเยนซี่ที่มีความต้องการจะกระชับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ใช้ /ลูกค้าให้มีความผูกพันกันมากขึ้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญ 2 ประการคือ (1) การออกแบบเนื้อหา (content) หรือกิจกรรมการตลาด (Campaign) ที่เน้นเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล / กลุ่มให้มากขึ้น โดยเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องความรักความผูกพันระหว่างเพื่อน ครอบครัว เรื่องราวความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมสังคมและการดำเนินชีวิต โดยสอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกแรงบันดาลใจ การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมผ่านการบอกต่อ การแบ่งปัน การติดตาม และการ

เข้าไปมีส่วนร่วม ผ่านการแสดงความคิดเห็น การร่วมสร้างผลงานเพื่อเผยแพร่ ทั้งในเว็บไซต์ เว็บเพจ ตลอดจนก้าวสู่การมีส่วนร่วมในโลกแห่งความเป็นจริงด้วย (2) กรณีเว็บไซต์หรือเว็บเพจ ต้องให้ความสำคัญกับผู้ดูแลเว็บไซต์ (admin) ในการตอบคำถาม ให้ข้อเสนอแนะ นำเสนอสารประโยชน์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพราะกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นแสดงออกถึงการให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า/ ผู้ใช้ ซึ่งจะนำไปสู่ความไว้วางใจและความภักดีที่ลูกค้ามีต่อองค์กร /ผลิตภัณฑ์อีกด้วย ทั้งนี้ การกระชับความสัมพันธ์หรือการสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นนั้นคือความพยายามของนักสื่อสาร / เอเยนซี่ในการที่จะทำให้ผู้ใช้ / ลูกค้า เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร / ผลิตภัณฑ์ และเกิดการสร้างกลุ่มหรือสังคม (community) ที่มีแนวคิดหรือความสนใจร่วมกัน

2. ในฐานะของนักวิชาการด้านการสื่อสาร องค์กรหรือหน่วยงานพัฒนาคุณภาพชีวิตของวัยรุ่น ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีต่อคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง โดยเฉพาะด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม อิสระในการนำเสนอความคิดเห็นบนโลกออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และเกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้ การรู้จักเลือกใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร การยอมรับตนเองและการแยกแยะได้ระหว่างโลกความเป็นจริงกับโลกเสมือน รวมถึงการเสพติดสื่อที่เกิดจากการใช้งานเป็นเวลานานหรือการหมกมุ่นกับเรื่องหรือกลุ่มสังคมเครือข่ายใดมากเกินไป ทั้งนี้ วิธีการนำเสนอเนื้อหาควรเน้นการใช้อารมณ์ความรู้สึก ไม่เน้นเชิงวิชาการหรือแสดงออกเชิงขัดแย้งต่อการใช้สื่อ แต่ควรนำเสนอในเชิงผลกระทบเชิงบวกที่แฝงข้อคิดหรือวิธีการใช้งานอย่างสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่องที่สั้น กระชับ มีความสนุกสนานน่าติดตาม ใช้การ์ตูน แอนนิเมชั่น เพื่อสร้างความดึงดูดใจและความน่าสนใจ รวมถึง อาจต้องมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านอุปกรณ์หรือเครื่องมืออื่นร่วมด้วย เพื่อให้ผู้ใช้สามารถส่งต่อ แบ่งปัน หรือร่วมแสดงความคิดเห็นได้

3. สำหรับนักพัฒนาโปรแกรมหรือแอพลิเคชั่นผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการให้ผู้ใช้สามารถสร้างความผูกพันทางสังคมที่ใกล้ชิด ผูกพันกันมากขึ้นนั้น ต้องเน้นการพัฒนาสื่อในลักษณะของการสนทนาออนไลน์ (chat) เนื่องจากเป็นสื่อที่มีลักษณะของเน้นส่งข้อความหรือรูปภาพทำให้มีระบบการสื่อสารโต้ตอบแบบทันที และมีลักษณะของความเป็นส่วนตัวมากกว่า เพราะความเป็นส่วนตัวจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกถึงความเชื่อใจ ไว้ใจและเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและเร็วยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การที่จะให้สื่อสนทนาออนไลน์สามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้ดีต้องเน้นการใช้ข้อความ เครื่องหมาย / สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกที่หลากหลาย ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาสัญลักษณ์ดังกล่าวในหลายชื่อเรียกเช่น Emoji, Emoticon, Sticon และ Sticker โดย

โปรแกรมนี้ต้องสามารถทำการสื่อสารผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อได้ทุกรูปแบบเช่น สมาร์ทโฟน โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต เพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลา

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างทุนทางสังคมออนไลน์กับทุนทางสังคมในโลกแห่งความจริง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในส่งเสริมหรือสนับสนุนการใช้ประโยชน์ร่วมกันของทุนทางสังคมทั้งสองรูปแบบ

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาถึง การเกิดทุนทางสังคมออนไลน์ในเฟซบุ๊คแฟนเพจ (facebook fanpage) เพื่อศึกษาลักษณะการก่อตัวของทุนทางสังคม การสะสมทุนทางสังคมและผลกระทบที่มีต่อสังคมในโลกแห่งความจริงว่ามีความแตกต่างจากทุนทางสังคมที่เกิดจากเฟซบุ๊คส่วนบุคคลหรือไม่ อย่างไร

DPU

บรรณานุกรม

DPU

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

เกษม นครเขตต์. (ม.ป.ป.). *เอกสารวิชาการ แนวคิดและทฤษฎีเครือข่าย (Social Network Theory).* นนทบุรี: คณะทำงานพัฒนาวิชาการ โครงการสร้างพันธมิตรการสร้างสุขภาพ (พสส.) กระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

ดวงกมล ชาติประเสริฐและศศิธร ยุวโกศล. (2555). *การรู้เท่าทันสื่อใหม่ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม: การใช้ประโยชน์และประเด็นทางสังคม.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

บุษบา สุธีธร. (2548). หน่วยที่ 7 ทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลและระหว่างบุคคล. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7.* นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประเวศ วะสี. (2541). *ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและศีลธรรม.* กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

ฝน แสงสิงแก้ว. (2552). *เรื่องของสุขภาพจิต.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

พระมหาสุฑิตย์ อาภากโร. (2547). *เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ.* กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร. (2548). หน่วยที่ 3 แนวติดหลักด้านการสื่อสาร. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7.* นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2539). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เรารู้เขา)* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

สนธยา พลศรี. (2547). *หลักและทฤษฎีการพัฒนาชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

อนุชาติ พวงสำลี, และวีรบูรณ์ วิสารทสกุล. (2541). *ประชาสังคม: คำ ความคิด ความหมาย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

งานวิจัย

กัญญาดา ประจุศิลป, อนุชัย ธีระเรืองไชยศรี, อารีย์วรรณ อ่วมตานี, และอนิรุทธ์ สติมั่น. (2551). *การพัฒนาชุมชนสื่อสารสุขภาพทางอินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: แผนงานวิจัยและพัฒนาระบบสื่อสารสุขภาพสู่ประชาชน (รสส.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2551). *รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2551* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และซีเอ็ดยูเคชั่น.

วิทยานิพนธ์

กมลวรรณ วรรณธนัง. (2553). *ทุนทางสังคมกับการจัดการความรู้สู่ชุมชนพึ่งตนเอง* (ปริญญานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

ชนากิตติ์ ราชพิบูลย์. (2553). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ชราพร สนิทภักดี. (2545). *ผลของโปรแกรมการเห็นคุณค่าแห่งตนที่มีต่อคุณค่าแห่งตนและภาวะซึมเศร้าของเยาวชนหญิงที่กระทำผิดในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ทวิพงศ์ ศรีสุวรรณ. (2553). *การจัดการเรียนการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์วิชา ฟิสิกส์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ธนิดา จุลวินชย์พงษ์. (2546). *ผลของการให้คำปรึกษากลุ่มโดยใช้ทฤษฎีเกสตัลท์ต่อคุณค่าแห่งตนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธวัชพงษ์ พิทักษ์. (2552). *การใช้เครือข่ายทาสังคมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการจัดการเนื้อหาทางการเรียนรู้* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

นิภาวรรณ ศิริไพบูรณ์. (2551). *แฮร์รี่ พอตเตอร์กับชุมชนออนไลน์* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บรมบถ เพ็ญสวัสดิ์. (2550). *สื่อรักออนไลน์กับการใช้บริการของคนกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เบญจวรรณ ตั้งสกุล. (2551). *พฤติกรรมและเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคอุบลราชธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาสังคมศาสตร์และการพัฒนา คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2547). *วาทกรรมทุนทางสังคม: กระบวนการสร้างแนวคิดและปฏิบัติการในบริบทการพัฒนาของไทย (พ.ศ. 2540-2546)* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาสังคมวิทยา ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

พีระ ลิ่วลม. (2542). *การศึกษาศักยภาพของ "ทุนทางสังคม" ของชุมชนไซเบอร์ (*วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาเอกการจัดการสารสนเทศสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2533). *รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวันทำงานเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วริษฐา มาลากุล ณ อยุธยา. (2552). *การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของวัยรุ่นบนเว็บไซต์ hi5.com* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิชิต ปากหวาน. (2548). *การเห็นคุณค่าแห่งตนของผู้กระทำผิดในคดีอุกฉกรรจ์: ศึกษากรณีผู้ต้องขังเรือนจำกลางสมุทรปราการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: สาขาวิชานโยบายสาธารณะ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สิทธิชัย สาตรวาหา. (2550). *ความสัมพันธ์ฉันคนรักผ่านเกมส์แร็กนาร็อกออนไลน์ (ประเทศไทย)* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิรินทร แซ่ฉั่ว. (2553). *ความสุขในการทำงานของบุคลากรเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กลุ่มสื่อและกลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อการใช้งาน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

แสงเงิน ไกรนรา. (2550). *กระบวนการทุนทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายทอผ้า: กรณีศึกษา เครือข่ายทอผ้า ตำบลส้มป่อย อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาทิชา เมืองยม. (2547). *การสร้างสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (Chat)* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารยา ด่านพานิช. (2542). *การศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมการเผชิญปัญหาของเยาวชนผู้กระทำผิดชายและหญิงในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนกลาง* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาศิลปศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บทความ

ชาญชัย ชัยสุขโกศล. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). เทคโนโลยีกับสังคม: ข้อเสนอกรอบแนวคิดข้ามสาขาวิชาและบททดลองวิเคราะห์ กรณีจีเอ็มโอ ประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 8*(2), 9-70.

ชุติมา พงศ์วรินทร์, อรัญญา ตุ้ยคัมภีร์, และสุภาพรรณ โคตรจรัส. (2554). กรอบมโนทัศน์และเครื่องมือวัดความสุขในบริบทสังคมไทย: บทความปริทรรศน์. *Proceedings of the East-West Psychological Research Center, 10*, 191-200.

ดวงกมล ชาติประเสริฐ, และศศิธร ยุวโกศล. (2556). พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ค. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 21*(36), 35-57.

ธีรพล ภูรัต. (2545, กรกฎาคม-กันยายน). ชุมชนเสมือนจริง: ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่น่าจับตามอง. *วารสารนักบริหาร, 22*(3), 74-78.

ศศิธร ยุวโกศล, และดวงกมล ชาติประเสริฐ. (2553, ตุลาคม-ธันวาคม). การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในโลกออนไลน์: โอกาสหรืออุปสรรค. *วารสารนิเทศศาสตร์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), 28*(4), 47-75.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2553). *การพัฒนาและทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทย (Version 2007).* สืบค้น 30 มกราคม 2553, จาก http://www.dmh.go.th/test/thaihapnew/

ชุตินาถ ศักรินทร์. (2554, 14 มีนาคม). *มารู้จัก Self-esteem กันเถอะ.* สืบค้น 30 มกราคม 2555, จาก http://www.damrongchaitham.com/2011/coaching-read.php?id=36

ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์. (2555, 26 กรกฎาคม). *สถานภาพองค์ความรู้ของแนวคิดเครือข่ายทางสังคม (State of Knowledge of Social Network Concept).* สืบค้น 30 กรกฎาคม 2556, จาก http://v-reform.org/uknowledges

นิตยสาร Positioning. (2554, 13 กันยายน). สืบค้น 27 มกราคม 2554, จาก http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=93052

ปกรณ์กฤช กันทะเลิศ. (2554). *คู่มือการใช้งาน Facebook.* สืบค้น 30 มกราคม 2554, จาก http://www.scribd.com

พีรพัฒน์ ถวิลรัตน์. (2552, 19 เมษายน). *Counseling Psychology: ทุกข์ได้.... ก็สุขได้.* สืบค้น 14 มกราคม 2555, จาก http://pcounselor.blogspot.com/

มิติชนออนไลน์. (2554, 12 ตุลาคม). *เบื้องหลัง 1 คืนที่โรงงาน "อิชิตัน" ของ "กัปตัน" และ "คำขอร้อง" จาก "ตัน ภาสกรนที".* สืบค้น 27 มกราคม 2555, จาก http://www.matichon.co.th

ศรีประไพ อินทร์ชัยเทพ. (2555). *คู่มือการทำแบบสอบถามออนไลน์ โดย Google Doc.* ศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร. สืบค้น 1 กรกฎาคม 2555, จาก http://www.slideshare.net/SriprapaiInchaithep/google-doc-23827542

สรุปภาพรวม Facebook ประเทศไทย 2011 เป็น Infographic. (2555, 2 มกราคม). สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2555, จาก http://blog.zocialrank.com/

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *สรุปข้อมูลเบื้องต้นสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554.* สืบค้น 26 มกราคม 2555, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ictHSum54.pdf

อัพเดทตัวเลขสมาชิกและเวลาการใช้งานของแต่ละ Social Network. (2555, 17 พฤษภาคม). สืบค้น 17 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.marketingoops.com/reports/metrix/social-network-user-stat/

อัพเดทสถิติโลกดิจิตอลเมืองไทย + เทรน Mobile & Social. (2554, 12 กรกฎาคม). สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2555, จาก http://mashingup.wordpress.com/

ComScore. (2554, พฤศจิกายน). *แนวโน้มของการใช้ Social Media ในปี 2012 จากรายงาน "It's a Social World: Top 10 Need-to-Knows About Social Networking and Where It's Headed".* สืบค้น 26 มกราคม 2555, จาก http://www.pleplejung.com.

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Adler, R. B., & Rodman, G. (2003). *Understanding ding human communication* (8th ed.) New York: Oxford University Press.

Baker, W. E. (1994). *Networking Smart, How to Build Relationships for Personal and Professional Success.* New York: McGraw-Hill.

Barnlund, D. (1970). A transactional model of communication. In K. K. Sereno, and C. D. Mortensen (Eds.), *Foundations of communication theory.* New York: Harper.

Beck, R. C. (2004). *Motivation: Theories and Principles* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A., & Tipton, S. M. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life.* New York: Harper & Row.

Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Boase, J., Horrigan, J. B., & Rainie, L. (2006). *The strength of internet ties: The Internet and email aid users in maintaining their social networks and provide pathways to help when people face big decisions.* Washington D. C.: Pew Internet & American Life Project.

Boissevain, J. (1974). *Friends of Friends: Network, Manipulator and Coalitions.* Oxford: Basil Blackwell.

Bradburn, N. (1969). *The structure of psychological well-being.* Chicago: Aldine.

Burn, R. (1990). *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Longman Cheshire.

Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition.* Cambridge: Harvard University Press.

Calhoun, C., Light, D., & Keller, S. (1994). *Sociology* (International Edition, 6th Ed.). USA: McGraw-Hill.

Coleman, J. (1990). *Foundation of Social Theory.* Cambridge, MA: Havard University Press.

Coopersmith, S. (1981). SEI: Self-esteem inventories (2nd ed.). Palo Alto, C.A.: Consulting Psychologist Press.

Cooporsmith, S. (1984). *The antecedents of self-esteem* (2nd ed.). Palo Alto, C.A.: Consulting Psychologist Press.

Denham, M. J. (1991). *Care of the long-stay elderly patient* (2nd ed.). London: Chapman and Hall.

DeVito, J. A. (1993). *Messages: Building Interpersonal Communication Skills.* New York: Harper Conllins.

Donath, S. J. (2000). Identity and deception in the virtual community. In M. A. Smith, and P. Kollock (Eds.), *Communities in Cyberspace.* London: Routledge.

Drukheim, E. (1964). *The division of labor in society.* New York: Free Press of Glencoe.

Duck, S. (1976). Interpersonal Communication in Developing Acquaintance. In G. R. Miller, *Explorations in Interpersonal Communication*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Gamble, T. K., & Gamble, M. (2005). *Communication works* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill.

Granovetter, M. S. (1982). The strength of weak ties: A network theory revisited. In P. V. Mardsen, and N. Lin (Eds.), *Social Structure and Network Analysis* (pp.105-130). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Griffin, E. A. (2009). *A First look at communication theory* (7th ed.). Boston: McGrew-Hill Higher Education.

Gusfield, J. R. (1975). *The community: A critical response.* New York: Harper Colophon.

Hybels, S., & Weaver, R. L. (2004). *Communicating effectively* (7th ed.). Boston: McGraw-Hill.

Infante, D. A., Rancer, A. S., & Womack, D. F. (2003). *Building Communication Theory* (4th ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.

Kahnerman, D., Diener, E., & Schwarz, N. (Eds.). (1999). *Well-being: Foundation of hedonic psychological.* New York: Russell Sage Foundation Press.

Knapp, M. L. (1978). *Social Intercourse: From Greeting to Goodbye*. Boston, MA: Allyn and Bacon.

Knapp, M. L. (1984). *Interpersonal Communication and Human Relationships.* Boston, MA: Allyn and Bacon.

Knapp, M. L., & Vangelisti, A. (1992). *Interpersonal Communication and Human Relationships.* Boston, MA: Allyn and Bacon.

Liebowitz, J. (2008). *Social Networking The Essence of Innovation.* Maryland: Scarecrow.

Littlejohn, S. W. (1999). *Theories of Human Communication.* Belmont, CA: Wadsworth.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2005). *Theories of human communication* (8th ed.). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Luthans, F. (1998). *Organizational Behavior* (8the ed.). New York: McGraw-Hill.

Maslow, A. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5th ed.). London: Sage.

Mukherjee, R. (1989). *The quality of life.* New Delhi/Newbury Park/London: Sage.

Mussen, P. H., Conget, J., & Huston, A. C. (1990). *Child development and personality*. New York: Harper Collins.

Nie, N., Hillygus, D. S., & Erbring, I. (2002). Internet use, interpersonal relation, and sociability: A time diary study. In B. Wellman, and C. Haythornthwaite (Eds.), *The Internet in everyday life.* Malden, MA: Blackwell.

Orem, D. E. (2001). *Nursing concept of practice.* New York: McGraw-Hill.

Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2003). Introduction. In E. Ostrom, and T. K. Ahn (Eds.), *Foundations of Social Capital.* Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Preece, J. (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*. Chichester, UK: John Wiley and Sons.

Preece, J., & Maloney-Krichmar, D. (2003). Online communities: Focusting on sociability and usability. In J. A. Jacko and A. Sears (Eds.), *The human-computer interaction handbook: Fundamentals, evolving technologies and emerging applications* (pp. 596-620). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse ad Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

Raffey, N. R., & Mayor, B. K. M. (1993). *Advanced care management.* New York: Sage.

Resnick, P. (2001). Beyond bowling together: Sociotechnical capital. In J. Carroll (Ed.), *HCI in the New Millennium* (pp. 247-272). Boston, MA: Addison-Wesley.

Rogers, C. D. (1961). *On becoming a person*. Boston: Houghton Mifflin.

Roloff, M. E. (1981). *Interpersonal Communication: A Social Exchange Approach*. Beverly Hills, CA: Sage.

Rosenbert, M. (1979). *Conceiving the self.* New York: Basic Book.

Sass, C. R. (1978). *Person to person.* Peoria, IL: Benefit.

Stolle, D. (2000). Onderzoek naar social kapitaal: Naar een attitudinale benadering [Inquiries into social capital: Toward an attitudinal approach]. In M. Hooghe (Ed.), Sociaal kapitaal endemocratie: Verenigingsleven, social kapitaal en politieke cultuur (pp. 25-59). Leuven, Netherlands: Acco.

Stone, B., & Jacobs, R. (2008). *Successful direct marketing methods*. New York: McGraw Hall.

Sunden, I. (2003). *Material Virtualities: Approaching Online Textual Embodiment.* New York: Peter Lang Publishing.

Thomlison, T. D. (2000). An interpersonal primer with implications for public relations. In J. Ledingham, & S. Bruning (Eds.), *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations* (pp. 177-203). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Warr, P. (2007). *Work, Happiness, and Unhappiness*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Wellman, B. (1997). An electronic group is virtually a social network. In S. Kiesler (Ed.), *Culture of the Internet* (pp. 179-205). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

RESEARCHS

Dietrich, N. S. (2004). From Face-to-Face to Cyberspace: Examining the Impact of Instant-Messaging Within Already-Established Relationships. In *The Eastern Communication Association conference, April 23, 2004, University of Delaware Department of Communication.*

Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (Research report). New York: Free Press.

Katz, J. E., & Rice, R. E. (2002). *Social consequences of Internet use: Access involvement and interaction* (Research report). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Lazar, J., & Preece, J. (1998). Classification scheme for online communities. In *Proceedings of the Fourth Americas Conference on Information Systems, Baltimore, MD* (pp. 84-86).

Li, H. (2004). Virtual Community Studies: A Literature Review, Synthesis and Research Agenda. In *Proceedings of the Americas Conference on Information, Systems, New York, August 2004*.

Putnam, R. D. (Ed.). (2002). *Democracy in Flux: The Evaluation of Social Capital in Contemporary Society* (Research report). New York: Oxford University Press.

Schramm, W. (1954). *The process and effects of communication* (Research report). Urbana: University of Illinois Press.

Schutz, E. M. (1967). *Joy* (Research report). New York: Grove Press.

Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication* (Research report). Urbana: University of Illinois Press.

Sherif, M. (1998). *The Robber Cave Experiment: Intergroup Conflict and Cooperation* (Research report). Scranton, PA: Wesleyan University Press.

Sproull, L., & Kiesler, S. (1991). *Connections: New ways of working in the networked organization* (Research report). Cambridge, MA: MIT Press.

Sumeet, G., & Hee-Woong, K. (2004). Virtual Community: Concepts, Implications, and Future Research Directions. In *Proceeding of the Tenth Americas Conference on Information Systems, New York, August 2004*.

Vivian, N., & Sudweeks, F. (2003). Social networks in transnational and virtual Communities. In *Proceedings of the 2003 Informing Science and Information Technology Education Conference* (pp. 1431-1437). Santa Rosa, CA: Informing Science Institute.

ARTICLES

Adler, P., & Kwon, S. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review, 27*(1), 17-40.

Armstrong, A., & Hagel III, J. (1996). The real value of on-line communities. *Harvard Business Review, 74*(3), 134-141.

Bargh, J., & McKenna, K. (2004). The Internet and social life. *Annual Review of Psychology, 55*(1), 573-590.

Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of Social Issues, 58*(1), 33-48.

Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research, 1*, 99-112.

Best, S. J., & Krueger, B. S. (2006). Online interactions and social capital-Distinguishing between new and existingties. *Social Science Computer Review, 24*(4), 395-410.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 210-230.

Brehm, J., & Rahn, W. (1997). Individual-level evidence for the causes and consequences of social capital. *American Journal of Political Science, 41*(3), 999-1023.

Chan, D. K. S., & Cheng, G. H. L. (2004). A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of Social and Personal Relationship, 21*(3), 305-320.

Cole, H., & Griffiths, M. D. (2007). Social interactions in massively multiplayer online role-playing gamers. *CyberPsychology & Behavior, 10*(4), 575-584.

Coleman, J. C. (1988, January). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology, 94*, S95-S120.

Diener, E. (1984). Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin, 95*(3), 542-575.

Diener, E. (2000). Subjective Well-Being: The Science of Happiness and a Proposal for a National Index. *American Psychologist, 55*(1), 34-43.

Diener, E., Emmons, R. A, Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment, 49*(1), 71-75.

Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal, 224*(4), 71-82.

Dubini, P., & Aldrich, H. (1991). Personal and Extended Networks are Central to the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing, 6*, 305-313.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends" Social Capital and College Students 'Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*, 1143-1168.

Etzioni, A., & Etzioni, O. (1999). Face-to-Face and Computer-Mediated Communities: A Comparative Analysis. *The Information Society, 15*(4), 241-248.

Eveland, W. P., Jr., Marton, K., & Seo, M. (2004). Moving beyond 'Just the Facts': The influence of online news on the content and structure of public affairs knowledge. *Communication Research, 31*(1), 82-108.

Flap, H., & Volker, B. (2001). Goal specific social capital and job satisfaction-Effects of different types of networks on instrumental and social aspects of work. *Social Networks, 23*(4), 297-320.

Flynn, M. K., & Frantz, R. (1987, March). Coronary artery bypass surgery: Quality of life during early convalescence. *Heart and Lung, 23*, 159.

Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*, 79-83.

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological theory, 1*, 201-233.

Graves, L.N. (1992). Cooperative learning communities: Context for a new vision of education and society. *Journal of Education, 174*(2), 57-79.

Guerrero, L. K., & Bachmann, M. (2006). Associations among relational maintenance behaviors, attachment-style categories, and attachment dimensions. *Communication Studies, 57*(3), 341– 361.

Hagel, J., & Armstrong, A. G. (1997). Net gain: Expanding Market is through Virtual Communities in the Insurance Industry in the UK and Greece. *International Journal of Information Management, 23*(1), 41-23.

Hales, K. (2009). Ethical issues in relational maintenance via computer-mediated communication. *Journal of Information, Communication & Ethics in Society, 7*(1), 9-24.

Hales, K. (2009). Theme Articles Ethical issues in relational maintenance via computer-mediated communication. *Journal of Information Communication & Ethics in Society, 7*(1), 9-24.

Hampton, K., & Wellman, B. (2003, December). Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb. *City & Community, 2*(4), 277-311.

Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sties. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 276-297.

Haythornthwaite, C. (2002). Strong, weak, and latent ties and the impact of new media. *The Information Society, 18*, 385-401.

Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society, 359*(1449), 1435-1446.

Jennings, M. K., & Zeitner, V. (2003). Internet use and civic engagement-A longitudinal analysis. *Public Opinion Quarterly, 67*(3), 311-334.

Joinson, S. (2001). Self disclosure in CMC: The role of self awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology, 31*, 177-192.

Kafka, G. .J., & Kozma, A. (2001). The construct validity of Ryff's Scales of Psychological Well-being (SPWB) and their relationship to measure of subjective well-being. *Social Indicator Research, 57*, 171-190.

Kaplan, M. A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Kelley School of Business, Indiana University, Business Horizons, 53*, 59-68.

Kenski, K., & Stround, N. J. (2006). Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 50*(2), 173-192.

Kerckhoff, A. C., & Davis, K. E. (1962). Value Consensus and Need Complementarity in Mate Selection. *American Sociological Review, 27*, 295-303.

Kiesler, S., Siegel, J., & McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer mediated communication. *American Psychologist, 39*, 1123-1134.

Knack, S., & Keefer, P. (1997, November). Does Social Capital have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *The Quarterly Journal of Economics, 112*(4), 1251-1288.

Kobayashi, T., Ikeda, K., & Miyata, K. (2006). Social capital inline: Collective use of the Internet and reciprocity as lubricants of democracy. *Information, Communication and Society, 9*(5), 582-611.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998, September). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist, 53*(9), 1017-1031.

Laumann, E. O., Galaskiewicz, J., & Marsden, P. V. (1978). Community Structure as Interorganizational Linkages. *Annual Review of Sociology, 4*, 455-484.

Lazar, J., Tsao, R., & Preece, J. (1999). One Foot in Cyberspace and the Other on the Ground: A Case Study of Analysis and Design Issues in a Hybrid Virtual and Physical Community. *WebNet Journal: Internet Technologies, Applications, and Issues, 1*(3), 49-57.

Lin, N. (1999). Building a network theory of social capital. *Connections, 22*(1), 28-51.

Lyubormirskey, S., King, L., & Diener, E. (2005, November). The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success? *Psychological Bulletin, 131*(6), 803-855.

Marsden, P. V., & Campbell, K. E. (1984, December). Measuring Tie Strength. *Social Forces, 63*(2), 482-501.

McKenna, K., Green, S., & Gleason, M. E. G. (2002). Relationship formation on the Internet: What is the big attraction. *Journal of Social Issues, 58*(1). 9-31.

McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology, 14*(1), 6-23.

Mesch, G., & Talmud, I. (2006a). Online friendship Formation, COMMUNICATION Channels, and Social Closeness. *International Journal of Internet Science 2006, 1* (1), 29-44.

Mesch, G., & Talmud, I. (2006b). The quality of online and offline relationships: The role of multiplexity and duration of social relationships. *The Information Society, 22*, 137-148.

Morrow, V. (1999). Conceptualizing social capital in relation to the well-being of children and young people: A critical review. *Sociological Review, 47*, 744-765.

Newton, K. (1997). Social capital and democracy. *American Behavioral Scientist, 40*(5), 575-586.

Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting finding. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 420-435.

Phulari, S. S., Khamitkar, S. D., Deshmukh, N. K., Bhalchandra, P. U., Lokhande, S. N., & Shinde, A. R. (2010, January). Understanding Formulation of Social Capital in Online Social Network Sites (SNS). *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI), 7*(1), 92-96.

Portes, A. (1998, August). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology, 24*, 1-24.

Putnam, R. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The American Prospect, 13*, 35-42.

Ramirez, A., & Zhang, S. (2007). When online meet offline: The effect of modality switching on relational communication. *Communication Monographs, 74*(3), 287-31.

Reagens, R., & McEvily, B. (2003, June). Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range. *Administrative Science Quarterly, 48*(2), 240-267.

Ryff, C. D. (1989a, December). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology, 57*(6), 1069-1081.

Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995, October). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychological, 69*(4), 719-727.

Ryff, C. D, & Singer B. H. (2008, January). Know thyself and Become what you are: A Eudaimonic Approach to Psychological Well-being. *Journal of Happiness Studies, 9*(1), 13-39.

Scott, V. M., Mottarella, K.E., & Lavooy, M. J. (2006). Does virtual intimacy exist? A brief exploration into reported levels of intimacy in online relationships. *Cyber Psychology & Behavior, 9*, 759-761.

Shah, D. V., Kwak, N., & Holbert, R. L. (2001). "Connecting" and "disconnecting" with civic life: Patterns of Internet use and the production of social capital. *Political Communication, 18*, 141-162.

Shah, D. V., McLeod, J. M., & Yoon, S. H. (2001, August). Communication, Context, and Community: An Exploration of Print, Broadcast, and, Internet Influences. *Communication Research, 28*(4), 464-506.

Son, J., & Lin, N. (2008). Social capital and civic action: A network-based approach. *Social Science Research, 37*(1), 330-349.

Stafford, L., & Canary, D. J. (1991). Maintenance strategies and romantic relationship type, gender, and relational characteristics. *Journal of Social and Personal Relationships, 8*, 217-242.

Steinfield, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*, 434-445.

Stromberg, M. F. (1984). Selection and instrument to measure quality of life. *Oncology Nursing Forum, 11*, 88-91.

Tidwell, I. C., & Walthr, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research, 28*(3), 317-348.

Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998, August). Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Network. *Academy of Management Journal, 41*, 464-476.

Urista, M. A., Dong, Q., & Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication, 12*(2), 215–229.

Valenzuela, S., Park, N., & Kee, F. K. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*, 875-901.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). The effects of instant messaging on the quality of adolescents' existing friendships: A longitudinal study. *Journal of Communication, 59*, 79-97.

Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research, 19*, 52-90.

Walther, J. B. (1995). Relational aspects of computer-mediated communication: Experimental observations over time. *Organization Science, 6*(2), 186-203.

Weber, L. M., Loumakis, A., & Bergman, J. (2003). Who participates and why? An analysis of citizens on the Internet and the mass public. *Social Science Computer REVIEW, 21*(1), 26-42.

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 436.

Westheimer, J., & Kahne, J. (1993). Building school communities: An experience-based model. *Phi Delta Kappan, 75*(4), 324-28.

Whittaker, S., Issacs, E., & O'Day, V. (1997). Widening the Net: Workshop report on the theory and practice of physical and network communities. *SIGCHI Bulletin, 29*(3), 27-30.

Williams, D. (2006). On and Off the "Net": Scales for social capital in an online era. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(2), 593-628.

Young, K. (2011). Social Ties, Social Networks and the Facebook Experience. *International Journal of Emerging Technologies and Society, 9*(1), 20-34.

Zhan, L. (1992, July). Quality of Life: Conceptual and measurement. *Journal of Advanced Nursing, 17*, 979.

DISSERTATIONS

Jones, E. B. (2007). *Pixelated Stained Glass: A Fantasy Theme Analysis Of Online And Face-To-Face Christian Community* (Master's thesis). Muncie, Indiana: Ball State University.

Kata, P. (2004). The Study on social capital and the role of social capital in social movement: Case study of health civil society in one village in North-Eastern Region of Thailand (Master's thesis). Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University.

Zhong, Z. (2009, September). *The Effects of MMORPG Play on Online and Offline Social Capital* (Doctoral dissertation). Hong Kong: City University of Hong Kong.

ELETRONIC SOURCES

Alexander, K. (2007). *Fast time at make-believe high: How the high school experience has been changed* by Facebook, BostonMagzine. Retrieved January, 2007, from http://www.bostonmagazine.com/articles/2007/01/fast-times-at-make-believe-high/

CrunchBase. (2011). Facebook. Retrieved January 24, 2012, from http://www.crunchbase.com/company/facebook

December, J. (1997, January). Notes on defining computer mediated communication. *Computer-Mediated Communication Magazine, 4*(1). Retrieved December 19, 2011, from http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/december.html

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological bulletin, 95*, 542-575. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1037/00332909.95.3.542.

eBizMBA. (2012, January). *Rank Top 15 Most Popular Social Networking Sites.* Retrieved 25 January 25, 2512, from http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection Strategies: Social Capital Implications of Facebook-enabled Communication Practices. *New Media Society*, published online 27 January 2001, Published by: SAGE. Retrieved from http://www.sagepublications.com

Harmanci, R. (2005). Online networking clicks among friends. *San Francisco Chronicle* . Retrieved October 23, 2005, from http://www.sfgate.com/cgibin/article.cgi?f=/c/a/2005/10/23/SOCIALNET.TMP&ao=all

Hian, L. B. C., Sim, L., Trevor, T. M. K., & Detenber, B. H. (2004). Getting to know your: exploring the development of relation intimacy in computer-mediated communication. *Journal of Computer Mediated Communication, 9*(3). Retrieved December 20, 2011, from http://jcmc.indiana.edu/vol9/issue3/detenber.html

Hinner, M. B. (2010). *The Interrelationship of Business and Communication.* Frankfurt am Main; New York: Peter Lang. Retrieved June 22, 2012 from http://socialnetworking.lovetoknow.com/Characteristics_of_Social_Networks

Hu, Y., Wood, J.,Smith, V., & Wesbrook, N. (2004). Friendships through IM: Examining the relationship between instant messaging and intimacy. *Journal of Computer Mediated Communication, 10*(1). Retrieved December 19, 2011, from http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/hu.html

Kollock, P. (1998, June). Design Principles for Online Communities. *PC Update, 15*(5), 58-60. Retrieved from http://www.loa.istc.cnr.it/Files/CollabKWork/Design%20Principles%20for%20Online%20Communities-%20Kollock.html

Maletsky, J. (2008, May 2). *Will You Be My Facebook Friend?: An Examination of Social Capital Building Through Online Social Networks.* [PPS 264S]. Retrieved November 17, 2011, from http://www.capitalsocial.com/wp/images/Facebook%20and%20Social%20Capital.pdf

Min, S. J. (2007). *Online vs. face-to-face deliberation: Effects on civic engagement. Journal of Computer-Mediated Communication.* Retrieved January 24, 2012, from http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/min.html

Ofcom. [Office of Communications]. (2008, April 2). Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behavior and use. *Research Document.* Retrieved from http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/02_04_08_ofcom.pdf

Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication, 46*, 80-97. Also appearing concurrently on-line in the *Journal of Computer-Mediated Communication, 1*(4). Retrieved October 29, 2009 from http://jcmc.indiana.edu/vol1/+issue4/parks.html

Putnam, R. D. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, (13), Spring. Retrieved from http://epn.org/prospect/13/13 putn.html[1998, Oct].

Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010, October 1). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science Technology & Society, 30*, 309-315. Retrieved from http://bst.sagepub.com/content/30/5/350.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Retrieved January 24, 2012, from http://www.rheingold.com/vc/book/

Swartz, J. (2008, October 2). Social–networking Site Going Global. *USA Today.* Retrieved May 19, 2012 from http://www.usatoday.com/money/industries/technology/2008-02-10-social-networkingglobal_N.htm

Tangmanee, C. (2000, November – 2001, Febuary). Programmers' Receptive Attitude toward Code Sharing and their Use of Computer-Mediated Communication Systems. *NECTEC Technical Journal, 2*(9). Retrieved December 20, 2011, from http://www.nectec.or.th/NTJ/No10/No10_full_6.php

Thailand Facebook Statistics. (2012). Retrieved January 26, 2012, from http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/thailand

Top 15 Most Popular Social Networking Sites. (2012, January). Retrieved January 25, 2012, from http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites

Waterman, S. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eduaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychological, 64*(4), 678-691. Retrieved January 24, 2012, from http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.64.4.678.

ภาคผนวก

DPU

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การสื่อสารและทุนทางสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ค (Facebook)

กับคุณภาพชีวิตในโลกแห่งความจริง

แบบสอบถามนี้เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อประกอบการทำดุษฎีนิพนธ์ในการศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากท่าน เพื่อนำข้อมูลนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้...

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ค

1. ในแต่ละวันคุณใช้เวลาในการเล่นเฟซบุ๊คนานกี่นาที หรือกี่ชั่วโมง
   ..... นาที หรือ ..... ชั่วโมง
2. โดยเฉลี่ยในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมา คุณเล่นเฟซบุ๊คกี่วัน
   ☐ ไม่เล่นเลย ☐ 1-2 วัน ☐ 3-4 วัน ☐ 5-6 วัน ☐ ทุกวัน

ส่วนที่ 2 การสนทนาผ่านเฟซบุ๊ค

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ตามความคิดเห็นของคุณ

ความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 7 ระดับ คือ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ไม่เห็นด้วย 3 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 เฉยๆ 5 ค่อนข้างเห็นด้วย 6 เห็นด้วย 7 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คุณใช้เฟซบุ๊คในการสนทนากับเพื่อนในเฟซบุ๊คอย่างไร	**ระดับความคิดเห็น**						
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
ความหลากหลายในหัวข้อการสนทนา (Breadth)							
1. เราพูดคุยกันได้หลายเรื่อง หลายประเด็น							
2. เราพูดคุยกันโดยเริ่มจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งเสมอ							
3. เราพูดคุยกันในเรื่องต่าง ๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องที่อยู่ภายในหัวข้อกระดานสนทนา							
ความลึกซึ้งในหัวข้อที่สนทนา (Depth)							
4. ฉันรู้สึกสนิทกับเพื่อนค่อนข้างมาก							
5. ฉันบอกความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองให้เพื่อนได้รับรู้							

คุณใช้เฟซบุ๊คในการสนทนากับเพื่อนในเฟซบุ๊คอย่างไร	ระดับความคิดเห็น						
	1	2	3	4	5	6	7
6. ฉันรู้สึกมั่นใจและเชื่อใจในตัวเพื่อนได้เกือบทุกๆ เรื่อง							
7. ฉันไม่มีวันบอกเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรับรู้							
8. ฉันบอกความลับหรือเรื่องส่วนตัวให้เพื่อนรู้ ซึ่งเพื่อนจะไม่มีวันรู้จากแหล่งอื่น							

ส่วนที่ 3 เหตุผลในการใช้เฟซบุ๊ค

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ตามความคิดเห็นของคุณ

ความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ไม่เห็นด้วย 3 เฉย ๆ 4 เห็นด้วย 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ฉันใช้เฟซบุ๊ค...	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
การใช้เวลาว่าง					
1. เพราะเฟซบุ๊คช่วยสร้างความบันเทิงให้กับฉัน					
2. เพราะเฟซบุ๊คช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับฉัน					
3. เพราะเฟซบุ๊คช่วยให้ฉันใช้เวลาพักผ่อนอย่างเพลิดเพลิน					
4. เพราะเฟซบุ๊คช่วยให้ฉันได้ผ่อนคลาย					
5. เพื่อต้องการฆ่าเวลา					
6. เพื่อหลีกเลี่ยงจากความกดดันและภาระหน้าที่ต่างๆ					
7. เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่กำลังทำอยู่ (เช่น งาน การบ้าน ฯลฯ)					
8. เพื่อต้องการถ่วงเวลาจากสิ่งที่ควรจะทำ					
การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก					
9. เพื่อให้กำลังใจ สนับสนุนเพื่อน					
10. เพื่อช่วยเหลือเพื่อน					

ฉันใช้เฟซบุ๊ค...	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
11. เพื่อขอบคุณผู้คนต่าง ๆ					
12. เพื่อให้เพื่อนรู้ว่า ฉันรู้สึกกังวลใจ เป็นทุกข์เป็นร้อนไปกับเพื่อน					
การติดตามแฟชั่น					
13. เพื่อให้ดูเป็นคนทันสมัย					
14. เพื่อไม่ให้ดูเป็นคนล้าสมัย					
15. เพื่อเป็นผู้นำแฟชั่น					
การแก้ปัญหา					
16. เพราะบางครั้งฉันอยากระบายปัญหาของตนเองให้กับบางคน ได้รับฟัง					
17. เพราะฉันอยากมีใครสักคนพูดคุยด้วย					
18. เพื่ออยากจะลืมปัญหาของฉัน					
การสร้างสังคม					
19. เพื่อจะได้พบปะพูดคุยกับคนหน้าใหม่ๆ					
20. เพื่อสร้างความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศ					
21. เพื่อให้รู้สึกยับยั้งน้อยลงในการคุยกับคนแปลกหน้า					
การรับรู้ข้อมูลทางสังคม					
22. เพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในเรื่องราวต่าง ๆ และความเป็นไปของคนอื่น					

ส่วนที่ 4 การใช้เฟซบุ๊คเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ตามความคิดเห็นของคุณ

ระดับความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 5 ระดับคือ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ไม่เห็นด้วย 3 ไม่แน่ใจ 4 เห็นด้วย 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความสัมพันธ์ของคุณกับเพื่อนในเฟซบุ๊ค...	**ระดับความคิดเห็น**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
การใช้เฟซบุ๊คเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับเพื่อน (Bonding)					
1. มีเพียงเพื่อนบางคนในเฟซบุ๊คเท่านั้นที่จะสามารถให้คำปรึกษาในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญของฉันได้					
2. เมื่อฉันรู้สึกโดดเดี่ยว มีเพื่อนมากมายในเฟซบุ๊คที่ฉันสามารถพูดคุยด้วยได้					
3. ฉันไม่ได้รู้จักเพื่อนที่ติดต่อกันผ่านเฟซบุ๊คลึกซึ้งมากพอที่จะให้เขาช่วยทำอะไรที่สำคัญๆ ได้					
4. มีเพื่อนมากมายในเฟซบุ๊คที่ฉันเชื่อใจว่าพวกเขาจะช่วยแก้ปัญหาให้ฉันได้					
5. ไม่มีใครในเฟซบุ๊คที่ฉันรู้สึกสบายใจที่จะคุยด้วยเกี่ยวกับเรื่องปัญหาส่วนตัวของฉัน					
6. เพื่อนในเฟซบุ๊คที่ฉันติดต่ออยู่จะสามารถช่วยฉันต่อสู้กับความไม่เป็นธรรมได้					
7. เพื่อนที่ฉันติดต่อในเฟซบุ๊คต่างเป็นคนที่ฉันสามารถขอให้เป็นบุคคลอ้างอิงเพื่อรับรองฉันเมื่อสมัครงานได้					
8. เพื่อนที่ฉันติดต่อในเฟซบุ๊คสามารถที่จะเสี่ยงเอาชื่อเสียงของตัวเองเข้าแลกเพื่อปกป้องฉัน					
9. เพื่อนในเฟซบุ๊คที่ฉันติดต่อด้วยยินดีที่จะแบ่งเงินแม้เพียงน้อยนิดที่มีอยู่ให้ฉันใช้ด้วย					
10. ถ้าฉันจำเป็นต้องขอยืมเงินใครสักคนอย่างเร่งด่วน ฉันรู้จักเพื่อนบางคนที่อยู่ในเฟซบุ๊คที่สามารถหันไปขอยืมเงินได้					

ความสัมพันธ์ของคุณกับเพื่อนในเฟซบุ๊ค...	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
11. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันนึกได้ว่าทุกคนในโลกล้วนเชื่อมโยงถึงกัน					
12. การพูดคุยกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ในโลกมากขึ้น					
13. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันรู้สึกเชื่อมโยงกับสถานการณ์ภาพรวมที่ใหญ่ขึ้นหรือกว้างขึ้น					
14. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันสนใจว่าคนที่แตกต่างจากตัวฉันเขาคิดอะไรหรือคิดอย่างไร					
15. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันสนอกสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นไกลตัวได้มากขึ้น					
16. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันรู้สึกว่าได้เป็นส่วนหนึ่งในสังคมหรือชุมชนขนาดใหญ่ขึ้น					
17. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊คทำให้ฉันอยากที่จะลองสิ่งใหม่ๆ					
18. การติดต่อกับผู้คนในเฟซบุ๊ค ทำให้ฉันมีเพื่อนใหม่ไว้พูดคุยด้วย					
19. ฉันเต็มใจที่จะใช้เวลาในการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนเฟซบุ๊ค					
20. เวลาที่ฉันออนไลน์ ฉันได้ติดต่อกับเพื่อนใหม่ๆ อยู่เสมอ					
การใช้เฟซบุ๊คเพื่อรักษาความสัมพันธ์ (Maintained)					
21. ฉันสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่อื่นจากเพื่อนสมัยเรียนได้					
22. เป็นเรื่องที่ง่ายมากหากจะใช้เฟซบุ๊คในการชวนเพื่อนสมัยเรียนมารวมตัวกันในงานเลี้ยงรุ่น					
23. ถ้าจำเป็น ฉันสามารถขอให้เพื่อนสมัยเรียนให้การช่วยเหลือในเรื่องเล็กๆ น้อยๆ					

ความสัมพันธ์ของคุณกับเพื่อนในเฟซบุ๊ค...	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
24. ฉันสามารถที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับงานหรือการฝึกงานจากเพื่อนที่รู้จักคุ้นเคยกัน					
25. ถ้าฉันไปเที่ยวต่างเมือง ฉันสามารถที่จะไปพักอาศัยอยู่กับเพื่อนที่คุ้นเคยกัน					

ส่วนที่ 5 การประเมินความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อการดำเนินชีวิต

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ตามความคิดเห็นของคุณ

ระดับความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 6 ระดับคือ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 ไม่เห็นด้วย 3 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 ค่อนข้างเห็นด้วย 5 เห็นด้วย 6 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น					
	1	2	3	4	5	6
ความเป็นอิสระ (Autonomy)						
1. ฉันตัดสินเกี่ยวกับตัวเอง (ว่าฉันถูกหรือผิด) โดยยึดเอาสิ่งที่ฉันคิดว่ามันสำคัญเป็นหลัก ไม่ใช่จากสิ่งที่คนอื่นให้คุณค่าและคิดว่ามันสำคัญ						
2. ฉันเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเอง แม้ว่าความคิดเห็นนั้นจะขัดแย้งกับคนส่วนใหญ่						
ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Mastery)						
3. โดยทั่วไปแล้ว ฉันรู้สึกว่าฉันสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตของตนเองได้						
4. ฉันค่อนข้างเก่งในการจัดการภารกิจต่างๆ ในแต่ละวัน						
ความเจริญก้าวหน้าส่วนบุคคล						
5. สำหรับฉันแล้ว ชีวิตคือกระบวนการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง และการเติบโตก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง						

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ระดับความคิดเห็น					
	1	2	3	4	5	6
6. ฉันคิดว่ามันเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความท้าทายในการคิดเกี่ยวกับตัวเองและโลกใบนี้						
การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น (positive relations with others)*						
7. ฉันไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและไว้วางใจซึ่งกันและกันกับผู้อื่นเลย*						
8. การรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนมเป็นเรื่องที่ยากและสร้างความอึดอัดใจให้กับฉัน*						
การยอมรับตนเอง (self-acceptance)						
9. เมื่อนึกถึงช่วงชีวิตที่ผ่านมาของฉัน ฉันพึงพอใจกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น						
10. ฉันชอบบุคลิกลักษณะที่ฉันเป็นเกือบทุกด้าน						

**คำถามเชิงลบ*

ส่วนที่ 6 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

   ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

   ☐ 13-15 ปี ☐ 16-24 ปี ☐ 25-34 ปี

3. รายได้

   ☐ ยังไม่มีรายได้ ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,001-30,000 บาท

   ☐ 30,001-50,000 ☐ สูงกว่า 50,000 บาท

4. ระดับการศึกษา

   ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ป.ตรี ☐ ป.โท ☐ ป.เอก

ขอบคุณในความร่วมมือของท่าน

ผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวกฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาบริหารธุรกิจ (การตลาด) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
	ปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นศ.ม.) สาขาการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

DPU