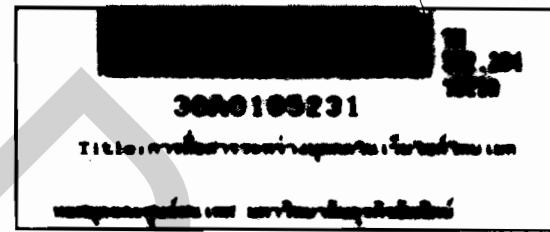




การสือสารระหว่างมนุษย์กับภูมิทัศน์
กับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมมีอยู่ สู่ความเป็นจริง
(กรณีศึกษา เว็บไซต์ ไทยเมท)



วิชัย รักเรียนสะอาด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาในสาขาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2547

ISBN 974 - 281 - 909 - 2

Interpersonal Communication in the www. Thaimate.com website

And the transfer from Virtual reality to reality



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

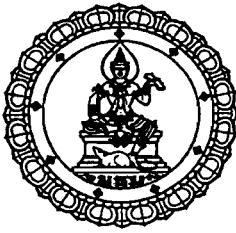
Department of Business Communication Arts

Graduate School, Dhurakijpundit University

2004

ISBN 974 - 281 - 909 - 2

เลขที่ทะเบียน.....	0165231.....
วันลงห้องเรียน.....	24.12.2547.....
เลขเวียร์กเน็ตสือ.....	302.234.....
	26111 [2546]



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยชุลจิบันฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารระหว่างบุคคลในเว็บไซต์ไทยเมทกับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนแม่น้ำเจ้าพระยา

ความเป็นจริง : กรณีศึกษา เว็บไซต์ไทยเมท

เสนอโดย นายวิชัย รักເเยี่ยມສະອາດ

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ชุลจิ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ศ.สุกัญญา สุดบรรหารด

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ศ.สุกัญญา สุดบรรหารด)

.....กรรมการ

(ดร.ดวงกานต์ ชาติประเสริฐ)

.....กรรมการ

(ผศ.รัชชัย สันคติประภา)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร.พีรพันธุ์ พาลสุข)

วันที่ ..๒๗....เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547
๑

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เพราะได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ทั้งความห่วงใยและความเอื้ออาทร ข้าพเจ้าขอสำนึกในบุญคุณและความมีเมตตา ทุกท่านดังนี้
ขอขอบคุณ เว็บไซต์ไทยเมท ที่สร้างชุมชนให้เกิดขึ้น

ขอขอบคุณ คุณปนัสัย อลงกรณ์วรกิจ เว็บมาสเตอร์ ที่ให้แรงคิก ชี้แนะ และถ่ายทอดประสบการณ์

ขอขอบคุณ สมาชิกไทยเมท ที่ตอบคำถามทุกคำถาม และมีความเป็นห่วงเป็นใย อยแนะนำสมาชิกให้

ขอขอบคุณ คุณแพคตี้ (แพค) (PUKKAKARU) ที่มอบความจริงใจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ขอขอบคุณ คุณอรุณี (เบ็ด) (ONEFOUR) ที่เคยห่วงใยทุกค่าคืนและมอบสิ่งที่ดีให้กันแม้จะผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ขอขอบคุณ น้องจอย (AKIKOGIRL19) ที่กล้าเปิดเผยตัวตนและให้ข้อมูลที่ก่อประโยชน์อย่างใหญ่หลวงนัก

ขอขอบคุณ คุณศิริพิพัช เซห์ล ที่เคยสนับสนุนกำลังทรัพย์อยู่ตลอด

ที่สำคัญที่สุด ขอขอบคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา ศ.สุกัญญา สุคบรรทัด ทั้งชี้แนะ ชี้นำ ให้คำปรึกษา ขั้นตอนงานลุล่วงสำเร็จ

วิชญ์ รักເອີນສະາດ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๘
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๙
กิตติกรรมประกาศ.....	๑๑
บทที่	
1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ชุมชนสมൈอൺ.....	15
แนวคิด การสือสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์.....	19
แนวคิด วัฒนธรรม.....	30
แนวคิด พื้นที่สาธารณะ.....	43
แนวคิด การสื่อสารการตลาด.....	50
งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง.....	51
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	54
4 ผลการวิจัย	
4.1 เร็บไซต์ไทยเมท มีภูมิหลังและลักษณะเป็นอย่างไร.....	70
4.2 ทัศนะของเร็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเร็บไซต์ นี้และความเห็นเกี่ยวกับ	
การดำเนินธุรกิจการหาคุณในเร็บไซต์เป็นอย่างไร.....	123
4.3 มุมมองเกี่ยวกับการหาคุณของหญิง-ชาย ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป	
จากอดีตอย่างไรและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามสร้างความคาดหวัง	
และมุมมองใหม่ๆเกี่ยวกับการหาคุณอย่างไร.....	137
4.4 การหาคุณในเร็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมൈอ่นมาสู่โลกแห่งความ	
จริงอย่างไรและก่อให้เกิดปรากฏการณ์อย่างไรในความเป็นจริง.....	156

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	169
อภิปรายผล	188
ข้อเสนอแนะ.....	231
บรรณานุกรม.....	232
ภาคผนวก.....	236
ประวัติผู้เขียน.....	254

ชื่อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารระหว่างบุคคล ในเว็บไซต์ไทยมหกับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนสู่ความเป็นจริง (กรณีศึกษาเว็บไซต์ไทยมา)
ชื่อนักศึกษา	วิชญ์ รักเขี่ยมสะอุด
อาจารย์ที่ปรึกษา	ศ.สุกัญญา สุคบรรทัด
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2546

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- เพื่อศึกษาถึงภูมิหลังและลักษณะของเว็บไซต์ไทยมา
- เพื่อศึกษาถึงทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์นี้และความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์
- เพื่อศึกษาถึงมนมองเกี่ยวกับการหาคู่ของ หญิง-ชาย ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

อดีตและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวังและมนมองใหม่ๆ ให้กับการหาคู่

- เพื่อศึกษาถึงการหาคู่ในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนมาสู่โลกแห่งความเป็นจริง และก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในความเป็นจริง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการวิเคราะห์เนื้อหา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ สมาชิกในชุมชนไทยมา ผู้แวดวงชุมชน และเว็บมาสเตอร์ ใน www.thaimate.com จากบทสัมภาษณ์และเนื้อหานะเว็บไซต์ โดยศึกษาในช่วงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2545 ถึงเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2546 เนื้อหาที่มุ่งวิจัย คือ

- ภูมิหลังและลักษณะของเว็บไซต์ไทยมา
- ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยมา
- ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์ไทยมา
- มนมองของหญิง-ชาย เกี่ยวกับการหาคู่ในชุมชนไทยมา
- มนมองของหญิง-ชาย เกี่ยวกับการหาคู่ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม
- มนมองของหญิง-ชาย เกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวังและมนมองใหม่ๆ เกี่ยวกับการหาคู่

7. การหาคู่ในเว็บไซต์ไทยเมทมีลักษณะการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอแนะ มาสู่โลกแห่งความเป็นจริงและลักษณะการก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในความเป็นจริงจากการวิจัยชุมชนเสนอแนะในไทยเมท มีผลการวิจัยดังนี้

1. ภูมิหลังของเว็บไซต์ไทยเมทคือ เพื่อแก้ปัญหาทางสังคมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่นิยมฝ่ากระหื้คันหาเพื่อคนดานเว็บไซต์ต่างๆ และลักษณะของเว็บไซต์ไทยเมทคือ เป็นเว็บไซต์ที่มีเจตนา รณรงค์ให้คนไทยหรือสมาชิกได้เพื่อนหรือเพื่อน ตามคุณสมบัติที่ต้องการ มีการแบ่งสมาชิกออกเป็น 2 ประเภทคือ
 1. สมาชิกทั่วไป (ฟรี) 2. สมาชิกพิเศษ (เสียค่าสมาชิก 299 บาท)
2. ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมทในเชิงวัฒนธรรม คือเว็บมาสเตอร์มุ่งหวัง ที่จะใช้คุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อทางธุรกิจอย่างเดียว โดยไม่มีทัศนะทางวัฒนธรรม แต่ก็ยังมีกฎ ระเบียบที่ค่อยควบคุมสมาชิกไม่ให้ทำผิดศีลธรรมหรือละเมิดสมาชิก
3. ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์ไทยเมทคือ ได้ศึกษา และพัฒนาเว็บไซต์มาจากการเว็บไซต์หาคู่ต่างประเทศและปรับปรุงให้เข้ากับสมาชิกและระบบการสื่อสารของประเทศไทย
4. นุ่มนองของหญิง-ชาย เกี่ยวกับการหาคู่ในชุมชนไทยเมทคือ เป็นชุมชนที่เอื้อโอกาสให้ สมาชิกได้ค้นหาหาสมาชิกด้วยกันตามคุณสมบัติ และเป็นสมาชิกที่ใช้สื่อเดียวกันในการค้นหา โดยได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยในการค้นหา
5. นุ่มนองของหญิง-ชาย เกี่ยวกับการหาคู่ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีตคือ การใช้ สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหา เป็นการค้นหาที่สามารถเลือกเองได้ และกำหนดคุณสมบัติได้ สามารถค้นหาได้ทุกพื้นที่และตลอดเวลาที่ต้องการ
6. นุ่มนองของหญิง-ชาย เกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวังและนุ่มนอง ใหม่ๆ เกี่ยวกับการหาคู่ คือ สมาชิกมีความคาดหวังกับการค้นหา แต่ไม่มุ่งหวัง คือมีความ คาดหวังตั้งแต่ตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท แต่ไม่มุ่งหวัง เพราะ สมาชิกยังถือ เป็นเรื่องของเนื้อคู่ และเรื่องเวลาการคบหา
7. การหาคู่ในเว็บไซต์ไทยเมทมีลักษณะการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอแนะ มาสู่โลกแห่งความ เป็นจริง คือ สมาชิกต้องการที่จะเคลื่อนย้าย และสมาชิกมีการเคลื่อนย้ายที่เร็ว สำหรับ สมาชิกที่มีประสบการณ์การเคลื่อนย้ายบ่อย และมีเหตุผลในการเคลื่อนย้ายคือ ต้องการเห็น ตัวตนที่แท้จริง และไม่ต้องการเสียเวลา โดยสมาชิกมองการเคลื่อนย้าย เป็นเรื่องไม่เห็นเสีย หายตรงไหน

8. ลักษณะการก่อให้เกิดปราบภารณ์ในความเป็นจริงคือ สมาชิกมีการแต่งงาน เป็นคู่รัก เป็นเพื่อนหรือเลิกคบหา แต่ทุกอย่างที่เกิดขึ้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของสมาชิกไม่เกี่ยวกับชุมชน เพราะการสร้างครอบครัวเกิดจากสืบทอดความรัก สมาชิกจะต้องเป็นผู้สร้างเครือข่ายเอง



Thesis Title : Interpersonal Communication in the www.thaimate.com website
and the Transfer from virtual reality to reality

Student Name : Wit Rakaiemsaa-ard

Adviser Name : Prof. Sukanya Sudbanthad

Department : Business Communication

Academic Year : 2003

ABSTRACT

This research has the following objectives:

- 1) to study the background and characteristics of the www.thaimate.com website;
- 2) to study the attitudes of the webmaster regarding the website and the mate-finding procedure which is the core business of the website;
- 3) to study the changing perspectives on mate-finding and selection of men and women as a result of new technologies like the Internet that has created new expectations and outlook on mate-finding;
- 4) to study about the mate selection procedure in the website and the transfer of action from virtual reality to actual reality.

This study uses content analysis as the major research methodology. The content analyzed was drawn from interview reports and other types of content in the website during November 2002 to July 2003. The major samples are subscribers to the www.thaimate.com website, visitors to this cyber-community, and the webmaster of the website. Main inquiries of the research include:

1. the background and characteristics of the www.thaimate.com website;
2. the attitudes of the webmaster regarding the webs;

3. the attitudes of the webmaster regarding the mate-finding procedure which is the core business of the website;
4. men and women's perspectives on mate-finding in the www.thaimate.com website;
5. men and women's perspectives on mate-finding which have changed from the past;
6. men and women's perspectives on how the Internet has created new expectations and outlook on mate-finding;
7. the transfer of action in mate finding from virtual reality to actual reality and the characteristics which led to that transfer.

The research has these findings:

1. The background of the www.thaimate.com website stems the effort to solve a social problem for Internet users who have a habit of posting messages seeking new friends in different websites. The www.thaimate.com website was found on the objective to help Thai people or subscribers to find friends or boyfriend/girlfriend with the personality and characteristics as desired. Subscribers to the website are divided into two groups: 1) general members (free of charge); and 2) special members (member fee of Bt299);
2. The webmaster of the www.thaimate.com website does not have a cultural attitude regarding the website. The expectation is to employ the Internet technology mainly as a business medium. Nevertheless, the website does have rules that prevent members from moral wrongdoing or violation of other members;
3. As for the webmaster's attitude about the business side of the website, he has studied about other foreign websites that focus on

- ๘
- mate selection and adapted his findings to the membership and communication system of Thai society;
4. With regard to perspectives of men and women on mate-finding in the www.thaimate.com website, they feel that this cyber-community and the Internet have provided them with a chance to seek another member who fits the qualification of their desire to become their potential mate;
 5. Accordingly, the perspectives of men and women on mate-selection have changed from the past since now they are able to seek their prospective mate by using the Internet, which enabled them to specify qualifications and to seek anywhere anytime as desired;
 6. Concerning the men and women's perspectives on the Internet, they feel that the Internet has created new expectations and perspectives on mate-selection. Members of the www.thaimate.com website have some expectations in their search for a potential mate but they do not have a definitive anticipation since they feel that it is still a matter of destiny and compatibility;
 7. The mate-finding in the www.thaimate.com website has transferred from virtual reality to actual reality. Members who have made that transfer do it rather quickly and for some, quite frequently. Reasons for the transfer is that they want to see the actual person and do not want to waste any time. Most members see nothing wrong with the transfer;

8. The action that led to actual phenomenon in reality are when members get married, become lovers or friends, or break up. But all these phenomena depend on the decision-making of the members and do not have anything to do with the community. This is because a family is built from love and the members have to build that network themselves.



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์อย่างมาก การสื่อสารช่วยให้มนุษย์ดำเนินชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขและสมบูรณ์ การสื่อสารช่วยพัฒนาความรู้ความคิดให้กับมนุษย์ ความสำคัญของการสื่อสารทำให้มนุษย์พัฒนาระบบการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปัจจุบันระบบการสื่อสารแบบโลกร่วมแคน (Globalization) ก็ได้ก่อภาระให้กับมนุษย์เพื่อสนับสนุนความต้องการของมนุษย์ที่อยากรู้อยากเห็นต่อสื่อสารกับมวลมนุษย์ทั่วโลก อันเป็นผลพวงของการพัฒนาทางเทคโนโลยี

โลกนี้ไม่มีตัวตน เป็นโลกอินเทอร์เน็ต (Internet) โลกอินเทอร์เน็ต เป็นโลกที่มีชีวิตจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก สังคม จิตวิทยา และปรัชญา ไม่ได้เป็นเพียงแค่เทคโนโลยี การที่กลุ่มนบุคคลมีการรวมตัวกันเป็นชุมชน เคลื่อนข่ายเข้าสู่โลกเสมือน (Virtual World) และสร้างชุมชนขึ้นมาบนเครือข่ายเป็นการรวมตัวกันของผู้สื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือชุมชนอิเล็กทรอนิกส์ มีรูปแบบที่หลากหลายมีวัฒนธรรมที่ร่วมกัน และมีความรู้สึกคุ้นเคย เป็นสภาพชุมชนเสมือน (Virtual Community) สภาพเสมือน (Virtual Reality) เป็นวิถีทางของมนุษย์ที่จะสร้างภาพ ความคุณ และปฏิสัมරรคกับสื่อและข้อมูลที่ซับซ้อนอย่างมาก (Isdale, 1998; Hewett, et al., 1996)

“ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร จะเป็นแกนกลางของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และเนื้อหาของสังคมมนุษย์ในทุกส่วนเดียว มนุษย์จะมีชีวิตประจําวันแบบใหม่ สังคมจะมีระบบธุรกิจ การเมือง วัฒนธรรมศิลปะ และศาสนาแบบใหม่ๆ เมื่อแม้แต่ปัญหาที่มนุษยชาติจะต้องเผชิญกับปัญหาแบบใหม่ และยังต้องการวิธีคิดแบบใหม่ที่จะสร้างสรรค์วิธีการแก้ปัญหา”

(กาญจนา แก้วเทพ, 2545 :14)

เทคโนโลยี ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมโลก รูปแบบของการสื่อสารก็มีการเปลี่ยนแปลง ในอินเทอร์เน็ตที่พิพากยานสร้างโลกให้เป็นเนื้อเดียวกัน (Global Village) อินเทอร์เน็ต ถูกนำมาเป็นเครื่องมือของปัจเจกบุคคลในการใช้เป็นสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น การชมภาพยนตร์ในโลก (Convergence) อินเทอร์เน็ตทำให้สังคมโลกยอมรับและรับซึ่งกัน สามารถเป็นเครื่องมือในการหาข่าวสาร ทำธุรกิจ หรือแม้แต่การบันเทิง การที่ทุกคนสามารถเลือกสื่อของตัวเองได้ เลือกข่าวสารเองได้ และสามารถเลือกเวลาได้ (Video on Demand) จาก Broadcasting มาเป็น NICHE Casting (เลือกได้ตามความสนใจ เวลาไหนก็ได้) จาก Mass Media มาเป็น Group Media และอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบ (Interactive) ที่สูงมากขึ้น และมีการย้อนกลับ (Feed back) ที่

เรื่องนี้ สามารถเป็นกระจากสหท้อนไปสู่ผู้ผลิตทั้งหลายที่ต้องเปลี่ยนแปลงให้ทันกับโลกอยู่ตลอดเวลา

มีรูปแบบความบันเทิงเปลี่ยนจากลักษณะ “มวลชน” มาเป็นลักษณะ “เฉพาะกลุ่ม” ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของวีดีโอดาสเช็ค เทปติดรถชนต์ วิทยุอัลตร้าแมน และเครื่องเล่นซีดีในบ้าน สำหรับในการออกแบบสถานีโทรทัศน์จึงเปลี่ยนมาสู่โลกส่วนตัวของประชาชน

การสร้างปรากฏการณ์สู่สังคมภายนอกของอินเทอร์เน็ต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางบวกและทางลบอย่างมากมา ไม่ใช่ที่ส่งผลกระทบ เช่น ล้อคงไว้บ่มชีน (ภัยออนไลน์), การถูกก่อความบันดาลใจ อินเทอร์เน็ต, การบรรยายทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงอาชญากรรมต่างๆทางอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้ใช้ เช่น ขาดตอนเรียน เคียดอ่านหนังสือพิมพ์ กีบเปลี่ยนเป็น เช็คอีเมล (E-mail) แทน ปีใหม่ วันเกิด เคียดส่งการ์ดธรรมชาติ กีบเปลี่ยน เป็นอีการ์ด (E-card) แทน จากการพูด-คุย พูดปะ กีบเปลี่ยนเป็นการเข้าห้องคุย (Chat Room) แทน การอยู่กับอินเทอร์เน็ตนานๆ จนกลายเป็นการดำรงชีพผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้วิถีชีวิตของมวลมนุษย์เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการซึ้งซับเออวัฒนธรรมต่างๆมาผสมผสานก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่สังคมโลก

“ เทคโนโลยีสื่อสารอินเทอร์เน็ตนับว่ามีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของบุคคลมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การพักผ่อน การเดือดซื้อของ การฝึก-การสอนในธนาคาร การรักษาพยาบาล ฯลฯ ดังนั้น จึงได้มีการพูดถึงผลกระทบอันอาจจะเกิดขึ้นต่อปัจจัยบุคคลกันอย่างกว้างขวางจนเกิดเป็น “วัฒนธรรมปีกิ่งอย” ” (กาญจนा แก้วเทพ, 2545 : 35)

ชุมชนเสมือน (Virtual Community) คือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้และหาระบบการณ์พัฒนาสังคมโลก หรือการสังคมแห่งความดี ชุมชนเครือข่ายรวมกันเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ โอกาส คือการที่แต่ละคนจะได้พัฒนาชีวิตสู่ความดี งามและความสมบูรณ์ และคือการที่ชุมชนนี้เป็นแหล่งเรียนรู้ โอกาสให้มนุษย์ สามารถสนองความต้องการในทางผลประโยชน์ของคน ที่มีการตั้งชุมชนขึ้นมาเพื่อปัจจัยบุคคล รวมทั้งประโยชน์ในแห่งความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตในชุมชน ในความหมายขึ้นนี้ เมื่อจะทำให้คนมาร่วมกัน แต่แล้วแต่ละชุมชนก็จะแบ่งแยกกับชุมชนอื่น แล้วอาจทะเลกัน ยังคงผลประโยชน์กัน บางครั้งชุมชนก็เป็นเพียงการรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมกำลังในการต่อสู้หรือเพื่อปกป้องกลุ่มพวกรของคน พร้อมกันนี้ ภาษาในชุมชนนี้ๆ เอง บุคคลก็มักเครียด และมีความโน้มเอียงที่จะทะเลวิวาทกัน เพราะความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์

(ป.อ. ปัญญา , 2542 : 71-73)

ในทางตรงกันข้าม อาจจะเคยทราบเรื่องราวนากนายเกียกับผู้คนที่เข้ามาพบปะเจอกันในสาย (On-line) และแล้วกลายเป็นเพื่อนกันไปเลย และก็มีโอกาสที่จะกลายเป็นคนรักและแต่งงาน

กัน แม้ว่าอินเทอร์เน็ต จะปราศจากการปฏิสัมพันธ์ทางความรู้สึกที่หลากหลายมิติ แต่ก็เป็นที่รู้ด้วยกัน ว่า การสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) ถ้าสื่อถึงกันเป็นระยะเวลาที่นานพอสมควร ความซื่อสัตย์ และเปิดเผย ย่อมทำให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้เหตุการณ์นี้เคยเกิดขึ้นมาแล้วกับคนที่ติดต่อกันทางจดหมายที่อยู่กันคนละประเทศ ซึ่งก็มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้ จะเห็นได้ว่า กลุ่มสนทนากำลังสายเป็นส่วนผสมของเพื่อนทางจดหมายและสมาคมทางสังคม ซึ่งเป็นหนทางที่จะพบคนหน้าใหม่ ซึ่งต่อมาก็จะพบคนเปล่าหน้า ก็จะกลายเป็นเพื่อนไปในที่สุด

กระบวนการผลิตที่ใช้องค์ประกอบของภาพและเสียงที่ให้ความสนุกเริงมากเท่าได้ ก็สามารถทำให้ผู้รับสารได้รับผลกระทบอย่างยิ่งขึ้น ในระบบความคิดของผู้รับสารที่มากไปกว่าความอยากรู้อยากเห็น ที่มากไปกว่าระบบการส่งข่าวสารที่จะเชื่อมโยงประชาชนให้ติดต่อถึงกันได้ ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) เป็นสภาพแวดล้อมที่ผู้คนสามารถพบปะ พูดคุย และมีกิจกรรมร่วมกัน รวมกับว่าอยู่ในสภาพทางกายภาพที่ร่วมกันสร้างขึ้นมาเอง มีการเกาะเกี่ยวกันอย่างเหนียวแน่น และมีการขยายอาณาเขตออกไปเป็นชุมชนขนาดใหญ่ มีความเข้มแข็งและมีพลังอำนาจ สามารถส่งผลกระทบต่อนโยบายทางการเมือง สถาบันทางกฎหมาย ฯลฯ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะด้วยการร่วมกันจัดกิจกรรมต่างๆหรือการปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน

แนวคิดพื้นฐานของสภาพเสมือน (Virtual Reality) ในหลายด้านที่ปรากฏอยู่ในโลกแห่งความจริงแท้ ยังให้เกิดความรู้สึกสงบสัม慰์มาว่า ชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) จะสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบ (Interaction) ของมนุษย์ที่จะมีผลกระทบที่แท้จริงต่อชีวิตทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจหรือไม่ เมื่อสามารถสะท้อนผลลัพธ์ของการถ่ายทอดทางกายภาพได้ ไม่ว่าจะในระดับท้องถิ่นหรือระดับชาติ

มูลเหตุของในการวิจัย

ปัจจุบันนี้โลกเสมือน (Virtual World) บนอินเทอร์เน็ตทำให้ทุกคนรู้สึกอย่างได้ในคลิก (Click) เดียว ไม่ว่าจะเป็นวิธีวางยาพิษอย่างไร ร่องรอย วิธีหาซื้อปืน วิธีทำระเบิด และไม่ว่าเรื่องที่ทุกคนสนใจจะลึกลับแค่ไหน ทุกคนก็ทำได้ตามชอบใจบนอินเทอร์เน็ต พลเมืองพันธุ์ใหม่ได้กระโจนไปตามเว็บไซต์ (Web Site) ต่างๆโดยไม่มีใครรู้ซื้อจริง เพราะเหตุนี้ หนุ่ม-สาวสายพันธุ์ใหม่ที่ผูกพันกับระบบออนไลน์ (On-line) อย่างเหนียวแน่น รู้ปร่างหน้าคาก็เหมือนทุกคน แต่เมื่อในเวลาที่เคาระเป็นคีย์บอร์ด (Keyboard) ไม่กี่ครั้ง หนุ่ม-สาวเหล่านี้ ก็จะร่ายเวทมนตร์สักชีวิต ที่เต็ม

ไปด้วยความตื่นเต้นตามใจปราณາ แสรวงหาจุดมุ่งหมายที่ไกลกว่าเดิม คือการใช้อินเทอร์เน็ตมาช่วยเพิ่มเสน่ห์และความเร้าใจ ในการค้นหาเพื่อน หาความรักที่อยู่ในโลกเสมือน (Virtual World)

หนุ่ม-สาวสายพันธุ์ใหม่รักอิสระภาพ แต่ปราณាតรอนครัวที่อบอุ่น สถาบันครอบครัว เป็นสิ่งที่เข้าใจได้ไม่ยาก เพราะทุกคนต่างก็มีหรือเคยมีความสัมพันธ์กับครอบครัวทั้งสิ้น ครอบครัว ก็คือได้ว่าเป็นสถาบันขั้นพื้นฐานในการรวมกลุ่มระหว่างบุคคล การเกิดขึ้นของครอบครัวโดยปกติ ก็เป็นผลมาจากการที่ต่างฝ่ายก็เกิดความรักของพอกัน จนในที่สุดก็แห่งงานอยู่กินเป็นครอบครัวเดียว กัน หรือถ้าจะกล่าวอีกอย่างหนึ่ง สถาบันการแต่งงานทำให้เกิดสถาบันครอบครัวขึ้น โดยมีเครื่องข่าย แห่งความรักเป็นตัวเชื่อม

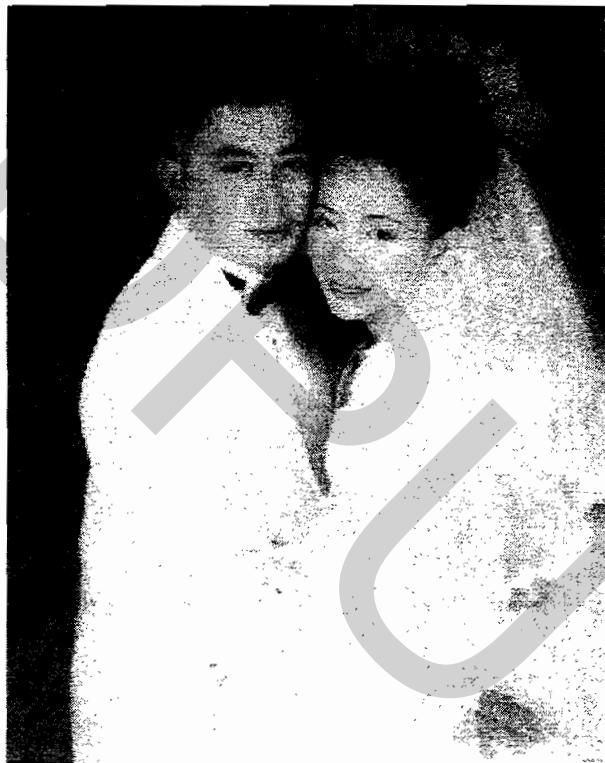
การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต ก็ได้เข้ามายืนทางเดือกใหม่ ใน การค้นหาคนที่ถูกใจ หรือค้น หาคนที่ปราณາ อวย่างแท้จริง การเปลี่ยนแปลงจาก “รักแรกพบ” ก็จะกลายเป็น “รักแรกลิขิก” วัฒนธรรมหนุ่ม-สาว ที่เคยเกี้ยวพาราสีแบบดั้งเดิม ในการพบปะกัน ตามงานประเพณี งานวัด งาน เศกการต่างๆ ก็จะถูกสอนเตรียมโดยโภคของอินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่คอมพิวเตอร์หาคู่ ผ่านทางหนังสือ พิมพ์ต่างๆ (นิตยสารรัก) ที่ยังคงหลงเหลืออยู่ ก็ถูกแทรกด้วยอินเทอร์เน็ต การถูกเลือก และการ ได้ เลือกเกิดขึ้นพร้อมๆ กันบนสื่ออินเทอร์เน็ต หนุ่ม-สาวสายพันธุ์ใหม่ ที่ต้องการมีคู่ห่างคนในเวลา เดียวกัน และในพื้นที่เดียวกัน ก็สามารถทำได้ ภายใต้โภคของอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องกังวลหัวใจ ว่า ชาวบ้านจะเห็น หรือจะนำไปนินทาว่าร้าย อินเทอร์เน็ตถูกลายเป็นเครื่องมือสนองความปราณາ ในเบื้องลึกของบุคคล “ ความรักที่เคยผ่านแม่สื่อ ” ก็จะเป็น “ ความรักผ่านสื่อ ” หรือ “ เพื่อนกัน เพื่อนตาย ” ก็จะเป็นเพียง “ มิตรแท้ออนไลน์ ”

โลกเสมือน (Virtual World) ไม่สามารถด้านท่านแรงปราณາของมวลมนุษย์ได้ การถูกลากจูง (Drag) ลูกโลกแห่งความเป็นจริง จึงเป็นจุดสุดท้ายแห่งธรรมชาติของมนุษย์ ที่ พยายามแสดงความเป็นมิตรแท้หรือมิตรนิรันดร์ การเริ่มต้นอีกโลกหนึ่ง และสิ้นสุดอีกโลกหนึ่ง การได้สมปราณานาในโลกเสมือน แต่กับมีการไม่สมปราณานาในโลกแห่งความเป็นจริง ได้เกิดขึ้น ถูกลายเป็นปัญหาที่น่าคิดและน่าศึกษา

การหาคู่บนชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในต่างประเทศมีเว็บไซต์ (Web Site) ในลักษณะนี้ มีจำนวนมากและมีผู้ที่สนใจทั่วโลก อาจจะเป็นเพราภาษา หรือจุดสนใจอื่นๆ ของ เว็บไซต์ (Web Site) เว็บไซต์ที่โดดเด่นคือ www.match.com และ www.lavalife.com ต่อไป เว็บไซต์ (Web Site) ที่มีอยู่ในประเทศไทยที่มีเจตนาหมายที่ชัดเจนมากในการหาคู่ ที่คล้ายกับเว็บใน ต่างประเทศ คือเว็บไซต์ไทยเมท (www.thaimate.com) ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจอย่างจะศึกษาถึง การเปลี่ยนแปลงของสังคมยุ่งผ่านอินเทอร์เน็ต ที่มีค่อประเพณีวัฒนธรรมหาคู่ และการเคลื่อนย้าย เข้า-ออกจากชุมชนเสมือน สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการทำธุรกิจ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งจะศึกษา

เฉพาะ เว็บไซต์ (Web Site) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของประเทศไทยและมีลักษณะ โคลคเด่น คือ www.thaimate.com (เว็บไซต์ไทยเมท) ที่เป็นชุมชนเนื้อหาที่มีขนาดใหญ่ สมาชิกมีจำนวนมาก และมีเจตนาการณ์ของชุมชนที่ประกาศที่ชัดเจนในการค้นหาครุ่น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมได้จริง เช่น แต่งงาน เป็นแฟ้ม หรือเพื่อน

ตัวอย่าง ความรักผ่านสื่อออนไลน์ เทอร์เน็ต ที่ถูกกลาก去งสูโถกแห่งความจริง ที่สมประณญา



คู่แต่งงาน คู่ที่ 4 ของสมาชิก Thaimate.com

เล็ก-เตี้ยบ

1 เมษายน พ.ศ. 2544

ข้อมูลของคู่รักผ่านสื่อ

แนะนำฝ่ายหญิง

ชื่อ นามสกุลจริง: นางสาวนงลักษณ์ ลิจิตลือชา อายุ 32 ปี

ชื่อเล่น: เล็ก

ชื่อสมาชิก Thaimate: LLIM

อาชีพ: พนักงานด้านการเงินที่ศูนย์การเปลี่ยนนาชาติ

แนะนำฝ่ายชาย

ชื่อ นามสกุลจริง: นายภาสวัฒน์ ศรีหริรัญ อายุ 38 ปี

ชื่อเล่น: เตี้ยบ

ชื่อสมาชิก Thaimate: TEAP

อาชีพ: โปรแกรมเมอร์คอมพิวเตอร์

ทั้งสองได้พบกันก็จากการที่ทั้งสองค่าฝ่าย ค่างกีขอบเล่นอินเทอร์เน็ต ซึ่งมักจะเล่น เอกภัณฑ์ที่ว่างเท่านั้น และแล้ววันหนึ่งทั้งสองก็เหมือนอยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน ทำให้มีการทัก ทายพูดคุยกันผ่านทางเว็บไซต์ ของไทยมา (Thaimate.com) ตามปกติของสมาชิกทั้ง ๆ ไป แต่ เพราะอะไรไม่รู้ ทำให้ทั้งคู่ต้องหาเวลา มาคุยกันเป็นประจำทุกวันหลังเลิกงาน หลังจากนั้นทั้งสอง ค่างกีได้แลกเปลี่ยนเรื่องราว กัน ฝ่ายชายได้โทรเข้าไปก่อนและพูดคุยกันจนถูกคอ สามารถปรึกษาเรื่อง การงานกันได้ ซึ่งทำให้ผู้หญิงพักกันมากขึ้น มากเกินกว่าจะเป็นแค่เพื่อนคุยทางโทรศัพท์ จนวันหนึ่ง ก็ได้นัดเจอกันที่ทำงาน (Office) ของฝ่ายหญิง ซึ่งตอนนั้นทั้งคู่รู้สึกตื่นเต้นเป็นอย่างมาก เมื่อฝ่าย ชายได้ไปเยี่ยมเยือนที่ทำงานบ่อยๆ ซึ่งความคื้นเค้นก็ลดน้อยลง แต่ความเข้าใจกัน และน้ำใจในครี กกับนี้ให้กันมากขึ้น ฝ่ายชายได้ไปเยี่ยมที่บ้านของฝ่ายหญิงบ่อยครั้งและเป็นที่พอดีของผู้หญิงทั้ง สองฝ่าย หลังจากนั้นก็ได้ไปเที่ยวและกินข้าวกันบ่อยๆ ด้วยความผูกพันและห่วงใยกันมากตลอด ทำ ให้ในที่สุดฝ่ายชายก็ได้ให้ผู้หญิงไปสู่ขอและทำพิธีสมรสในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2544

ตัวอย่าง ความรักผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ถูกกล่าวถูกแแห่งความจริง ที่ไม่สมควรอนา



คลิ้มน์ สดจากสนามข่าว นสพ. คณ ชัช ลีก
กฤษณะ เจริญวงศ์ ใจย เรื่อง/ภาพ

แม่จะมีคิดตัวอย่างและบทเรียนมากน้อยยิ่ง เกี่ยวกับพฤติกรรม พวกรที่ล่อลงผ่านทาง อินเทอร์เน็ต แต่ก็ยังมีอีกมากนabyที่มิได้รับแคระวัง ต้องตกเป็นเหี้ยอรายแล้วรายเล่า โดยเฉพาะการ ล่าเหี้ยอหรือหลอกลงผ่านโปรแกรม PIRCH เว็บไซต์ยอดนิยมเว็บหนึ่งของนักเรียน-นักศึกษาและ วัยรุ่นไทย

เว็บไซต์นี้เน้นในเรื่องทางเพศเป็นหลัก มีห้องพูดคุย (Chat Room) ในเรื่องอย่างว่า จำแนกชายห้อง และส่วนหนึ่งมีห้องพูดคุยจนสนิทสนมกันแล้วก็นัดพบอภกานบปะ มีเพศสัมพันธ์ กัน มีทั้งประเทาขายจริง-หญิงแท้ หรือพากเพกที่ 3 แล้วแต่สนใจของแต่ละบุคคล วายร้ายใน ครบานห้องคุย (Chat) จึงอาศัยช่องทางนี้ล่อเหี้ยอ และล่าเหี้ยอกันอย่างสนุกมือ บางรายไม่เพียงแต่ เสียตัวแต่เสียทรัพย์สิน หรือถึงเสียชีวิตก็มีให้เห็นอยู่บ่อยๆ ปฏิบัติการล่าเหี้ยอทางพูดคุย รายล่าสุด เป็นผู้มีของศูนย์หาภัย ที่แม่จะไม่ได้ถึงกับก่อคดีมาตกรรม แต่ก็เน้นชิงทรัพย์และเบล็อกเมล์ก่อน นักศึกษาหนุ่มที่ชื่นชอบไม่ไปเดียวกัน

นายสมหมาย หรือต้อม โพธิ์อุไร อายุ 30 ปี บ้านเดิมอยู่เลขที่ 323/2 ถ.นราษฎร์มหาราช ต.ทະเตชุบศร อ.เมือง จ.ชลบุรี คือศูนย์นักพูดคุย (Chat) ตัวแทน ที่นักศึกษาหนุ่มาร่วม รักแล้ว บางรายก็โคนชิงทรัพย์เป็นของแคนดี้ แต่เพราความยำ่ำใจทำให้นายสมหมาย ถูกเหี้ยอ รายหนึ่งย้อนรอยแจ้งตำรวจขับกุมดำเนินคดี โดยล่อให้มาจันมนุนถึงเมืองเชียงใหม่ ตอนสายวันที่ 22

กันยายน นายชัช (นามสมมติ) นักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง เข้าพบ พ.ต.ท. คณสัน พุ่มไภศาตร์ชัย รอง ผอ กก.สส.สภ.อ.สารภี จ.เชียงใหม่ แจ้งให้ไปจับกุมนายสมหมาย ผู้ต้องหาคดีชิงทรัพย์โดยใช้อาชญากรรม โดยขณะนี้คนหลอกให้นายสมหมาย มาขออยู่ที่หมู่ 9 ต.สารภี อ.สารภี นายชัช ทำการกัน ตำรวจว่า “รู้จักกับนายสมหมายจากการเด่นอินเทอร์เน็ต”

จนเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม ที่ผ่านมา ได้นัดเจอกันในช่วงกลางคืน ปรากฏว่าถูกนายสมหมายใช้อาชญากรรมชิงทรัพย์สร้อยคอทองคำน้ำหนัก 6 สลึง แหวนทองหนัก 2 สลึง และรถจักรยานยนต์ห้อซอนคัคเริม สีดำ นักศึกษาหนุ่มเหยื่อคุ้มหัวใจให้การอีกว่า ต่อนามาได้เข้าไปเล่นในเว็บไซต์ เพิร์ซ เพื่อหาด้านนายสมหมายกระทั่งพูดและนัดออกมากเจอกันรีบ ก่อนที่จะรีบมาแจ้งตำรวจดังกล่าว

นายสมหมาย ชี้แจงเหตุผลที่ยอมรับ “ว่าที่ผ่านมาเคยนัดเจอกับนักศึกษาหนุ่มนับร้อยคน แล้ว ” ทั้งในกรุงเทพฯ และที่เชียงใหม่ เนื่องจากต้องนัดเจอกันถึง 3 หน แล้ว ยอมรับว่ารักนายชัชมากที่สุด และกล่าวว่าจะโอนทองค์ทั้งอึกจึงต้องทำแบบนี้ (ชิงทรัพย์) ส่วนของตำรวจจากสถาบันปักคำนายสมหมายแล้ว จากการตรวจค้นกระเบื้องสมบัตินี้ ไม่พบสิ่งใดที่เป็นของนักศึกษาจำนวนมากในสถาบันดังๆ หลายแห่งทั่วในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ รวมถึงจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือนี้ ยังมีรายชื่อผู้บริหารสถาบันการศึกษานั้นๆ ด้วย คาดว่านายสมหมายน่าจะเก็บเอาไว้เพื่อต่อรองหรือแบบถึกเมื่อเหตุการณ์ หรือให้มาพบบ่อยๆ โดยที่ว่าหากไม่ยอมทำตามจะแจ้งไปทางผู้บริหารสถาบัน การศึกษา หรือนำเรื่องไปประจำที่เพื่อนๆ ในสถาบันรับทราบ

พ.ต.ท. คณสัน รอง ผอ กก.สส.สภ.อ.สารภี กล่าวว่า พฤติกรรมของนายสมหมาย นั้นถือว่า เป็นอันตรายคือเด็กนักศึกษา นอกจากนี้ ยังเป็นคนอารมณ์แปรปรวน คลอดเดียวคิดเดียวร้าย กรณีนายสมหมาย หรือคุ้มหัวใจ เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งเท่านั้นของพากวนร้ายในครามนักพูดคุย (Chat) แต่ก็ใช่ว่าวนักพูดคุย (Chat) หรือคนที่ติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตทุกคน จะมีพฤติกรรมเลวร้าย เมื่อยังนี้ อยู่ที่ความระมัดระวัง และการป้องกันตัวเราเอง

ตัวอย่างเว็บไซต์หาคู่ในต่างประเทศ (www.match.com)[Match Events](#) | [Match Travel](#) | [Match Scene](#) | [International Site](#)

9

[Launch Match.com Messenger](#)[Log-in](#) | [Take a Tour](#) | [Your Privacy](#)

Quick Search Results

- > Detailed Search
- > Username Search
- > Quick Search
- > Keyword Search
- > Personality Search
- > My Matches
- > Edit My Matches
- > Search Options

Updated!

AngelicAquarian

Last Activity: Within 24 Hours

Stop in for a bit and say HI :-)

Age: 25

Location: Traverse City, MI, US

Female seeking Male age 26 - 31



Reserv
your
campsite
here

Updated!

JennGirly

Last Activity: Within 24 Hours

Fun loving girl seeks down to earth....

Age: 23

Location: Orlando, FL, US

Female seeking Male age 22 - 30



New!

Lemon_Aide

Last Activity: Within 24 Hours

I'm a little nervous about this...

Age: 25

Location: Idaho Falls, ID, US

Female seeking Male age 25 - 30



New!

Timber1979

Online Now!

Teach me to play!

Age: 23

Location: Altoona, IA, US

Female seeking Male age 23 - 31



New!

Lyriah

Last Activity: Within 24 Hours

Devil in disguise

Age: 25

Location: Monmouth Juncit, NJ, US

Female seeking Male age 24 - 29



Updated!

RoniB78

Last Activity: Within 24 Hours

Looking to meet new people

Age: 24

Location: Grass Valley, CA, US

Female seeking Male age 25 - 32



New!

dpacif30

Last Activity: Within 24 Hours

no more games please

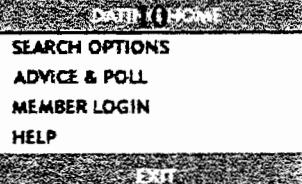
Age: 25

NEW | ONLINE | BROWSE | QUICK SEARCH | BY NICKNAME

SEARCH RESULTS

[refine search](#)

គោលយករែនឲ្យទៅការណ៍តំបន់ព្រៃក (www.lavalife.com)



MEGGIE36

Lets explore life together, and help eachother understand our true destinys

21 year old Female, located in RIVERSIDE, California, USA. I'm Caucasian (White), a Libra and Christian (non-catholic). I'm 6'0" tall with a fit body. I'm a social smoker. I drink socially. Last changed Aug 5, 2002.



FUN_SEXY_CHICA

I'm the one you're mom warned you about!!

20 year old Female, located in TORONTO, Ontario, Canada. I'm Caucasian (White), a Sagittarius and Catholic. I'm 5'8" tall with an average body. I'm trying to quit smoking. I drink socially. Last changed Oct 28, 2002.



CHC

what is u plan for your life?

27 year old Female, located in TAIPEI, Taiwan. I'm Asian, a Scorpio and non-religious. I'm 5'4" tall with a slim body. I don't smoke. I drink socially. Last changed Oct 13, 2002.



TAMERDOLL

Looking for adventure

25 year old Female, located in OSHAWA, Ontario, Canada. I'm Caucasian (White), a Leo. I'm 5'4" tall with an average body. I drink socially. Last changed Dec 30, 2002.
New: 3 days ago.



GREENEYEDGIRL78

I think kids appreciate it when adults treat them like people. Little, stupid people who cry a lot.

24 year old Female, located in WATERLOO, Ontario, Canada. I'm Caucasian (White), a Sagittarius and non-religious. I'm 5'9" tall with a slim body. I don't smoke. Last changed Dec 13, 2002.



JENJEN81180

Sweet, Cute and Intelligent with a few Blond Moments Here and There!

22 year old Female, located in BALTIMORE, Maryland, USA. I'm Caucasian (White), a Leo and Catholic. I'm 5'4" tall with a fit body. I don't smoke. I drink socially. Last changed Nov 1, 2002.



GRUVYNUVY1

Mind if my parole officer tags along?

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงภูมิหลังและลักษณะของเว็บไซต์ไทยเมท
2. เพื่อศึกษาถึงทัศนะของของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์นี้และความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์
3. เพื่อศึกษาถึงมุมมองเกี่ยวกับการหาคู่ของ หญิง-ชาย ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีตและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวังและมุมมองใหม่ๆ ให้กับการหาคู่
4. เพื่อศึกษาถึงการหาคู่ในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเนื่องมาสู่โลกแห่งความจริง และก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในความเป็นจริง

ปัญหานำมาวิจัย

1. เว็บไซต์ไทยเมท มีภูมิหลังและลักษณะเป็นอย่างไร
2. ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์นี้และความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์เป็นอย่างไร
3. มุมมองเกี่ยวกับการหาคู่ของหญิง-ชาย ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีตอย่างไรและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวังและมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับการหาคู่ อย่างไร
4. การหาคู่ในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเนื่องมาสู่โลกแห่งความจริงอย่างไร และก่อให้เกิดปรากฏการณ์อย่างไรในความเป็นจริง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะชุมชนหาดูเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบของธุรกิจ
2. ทราบถึงหัตถะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ และความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาดู เพื่อให้ทราบถึงการใช้การสื่อสารทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ
3. ทราบถึงมุมมองเกี่ยวกับการหาดูของหญิง-ชาย ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีต และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาริ่งความคาดหวังและมุมมองใหม่ๆเกี่ยวกับการหาดู เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนชีวิตอันเนื่องจากสื่อใหม่
4. ทราบถึงการหาดูในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอออนไลน์สู่โลกแห่งความจริง และก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในความเป็นจริงต่อการส่งผลต่อสังคม

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเว็บไซต์ (Web Site) ไทยเมท (www.thaimate.com) ซึ่งเป็นชุมชนเสนอในการค้นหาดูหรือแพน ที่มีขนาดชุมชนที่ใหญ่ ที่มีการพูดคุยผ่าน ICQ , IRC และยังมีการสื่อสารการคิดต่อสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านทาง E-MAIL , SMS ของสมาชิก หรือถึงขั้นเปิดเผยของสมาชิก การสื่อสารก็จะเปลี่ยนแปลงตามรูปการไปตามสถานการณ์ ในส่วนการเข้าเป็นสมาชิกก็มีสมาชิก 2 ประเภท คือ สมาชิกทั่วไปและสมาชิกพิเศษ ในส่วนของการปฏิสัมพันธ์ มีความซับซ้อน มี extradition ของชุมชน อันก่อให้เกิดการสร้างปรากฏการณ์ และส่งผลสู่โลกแห่งความเป็นจริงอย่างซับซ้อน จำนวนประชากรที่จะศึกษา มีมากพอทั้งที่เป็นสมาชิก และไม่เป็นสมาชิก มีการระหว่างเข้า-ออกชุมชน พอที่จะทำการวิจัย จำนวนสมาชิกคือประชากรชาย ประมาณ 154,165 คน และประชากรหญิง ประมาณ 85,780 คน รวม 239,945 คน (สำรวจ 12 พ.ย. 2545) ประชากรในชุมชนมีความหลากหลายทั่วประเทศ จัดได้ว่าเป็นชุมชนเสนอหาดู ที่มีกลุ่มประชากร เชื้อ-ออก ภายในชุมชนตลอดทั้งวัน ทั้งที่เป็นสมาชิกในชุมชนและแขกที่มาแวดล้อม

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

Thaimate.com หมายถึง เว็บไซต์ ที่ให้บริการสำหรับคนไทยเท่านั้น เพื่อให้คนไทยสามารถค้นหาเพื่อน หรือคนรักบนอินเทอร์เน็ต โดยสามารถระบุคุณสมบัติ (Spec.) ของเพื่อน หรือคนรัก ที่เราต้องการได้

ภูมิหลังและลักษณะ หมายถึง ประวัติความเป็นมาและรูปแบบของเว็บไซต์ไทยเมท(Thaimate.com)

เว็บมาสเตอร์ หมายถึง ผู้ดูแลเว็บไซต์หรือ เจ้าของธุรกิจเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com) ที่ดำเนินธุรกิจการหารคู่บนอินเทอร์เน็ต

ชุมชนเสมือน หมายถึง สถานที่ซึ่งมีการรวมตัวกันของสมาชิกจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com) โดยอาจจะไม่รู้จักกันหรือคุ้นเคยกัน ในโลกของความเป็นจริงแต่มีเจตนาณ์เดียวกัน

การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนมาสู่โลกความเป็นจริง หมายถึง สมาชิกของเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com) มีการนัดพบหรือนัดเจอกัน ในโลกของความเป็นจริง ซึ่งมี helyer ระดับ กือ

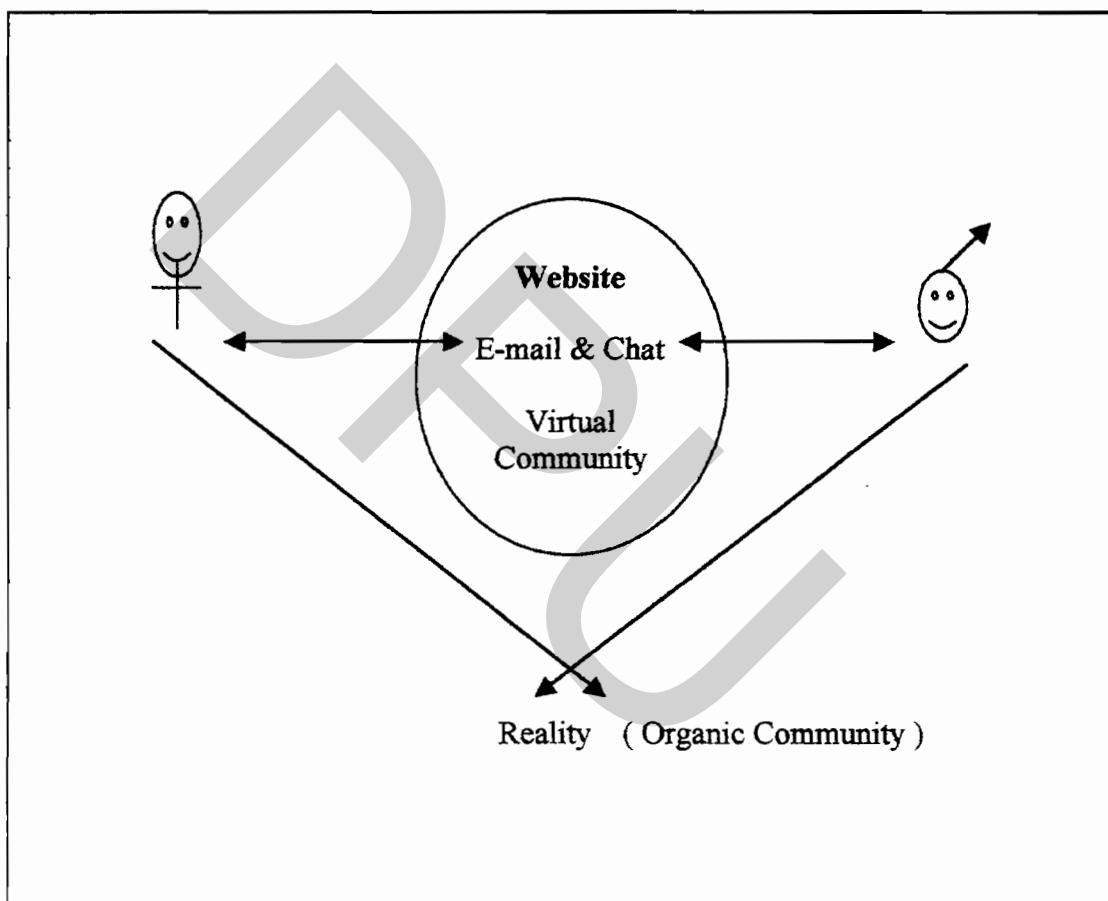
1. ขอเบอร์โทรศัพท์
2. ขอนัดรับประทานอาหาร หรือนัดดูภาพயนต์ หรือฟังเพลง
3. ขอเป็นเพื่อน หรือขอเป็นแฟน
4. ขอแต่งงาน หรือการใช้ชีวิตร่วมกัน

การเปลี่ยนแปลงการหาคู่ หมายถึง วิธีการหาคู่ที่แตกต่างไปจากอคติของคนในชุมชนเสมือน ได้แก่

1. วิธีการสนทนากายา
2. วิธีการติดต่อเพื่อน
3. วิธีการค้นหาเพื่อน
4. การฝ่ากฎประวัติ หรือการการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว
5. การแสดงออกซึ่งความรัก
6. สถานที่ในการใช้เป็นที่ พับบะหรือในการเกี้ยวพาราสี
7. โอกาสที่ชาย-หญิง จะได้พบปะกัน
8. การใช้แม่สื่อ พ่อสื่อ หรือสื่อหนังสือพิมพ์ (columน์ นิตยสาร นิตยสารรัก)

ปรากฏการณ์ในความเป็นจริง หมายถึง สามารถแต่งงานกัน หรือเลิกคบกันไป
มุ่นมอง หมายถึง ความคิดเห็นในมุ่นมองทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับการหาคู่บนเว็บไซต์

Conceptual Framework



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีหลักที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิด ชุมชนเสมือน (Virtual Community)

แนวคิด การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer -Mediated-Communication)

แนวคิด วัฒนธรรม (Culture)

แนวคิด พื้นที่สาธารณะ (Public Space)

แนวคิด การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ชุมชนเสมือน (Virtual Community)

ลักษณะชุมชนในโลกวิรัตน์ แบ่งออกเป็น 3 แบบ

1. ปรากฏการณ์ชุมชนจริง (Real or Organic Communities) คือชุมชนที่มีตัวจริงทางกายภาพ เช่น ชุมชนบ้านบุนนาค ชุมชนคลองเตย มีการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อมวลชนเป็นหลัก
2. ชุมชนเสมือน (Virtual Communities) คือชุมชนที่ไม่เห็นตัวจริงทางกายภาพ แต่มีอยู่ด้วยการปฏิสัมพันธ์กันผ่านสื่อใหม่ในไซเบอร์สเปซ (Cyberspace)
3. ชุมชนแบบซ่อนกัน(Organic and Virtual Communities) คือชุมชนที่ผสมผสานลักษณะทั้งสองประเภท คือทั้งมีตัวจริง และเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ในไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) (อ้างถึงใน สุกัญญา สุบรรทัด ,เอกสารการสอน ,2546)

ชุมชนเสมือน (Virtual Community) เป็นการรวมตัวกันของปัจเจกจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้สื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Wodaski and Brown,1994 ,อ้างถึงใน ธีรพล ภูรัต ,2545 : 74-78) ชุมชนดังกล่าวมีรูปแบบที่หลากหลาย บ้างก็รวมตัวกันในความรับผิดชอบต่อหน้าที่การทำงาน บ้างก็รวมตัวกัน เพราะมีความสนใจตอบรับรองตัวที่คล้ายกัน

ลักษณะชุมชนเกิดจากการสื่อสารทางไกล (Telecommunication) ที่สร้างชุมชนที่ไม่มีมิติทางสภาพภูมิศาสตร์ การสื่อสารทางไกลเป็นสิ่งที่มากไปกว่าระบบการส่งข่าวสารที่จะเชื่อมโยงประชาชนให้ติดต่อถึงกันได้ ไซเบอร์สเปซ(Cyberspace) เป็นสภาพแวดล้อมที่ผู้คนสามารถพบปะ พูดคุย และมีกิจกรรมร่วมกัน ร่วมกับว่าอยู่ในสภาพทางกายภาพที่ร่วมสร้างขึ้นมาเอง

ความสามารถของการสื่อสารทางไกลที่อาจน่าอุปสรรคด้านเวลาและระยะทางไกล (Time and Space) ทำให้ชุมชนเสมือนเกิดขึ้นได้เป็นจริงได้ซึ่งเป็นชุมชนที่เกิดจากความเป็นห่วงร่วมกัน ความเป็นห่วงร่วมกัน หมายถึง คนที่มีความรู้สึกอย่างมากต่ออัตลักษณ์ของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ไม่ว่าจะอยู่ที่แห่งหนใด นักศึกษาที่บ้านจากสถาบันเดียวกันหลายสิบคนก็เหมือนกัน และจะเป็นประโยชน์อย่างมากจากการได้พูดคุยกันเอง เช่น เดียวกับคุณงานช่างซ่อมรถยนต์ กลุ่มต่อสู้เพื่อสิทธิสตรี คุณพิการ ครู ผู้ป่วยรอง และคนที่สนใจเรื่องลี้ลับ ประเด็นที่เป็นห่วงร่วมกันได้แก่ การจ้างงาน ปัญหาการใช้ชีวิต งานอดิเรก นโยบายสาธารณะ และอื่นๆ

ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) จึงเป็นทำเลที่ดีที่สุดในการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้คนสามารถผ่านเข้าออกโดยปราศจากการเขื่อน โฆษณาพันธ์กัน อย่างเช่น การใช้ IRC (Internet Relay Chat) เป็นทางที่ผู้คนเข้ามาคุยกันแล้วอาจจะไม่ได้คุยกันอีกเลยหลังจากนั้น กลุ่มนแทนนาในกระดานข่าว (Electronic Bulletin Board) ก็มีหลายคนที่อาจจะได้เข้าไปอ่านแต่ไม่ได้สนใจความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์แต่อย่างใด และบางคนไม่ประสงค์จะให้ทราบถึงการปราကุตัวด้วย

แม้กระนั้นชุมชนทางภูมิศาสตร์ สามารถได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาชุมชน เสมือนภายในขอบเขตเดียวกัน บางครั้งผู้คนไม่สามารถปราကุตัวบนห้องนอนหรือในชุมชนได้ ถูกหน้าหรือถูกฟุ้นอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการจัดกิจกรรมของชุมชน บางที่ผู้คนที่ต้องเผชิญปัญหาทางครอบครัว และส่วนตัวสามารถสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ง่ายกว่า การจะต้องยืนอยู่หน้ากุ่มคน จะนั่นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การติดต่อกันดำเนินไปได้โดยเต็มช่องว่างให้กับการพบปะเผชิญหน้า

โลกเสมือน (Virtual World) ทำให้สิ่งที่ปราကุในนิยายวิทยาศาสตร์เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชีวิตร้าได้ เช่น เราเมื่อเรื่องมือแปลงเสียงทางโทรศัพท์ให้เพียงไปจากเดินได้ เช่น คนแก่เด็ก ผู้ชาย ผู้หญิง เป็นต้น การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ทำให้คนสามารถเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนได้ ผู้หญิงสามารถเปลี่ยนเป็นผู้ชายได้ เด็กสามารถเปลี่ยนเป็นผู้ใหญ่ได้ ผู้ชายสามารถพูดได้อย่างเจ้าของภาษา สิ่งเหล่านี้เป็นจริงได้ เมื่อการปฏิสัมพันธ์ถูกจำกัดอยู่แค่การสื่อสารด้วยตัวอักษร (Text-based-Communication) หรือแม้ว่าเราจะมีเครื่องขยายเสียงเข้าไปในชุมชนเสมือนได้ ก็ตามที่เนื่องจากไม่มีเหตุผลทางเทคนิคให้ทำให้เราไม่สามารถทำสิ่งที่เราต้องการได้ ทำให้มีทางรู้อัตลักษณ์ที่แท้จริงของคนที่เรากำลังติดต่อด้วยหรือแท้จริงแล้วเรากำลังสื่อสารอยู่กับเครื่องขักรกลกีเป็นได้ บางท่านคาดหวังว่า ปราကุการณ์อาจลดทอนผลกระทบของการสรุปเหมารวม (Stereotype) และการจัดสถานภาพทางสังคมในการติดต่อสัมพันธ์แบบเสมือน จึงทำให้ชุมชนเสมือนเป็นประชาธิปไตยมากขึ้นกว่าความเป็นจริงที่อยู่ภายนอกสาย (Off-line) ในทางกลับกัน เรา

อาจจะໄວ້ໃຈຄົນທີ່ເຮັດຕິດຕ່ອງດ້ວຍຄວາມສັນພັນຮູ່ໃນສາຍ (On-line) ນ້ອຍລົງແລະເປັນອຸປະສົກຕ່ອງການສ້າງ
ຫຼຸ່ມຂານໃຫ້ນັ້ນຄົງໄດ້ (Jones,1997,ອ້າງຄື່ງໃນ ຫຼົບພລ ຖວະກີ, 2545 :74-78)

ຫຼຸ່ມຂານບັນອິນເທິຣ໌ເນີຕ ມີລັກນະພັເສຍທີ່ James Beniger ,1987 and Scott Peck ,1987
(ອ້າງຄື່ງໃນ ຮັດນວລີ ເກີຍຕິນິຍມສັກຄົດ,2542 : 10-15) ຕັ້ງຈຶ່ງຫຼຸ່ມຂານໃໝ່ນີ້ວ່າ "ຫຼຸ່ມຂານເຖິ່ນ"
(Pseudo – Community) ຈຶ່ງມີລັກນະຈາກເຫັນຫັນຫຳຄ່າຕາກັນ ໄປສູ່ຄວາມສັນພັນຮູ່ກາງອ້ອນ ພຣີອກຄຸ່ນ
ເຊີງສັບລັກນະ (Symbolic Group) ສໍາຫັນ Beniger ແຕ່ວ່າ ຫຼຸ່ມຂານເຖິ່ນຄື້ອງ ກາກີທີ່ໄວ້ຕ້າວຄົນ

(Impersonal associations) ຂໍາລອງເຂົ້າການສ້ອງສາຮ່ເສນີ່ອນມີຕ້າວຄົນ (Simulated personalized communication) ຈຶ່ງ Beniger ເຮັດວຽກວ່າ "ສູກພສມຮ່ວ່າງການສ້ອງສາຮ່ຮ່ວ່າງບຸກຄຸລົກນີ້ ການສ້ອງສາຮ່
ນວລັກຂານ " ແລະ Howard Rheingold (1993) (ອ້າງຄື່ງໃນ ຮັດນວລີ ເກີຍຕິນິຍມສັກຄົດ,2542 : 10-15) ຍັງ
ນໍາຍາຄວາມລຶກຄ່າໄປອີກເຂົ້າຫັນນີ້ວ່າ ຫຼຸ່ມຂານເຖິ່ນນີ້ຄື້ອງທີ່ໄວ້ຄວາມຜູກພັນຮູ່ທີ່ແທ້ຈິງກັນບຸກຄຸລົກນີ້
(Genuine Community) ຈຶ່ງຕ່າງຈາກຫຼຸ່ມຂານເຕີນໃນສັງຄົມ ຈຶ່ງຮູ້ຈັກກັນອ່ານຸ່າຍັງແທ້ຈິງເປັນສູານ

ໄມ້ມີໂຄສານາຮັດຕາຄາກຜົນໄດ້ວ່າ ຫຼຸ່ມຂານເສນີ່ອນນັ້ນຈະຄົງອູ້ໄດ້ນານແຕ່ໄຫນ ແຕ່ກີ່ຄົງ
ປົງປົງເສົາໄມ້ໄດ້ວ່າເປັນແນວຄີດພື້ນສູານຂອງຄວາມເປັນຈິງເສນີ່ອນ ໃນຫລາຍດ້ານທີ່ປາກງູຍູ້ໃນໄລກແໜ່ງ
ຄວາມຈິງແທ້ ແລະ ຫຼຸ່ມຂານເສນີ່ອນໃນໄຊເບອຣສເປົ່າສາມາດເປັນຈຸດເຮັ່ນດັນ ຂອງການປົງປົງສັນພັນຮູ່ຂອງ
ນຸ່ມຍີທີ່ຈະມີພົກຮະບທບທີ່ແທ້ຈິງຕ່ອງໜົວທາງສັງຄົມກາຍເມືອງ ແລະ ເສຍໝູກົງ ເມື່ອສາມາດສະຫຼອນຜລອັນ
ນັ້ນອອກສູ່ໄລກທາງກາຍກາພໄດ້ ໄນວ່າຈະໃນຮະດັບທ້ອງຄົ່ນຫຼືຮະດັບຫາຕີ

ຄວາມເປັນຈິງເສນີ່ອນ (Virtual Reality)

ຄວາມເປັນຈິງເສນີ່ອນເປັນວິທີທາງຂອງນຸ່ມຍີທີ່ຈະສ້າງກາພ ຄວບຄຸມ ແລະປົງປົງສັງສරຣີກັບ
ສ້ອແລະຂໍ້ມູນລູກທີ່ຂັບຂ້ອນອ່ານຸ່າຍັງນາກ (Isdal,1998 and Hewett,1996,ອ້າງຄື່ງໃນ ຫຼົບພລ ພວະກີ, 2545 :74-
78) ໂດຍປົກຕິຄວາມເປັນຈິງເສນີ່ອນ ອື່ອ ກະບວນການການສ້າງຄວາມຈິງ ໂດຍການສ້ອງສາຮ່ຜ່ານສ້ອງ
ຄອນພິວເຕອຮ ຈຶ່ງປະກອບດ້ວຍ 4 ອົງຄົ່ງປະກອບ ອື່ອ

1. ສ້ອງທີ່ສາມາດປົງປົງສັງສරຣີໄດ້ (Interaction)
 2. ການກະຕຸ້ນໃຫ້ເກີດການຮັບຮູ້ທາງຜັສສະ ໄດ້ແກ່ ຮູ່ປະເທິງ ສັນຜັກ
 3. ຄອນພິວເຕອຮເປັນເຄື່ອງນິ້ມອສຳຄັນ ກລ່ວກືອນຍ້ານີ້ຄື້ອງ ຄອນພິວເຕອຮເປັນອຸປະກອນດີຈິຕອດທີ່
ເປັນຕົວເຊື່ອນ (Interface) ຮະຫວ່າງນຸ່ມຍີ ກັນການຈິຕອດ
 4. ຄວາມພາຍານທີ່ຈະນຳຜູ້ຮັນຫຼືຜູ້ຮັບການເຂົ້າໄປໃນເຫດກາຮູ່ທີ່ເປັນຄວາມຈິງເສນີ່ອນນັ້ນ ໂດຍ
ພິຈາລະວ່າຈະທ້າຍ່າງໄຣຄື່ອງຈະທໍາໄຫ້ສິ່ງນັ້ນໄປປາກກູດຮ້ານ້າຜູ້ຮັບການ
- (Augmented Reality) ແລະ ຈະທ້າຍ່າງໄຣຄື່ອງຈະທໍາໄຫ້ຜູ້ຮັບການເຂົ້າໄປປາກກູດໃນເຫດກາຮູ່ນັ້ນ
(Immersion)

ในอีกมุมมองหนึ่ง ความเป็นจริงสมீอัน ก็คือขึ้นได้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างกันโดยผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ การที่คนเข้าไปใช้งานคอมพิวเตอร์เพื่อทำการติดต่อสื่อสารกัน ทำให้คนได้จินตนาการไปว่า กำลังอยู่ในสภาพการสื่อสารแบบตัวต่อตัว แท้ที่จริงแล้ว ในบางกรณีต่างฝ่ายต่างไม่ทราบเลยว่าอีกฝ่ายหนึ่งมีหน้าตาอย่างไร กับการปรากฏทางไกล (Telepresence)
2. การสร้างภาพยนตร์ 3 มิติ ทำให้สิ่งที่เคยอยู่บนจอ ให้เลียนอุปกรณ์อยู่รอบตัวผู้ชม
3. การสร้างให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าคนของเข้าไปปรากฏอยู่ในเหตุการณ์หรือสั่งแวดล้อมนั้น เสมือนเข้าไปอยู่ในถ้ำ (Cave) ของเหตุการณ์ที่สร้างขึ้น

ทั้งกรณีที่ 2 และ 3 หากได้ผ่านกระบวนการผลิตที่ใช้องค์ประกอบภาพและเสียงที่ให้ความสมจริงมากเท่าได้ ก็จะสามารถทำให้ผู้รับสาร ได้รับผลกระทบมากยิ่งขึ้นเท่านั้น ในระบบความคิดของผู้รับสารที่มากไปกว่าความอยากรู้ อยากรเหมือน

การรวมตัวชุมชนเครือข่าย

ชุมชนเครือข่ายมีการรวมตัวกันจะมีความหมายเป็น 2 ระดับ คือ

1. เป็นขั้นพื้นฐานที่เรียบง่ายไม่ปราณีแท้จริง

คือการที่ชุมชนนั้นเป็นแหล่งเอื้อโอกาสให้มุขย์ สามารถสนองความต้องการในการ พลประโยชน์ของคน ที่มีการตั้งชุมชนขึ้นมาเพื่อปัจเจกของบุคคล รวมทั้งประโยชน์ในแง่ความมั่นคงปลอดภัยของชีวิต ชุมชน ในความหมายขึ้นนี้ เมื่อจะทำให้คนมาร่วมกัน แต่แล้วแต่ละชุมชนก็จะแบ่งแยกกับชุมชนอื่น แล้วอาจทะเลกัน แบ่งชิงผลประโยชน์กันบางครั้งชุมชนก็เป็นเพียงการรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมกำลังใน การต่อสู้หรือเพื่อปกป้องกลุ่มพวงของคน พร้อมกันนั้น ภายในชุมชนนั้นๆ เอง บุคคลก็มักเครียด และมีความโน้มเอียงที่จะทะเลวิวาทกัน เพราะความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ ในยุคการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated- Communication) หลายชุมชน ได้ทำลายกำแพงวัฒนธรรมต้องห้ามของสังคมเดิม เพื่อสร้างชุมชนแห่งใหม่ในอุดมคติ ด้วยเหตุผลแห่งรัตน์

2. เป็นแหล่งเอื้อโอกาสต่อการที่แต่ละคนจะได้พัฒนาชีวิตสู่ความคึกคักและความสมบูรณ์

คือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้และหาประสบการณ์ พัฒนาสังคมโลก หรือการสังคมแห่งความดี มันผลประโยชน์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Benefit) แต่มันเป็นจุดที่คุ้มค่ากับการร่วมนือ เพราะในอนาคตมุขย์จะต้องมีพื้นที่เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับคนเองและทำกิจกรรมต่างๆ เปรียบได้กับห้องรับแขกหรือห้องโเนกประสงค์ที่ทุกคนต้องมี (ป.อ. ปยุต โต, 2542 : 71-73)

ผู้จัดได้นำแนวคิดชุมชนสมมือน เพื่อที่จะอธิบาย นิยามเรื่องไซต์และใช้เป็นกรอบในการแบ่งแยกชุมชนแต่ละแบบ เพื่อให้รู้ถึงแบบของชุมชนการหาคู่ในเรื่องไซต์และมีการเคลื่อนย้ายจากเรื่องไซต์ (ชุมชนสมมือน) มาสู่โลกแห่งความจริงอันก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในความเป็นจริง (โลกแห่งความจริง) ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ยังหลีกหนีไม่พ้น และซึ่งให้เห็นถึงความเชื่อมโยงชุมชนสมมือน ในส่วนของไทยมากในฐานะเป็นชุมชนสมมือน อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจ

2. แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์

(Computer – Mediated – Communication)

ภายใต้เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ (New Media Technology) ศาสตร์การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated- Communication หรือ CMC) สื่อสมัยใหม่ได้เกิดขึ้น เป็นการแลกเปลี่ยนผสาน ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดๆ เช่น วิดีโอน์ เสียง และข้อความที่ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้เปรียบของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ที่เหนือการสื่อสารรูปแบบอื่น คือการเข้ามาในอุปสรรคด้านเวลา และพื้นที่ (Time and Space) (Kiesler,Siegel and McGuire,1984;Kiesler and Sproull,1992,อ้างถึงใน ธีรพล ภูรัต ,2545 : 74-78) การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์เกิดขึ้นเป็นจริงได้โดยการรวมตัวกัน (Convergence) ระหว่างเทคโนโลยีที่แตกต่างกันหลายอย่างกล้ายเป็นสิ่งใหม่ที่มีความแตกต่างเฉพาะตัว (Straubhaar and Laroche,2000,อ้างถึงใน ธีรพล ภูรัต ,2545:74-78) เมื่อว่าสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นจะมีหน้าที่ ที่คล้ายคลึงของเดิม แต่รูปแบบการใช้งานแตกต่างออกไป การรวมตัวกันครั้นนี้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นตัวจัดสำคัญ ซึ่งโดยมากแล้วเป็นการรวมตัวระหว่างคอมพิวเตอร์กับเครื่องมือทางภาษาและเสียงกล้ายเป็นเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ (New Media Technologies) เช่น ระหว่างคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์ วิทยุ หรือโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์สามารถแปลงข้อมูลที่อยู่ในรูปของภาพ เสียง และอักษร ให้เป็นข้อมูลในระบบดิจิตอล วิธีการนี้ทำให้ข้อมูลมีคุณภาพ อีกทั้งทำให้การรับและส่งข้อมูล ในเวลาที่แท้จริงเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ

การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ผ่านเครื่อข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางระหว่างผู้ใช้งานร่วมกัน เป็นการสื่อสารที่ทำให้อุปสรรคเรื่องสถานที่และเวลา หมดไป จัดว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะหลายด้าน (Multifaceted) เนื่องจากมีความผสานกันระหว่างการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล และการเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชน (Hoffman,1995,อ้างถึงใน ธีรพล ภูรัต ,2545 : 74-78)

กิตติ กันภัย (2543) กล่าวไว้ว่าคุณสมบัติความต่างของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated- Communication หรือ CMC) กับสื่อรุนแรงที่สำคัญคือ ลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารบนระบบอินเทอร์เน็ตนี้ ไม่จำกัดสถานที่ในการสื่อสาร CMC กระจายตัวของอยู่ทั่วไป (Widely Distributed) สามารถใช้กับคอมพิวเตอร์เครื่องไหนก็ได้ในโลกในการเข้าระบบสื่อสาร และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เมื่องจาก CMC เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient) ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการเสนอเนื้อหาสื่ออื่นๆ สามารถต่อเข้าไปในระบบเมื่อไหร่ก็ได้ที่ต้องการ ส่วนเรื่องราบที่นำเสนอในสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่จำกัด เช่นกับ CMC ให้โอกาสกับผู้รับสารในการกระทำใจกับเนื้อหาสารกี่ย่อมได้ (Manipulation of Content) แล้วแต่ว่าผู้ส่งสารต้องการสื่อสารเรื่องอะไร สามารถสร้างเว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ตามความสนใจ ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถจับกุม สร้างกลุ่มใหม่กันตามความสนใจ

ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์

ลักษณะของการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์โดย Morris and Christine, 1996 (ยังถึงใน ธีรพล ภูรัต, 2545 : 74-78) ได้จำแนกไว้ 4 แบบ ดังนี้ คือ

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-one Asynchronous Communication) ตัวอย่างเช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-MAIL)
2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-Many Asynchronous Communication) ตัวอย่างเช่น USEnet กระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bulletin Board)
3. การสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) ที่ในแบบ One-to-One ไปจนถึง One-to-Many โดยสามารถคุยกันได้ในหลายหัวข้อที่ต้องการ ตัวอย่างเช่น IRC (Internet Relay Chat)
4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication) ซึ่งมีลักษณะที่ผู้รับสารต้องการที่จะค้นหาเว็บไซต์ เพื่อจะเข้าไปดูข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งอาจจะเป็นการสื่อสารแบบ Many-to-One , One-to-One หรือ One-to-Many ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ที่เปิดให้มีการแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าว

WWW.THAIMATE.COM , WWW.PANTIP.COM เป็นต้น

การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์หรือการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เมื่อองค์กรสร้างเครือข่ายภายในประเทศ (Local Network) และเชื่อมต่อที่ปลายสายได้ตลอดอย่างไม่มีที่สิ้นสุดและเมื่อเครือข่ายย่อยอื่นๆ เชื่อมถึงกันหมวด อินเทอร์เน็ตจะเป็นถนนของข้อมูลข่าวสาร เป็นทางคุ่นสารสนเทศ (Information superhighway) ที่ทำให้เราทุกคนทั่วโลกสามารถติดต่อข่าวสารผ่านถึงกันได้ ในเวลาชั่วพริบตา อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคสังคมสารสนเทศ (Information Society) เข้าไปจนบัน

อินเทอร์เน็ต คือ การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ไว้อย่างมากหมายหาคลาย โดยคอมพิวเตอร์เป็นทางผ่านในการเข้าไปค้นหาข้อมูลตามความต้องการ โดยไร้ขอบเขต ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ โดยอาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความ ภาพ หรือเสียง ก็สามารถสื่อสารผ่านระบบนี้ได้ทั้งสิ้น

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 1969 ซึ่งจะเริ่มจากลักษณะที่ใช้ประโยชน์ทางการศึกษาโดยจامعةสหรัฐอเมริกา รวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร จึงได้ตั้งเครือข่ายขึ้นมาใช้ จากนั้นไม่นาน กระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกาได้วางระบบเครือข่ายขึ้น เพื่อใช้ในการสร้างรับส่งข้อมูลทางการทหารเป็นเดินทางสำรอง กรณีเดินทางอื่น ไม่สามารถใช้งานได้โดยใช้ชื่อ โครงการว่า Apanet ประมาณปี 1980 ระบบเครือข่ายนี้ได้นำมาใช้เพื่อการศึกษาในมหาวิทยาลัย เพื่อเชื่อมโยงระบบคอมพิวเตอร์เข้าหากัน และเรียกกันติดปากว่า อินเทอร์เน็ต (Internet) (Telecom Journal, 2538, ยังถึงใน พรศักดิ์ อุรัตน์ธรรมรัตน์, 2543 :2-4) และอินเทอร์เน็ต ก็มีมาจากการ 2 คำคือ Interconnection และ Network นั้นเอง แต่ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ต ได้เปลี่ยนจากลักษณะที่มุ่งเน้นใช้ด้านการศึกษามาเป็นด้านธุรกิจมากขึ้น ในระยะเวลาที่ผ่านมา ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุค ไร้พรมแดนหรือ Globalization มาใช้ทางการค้า (E-COMMERCE) โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือ ที่เรียกว่า ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งมีโครงสร้างแบบกระจายที่ครอบคลุม อย่าง yayไปทั่วโลก (Interactive media) อินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นสำหรับภาคธุรกิจ และของประชาชนทุกคนในโลก ซึ่งนำมาสู่ โอกาสทางธุรกิจต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต สำหรับการบริหารในอินเทอร์เน็ต สามารถแบ่งออกได้เป็น

1. World wide web (www.) เป็นบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถศึกษาหรือค้นคว้าข้อมูลในอินเทอร์เน็ตที่เป็นอักษร ภาพ เสียง หรือภาษาพยนตร์โดยเอกสารที่เปิดคู่เรียกว่า เว็บเพจ (Web Page) ซึ่งในเว็บเพจแต่ละหน้า จะมีการเชื่อมโยงถึงกัน ในการเชื่อมต่อกันนี้จะมีลักษณะคล้ายกับ ไฮเมา นูน

2. **E-mail** (Electronic mail หรือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์) เป็นบริการที่คล้ายกับไปรษณีย์ สามารถส่งข้อความไปถึงผู้อื่นในอินเทอร์เน็ตโดยใช้ระยะเวลาเพียงไม่กี่วินาที เมื่อว่าจะมีระยะเวลาห่างไกลกันมากเพียงใด

3. **USENET** (User Network) เป็นบริการที่ทำให้ผู้ใช้สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ กับ ผู้อื่นได้

4. **FTP** (File Transfer Protocol) เป็นบริการโอนย้ายไฟล์ในอินเทอร์เน็ต แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การ Down Load และ การ Up Load

5. **Telnet** เป็นบริการติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องซึ่งกันและกัน ให้ผู้ใช้สามารถติดต่อขอใช้งานกับเครื่องบริการที่อยู่ไกล ๆ ได้ เช่น ในขั้นตอนที่กรอก USERNAME และ PASSWORD ซึ่งเป็นการขอใช้คอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่อยู่ห่างไกลออกไปหลายกิโลเมตร

6. **CHAT** การคุยกับผู้อื่นแบบทันใจ เป็นบริการพูดคุยหรือสนทนาที่คล้ายกับการใช้โทรศัพท์ แต่ผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต

ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ต

1. เป็นแหล่งในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ค้นคว้า การหาข้อมูล ต่างๆ ทั่วทุกมุมโลกรวมไปถึงการได้มีการพูดคุยทางอินเทอร์เน็ต
2. เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในเรื่องของความรวดเร็ว เช่น สามารถทำให้ผู้ที่ใช้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่โลกได้ด้วยเวลาเพียงไม่กี่นาทีเท่านั้น
3. เป็นสื่อที่มีราคาถูกกว่าสื่ออื่นๆ อีกมาก เช่น การติดต่อข้ามประเทศครั้งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นประเทศไหน ก็จะเสียค่านุทุนที่ถูกกว่าการสื่อสารแบบอื่นๆ
4. มีลักษณะที่เป็นสื่อหลากหลายประเภทรวมกัน (multi media) คือมีทั้งภาพและเสียง เมื่อระยะเวลาทางนั้นไม่เป็นปัญหาในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์อีกด้วย ในการหลังให้ลงของข้อมูลข่าวสารในระบบอินเทอร์เน็ต จึงเกิดขึ้นอย่างมากมายและอย่างอิสระ ทั้งข้อมูลข่าวสารที่สร้างสรรค์และที่ไม่พึงประสงค์

นอกจากนี้พบว่า อินเทอร์เน็ตนี้มีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information Pull) ซึ่งแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นที่เป็นการผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน (Information Push) การบริโภคข้อมูลข่าวสารของสื่อทั้งสองประเภทจึงแตกต่างกัน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้มากกว่าผู้ส่งสาร สำหรับการแสวงหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้สามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการ接收 และเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่า

สนใจได้ การเรียกหาข้อมูลสามารถกระทำได้ไม่จำกัดจำนวน ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับสาร รวมทั้งสามารถควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเบิร์บ ได้มากกว่าสื่อื่นๆ

ในปัจจุบัน ผู้รับสารสามารถแสวงหาข้อมูลได้ตามความพึงใจคนเมื่อผู้รับสารมีความ สนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารกีฬาสารสนิม ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือ แสดงความคิดเห็นรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตนี้ก่อให้เกิดชุมชน ลักษณะใหม่ คือชุมชนบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือรวมตัวกันตามความสนใจ ไม่ใช่ว่า ตัวกัน เพราะอยู่บนสถานที่เดียวกันแบบแต่ก่อน

จากเนื้อความด้านบนสามารถสรุปให้เห็นว่าคุณลักษณะบางประการของการสื่อสารผ่าน สื่อคอมพิวเตอร์ หรือชุมชนทางคอมพิวเตอร์ว่า เป็นการรวมตัวกันตามความสนใจมากกว่าสถานที่ เป็นการสื่อสารที่สามารถนั่งอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ที่ไหนในโลก แล้วต่อเข้าระบบมาเพื่อรวมตัวสื่อ สารกัน ดังนั้น เป็นการสื่อสารที่ไม่เห็นหน้าค่าตา กันไม่รู้ว่าในโลกจริงๆ แล้วคนเหล่านี้คือใคร ซึ่ง จะมีผลต่อการแสดงออกคือ สามารถแสดงออกในเรื่องบางเรื่องที่ไม่สามารถแสดงออกในสังคม โลกจริงได้ เพราะอาจไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม การแสดงออกในโลกเสมือนนี้เรียกตัวเองโดย ใช้นามแฝง ผู้แสดงออกไม่ต้องรับผลกระทบจากการแสดงออกของคนในโลกแห่งความเป็นจริง เพราะไม่มีใครรู้ว่าจริงๆ แล้วเขาคือใคร ซึ่งเรื่องด้านชายหญิงและเรื่องเพศนี้เป็นเรื่องที่เด่นชัดมาก ที่แสดงออกมา เพราะสังคม โดยทั่วไปกำหนดให้เรื่องเพศเป็นเรื่องที่มีความส่วนตัวสูง แต่ลับๆ แสดงออกมาในการสื่อสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตหมายความว่า

การติดต่อสื่อสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถมีการ โต้ตอบสองทางซึ่งเปิดโอกาสให้มี การถกเถียง และเปลี่ยนความคิดเห็น ได้ และการแสดงความคิดเห็นนั้นมีกรอบกฎหมายซึ่งควบคุม น้อยกว่าสื่อื่น เช่นการเชื่นเชือร์คำพูด และไม่มีลักษณะการเป็น Gate Keeper เมื่อนอย่างสื่อมวลชนอีกต่อไปคือมีกรอบบังคับน้อยกว่าสื่อสารจะะอื่น คนในสังคมผู้ใช้คอมพิวเตอร์จะเป็นผู้ควบ คุมสื่อว่าจะสนใจอ่านหรือไม่ หรือเสนอข้อมูลใดๆ รวมถึงเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วทำให้ สามารถแสดงความคิดเห็นตัวเอง และตั้งประเด็น ได้อย่างสะดวกและหลากหลายตามความสนใจ นับเป็นสื่อที่มีการมีส่วนร่วมสูง

การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ยังเอื้ออำนวยให้เกิดเวทีทางความคิดขึ้นด้วย จาก เทคโนโลยีที่สะดวกต่อการสื่อสาร โต้ตอบกัน และมีผู้คนเข้าร่วมกลุ่ม ได้ไม่จำกัด เวทีทางความคิดที่ เปิดให้ผู้คนในสังคมมาสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันนั้น เรียกกันว่า พื้นที่สาธารณะ

2.1 แนวคิดห้องคุย (Chat Room)

ในปี พ.ศ. 2528 ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือเป็นเทคโนโลยีที่พร้อมรองรับการใช้งานด้านการสื่อสาร และแพร่ขยายเป็นวงกว้าง ทั้งนักวิจัย นักพัฒนาและบุคคลทั่วไป ไม่จำกัด เนพะฯ ในวงการทหารดังที่เคยเป็นในอดีตตั้งแต่ปีพ.ศ. 2512 เป็นต้นมา ได้ก่อให้เกิดการพัฒนา เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการสื่อสารโทรคมนาคมอย่างมาก จนกระทั่ง ในปัจจุบันการสื่อสารถือเป็นเรื่องง่ายๆ ที่สุดและสะดวกที่สุดของยุคสังคมสารสนเทศ (Information Society) เช่น ปัจจุบัน

การสื่อสารถึงกันด้วยคำพูดทางโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว ดังเช่นที่เป็นไปในอดีตนั้นไม่ เพียงพออีกต่อไป เพราะความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นของมนุษย์นั้นเอง ทำให้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั้นเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในขณะนี้ ที่สามารถสนับสนุนความต้องการของมนุษย์ในโลกไซเบอร์ (Cyber) ได้อย่างลงตัว บนโลกของอินเทอร์เน็ตนั้นเปรียบเสมือนการส่องเลนส์ของโลกเพื่อเปิดโลก ทัศน์ให้กว้างขึ้น โดยผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์

ในยุคเริ่มแรก ที่คอมพิวเตอร์สามารถเรื่องต่อ กันได้ ในระบบกระดาษข่าว (Bulletin Board System หรือ BBS) ก็ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยการทิ้งข้อความไว้ให้ผู้ที่เข้ามาที่หลังได้อ่าน แต่ยังไม่สามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด เมื่อมีการพัฒนา ระบบปฏิบัติการ (Operation System) Macintosh และ Windows รุ่นแรกๆ ทำให้การสื่อสารในคอมพิวเตอร์สามารถโต้ตอบแบบสองทางได้ ในเมืองไทยได้มีการใช้ห้องคุย (Chat Room) ตั้งแต่อินเทอร์เน็ต (Internet) ยังไม่สามารถใช้งานได้ อย่างแพร่หลายในไทย ห้องคุย (Chat Room) ยุคแรกๆ ที่ทันสมัยที่สุดในระบบ BBS คือ ศาลา ไทย ระบบ BBS เป็นการดำเนินงานโดย ชาว ออสเตรเลีย โดยไม่ได้เรียกเก็บค่าใช้บริการ แต่เปิด โอกาสให้ผู้ที่เข้าไปใช้บริการสามารถ ร่วมบริจาคค่าใช้จ่ายสนับสนุนได้ ระบบของ ศาลาไทย เป็นระบบที่ ใช้ เครื่องคอมพิวเตอร์ ตระกูล Macintosh เป็นหลัก แต่ผู้ใช้บริการ ห้องคุยนี้สามารถ ใช้ได้ทั้ง Mac และ PC ผ่านทาง Software พิเศษ ซึ่งสามารถพิมพ์ข้อความเป็นภาษาไทยได้ด้วย และ ใช้การติดต่อทาง Modem โดยติดต่อเข้าไปที่ศูนย์ ศาลาไทย และ ผู้ที่เข้าใช้บริการจะต้องลงทะเบียนกับศาลาไทย เนื่อง จากสมัยนั้นผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ (Computer) อยู่ในวงแคบๆ เรื่องที่คุยกันจึงเป็นเรื่องทางคอมพิวเตอร์ เช่น ปรึกษาเรื่องการแก้ไขปัญหาของคอมพิวเตอร์ เมื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เริ่มเข้ามายังไทย การ คุย (Chat) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้เริ่มนิยมขึ้นแต่ยังมีข้อจำกัดด้านภาษา ผู้ใช้ต้องพิมพ์ข้อ ความในภาษาอังกฤษ และ ยังอยู่ใน Text Mode จึงไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก บางคนได้พัฒนาการพิมพ์ โดยการใช้สัญลักษณ์ในภาษาอังกฤษ ต่อ กันเป็นตัวอักษรภาษาไทย แต่ต้องใช้ประกอบกันถึง 3 บรรทัด

การคุย หรือ แชท (Chat) ซึ่งเป็นการสนทนา การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคล 2 คน ขึ้นไป ผ่านโปรแกรมไปยังระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น เริ่มได้รับความนิยมเมื่อมีโปรแกรม ICQ และ IRC (Internet Relay Chat) ซึ่งช่วยทำให้การสนทนาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ง่ายขึ้น ผู้ใช้ ICQ ในไทยยุคแรก จะใช้สำหรับ ติดต่อกับผู้ที่รู้จักซึ่งอยู่ในต่างประเทศ เพื่อเป็นการประชัดค่าโทรศัพท์ทางไกล และโปรแกรม ICQ เปิดโอกาสให้สามารถสนทนากันได้ด้วย ทำให้มีการสนทนา กับผู้ที่ไม่เคยรู้จัก ไม่เคยเห็นหน้า และอาจจะอยู่กันคนละประเทศ ในส่วนของ IRC (Internet Relay Chat) เป็นการผลักกันสนทนากันแบบเป็นท่อๆ ต่อเนื่อง ผ่านระบบเครือข่าย แต่ถ้าพูดถึงระบบ IRC ในปัจจุบัน หลายๆ คนอาจไม่รู้จัก แต่ถ้าบอกว่า PIRCH คงจะร้องอื้อ แต่ในความเป็นจริงนั้น PIRCH เป็นโปรแกรมหนึ่งที่ใช้สำหรับเด่น IRC เท่านั้น และนอกจากโปรแกรม PIRCH แล้วก็ยังมีโปรแกรมอื่นให้เลือกใช้อีก เช่น mIRC, Virc และ Irclite เป็นต้น

โปรแกรม PIRCH (Polar Greek's IRC Hack) นั้น ได้รับความนิยมที่สุดในประเทศไทยทั้งๆที่เป็นโปรแกรมที่หยุดการพัฒนามาหลายปีแล้ว ผิดกับโปรแกรม mIRC ซึ่งได้มีการพัฒนาเวอร์ชันใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ด้วยความสนใจของผู้ใช้ ICQ และ IRC มีจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวที่รวดเร็วมากทำให้ โปรแกรมเมอร์เริ่มพัฒนา ห้องคุย (Chat Room) ที่สามารถใช้ได้ในเว็บไซต์ (Web site) ของคนโดยไม่ต้องใช้โปรแกรมเสริม เพื่อคงคุณผู้เข้าชมให้ใช้เวลาอยู่ในเว็บไซต์ (Web site) นานขึ้น จุดประสงค์ของผู้ใช้ห้องคุย (Chat Room) ก็ได้เปลี่ยนไป จากที่เข้ามาหาเพื่อนเก่า ถูกกล่าวเป็นสถานที่สำหรับคืนนาเพื่อนใหม่ โดยการแยกความสนใจของผู้ใช้ไว้เป็นห้องๆ

ในเว็บไซต์ (Web site) ถ้าจะเปรียบไปเด่นนั้น ห้องคุย (Chat Room) เปรียบเสมือนชุมชนอีกชุมชนหนึ่งซึ่งสามารถคุย พูด八卦เปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ แต่จะมีความพิเศษกว่าการสื่อสารแบบเดิมๆ คือสามารถคุยกันโดยการพิมพ์ข้อความแทนคำพูด สามารถสนทนา กันเป็นเสียง และยังสามารถส่งภาพ หรือมีกดล้องคิจตลอดเป็นตัวกลางในการสื่อสารของผู้ร่วมสนทนาจะกำลังสนทนาอยู่ด้วย การสนทนานั้นอาจเป็นบุคคลสองคนหรือมากกว่าก็ได้ ผ่านทางโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งโปรแกรมของผู้ที่พูดคุยอยู่นั้นเชื่อมต่อสื่อสารกันโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือระบบเครือข่าย (<http://www.nanaidea.com>)

ทั้งนี้ทั้งนั้นห้องคุย (Chat Room) ถือเป็นช่องทางในการสื่อสารที่เป็นอิสระอยู่มาก โดยเปิดกว้างสำหรับทุกคนที่จะเข้าไป แต่ต้องอยู่ภายในกฎ กติกา เป็นเหตุให้ต้องมีผู้ควบคุมห้องคุย นั้นๆ เพื่อตรวจสอบผู้เข้าร่วมสนทนาไม่ให้ทำผิดติกา นารายาหในการเข้าใช้ห้องคุย (Chat Room) โดยผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมคุ้มครองสนทนานั้นส่วนใหญ่เป็นเว็บมาสเตอร์ (Web master) จะเป็นผู้จัด

หา โดยจะเดือกจากผู้เข้าร่วมสนทนาร่วมกันที่เข้ามาใช้บริการคุยอย่างสนับสนุน หรือ Super User และจะมีสิทธิในการพิจารณาความเหมาะสมในการเลือกออกของผู้สนทนาที่จะเผยแพร่ กติกา และนารายาทที่ได้ตั้งไว้ของห้องคุย (Chat Room) นั้นๆ

การคุย (Chat) ในเว็บไซต์ (Web Site)

“Chat” แปลว่า การคุยกันเด่น “Room” แปลว่า ห้อง “Chat room” ก็หมายถึง “ห้องสำหรับการคุยกัน” นั่นเอง ดังนั้น Chat room ใน Web Site คือ Web page ที่เป็นสถานที่นัดพบเพื่อพูดคุยกันกับเพื่อน ๆ ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน โดยใช้การพิมพ์ข้อความโต้ตอบกัน (อ้างถึงใน <http://www.thaichat.net/>)

จุดเด่นของ Chat room ใน Web Site คือ ผู้ใช้งานไม่ต้องลงโปรแกรมเพิ่ม ใช้แค่เบราว์เซอร์ (Browser) ก็ Chat กันได้แล้ว เว็บไซต์ซึ่งดังจำนวนมากสร้าง Chat room ไว้ในเว็บไซต์ของตนเพื่อตึงคุณให้คนมาคุยกันมาก ๆ ดังนั้นในหนึ่งเว็บไซต์จึงมีหลาย Chat room เมื่อถูกกับมีห้องพิเศษสำหรับพูดคุยหลาย ๆ ห้องในร้านอาหารหนึ่งร้าน โครงสร้างหัวข้อได้แก่ ไปในห้องนั้น

มีคนชอบถามกันว่า Chat มีดีอะไร ก็คงต้องเข้าไปใช้เองถึงจะรู้ ว่ามันดีเด่นกับติดเกมหรือติดหนัง แต่ Chat เป็นการติดเพื่อน ซึ่งเป็นเพื่อนใหม่ที่ไม่เคยรู้จักหน้าแต่บังเอิญชอบในสิ่งเดียวกัน บางคนติดการ Chat มาก ขนาดไม่ยอมกินข้าวกินปลาจนแทบเสียการเรียน แต่อีกคนกลับไม่แพ่น บางคนได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ มากน้ำใจกันเป็นคนกว้างขวาง ก็เลยไม่รู้ว่าจะบอกว่า Chat จะดีไม่ดีย่างไร แต่ที่แน่ๆ จะดีไม่ดีก็ขึ้นกับคนใช้นั่นล่ะ อย่างที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า การ Chat แบบโต้ตอบกันทันที (Real Time Chat) Chat นี้เนื่องจากการคุยกันปกติ สาระไม่น่าสนใจ สนุกไว้ก่อน ไม่เน้นเรื่องเครียดๆ ถ้าต้องการเนื้อหาสาระหน่อย ควรเลือกใช้ Web board ซึ่งเป็นการฝึกข้อความไว้ให้คนอื่นๆ มาตอบให้ การโต้ตอบจะช้ากว่า จึงแนะนำกับคำานที่จริงจัง ต้องร่วมกันคิด

ทั้ง Chat แบบโต้ตอบกันทันที และ Chat แบบ Web board สามารถเข้าไปร่วมคุยได้ง่ายๆ ถ้าคุณใช้โปรแกรมบราว์เซอร์ได้ก็สามารถใช้ Chat และ Web board ได้เช่นกัน ไม่ต้องยุ่งยากกับการเรียนรู้และลงโปรแกรม

กฏ กติกา มารยาท ในการคุย (Chat)

ที่มา : <http://www.thaichat.net/>

1. พึงระลึกไว้เสมอว่า ข้อมูลต่างๆที่คุณได้รับจากผู้ร่วมสนทนาก็อาจไม่ใช่ข้อมูลจริงเสมอไป คนที่คุณกำลังคุยด้วย อาจไม่เป็นอย่างที่คุณคิด ไม่ควรให้ ชื่อจริง, นามสกุลจริง, ที่อยู่, เบอร์โทรศัพท์
2. ไม่ควรให้เบอร์โทรศัพท์ หรือแม่กระถังเบอร์เพจเจอร์ เพื่อความปลอดภัยของตัวคุณเอง (อาจจะให้ E-mail address หรือเบอร์ ICQ แทน)
3. ถ้าการคุยกันเกิดการถูกคุกคาม อาจมีการนัดเจอกัน ควรนัดเจอกันในที่สาธารณะ ที่มีคนพูดกันด้านหน้าอย หรือเจอกันหลายๆคนได้ยึดคี (โดยเฉพาะสุภาพสตรี)
4. ไม่ควรพิมพ์ประโยคเดียวกันซ้ำกันหลายๆครั้ง เพราะจะเป็นการสร้างความรำคาญให้แก่ผู้ร่วมสนทนากันอีก
5. ขณะสนทนา ไม่ควรถามที่ละเอียดรายชำนาญ ควรรอให้อีกฝ่ายได้ตอบกลับมาก่อน แล้วจึงถามต่อ
6. ห้ามใช้คำหยาบ หรือคำที่แสดงความไม่สุภาพ อย่างเด็ดขาด นักจากจะทำให้ผู้ร่วมสนทนาระบุใจแล้ว คุณยังจะไม่ได้รับการต้อนรับจาก Chat room นั้นๆอีกด้วย
7. ในกรณีที่ใช้คำหยาบ ให้แน่ใจว่า Chat room ห้องนั้นๆ กำหนดให้สามารถใช้คำหยาบได้ (ใน Chat room ส่วนมาก นักจะใช้ IP address ถ้าคุณก่อความไม่สงบ อาจเป็นอันตรายกับตัวคุณเอง)

2.2 แนวคิดไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) หรืออีเมล (E- Mail)

“ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นบริการที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต สามารถส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์”
(ฐานคาน ณ นคร, 2542 : 59)

“ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นระบบที่ใช้ส่งข้อความหรือแฟ้มข้อมูล ไปยังผู้ใช้งาน ณ. คอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ ผู้ส่งและบรรดาผู้ได้รับ อาจจะอยู่ได้ทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์เดียวกันและต่างกันออกไป ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทำงานคล้ายกับจดหมายธรรมชาติที่เรา

รู้จักกันดีทุกๆคน บนเครือข่ายจะมีตัวรับจดหมายส่วนตัว เมื่อได้รับจดหมาย จดหมายจะถูกเก็บเอาไว้ จนกว่าจะตัดสินใจเอามันทิ้ง เมื่อนักบัญชีดูจดหมายทั่วๆไป การที่จะส่งจดหมายจะต้องรู้ที่อยู่ของผู้ที่ จะส่งข้อความให้ ถ้าระบบไม่สามารถส่งข้อความไปได้ จะมีการส่งกลับ”
 (พระศักดิ์ อุรังษ์พัชรัตน์, 2543 : 20)

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สามารถใช้ได้ไม่เพียงแต่การแลกเปลี่ยนกันระหว่าง เพื่อนฝูง แต่สามารถใช้ในการส่งเอกสาร สำเนาของหนังสือต่างๆ ในรูปอิเล็กทรอนิกส์ เข้าร่วมใน ส่วนบริการข่าวหรือวารสารอิเล็กทรอนิกส์ และทุกๆสิ่งที่จัดเก็บไว้ได้ในคอมพิวเตอร์ สามารถค้น ฐานข้อมูลได้ด้วยไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นเครื่องมือแรกสุด ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน บนอินเทอร์เน็ต ทุกคนสามารถใช้อีเมล ในการติดต่อกับคนทั่วทุกมุมโลก นอกจากนี้ยังสามารถเข้า ร่วมกับกลุ่มต่างๆ และเป็นมาตรฐานการสาร สามัชิกไทยแพทย์ หรือชนรุนแรงต่างๆ

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นรูปแบบของการพูดคุยกันแบบไม่เป็นทางการ และให้ผลตอบสนองอย่างรวดเร็ว อีเมลเป็นการสื่อสารในรูปแบบของการเขียน มีพื้นฐานจากตัว อักษร (Text-based Communication) ดังนั้นแต่ละคนจึงต้องรับผิดชอบต่อสิ่งที่เขียนมากกว่าพูด บน อินเทอร์เน็ต อีเมลจะเหมือนๆกันทางข้อมูลที่เกี่ยวกับ อายุ เพศ สัญชาติ หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่ อาจมีผลสำหรับการติดต่อสื่อสารแบบพบปะกันตรงๆ จะไม่แสดงออกโดยทันที ป้าญบันอีเมลไม่ เพียงแค่ใช้ติดต่อของบุคคลเท่านั้นแต่ยังสามารถใช้ในระบบธุรกิจได้ด้วย

พันธุทธิค์ สะนะที (2542 : 85 – 86) กล่าวว่า อีเมล ได้กลายเป็นเครื่องมือสื่อสาร ระหว่างธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยข้อได้เปรียบในเรื่องต้นทุนที่ต่ำกว่าการสื่อสาร แบบเดิม เพราะการสื่อสารด้วยอีเมล ได้รับการยอมรับอย่างมาก โดยเฉพาะการติดต่อกับต่างประเทศ ซึ่งในบางครั้งการ ไม่มีอีเมล ผู้ค้าร่วมบางรายจะ ไม่ยอมทำธุรกิจ เพราะต้องการประหยัดต้นทุน

ฤทธิ์ นาภุล (2542 : 87 – 88) กล่าวว่า การทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ย่อมทำให้เกิดการ พัฒนาและประโยชน์ นี่เองคือวิวัฒนาการที่จะนำข้อมูลต่างๆ ที่มีไปสู่ในโลกดิจิตอล ซึ่งเรา สามารถจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการค้าได้

2.3 แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อ (Mass-Mediated Relationship)

“สังคมไทยโบราณนี้เป็นสังคมที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ต้องมาเห็นหน้า เห็นตา กัน (Interpersonal / Face – to - Face Relationship) เป็นอย่างมาก แต่สำหรับปัจจุบัน กำลังมี การเคลื่อนย้ายสำนักเดินฯ ในเรื่องความสำคัญ ระหว่างบุคคล ไปสู่ความสัมพันธ์แบบผ่านสื่อเป็น ตัวกลาง (Mass-Mediated Relationship) หนุ่มสาวอกรักกันผ่านเครื่องมือการสื่อสาร การอวยพร วันเกิดผ่านอีเมล หรือแม้แต่การปรับความเข้าใจกันผ่านทางกระดานอิเล็กทรอนิกส์ในคอมพิวเตอร์” (กาญจนากี้วเทพ, 2545 : 53-55)

การพัฒนาการด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารซึ่งค่อยๆ เข้ามาทดแทนประสบการณ์แบบ Face-to-Face มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการพัฒนาสื่อจากแบบทางเดียว (one – way) ให้เป็นแบบ Interactive ซึ่งทำให้การสื่อสารสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ทำให้ผู้คนติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น เพราะคนเรามี แนวโน้มที่จะปฏิบัติต่อบุคคลอื่นเยี่ยงวัดถุ ที่เป็นสิ่งที่จะนำสนองความต้องการของเรา การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ดังกล่าว มักเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะย่อรูป ยิ่งย่อรูปลงไปมากเท่าไร การติดต่อสื่อสารของเราก็จะกลายเป็นกับดักอย่างที่ว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนทุกสิ่งให้เป็น สัญลักษณ์ย่อรูปหมด เที่จริงแล้วจะทำให้เกิดความไม่ชัดเจนแบบเดียวกับการติดต่อแบบเชิญ หน้า หรือความรู้สึกที่ว่าการกระทำนั้นเป็นของจริงหรือไม่” (ธีรพล ภูรัตน์, 2545: 75)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์หรือการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเพื่อ เป็นกรอบในการศึกษาการสื่อสารของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในเว็บไซต์ไทยเมท และอธิบายรูปแบบ การสื่อสารทั้งภูมิหลังและลักษณะในการสื่อสารของชาวชุมชน ไทยเมท รวมไปถึงการศึกษาการสื่อสารของเว็บมาสเตอร์ ที่เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมท และทัศนของ การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับ การดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์ไทยเมท รวมถึงมุมมองเกี่ยวกับการหาคู่ของหญิง-ชาย ใน ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีต โดยอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวัง และมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับการหาคู่ ผ่านกระบวนการ การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต

3. แนวคิดวัฒนธรรม (Culture)

วัฒนธรรม หมายถึงประสาทการณ์ คือการดำรงอยู่ของมนุษย์ (social being) เป็นสภาพสื่อสาร ใจที่เป็นจริงแผลดื่มน้ำดื่มน้ำที่ทางภาษา กับ จิตสำนึกทางสังคมของมนุษย์ (social consciousness) (กาญจนานา แก้วเทพ, 2545 : 168)

วัฒนธรรม คือวิถีชีวิตทั้งมวลของสังคม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตของคนกลุ่มใด หรือไม่ว่า จะเป็นชีวิตด้านแรงงานกายหรือน้ำนม راكเหง้าของความคิดดังกล่าวเกิดราชาปี 1848 (G.Klemm, ข้างถึงใน กาญจนานา แก้วเทพ, 2545 : 164)

วัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมของมนุษยชาติทั้งมีส่วนที่เป็นเอกภาพร่วมกัน (Unity) และส่วนที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Variety) (C.L.Strauss, ข้างถึงใน กาญจนานา แก้วเทพ, 2545 : 165)

“วัฒนธรรม” ในความหมายทางสังคมวิทยามีความหมายกว้างขวางกว่าความหมายที่ใช้กันอยู่ กล่าวคือ สังคมวิทยาถือว่า “วัฒนธรรม” เป็นศัพท์ทางวิชาการ (technical vocabulary) ซึ่งในทรอรคนะของสังคมวิทยา หมายถึงวิถีการดำเนินชีวิต กระสวนแห่งพฤติกรรม และบรรดาผลลัพธ์ ทั้งมวลที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น ตลอดจนความคิด ความเชื่อ และความรู้ เป็นต้น

พระยาอนุนาราชธน ได้อธิบายว่า “วัฒนธรรม” คือสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้ ถักษณะของวัฒนธรรม

1. แนวทางแห่งพฤติกรรมอันเกิดจากการเรียนรู้ (learned ways of behavior)
2. มรดกแห่งสังคม (social heritage)
3. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น superorganic
4. วิถีชีวิตของมนุษย์ (way of life)

การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรม

การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรม คือ ผลกระทบของพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ของ กลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์หนึ่งๆ พฤติกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นประเพณีของคนเหล่านั้นและ ถูกถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งมาอีกรุ่นต่อไป วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปทีละน้อย แต่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ วัฒนธรรมประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ กฎหมาย ศีลธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความสามารถต่างๆ และนิสัยของมนุษย์ในสังคม

การสื่อสารกับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในแง่นี้ของการสื่อสารเกิดขึ้นภายใต้ขอบเขตของวัฒนธรรม วัฒนธรรมนี้อิทธิพลต่อการสื่อสาร เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ในสังคม ในขณะเดียวกันการสื่อสารก็เป็นเครื่องมือในการทำให้วัฒนธรรมดำเนินต่อไปได้ การสื่อสารสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาวัฒนธรรมได้ดังนี้

1. การสื่อสารช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของชาติไปสู่ประชาชนที่อยู่ในส่วนต่างๆ ของประเทศ ทำให้วัฒนธรรมของชาติเผยแพร่หลายและคงความเป็นชาติไว้ได้
2. การสื่อสารนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสู่คนส่วนอื่นของประเทศก่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และสร้างความเป็นปึกแผ่นระหว่างคนในท้องถิ่นต่างๆ ในประเทศ รวมทั้งยังทำให้วัฒนธรรมของคนเฉพาะกลุ่ม เผ่าพันธุ์ที่เป็นที่รักกันเผยแพร่หลายชนกลาดี เป็นวัฒนธรรมมวลชน เช่น การเผยแพร่การแสดงของท้องถิ่นต่างๆ ที่เป็นที่รักกันทั่วไป เป็นต้น
3. การสื่อสารช่วยทำนุบำรุงรักษาส่งเสริมและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ดีงามจากคนรุ่นเก่ามาสู่คนรุ่นใหม่ เช่น กิจกรรมรายาท การเข้าสังคม ศาสนา เอกลักษณ์ของชาติ หรือ ชุมชน เพื่อปลูกฝังให้มนุษย์ใหม่ของสังคมสามารถปฏิบัติตนได้สอดคล้องกับสภาพของสังคม เกิดความภูมิใจวัฒนธรรมของชาติ และไม่ทำลายถึงวัฒนธรรมที่ดีงามของชาติ ปัญหาในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทั้งจากอิทธิพลภายนอกประเทศและต่างประเทศ เป็นปัญหาของการหนึ่งของการพัฒนาวัฒนธรรมหน้าที่ของการสื่อสารในการเผยแพร่กับปัญหานี้คือ การทำให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสมกับกาลเวลาและวิถีชีวิตของประชาชน ความคุ้มให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม เป็นวัฒนธรรมที่ทำให้ไว้ชีวิตของประชาชนดีขึ้น ความคุ้มและป้องกันไม่ให้วัฒนธรรมของต่างชาติ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสมกับสังคมถูกยกเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประชา

ทุกสังคมย่อมมีวัฒนธรรมของตน วัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีเอกลักษณ์ คนในสังคมนี้บทบาทร่วมกันในการที่จะบ่งชี้ลักษณะของวัฒนธรรมและวัฒนธรรมของสังคมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยเพื่อให้เกิดเสถียรภาพ ซึ่งเรียกว่า วัฒนธรรมมีพลวัต

วัฒนธรรมชุมชนนอกจากจะมีความสำคัญและมีคุณค่าต่อสังคม ในฐานะสะท้อนความเป็นลักษณะเด่นของแต่ละชุมชน แล้วยังให้เห็นถึงความร่วยวายหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งมีส่วนช่วยคือการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย ดังนั้น การถ่ายทอดวัฒนธรรม จึงจำเป็นเพื่อที่จะรักษาและรำงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์

ความจำเป็นที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม

1. จิตสำนึกระดับภูมิภาค การที่ “จิตสำนึกร่วมกัน” ให้สังคมอื่นยอมรับวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการบอกกล่าววัฒนธรรม
2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวสื่อสาร (mediator) ในการพัฒนา “การดำรงอยู่” (social being) ของคนคนหนึ่งให้กลายเป็นนุյย์ที่มี “จิตสำนึกทางสังคม” (social consciousness) ในชุมชน
3. วัฒนธรรมเป็นการ “ปฏิบัติทางสังคม” (social practice) เพราะเป็นปฏิบัติการที่ประชาชั้นกำลังใช้ชีวิตอยู่ในปัจจุบัน (lived experience) ที่ยังดำเนินอยู่ในชีวิตจริงภายในชุมชน
4. วัฒนธรรมจะเป็นทั้งความหมาย (meaning) และระบบคุณค่า (value system) ของชีวิตคนที่ตกผลึกมาหลายชั่วชีวิตของคนในชุมชน
(กาญจนฯ แก้วเทพ, 2541 : 21-23)

การศึกษากระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรม

โลกกว้างนี้จะทำให้เกิดการปรับรูปวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสู่สภาพแสมชั่งมีจุดเด่นเฉพาะตนในแต่ละภูมิภาค โลกกว้างนี้ไม่ได้ทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น เพียงแต่เกิดสภาพลูกผสม (Hybrid) โลกกว้างนี้จึงเป็นพลังของการผสมวัฒนธรรมที่ต่างกัน (Globalization is a force of hybridization) (Stuart Hall ,1991, อ้างถึงใน สุกัญญา สุคบรรทัด, เอกสารการสอน, 2546)

การถ่ายทอดวัฒนธรรมในปัจจุบัน ไม่ได้เกิดขึ้นในลักษณะเดียวกับวัฒนธรรมในยุคก่อนฯซึ่งส่วนใหญ่ถ่ายทอดจากคนอีกรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง เช่น จากปู่ย่าตายายไปยังพ่อแม่ลูกหลาน แต่วัฒนธรรมในยุคปัจจุบันนั้นถ่ายทอดกันในแนวนอน (Horizontal Expansion) ด้วย เช่น จากรุ่นก่อนหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปยังอีksang comหนึ่ง และอีกทีวีหนึ่งไปสู่อีกทีวีหนึ่งได้ และตัวการที่ทำให้วัฒนธรรมถ่ายทอดไปได้อย่างรวดเร็ว จนสามารถมองเห็นความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจนในเวลาอันไม่นาน อาจจะเป็นภายในระยะเวลาแห่งช่วงชีวิตเดียว (One Lifespan) เราสามารถมองเห็นความเปลี่ยนแปลงของการดำเนินชีวิตของมนุษย์นั้นก็คือ การสื่อสารโดยมีตัวกลางที่สามารถเราเรียกตัวกลางนี้ว่าสื่อมวลชน (Mass Media)
(ยุบล เมธุรงคกิจ, 2542, อ้างถึงใน ปริชาติ ไชยชนะ, 2544 : 53)

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการที่คนมาอยู่ร่วมกันเป็นสังคม มีการสะสมชีวีเป็นมงคลของสังคมนั้น มีการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และมีการถ่ายทอดไปยังคนรุ่นต่อไป

ผู้ที่เกิดมาในสังคมใดก็จะได้รับผลกระทบทางวัฒนธรรมของสังคมนั้น โดยอัตโนมัติเป็นอันดับแรก ต่อมาจึงมีการปรับปรุงเพื่อเสริมเติมแต่ง ตามยุคตามสมัยและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นความของงานทางวัฒนธรรม ทั้งนี้อยู่ที่คนในสังคมนี้ปัญญาความสามารถรู้จักเริ่มศึกษาด้วยการค้นพบสิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่ยังเรียนอยู่ และศึกษาประดิษฐ์เสริมสร้างสิ่งใหม่บนราชฐานสิ่งเก่า เพื่อรักษาและอิรภาระซึ่งเรียกว่า วัฒนธรรมมีพลวัต และในการเคลื่อนที่ไปนั้น หากไม่มีการสัลดของเก่าที่ไม่สอดคล้องแล้วทั้งไปเสียบ้างพร้อมกับการต่อเติมเสริมแต่งสิ่งใหม่เข้าไป ก็จะทำให้วัฒนธรรมเกิดอาการล้าและค่อยเลื่อนไป

ชนในที่สุดก็จะสัลดทิ้งวัฒนธรรมของตนเสียแล้วรับเอาวัฒนธรรมอื่นเข้ามาแทนที่ เป็นของตน อันจะเป็นผลให้สังคมนั้นดองสูญเสียบุคลิกลักษณะของตนไปในที่สุด

3.1 วัฒนธรรมย่อย (Sub cultures)

กระบวนการผลิตวัฒนธรรม (Production) และการผลิตข้าเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมนี้ (Reproduction) ต้องศึกษาว่าวัฒนธรรมนี้ผลิตขึ้นมาได้อย่างไร ใครผลิต คำเนินการอย่างไร และที่สำคัญมีความสัมพันธ์กับสังคมได้อย่างไร (กาญจนा แก้วเทพ, 2545 : 37) การผลิตวัฒนธรรมทำให้เกิดวัฒนธรรมย่อยต่างๆขึ้นมา อันเป็นผลจากการผลิต

วัฒนธรรมย่อย หมายถึงวัฒนธรรมที่กำลังก่อตัวเกิดขึ้นใหม่ (Emergent)
(R. Williams, 1974 , อ้างถึงใน กาญจนा แก้วเทพ , 2541 : 27)

ประเภทวัฒนธรรมย่อย

1. วัฒนธรรมย่อยทางเชื้อชาติ (Ethnic subcultures)
2. วัฒนธรรมย่อยตามเกณฑ์อายุ (Age subcultures) กลุ่มนี้จะมีวิถีแห่งการดำรงชีวิต (life-style)
3. วัฒนธรรมย่อยตามท้องถิ่น (Regional subcultures)
4. วัฒนธรรมย่อยเชิงอาชีพ (Occupations subcultures)

R. Williams ได้ทำให้ประเด็นการวิเคราะห์ชัดเจนขึ้นด้วยการจำแนกประเภทของการปฏิบัติทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัฒนธรรมหลัก (Dominant)
2. วัฒนธรรมที่ยังคงเหลือที่ตกค้างมากอุดตืด (Residual)
3. วัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นมาใหม่ โดยเป็นผลรวมระหว่างสองประเภทแรก (Emergent)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการหาคู่แบบผ่านสื่อวัฒนธรรมชาติประเพณี

การหาคู่ของหมุ่-สาว ในอคติส่วนใหญ่จะนิยมค้นหาผ่านสื่อประเพณี คือ

3.2.1 ประเพณีสังกรานต์ : (ภาคเหนือ)

ประเพณีสังกรานต์ คือ ปีใหม่ หรือปีใหม่ของชาวเหนือ ซึ่งตรงกับวันที่ 13, 14 และ 15 ในเดือนเมษายนของทุกปี ซึ่งถือว่าเป็นวันขึ้นศักราชการใหม่แต่โบราณกาลของชาวไทย แม้สมัยอยุธยาเป็นราชธานี ก็ปรากฏหลักฐานว่าประเพณีขึ้นปีใหม่ก็คงใช้วันสังกรานต์อย่างเดินนี้ จนกระทั้งถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระปูจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดให้เปลี่ยนไปใช้วันขึ้นปีใหม่ ในวันที่ 1 เมษายน และเริ่มใช้ในพ.ศ.2432 เป็นต้นมาจนวน สมัยประชาธิปไตย คอมมิวนิสต์บุลังของจอมพลป. พิบูลสงคราม ได้พิจารณาเห็นว่าวันขึ้นปีใหม่ของไทยไม่ถูกต้องตามหลักสากลนิยม จึงได้ถือเอาวันที่ 1 มกราคม เป็นวันขึ้นปีใหม่ ส่วนประเพณีสังกรานต์ก็ยังคงไว้ตามเวลาเดิม โดยเฉพาะชาวเหนือ ได้มีการอนุรักษ์พื้นที่ประเพณี "คำหัว" ไว้ทำให้สังกรานต์ภาคเหนือมีความหมายคือสมาชิกในครอบครัวเครือญาติและชุมชน และเป็นที่สนใจของคนต่างท้องถิ่น ตลอดถึงคนต่างบ้านต่างเมือง ทำให้ผู้คนนิยมพาภัณฑ์ที่ยวสังกรานต์เมืองเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังกรานต์เชียงใหม่เป็นที่รู้จักอย่างขึ้นหน้าขึ้นความทราบเท่าทุกวันนี้

ขั้นตอนพิธีกรรม

ประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติกันในเทศกาลสังกรานต์มีอยู่ 3 วันเริ่มตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน เป็นวัน "สังขานล่อง" คือวันสังกรานต์นั้นเอง สังขานล่องตามความหมายของชาวบ้าน เรื่อว่าปูสังขานย่าสังขาน จะพากวนชั่ว ráy ความไม่ดีไม่งาม เคราะห์ร้ายต่างๆ ออกไปจากบ้านช่องและผู้คน วันที่สองคือ "วันเน่า" หรือวันเนาว์ ตรงกับวันที่ 14 เมษายน ถือกันว่าใครปราบ ráy ค่าทอผู้อื่นในวันนี้จะทำให้ปากเน่า วันที่สามคือวันพญาร้อน หรือวันมหาสังกรานต์ ตรงกับวันที่ 15 เมษายน เป็นวันแห่งการทำบุญต่อพุทธศาสนาและการละผู้ให้

1. ประเพณีสังขานล่อง

คำว่า "สังขาน" เป็นภาษาล้านนา ซึ่งหมายถึง สังกรานต์นั้นเอง การศึกษาความหมายของคำนี้ผู้อธิบายไว้หลายอย่าง โดยมีการโยงไปทางด้านความเชื่อถือที่อยู่เบื้องหลัง ชาวบ้านเมืองเหนือ เคยเล่ากันว่า พอกลางวันสังขานล่อง จะมีปูสังขานย่าสังขานหาบกระบุงมาเก็บเอาความไม่ดีไม่งามตลอดถึงเส้นยิดจัญไร และความชั่ว ráy ต่างๆ ไปจากชุมชน โดยที่ปูสังขานย่าสังขาน จะมาแต่เด็กหรือไก่ดิรุ่ง ชาวบ้านก็จะยิงปืนหรือประทัดขึ้นไปเลี้ยงดังสนั่นหวั่นไหวบางแห่งกีขับ ไปด้วยอุปกรณ์แบบชาวบ้านที่เรียกว่า "จิสะ โป๊ก" ซึ่งใช้ยังเป็นประดิษฐ์ขึ้นมาจากการเอาแก้วใส่ในกระบอกไม้ไผ่แล้วเติมน้ำพอกหัวแม็ตส์ แล้วใช้ไฟเผาในรูที่เจาะไว้ห่างจากส่วนกัน กระบอกประมาณ 1 ผ้ามือ เมื่อเกิดความร้อนก็จะระเบิดเสียงดังคล้ายปืน เชื่อกันว่าเป็นการยิงเสนียด

จัญไรค่างๆ แหลมยังเชื่อว่าถ้าอาชญากรรมใดเกิดขึ้นมาใช้ยังวันสังขานล่องแล้ว จะทำให้อาชญากรรมนี้ลดลงมากขึ้นใน

ตอนสายๆ ของวันนี้ชาวบ้านต่างทำความสะอาดบ้านช่องห้องหอ กัน สมัยก่อนถือเป็นประเพณีที่ต้องทำอย่างจริงจัง เพราะถือว่าเป็นการขับไล่เสนียดจัญไรให้ไปพร้อมๆ กับปีสังขานย่าสังขานจากนั้นก็เก็บเสื้อผ้าเครื่องนอนไปซัก แล้วก็ทำความสะอาดผู้ร่วงกาย ในวันนี้ต้องแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าใหม่ๆ พากผู้ชายจะ "สละสลงพระพุทธรูป" คือการทำความสะอาดพระพุทธรูป และทำความสะอาดห้องพระ ตอนสายๆ หนุ่มสาว จะพาภันไปเที่ยวตามที่ต่างๆ และมีการคน้ำกันอย่างสนุกสนาน ตั้งนั้นวันนี้คือวันแห่งการทำความสะอาดนั่นเอง

2. ประเพณีนறรายเข้าวัด

ในวันที่สองของประเพณีสงกรานต์คือ วันเนว ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า "วันเนว" ตรงกับวันที่ 14 เมษายน ในวันนี้มีความเชื่อกันว่า ถ้าใครค่าหอกันจะทำให้ปากแห่ตามชื่อวัน ซึ่งไปกว่านั้นจะต้องไม่ทำผิดศีล ๕ ในวันนี้อีกด้วย ประเพณีในวันนี้คือการเตรียมอาหาร ขนม และเข้าของไว้สำหรับทำบุญในวันรุ่งขึ้นซึ่งเรียกว่า "วันค่า" หรือวันสุกคิบันน์เอง ขนมที่นิยมทำในวันสงกรานต์ มีมากน้อยหลายชนิด ซึ่งส่วนใหญ่แล้วแต่ความเชื่อว่าขนมแต่ละอย่างนั้นเป็นขนมที่เหมาะสมต่อการทำบุญ จึงยึดถือปฏิบัติกันสืบๆ มา ขนมในเทศกาลนี้มีหลากหลายดังนี้คือ ขนมจอก หรือ ขนมเทียน ขนมปภาค ข้าววิตูหรือข้าวเหนียวแดง ข้าวเด่น ข้าวแคน ข้าวควบ ข้าวพอง ขนมดาลีม (ทำจากแป้งข้าวเหนียว คนกับกะทิและน้ำตาล ห่อใบصومงแล้วนำไปโรย) ข้าวต้มหัวหงอก ขนมวง ขนมเกดีอ ซึ่งแต่ละบ้านจะเลือกทำขนมอะไรก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสมหรือความชอบ สมัยโบราณจะเตรียมกันไว้มากๆ

นอกจากจะเตรียมเพื่อทำบุญแล้วยังทำไว้เพื่อเดียงลูกหลวงญาติมิตรอีกด้วยหลังจากนี้แล้ว บรรดาหนุ่มสาวและเด็กๆ ก็จะพาภันไปนறรายเข้าวัดซึ่งปฏิบัติสืบต่อๆ กันมาตามความเชื่อในพิธีกรรมเกี่ยวกับวันสงกรานต์หรือปีใหม่ ก็สอนย้ำสืบเนื่องคือไปอีกเพื่อให้คนยึดมั่นในประเพณีนறรายเข้าวัด ดังปรากฏในด้านนี้

อันสิ่งส์ของการนறรายอันสิ่งส์ของการนறรายเข้าวัด

1. การนறรายมีบุญมหาศาลจะมีค่าเหมือนเม็ดเงินเม็ดทอง
2. การนறรายเข้าวัดจะเป็นคนมีปัญญากล้าแข็งลงทะเบียนเมื่อไหร่ก็ได้
3. การนறรายเข้าวัดจะมีอานิสัยทำให้ได้เกิดร่วมกับพระคริอาริย์
4. การนறรายเข้าวัดและนำมาก่อเจดีย์ หากหาย丢失 หนุ่มสาวทำร่วมกันจะเป็นคู่สร้างคู่สมกันตลอดไป
5. การนறรายเข้าวัดของคนแก่จะทำให้มีอายุยืนยาว

6. การขนหารายเข้าวัดจะมีญาติพี่น้องบวิารามาก ไปไหนไม่ดอยากข้าวปคลาหาร

การขนหารายเข้าวัดในสมัยก่อนจะเป็นสิ่งที่สนุกสนานมาก ชาวบ้านหลงรักจะแต่งกายแบบพื้นเมืองสวมพวงมาลัยดอกมะลิ เดินไปบนทรายกันเป็นกลุ่มหากันไปท่าน้ำ ตอนเดินทางไปก็เอาน้ำใส่ข้นหรือถังน้ำเล็กๆ ไปด้วยเมื่อพบผู้คนเดินผ่านไปมา ก็จะน้ำกันอย่างสนุกสนาน และการเด่นรถน้ำจะสนุกสนาน โ无知ขนาดน้ำ เมื่อไปถึงท่าน้ำก็ตักอาบน้ำในท่าน้ำมารดกัน แต่การเด่นรถน้ำในสมัยก่อนเข้าจะเด่นสนุกสนาน และเขาก็เด่นอย่างสุภาพ มีขอบเขต

(เรณู อรรฐาเมศร์, 2538 : 221-223)

3.2.2 ประเพณีงานวันสงกรานต์ : (ชาวมอยุธยประดิษฐ)

งานวันสงกรานต์ เป็นงานประเพณีที่สำคัญของชาวมอยุธยถือเป็นวันจีนปีใหม่ ในวันที่ 13-15 เมษายนของทุกปี ชาวมอยุธยจะมีพิธีกรรมทางศาสนา และจัดการละเล่นติดต่อกันถึง 3 วัน ของใช้ในการทำบุญได้แก่ ข้าวสงกรานต์ การแห่นก แห่ปลา เพื่อนำไปปล่อยวัด ซึ่งจะจัดขบวนแห่เดินไปอย่างมีระเบียบสวยงาม หนุ่ม-สาว ที่ร่วมพิธีจะแต่งตัวอย่างพิถีพิถันเป็นพิเศษ เพื่อเรียกร้องความสนใจจากเพศตรงข้ามหลังจากนั้นจะมีการรณรงค์ห้ามสงกรานต์อย่างมีมาตรฐานและเป็นกันเอง

1. ประเพณีการส่งข้าวสงกรานต์

เป็นประเพณีอย่างหนึ่งของชาวมอยุธยประดิษฐ โดยการจัดข้าวใส่ห้มือคิน กับข้าวต่างๆ ที่ใส่กระทองที่ทำด้วยใบตอง จัดคล้ายๆ กับการ เช่นเจ้าหรือบุชาเทพยตาม ซึ่งชาวมอยุธยประดิษฐจะส่งข้าววันสงกรานต์ราวกันที่ 13-15 เมษายนท่านั้น งานส่งข้าวสงกรานต์เป็นวันงานร่วมสามัคคีของกลุ่มหรือหมู่บ้าน หมู่บ้านหนึ่งจะพาภันคัดเลือกเอกสารอบครัวเดียวเท่านั้นเป็นผู้รับหน้าที่ หุงข้าวสงกรานต์ เมื่อถึงวันสงกรานต์บ้านที่รับผิดชอบการหุงข้าววันสงกรานต์ จะทำการปลูกศาลเพียงตา มีเส้า 4 ตัน มีชั้นสำหรับวางเครื่องสังเวย จะสร้างที่หน้าบ้าน ศาลมีเรียกว่า “ข้อยสงกรานต์” ซึ่งแปลว่า บ้านสงกรานต์

เมื่อถึงวัน ข้าวและอาหารจะถูกจัดใส่กระทองแล้วจัดใส่ถาดเท่ากับจำนวนวัดที่อยู่ในเขตประดิษฐ ข้าวสงกรานต์นี้จะหุงตอนเช้ามีค ประมาณ 05.00 น. สาวๆ ในหมู่บ้านจะพาภัน ออกรับข้าวสงกรานต์ เพื่อนำไปส่งตามวัดต่างๆ โดยไปกันเป็นหมู่ๆ บวน

ในสมัยก่อนสาวๆ ไม่นิยมส่งข้าวสงกรานต์ที่วัดในหมู่บ้านตน จะพาภันไปส่งยังวัดใกล้ๆ เพื่อให้หนุ่มๆ ต่างบ้านพบรึ้น และหนุ่มๆ ต่างก็มาขอຍดักสาว โดยเตรียมน้ำอุบลolyดอกมะลิ เอาไว้ เมื่อสาวเข้าส่งข้าวสงกรานต์เรียบร้อยแล้ว จะขอคนท่านที่ โอกาสหนึ่งที่หนุ่ม-สาว

สามารถพูดคุย เพื่อเปิดประชุมหัวใจซึ่งกันและกันได้ หนุ่มใหญ่มาตราสาวคนใหม่ก็จะเดินเข้าไปขออนุญาตครน้ำ จากนั้นจะเดินคลอดเครดิตรอยๆ รินน้ำรดสามาเรียไปเรื่อยๆ

2. ประเภท การเล่นสะบ้ำ

การเล่นสะบ้ำของชาวอุยกุลไทยอย่างหนึ่ง เพื่อให้หนุ่มสาวมีโอกาสพนัน และพูดคุยเกี่ยวกับราศีกัน ได้สะดวก ถือเป็นระยะเวลาที่หนุ่มสาวในกลุ่มเล่นสะบ้ำทางเดียว ก็สามารถพูดคุยกันนานๆ ซึ่งถือเป็นประเภทเข้าหา เพื่อสร้างสัมพันธภาพมาแต่โบราณกาล

การเล่นสะบ้ำของชาวอุยกุลประดังจะเป็นเวลากลางคืนที่ 13 เมษายน สาวะจะ แต่งตัวกันอย่างสวยงาม ไปยังบริเวณที่กำหนดเล่นสะบ้ำ ส่วนหนุ่มๆ ที่จะมาเล่นสะบ้ำกับสาวๆ จะพาภันนุ่งผ้าม้วงลายขายบ้าน ผ้าลายสืบสืบบ้าน ส่วนมากหนุ่มๆ จะไปเล่นยังหมู่บ้านอื่นๆ เพื่อ จีบสาวต่างหมู่บ้าน เมื่อพากันไปถึงจะสะบ้ากันเข้าไปพูดคุย เสนอข้อเสนอเป็นการขออนุญาต “ฉัน มาไกล มาไกลเหลือเกิน ขอนำดีมานด์หน่อย”

สาวที่เป็นหัวหน้าจะพยายามเป็นการอนุญาต เพราะบริเวณที่เล่นสะบ้านนี้มีม้านั่งจักร ไว้ รวมทั้งขันน้ำเย็น custody ต้อนรับแขกทุกวง ซึ่งที่เป็นโอกาสของหนุ่มสาวคือช่วงที่หนุ่มขอผล สะบ้าโดยจะนั่งพับเพียบเรียบร้อย และทำทีข้อผลสะบ้าเพื่อการแก้ตัว จนคุณเป็นท่าอุดอ่อน ประทับใจที่สุดจะช่วยนี้แหละที่หนุ่มจะปลดปล่อยความขุนแผน ได้สุดฝัน มีผลสะบ้าจะเป็นสื่อนำ ทางเปิดประชุมหัวใจซึ่งกันและกัน

(เที่ยวเมืองไทยในเทศกาล, 2530 : 51-59)

3.2.3 ประเภทงานกิจกรรมสลาภภัต

เดือน 11-12 เกียงหนีอ เดือนกันยายน-ตุลาคมคนโบราณเรียกว่า งานกิจกรรมสลาภ หรือ กินข้าวสลาภ การเตรียมทำบุญด้านสลาภนั้นจะต้องรู้วันและเดือนออก เดือนแรก กิ่งคำ ให้รักก่อน เพราะการทำบุญสลาภก็นับว่าเป็นการดูดี การดูดีนั้นนับว่าเป็นการดูดี ย้อมไม่ตรงกับภาคเหนือเราตามในเดือน 12 หนีอและเดือนเกียงหนีอ ส่วนภาคกลางและภาค ตากภัตตันนี้ถืออาถรรค์ที่มีผลไม่มาก เช่น ทุกเรียน มะม่วง มะปราง รังสรรค อะไรเหล่านี้ออกมากๆ การทำบุญสลาภนี้คือ เป็นประเภทนิมิตดีดีเดิมจะผลัดเปลี่ยนกันทำบุญไปเป็นวัดๆ แต่ให้วัดดีเดิม ทำก่อน เช่น วัดเชียงมั่น กินกิจกรรมสลาภแล้ว วัดสวนดอก วัดเจดีย์หลวง และต่อไป แล้ววัดเด็ก วัด น้อย นานๆ ก็จะกินสลาภกันตักครึ่ง เพราะขึ้นอยู่กับศรัทธาของวัดนั้นๆ

วิธีตามประเภทที่เคยปฏิบัติกันมาแต่โบราณนี้จัดเป็นวันค่า 1 วัน วันทำบุญ 1 วัน แต่ วันค่าไม่ได้ไปแผ่กุศลอย่างทุกวันนี้ จะทำของใหม่ๆ วัดใหม่มีศรัทธามากก็ทำได้มาก วัดใดมี ศรัทธาน้อยก็ทำตามกำลังศรัทธา แต่มีบางแห่งจะแบ่งกันเอา เช่น เอกกิจน้อยก็กิจกรรมที่ใหญ่ก็

กัณฑ์ กัณฑ์ใหญ่เจ้าภาพมักจะทำเป็นบ้านมีครัวเรือนพร้อมเอกสารตามเอกสาร ขึ้นไปนั่งเทคโนโลยีรرمได้ บางท่านทำเป็นปราสาท นพชาป สังเครตัณฑ์ ถ้าเจ้ากษัตร์เด็กกัณฑ์น้อยมักจะเป็นภัยทางหรือก่ำยภัย ทางการทำอาไม้บัง ไม้ช่างมาจัดตกแต่ง สถานแบบชลอม มีขอบกลมๆ เจ้าต้องถูก ต้องข่าตองสาด หรือใบทองกั้วย รองทับภายในเพื่อกันสิ่งของ ตกหาย

ในก่ำยมีผลหากไม่นานานินิเช่น กั้วย อ้อย ขันน ข้าวต้ม คือลูกส้ม ของหวาน ข้าวปลาอาหาร ปลาจ่องห่อนึง ของกิน ได้พร้อมทุกอย่าง ใส่เข้าไปแล้วร่วนปากก่ำยเข้าหา กันเอา สายดอกไม้เสียงอยู่ต่องกลางแล้วมัดให้แน่น ทำให้สายงาน นางบ้านที่มีลูกสาวหลายคนก็จะวน ปันบุหรี่ทำเป็นแพๆ แขวนต้นค่า ต้นฉัตรและก่ำยสถากน้อยห้อยสถากค์มีรูปหากเป็นสถากค์แดง สถากค์ 10 และ 20 สถากค์ เพราะสถากค์มีรูปหากเป็นเงินแ衾เงินรูป หรือเรียกญาตราห้างก็จะใช้ ถัก นางคนแก่งกี เอ้าข้าวเปลือกมาถักรอบเงินบาทหรือรูปสายงานมาก สำวนยอดเงิน ถ้าไครใส่ 1 บาท หรือ 1 รูป คือว่ามีเงินมากโนราษ ก่ำยหนึ่งกีแขวน 1-2 สถากค์ หรือมากขึ้นไปกี 5 สถากค์ พระ เผร่องค์ใดได้ก่ำยสถาก หรือภัยทางจะได้สัก 50 สถากค์ 1 รูป คือ 1 แผ่น สำวนก่ำยน้อยจะกีแค่ 10- 20 สถากค์ ถ้าโชคดีได้ห่อผ้า ปราสาท นพชาป สังเครตหรือบ้าน ก็จะได้พวงสาด หมอน ครัวเรือน ถ้า เขากานให้คนตาย ก็จะมีเครื่องนุ่งห่ม เช่น กางเกง (เตี่ยว) เสื้อ ชั้น แหว หรี และของบริโภคทุกอย่าง เป็นของกินจะอยู่ในปราสาทและในก่ำยสถาก

การกินสถากสมัยโบราณ มักจะกินก่อนเพลทำให้เสริจก่อนเพลก่อนเที่ยง พอพระเยร ได้เส้นแล้วกีรับน้ำอาไวอ่านตามหาเจ้าของนั่งที่ไหน ตรงไหน จะบอกรายละเอียด ไว้ที่เส้นสถาก พระเยรหรือประชาชนที่ช่วยพระเยรอ่านกีจะตามหาจนพบ แล้วอ่านเส้นให้เจ้าภาพฟัง เจ้าภาพจะ ส่งก่ำยให้เรา กีให้เส้นคืนเขาไป

ถ้าเป็นกัณฑ์ใหญ่กีรับเจ้าภาพเมื่อพร้อมแล้วกีให้พระเยรอ่านสถากและให้พร ในเมื่อ เสริจกีรับกลับไปฉันเพลที่วัดของตน ถ้าหากว่าด็อดอยู่ไกลไม่ไปหันกีฉันตามรอบป่า ห้าง นาได้ ต้น ไม้ที่เราผ่านไปมาเพราะ ไม่มีการเลี้ยงเพลพระอย่างทุกวันนี

การ ไปคินก่ำยสถาก คณะครั้ฐที่ไปด้วยมักจะเอกสารบุญหานดามพระเยรไปพอได้ ของดีรื่อนำไปกระบุงหานกับวัด มักจะเป็นสาวๆ หานลัดทุ่งนา ป้าไปเป็นอันสนุกสนาน พวงหนุ่น สาวหอนไปท่าบุญสถากับพระเยร นางที่สาวๆ สาวๆ ทำก่ำยสถากไปทานมักทำเส้นสถากมีสำนวน เป็นค่าว่า อ่านเป็นทำนองมวนเพราะ ถ้าพระเยรได้มักจะให้หนุ่น วัยรุ่นนำไปอ่านต่อหน้าสถาฯ หนู่ สาวๆ ก็จะมายืนฟังกัน หนุ่นอ่านแล้วกีให้ร้องใส่สาวๆ เนื่องในเส้นมีการหยอกเยกันไปในตัวสนุก สนานไปของพวงหนุ่นสาว ก่ำยสถากของสาวๆ สาวๆ มักจะมวนปันบุหรี่วนน้อยๆ เท่านี้มีนิ้ว ก้อยยาวเท่ากันถักเป็นแพๆ แขวนกับก่ำยสถากบางแพยาวขนาดศอก กียังมี สำวนครึ่งกัณฑ์นั้น ทาง

เจ้าภาพต้องจัดหามาใส่เข่น สถาน หนอน ถ้วยชาม หม้อ ไม้กวาด และเครื่องบาริหารต่างๆ นี้เป็นการ
ทำบุญสักการแบบโบราณนานั้นบ้านเรา

(หนรนอุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีเชียงใหม่ , 2539 : 40 – 42)

3.2.4 ประเพณี ลอยเรือชาวเล (ภาคใต้)

ภาคใต้ของไทยในอดีตมีชนพื้นเมืองอยู่ 4 กลุ่ม คือ กชาชี เขมัง ชาไก และชาวเต ชน
พื้นเมืองดังกล่าว ที่ยังคงมีอยู่จนปัจจุบันคือ ชาไกที่อำเภอหราโต จังหวัดยะลา และที่อำเภอปะ
เหลียน จังหวัดตรัง และชาวเตที่จังหวัดภูเก็ต กระเบื้อง และสตูล ชาวเตเป็นชนพื้นเมืองที่เรื่องนาเดิ่ง
ชีพในทะเล

ในปัจจุบันชาวเตส่วนใหญ่เข้ามาสร้างบ้านเรือนอยู่บนบกและอาบน้ำจีดแทนน้ำทะเล
อย่างไรก็ตามการเรื่องนาไปในทะเลซึ่งจำเป็นต้องศัลเรือเป็นพาหนะก็ยังคงมีอยู่ เช่นเดิม ชีวิตของชาว
เตจึงผูกพันกับเรือ ซึ่งเป็นเสมือนหนึ่งบ้านเรือนของ彼ら ชาวเตจึงนิพิธ์เกี่ยวกับเรือถึงปีละ 2 ครั้ง ชาว
เตเรียกคนเองว่า โนเมคิน (Moken) หรือเมากีน (Mawken) สิงคโปร์เรียกโอรังลาโอด (Orang Laut)
หรือรายตเตาต์ (Rayer Laut) อินโดนีเซียเรียกบานาโใจ (Badjo) บารอก (Barok) เชกะช (Skah) รายต
(Rayat) หรือบูรุ (Buru) ชาวพม่าเรียกว่า เซลัง (Selang) เซลอง (Selong) หรือเซล่อน (Selon) ชาวเกาะ
บอร์เนียวเรียกบัคตุกทะเล (Sea Dyak) ในข้อเขียนของพันเอกเยรินเรียกชาวน้ำ ชาวภูเก็ตเรียกพากพี่
น้อง ไทยใหม่และชาวเต ส่วนชาวกระเบื้อง พังงา ระนอง และสตูล เรียกชาวเต

ชาวเตในภาคใต้ของไทยมีอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต กระเบื้อง และสตูล จำนวนกลุ่มที่ใช้
ภาษาได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มโอรังลาโอด มอแกลีน และมาชิง กลุ่มโอรังลาโอดมีประชากรมากที่สุดคือ
มีประมาณ 3,000 คน ในจังหวัดภูเก็ตอาศัยอยู่ที่บ้านแหลมตึกแก ตำบลรัษฎา บ้านราไว้ ตำบลรา
ไว้ บ้านสะปา ตำบลเกาะแก้ว ที่จังหวัดกระเบื้อง อาศัยอยู่ที่เกาะพีพีตอน เกาะจ้ำ และเกาะลันตา และที่
จังหวัดสตูลอาศัยอยู่ที่เกาะหลีเป๊ะ กลุ่มนอแกลีน มีประชากรประมาณ 500 คน อยู่ที่บ้านแหลมหลา
อำเภอคลาง จังหวัดภูเก็ต และที่อำเภอท้ายเหมือง จังหวัดพังงา ส่วนกลุ่มมาชิง มีประชากรประมาณ
500 คน อาศัยอยู่ที่หมู่เกาะสุรินทร์ และเกาะพระทองในจังหวัดพังงาเนื่องจากชีวิตของชาวเตผูกพัน
อยู่กับเรือดังกล่าวแล้ว

ชาวเตกลุ่มโอรังลาโอด และชาวเตโนแกลีน จึงมีประเพณีเกี่ยวกับเรือ เรียกว่า ประเพณี
ลอยเรือ หรือพิธีลอยเรือ โดยทั้งสองกลุ่มจะประกอบพิธีลอยเรือในช่วงกลางเดือน 6 และเดือน 11
เช่น ชาวเตโอรังลาโอด ที่บ้านสะปาลอยเรือตอนเช้ามีคืนชื่น 14 ค่ำ ชาวเตโอรังลาโอด บ้านแหลม
ตึกแกลอยเรือตอนเช้ามีคืนชื่น 15 ค่ำ และชาวเตโนแกลีนบ้านแหลมหลาจะลอยเรือในวันชื่น 15
ค่ำ เช่นกัน และจะลอยเรือในเวลา 18.00 น.

ในช่วงตอนเย็นประมาณ 17.00 นาฬิกา ชาวเล โอลังกา โอดหั้งชายหาดภูงจะบุกกล่าวให้ ชาวเลในหมู่บ้านไปช่วยกันขันวัสดุที่จะประกอบเป็นเรือพิชีซึ่งกองอยู่บนก้อนหินแม่น้ำมาใน บริเวณพิชีกลางหมู่บ้าน หน้าขบวนแห่มีคนครึ่งพื้นเมืองนำหน้า เครื่องดนตรีที่บรรเลงได้แก่ รำนา ฉ่อง และฉึง การบรรเลงดนตรีดังกล่าวนี้ใช้เป็นจังหวะให้ชาวเลรำเดินหน้าขบวน และคนครึ่ง บรรเลงในขณะที่ประกอบลำเรือด้วย ชาวเลจะช่วยกันประกอบลำเรือพิชีกันอย่างจริงจัง เรือพิชีดัง กล่าวจะประกอบเสร็จเรียบร้อยโดยใช้เวลาประมาณ 7-8 ชั่วโมง เรือของชาวเล โอลังกา โอดที่เสร็จ เรียบร้อยแล้วจะมีความยาว 5-7 เมตร ส่วนกว้างที่สุดของลำเรือประมาณ 1 เมตร ความสูงระหว่าง ท้องเรือถึงกราบขอบเรือประมาณ 70 เซนติเมตร มีเสากระโองเรือขนาดน้ำหนักเมื่อ 3 เศีย แต่ละเสา สูงประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีผ้าขาวเป็นใบเรือ ส่วนชาวเลนอแกลัน จะใช้ดันกล้ำยทั้งด้านเป็น โครงแกนห้องเรือ ใช้ไม้สักหินขนาดหัวแม่นิ่มเป็นแกนยึดดันกล้ำยไว้ด้วยกัน กราบเรือจะใช้กาน กล้ำยแทนกระดานกระหนานด้วยไม้สักหิน ผูกด้วยหัววย หัวเรือทำด้วยก้านเครื่อกกล้ำยทั้งท่อน ส่วน ห้ายเรือจะมีรูปทรงคล้ายห้ายเรือสำราญ ชาวเลนอแกลันจะช่วยกันประกอบเรือพิชีให้เสร็จเรียบร้อย โดยใช้เวลาประมาณ 6-7 ชั่วโมง สำหรับขนาดของเรือพิชีที่ประกอบเสร็จเรียบร้อยแล้วจะมีความ ยาวประมาณ 3 เมตร ส่วนกว้างที่สุดของลำเรือประมาณ 1.50 เมตร ส่วนสูงประมาณ 1.30 เมตร และ มีเสากระโองสูงประมาณ 2 เมตร เมื่อประกอบพิชีเสร็จ ชาวเล โอลังกา โอดจะทยอยกันไปที่เรือพิชี ตั้งแต่เวลา 4.00 นาฬิกาของวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 และเดือน 11

สิ่งของที่แต่ละครอบครัวนำไปใส่ในเรือพิชีคือ ไส้ไม้ระกำที่แกะเป็นศักดิ์แทนคนใน ครอบครัวจำนวนเท่ากับสมาชิกในครัวเรือน เส้น ผนและข้าวตอก ก่อนจะชัดข้าวตอกใส่เรือ ชาวเล โอลังกา โอดจะกำจัดข้าวตอกกลุบ ได้ตามตัวตั้งแต่หัวจดเท้า ด้วยมีความเชื่อว่า ข้าวตอกจะได้นำเอาความ ชั่วร้ายออกจากร่างกายของตนมาสู่ข้าวตอกและล่องลอยไปกับเรือพิชี ส่วน โศะหมอะมาสวคชาดา ที่ห้ายเรือมีเวลา 6.00 นาฬิกา

ต่อจากนั้นชาวเล โอลังกา โอดที่เป็นผู้ชายจะช่วยกันแบกหามเรือพิชีลงไปบรรทุกเรือ หางยาวที่เตรียมไว้ เรือหางยาวจะนำเรือพิชีไปสู่ท่าเดลีกเพื่อป้องกันมิให้ความชั่วร้ายในคำเรือพิชี นั้นยื่นกลับมาสู่หมู่บ้าน หลังจากลองเรือพิชีกลางทะเลลึกแล้ว ถ้าหากว่าเรือพิชียื่นกลับเข้ามาสู่ หมู่บ้าน พวกราบ โอลังกา โอดก็จะต้องเริ่มทำพิธีกันใหม่จนกว่าเรือพิชีจะไม่ยื่นกลับมาสู่หมู่บ้าน อีก ส่วนชาวเลนอแกลันจะมีการนำสิ่งของไปใส่ในเรือพิชีแตกต่างกันชาวเล โอลังกา โอด กล่าวคือ จะนำเอาเสื้อผ้าเก่าๆ ศักดิ์ตามกกล้ำยแทนคนในครอบครัวเท่าสมาชิกในครัวเรือน และกระถุงน้ำใส่ ไว้ในเรือพิชีตั้งแต่เวลา 15.00 นาฬิกา ของวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 และเดือน 11

นอกจากนี้ชาวเลมอแกลัน จะถืองานไส้ข้าวสารซึ่งข้อมเป็นสีดำๆ เช่น แคง เหลือง เจียว พื้า ส้ม เป็นต้น พร้อมด้วยด้ายสีแดงมานอบให้โดยหนอสาวค่าตาไส้งานให้ แล้วจึงนำด้ายไปผูกข้อมือให้กับสามาชิกในครอบครัว และนำข้าวสารไปซัตรอบๆ บ้านของตน ส่วนโดยหนอกีประกอบพิธีที่เรียกว่าพิธีไปตามปกติ ขณะประกอบพิธีห้ามวิห์ผู้ใดเดินผ่านหัวเรือ โดยหนอจะเดินวนซ้ายรอบเรือพิธี 3 รอบ รอบสุดท้ายจะเปล่งเสียงโหนนำทิศคลา พากชาวเลมอแกลัน จะชักข้าวสารที่เหลือไส้เรือพิธี ต่อจากนั้นเมื่อโดยหนอส่งสัญญาณให้ยกเรือพิธี พากชาวเลกีจะช่วยกันยกเรือพิธีไปบรรทุกเรือหางยาวนำไปปล่อยกลางทะเลลึกเช่นเดียวกับกลุ่มชาวเลอีรังลาโอด แต่มีข้อห้ามซึ่งแตกต่างจากกลุ่มชาวเลอีรังลาโอดคือ มีอุloyเรือพิธีแล้วจะหันกลับไปดูอีกไม่ได้

ในพิธีลอยเรือของชาวเลทั้งชาวเลอีรังลาโอด และชาวเลมอแกลัน มีการร่ายรำชนิดนี้ ว่าร่องเงิง ชาวเลโอลังดาโอดจะรำร่องเงิงกันทั้งเด็กเล็กและคนชรา โดยจะเริ่มรำกันตั้งแต่คืนวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 6 และเดือน 11 ชาวเลบางส่วนจะรำวนรอบเรือพิธีตั้งแต่เริ่มวางแผนห้องเรือไปจนประกอบเรือพิธีเสร็จ พากเขาเรื่องกันว่าใครก็ตามที่รำรอบเรือพิธีมากอบที่สุดจะได้บุญมากเท่าจำนวนรอบที่รำ ส่วนชาวเลมอแกลันจะรำร่องเงิงในคืนวันขึ้น 14-15 ค่ำ

จากนั้นนำงานไส้เทียนและมะกรูดมาวางไว้หน้าโดยหนอ โดยหนอจะทำพิธีอัญเชิญ โดยตามมีมาเป็นประданด้วยการอัญเชิญเป็นหานองเพลงโบราณ ขณะเดียวกันจะมีชาวเลบางคนตีรำมนาประกอบการทำพิธีด้วย เมื่อถึงเวลาเที่ยงคืน โดยหนอจะนำเทียนและมะกรูดไปยังโองน้ำ ผ่ามะกรูดและบีบนำน้ำมะกรูดลงในโองน้ำทุกโอง

ส่วนชาวเลหนุ่มสาวจะมีการเต้นรำร่องเงิง ไปจนกระทั่งถึงเวลา 05.00 นาฬิกา ของวันที่ 14 ค่ำ (แต่ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากการเต้นร่องเงิงเป็นรำวง) แล้วทุกคนจะไปอาบน้ำที่โองน้ำของตนกลางลานพิธี เมื่ออาบน้ำเสร็จก็ถือว่าเสร็จสิ้นการประกอบพิธีประเพณีลอยเรือของชาวเลอีรังลาโอด และชาวเลมอแกลันที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาจนกระทั่งปัจจุบันนับเป็นสิ่งยึดถือร่วมกันที่มีส่วนช่วยให้ผ่าพันธุ์ของชาวเลยังคงสืบมาเป็นกลุ่มเป็นผ่าอยู่ได้ เนื่องจากประเพณีดังกล่าวทำให้ชาวเลซึ่งเรื่องนอนออกจากกลุ่มผ่าของตนไปหาเลี้ยงชีพตามเกาะแก่งในห้องทะเลไกลต้องกลับไปทำพิธีดังกล่าว ซึ่งทำกันอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ทำให้ได้พบกับญาติพี่น้องเพื่อนฝูง ความใกล้ชิดสนิทสัมภันธ์ยังคงแน่นอนอยู่อีกต่อไป ในส่วนของชาวเลหนุ่มสาวพิธีลอยเรือได้มีส่วนอย่างสำคัญทำให้ได้พบปะสนิทสัมภันธ์โดยเฉพาะในการจับคู่เต้นรำร่องเงิง ซึ่งเมื่อกิจกรรมพิธีใจต่อ ก็จะอยู่ร่วมกันสร้างครอบครัวใหม่ มีลูกหลานว่าแก่เรื่องต่อไป

นอกจากนี้พิธีลอยเรือยังช่วยฝึกให้ลูกหลานได้ฝึกการทำงานต่างๆ ด้วย เช่น ชาวเลผู้หญิงได้ฝึกฝนการทำขนม ชาวเลผู้ชายฝึกฝนการต่อเรือ เป็นต้น การรู้จักเก็บกู้เอื้อเพื่อเพื่อผ่าช่วงกัน และกันกีเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยให้ชาวเลมีคือกัน โดยประเพณีนี้ช่วยส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันได้จาก

การแจกจ่ายขนมเบร์บันกินกันหลังพิธีเชญ ให้ตาม โดยห้ามนำกลับไปบ้านอย่างเด็ดขาด และที่สำคัญยิ่งอีกสิ่งหนึ่งก็คือความเชื่อที่ว่าพิธีถอยเรือ ได้นำเอาโรคภัยไข้เจ็บและความชั่วร้ายทั้งหลายไปจากหมู่บ้านนั้นย่อมช่วยทำให้ชาวเดในหมู่บ้านเกิดความมั่นใจในการคาร์ซีวิตอยู่อย่างมีความสุขมีกำลังใจ กล้าที่จะผจญภัยต่อชั่วร้ายทั้งหลายอย่างไม่หวั่น
(สมหมาย ปั่นพุทธศิลป์, 2538 : 98- 102)

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการหาคู่แบบผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ได้ถือกำเนิดขึ้น ราวปี พ.ศ. 2520 ชื่อคล้มน์ คือ “ มาลัย เสียงรัก ” ผ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับ วันอาทิตย์ ผู้รับผิดชอบและดูแล นาย เทพชู ทับทอง นามปากกา อุ่นหนวด เป็นอดีตนักเรียนของประเทศไทยในขณะนั้น ที่บริการหาคู่ โดยได้แนวคิดมาจาก คล้มน์ “ ศิราณ ” ตอบปัญหาหัวใจ แต่คล้มน์นี้จะเป็นสักษณะการตอบปัญหาเชิงปรึกมากกว่า ไม่มีการหาคู่ (เอกบี๊ฟ ,2544 : 67 – 69)

นโยบาย คือ (บรรณาธิการ นายสมิศ มัณฑุฤทธิ์)

เป้าหมาย คือ (ประภาคหาคู่ผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์)

วัตถุประสงค์ คือ

- เพื่อให้ได้รู้จักกัน ได้รักกัน และได้เด่งงานกัน สมความปรารถนา
(แต่ถ้ายังไม่สมหวัง ก็พยายามต่อไป จนกว่าจะสมหวัง)
- เพื่อให้คนที่ต้องการเพื่อนหรือคู่ครอง โดยผ่านทางช่องทางเป็นหลัก

กลุ่มเป้าหมาย คือ

คนที่ต้องการเพื่อนหรือ คู่ครอง

จุดนารมณ์ คือ

- บริการเฉพาะคนไทย
- บริการฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย ไม่ต้องส่งแม่ແດสก็มป์ หรือเงินค่าແສก็มป์ (นสพ.ไทยรัฐรับภาระออกค่าใช้จ่ายให้)

กติกา คือ

- ถ้าจะให้ลงคอลัมน์ และต้องการให้ลงรูปด้วย ต้องส่งรูปถ่ายล่าสุด ซึ่งถ่ายครั้งเดียวกันมาจำนวน 2 รูป
- ถ้าจะติดต่อกับเพื่อนที่ลงในคอลัมน์ ให้ทำเป็นจดหมายข้อหน้าของถึงลุงหนวด พร้อมกับระบุชื่อคนที่สนใจพร้อมวันที่ที่ลง ส่งมาที่คอลัมน์น้ำด้วยเดิมรัก นสพ.ไทยรัฐ ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10900

ผู้จัดได้นำแนวคิดวัฒนธรรมเพื่อนماอธิบายรูปแบบวัฒนธรรมของชนชาติแบบดั้งเดิมที่เกี่ยวกับการหาคู่เพื่อนำเปรียบเทียบและซึ่งให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของการค้นหาคู่ของหญิง-ชาย ในชุมชนและเมืองจริง และการหาคู่ในเว็บ ใช้ตัวมีการเคลื่อนย้ายจากเว็บไปตัวมาน้ำใจ โลกแห่งความจริง โดยผ่านกระบวนการทางวัฒนธรรมชาติประเพณี ดั้งเดิม และสืบทอดนั้นสืบพินิจ

4. แนวคิด พื้นที่สาธารณะ (Public Space)

ความหมายของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ” (ภาษาจีน แก้วเทพ, 2545 : 103) เมื่อพิจารณาแล้วประกอบไปด้วยคำสองคำคือคำว่า “พื้นที่” กับ คำว่า “สาธารณะ”

ความหมายของคำว่า “พื้นที่” นั้น หมายถึงอาณาบริเวณ ควบคู่กับ “Area” ที่มีการแบ่งกั้นเขตไว้แน่นอน (Boundary) เช่น พื้นที่ในโรงงาน พื้นที่ในบ้าน นอกจากความหมายรูปธรรม ดังกล่าวแล้ว “พื้นที่” ยังมีความหมายเป็น นามธรรม เช่น หมายถึงเวที (ท่านานธรรม) ทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจ ตัวอย่างเช่น พื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อสารมวลชน เช่น เมื่อรายการ โทรทัศน์ ประเภท Talk Show ต้องเผชิญผู้นำทางบ้าน ตัวแทนชาว夷ฯ ฯลฯ มาแล่ปะทะสนกการณ์ ประสานงานของเศรษฐกิจแบบพอเพียงและพึ่งตัวเอง ในขณะที่เศรษฐกิจแบบฟองสนุ์ที่เคยมีคือพื้นที่สาธารณะต้องถอยร่นตกลงที่ไปนี่ก็หมายความว่า ความรู้และภูมิปัญญาจะดับรากรากหญ้า (Grass - Root) ได้เข้ามามีที่ทางในทางเวทีสาธารณะของสังคมแล้วระดับหนึ่ง

สำหรับคำว่า “สาธารณะ” นั้น ในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปคือคำว่า “ส่วนรวม” (Public) ซึ่งมักถูกให้НИยามโดยเปรียบเทียบกับคู่ที่ตรงกันข้ามคือคำว่า “ส่วนตัว” (Private) สำหรับคำว่า “สาธารณะ” ก็มีนัยยะได้ 2 นัยยะ เช่นเดียวกับคำว่า “พื้นที่” กล่าวคือสามารถแสดงออก

ได้ในลักษณะ รูปธรรม เช่น สถานสาธารณะ คือ สถานของส่วนรวม และความหมายเชิงนามธรรม เช่น ผู้นำชุมชนที่ทำงานด้วยผลประโยชน์ส่วนรวม โดยไม่คำนึงถึงความสุขส่วนตัวเลย เป็นต้น

ปริมพัลที่สื่อทำงานอยู่ส่วนใหญ่คือ ปริมพัลที่เราเรียกว่า “มวลสารณะ” (Public Sphere) หมายความว่า เรื่องราวที่เป็น “ส่วนตัว” ของใครนั้น เมื่อถูกรายงานผ่านสื่อมวลชน ก็จะกลายเป็นเรื่อง “สาธารณะ” ขึ้นมา บุคคลที่อยู่ในสื่อ จึงเป็น “บุคคลสาธารณะ” (Public Figure) เรื่องราวของเขาก็จะเป็น “ประเด็นสาธารณะ” (Public Issue) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545 : 103)

สำหรับคำนิยามเรื่อง “พื้นที่สาธารณะ” ตามทัศนะของ Habermas นั้นเขาได้นิยามว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (Sense of Public) แนวคิดนี้มิได้มีลักษณะเดื่อนลอยเป็นนามธรรม หากทว่าเป็นการปฏิบัติการทำงานสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลนัยด้วย (Culture Embedded Social Practice) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545 : 104)

เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่าพื้นที่สาธารณะแล้วจะเห็นได้ว่าในยุคอินเทอร์เน็ต นั้นก็เกิดการสื่อสารลักษณะที่เป็นพื้นที่สาธารณะ คือการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนในสังคมมาร่วมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทัศนะคติกัน อยู่สองแบบคือ แบบ ต้อง On-Line พร้อมกันอย่าง ห้องคุย (Chat Room) และ แบบที่ผู้ใช้ต่างเวลา กันก็มาสื่อสารกันได้ (ไม่ต้อง On-Line พร้อมกัน) ซึ่ง รู้จักกันในนามของ เว็บบอร์ด (Web board) เว็บบอร์ดนั้นเป็นมพาลสาธารณะของการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ และเป็นมพาลสาธารณะในยุคที่ 3 ซึ่งเป็นยุคของ Virtual Communication, Internet, Cyberspace ซึ่งมีความแตกต่างจากพื้นที่สาธารณะในยุคก่อนๆ

“สื่อ ได้เข้ามาเปิดช่องทางความคิดของปัจเจกบุคคลเข้าสู่กระบวนการสาธารณะ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “พื้นที่สาธารณะ” (Public Space) นอกเหนือจาก “พื้นที่ส่วนตัว” (Private Space) เท่ากับเป็นการทำหน้าที่ศึกษาพัฒนาการแห่งภูมิปัญญา และสร้างเสริมหลักการแห่งสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาค ตลอดจนบทบาทแห่งการเป็นพลเมือง (Citizenship) ของมนุษย์ “(อ้างถึงใน ศุภารัตน์, เอกสารการสอน, 2546) แต่ก่อนอื่นจะขอกล่าวรายละเอียดถึงมพาลสาธารณะ ก่อนหน้านี้สักเด็กน้อย เพื่อจะชี้ให้เห็นความแตกต่างของรูปแบบของเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ ยุคแรก : Face - to - Face Communication และ หนังสือพิมพ์

ยุคสอง : Pseudo - Mediated Communication วิทยุ และ โทรทัศน์

ยุคสาม : Virtual Communication, Internet, Cyber Space

ยุคแรก : Face - to - Face Communication และ หนังสือพิมพ์

Habermas (1970) (อ้างถึงใน ศุภชัยญา ศุคบรรหาร์, เอกสารการสอน, 2546) กล่าวถึง นิพัทธ์สาธารณะ (Public Sphere) ว่า นิพัทธ์สาธารณะเกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 17 และ 18 ที่ ประเทศอังกฤษอันอยู่ในช่วง ของทุนนิยม เป็นสถานที่อิสระจากรัฐบาล และ มีการปักครองตนเอง ทางเศรษฐกิจ การแสดงความเห็นทางการเมืองวิชาชีพ อำนาจรัฐ เป็นการใช้เหตุผลเพื่อข้อสรุปอัน เป็นหนึ่งเดียวกัน ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนิพัทธ์สาธารณะนี้ ประชาชนมีสิทธิ์มีความคิด ที่เปิดกว้างและสามารถเสนอข้ออคิดเห็นแก่รัฐบาลในขณะนั้น ได้ การทำงานของรัฐบาลเปิดกว้างสู่ สาธารณะ โดยผ่านการวิชาชีพ และ ศิพินพ์เป็นหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม Habermas มีข้อโต้แย้งว่า นิพัทธ์สาธารณะในขณะนั้น อันที่จริงแล้วเป็นพื้นที่เฉพาะของชนชั้นกลาง (Bourgeois Public Sphere) เนื่องจากในยุคนั้นชนชั้นกลางในชนชั้นที่มีอำนาจมั่นคงพอที่จะต่อสู้กับระบบทางศาสนา และรัฐ ได้ เพราะก่อนหน้านี้ถูกครอบงำโดยระบบศักดินา และ เมื่อระบบทุนนิยมเข้ามายึดทำให้ ระบบศักดินาหมดไป นิพัทธ์สาธารณะมีการรวมกลุ่มอยู่ที่โรงละคร (Theatre) สถานที่แสดงงาน ศิลปะ (Art Gallery) ร้านกาแฟ (Coffee House) ห้องรับแขกบ้านขนาดใหญ่ (Salon) นิยาย (Novels) และบทความวิชาชีพ (Critism) ซึ่งเป็นการแสดงความคิดอย่างเสรีและเป็นอิสระต่ออำนาจเดิมที่เคย มีอยู่และเป็นอำนาจของประชาชนที่สามารถเปลี่ยนแปลงรัฐบาล ได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำให้เกิด การปฏิรูปรัฐสถากรได้ เมื่อทุนนิยมมีอำนาจมากขึ้นเรื่อยๆ นิพัทธ์สาธารณะ ได้ถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด Habermas กล่าวว่าหากลายเป็นระบบศักดินาใหม่ (Refudualisation) อีกครั้งหนึ่ง เพราะท้ายที่สุดผู้มี อำนาจก็ใช้ประโยชน์จากนิพัทธ์สาธารณะเพื่อผลประโยชน์ของตัวเอง

ตามแนวคิดของ Habermas เดินนั้นหนังสือพิมพ์ เอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารอย่างมีเหตุผล (Communication Rationality) ซึ่งหากคิดว่าเป็นพื้นฐานของพื้นที่สาธารณะ และเมื่อ หนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงเป็นธุรกิจ และ สนใจขายผู้อ่านให้โฆษณามากกว่าการกิจกรรม หนังสือ พิมพ์ก็ถอยห่างจากการกิจดังกล่าว

ยุคสอง : Pseudo - Mediated Communication วิทยุ และ โทรทัศน์

นิพัทธ์สาธารณะเปลี่ยนแปลงอีกครั้งหนึ่งเมื่อถึงยุคของการกระจายเสียง สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ วิทยุ และ โทรทัศน์ ได้เข้ามาสร้างพื้นที่สาธารณะ ได้น้อยมาก เนื่องจากเหตุผลเรื่อง รูปแบบการใช้สื่อ ที่ใช้อยู่ในบ้านแบบส่วนตัวเป็นครอบครัว (Domestic) และแม้ว่าจะเป็นสื่อที่เร็ว กว่า แต่ก็มีลักษณะแตกแยกเป็นประเด็นต่างๆ เข้ามาสู่ความสนใจแล้วอย่างห่างออกไปอย่างรวดเร็ว และรูปแบบเน้นหนักทางประเด็นที่สื่อมวลชนต้องการนำเสนอ และเป็นเรื่องที่ประชาชนโดยทั่วไป

สนใจ เช่น เรื่องราวในแวดวงบันเทิง ข่าวสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้นอาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนสามารถเอาเรื่องส่วนบุคคลมาเป็นเรื่องสาธารณะได้อย่างเปิดเผย แต่เป็นในด้านการให้ความบันเทิงมากกว่าการอภิปรายแสดงความคิดเห็น เช่นการถกเถียงทางการเมืองแต่อย่างไรก็ตามนักวิชาการค้านสื่อสารมวลชนที่สนใจในบทบาทของสื่อประเภทอิเล็กโทรนิกส์วิทยุ โทรทัศน์ที่มีต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะ ก็ได้ให้ข้อคิดเห็นที่มาจากการวิจัยเรื่องสื่อนี้ว่าแม้จะอ่อนต้อยตรงที่ถูกนำมาใช้เพื่อบันเทิง และ เป็นสื่อที่ ผู้รับสารกับผู้ส่งสาร ไม่มีโอกาสพบปะเชิญหน้ากันแต่ทว่าเราไม่ความองข้ามสายสัมพันธ์แบบจินตนาการ (Imagined Connectedness) เพราะจากผลงานวิจัยหลาย ๆ กรณี ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า หากมีการใช้ โทรทัศน์ และ วิทยุ อ่ายงส์มาร์เสนอ หากวิทยุ และ โทรทัศน์ ตระหนักในบทบาทหน้าที่ที่จะเขื่อน โง่และสร้างสมานฉันท์ ระหว่างคนต่างๆ และพยายามสร้างรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมให้เกิดเช่น การ โทรทัศน์ หรือเขียนจดหมาย เข้ามายังการเชิญมาอกรายการ ศักยภาพของสื่ออิเด็กทรอนิกส์ทั้งสองประเภทนี้ก็ไม่ควรถูกมองข้ามไป

Poster (อ้างถึงใน รัตนวารี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542 : 10-14) กล่าวสรุปไว้ว่า ในอารยธรรมตะวันตก นิยมชาลสารสาธารณะอยู่ในหลาย ๆ ที่ด้วยกัน เช่น โบสถ์ห้องถิน (New England Church) ร้านกาแฟสถานชุมชนประจำเมือง หรือแม้แต่บุณฑณชั่งเป็นสถานที่แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ในสังคม สถานที่เหล่านี้เป็นกระแส สาธารณะติดหรือติดมาราช (Public Opinion) ซึ่งในสมัยศักดินานั้นเป็นความคิดเห็นทางด้านการเมือง นิยมชาลสารสาธารณะเป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงถึงความเป็นประชาธิปไตย

ปัจจุบันนิยมชาลสารสาธารณะเหล่านี้ยังคงมีอยู่ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางทางด้านการเมือง อย่างเดียว แต่ยังรวมถึงเรื่องอื่นๆ ในสังคมด้วย นิยมชาลสารสาธารณะบางส่วนย้ายเข้ามายังสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และ สื่ออื่นๆ ที่เกิดขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นการแสดงความเห็นในประเด็นทั่วๆ ไป อันเป็นสิ่งที่น่าสนใจในสังคมหรือที่เรียกว่าเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Culture Forum) ซึ่งเป็นตัวแทนของคนในสังคม (Social Representation)

ยุคสาม : Virtual Communication, Internet, Cyber Space

ยุคที่ 3 ซึ่งเป็นยุคของการสื่อสารสมัยนิยม (Virtual Communication) โดยมีคอมพิวเตอร์ เป็นสื่อกลาง ในด้านหนึ่ง การสื่อสารแบบสมัยนิยมครั้งนี้ได้รับรูปแบบการสื่อสารแบบเชิญหน้าขึ้นมาใหม่ เพราะสามารถพูดคุยกันได้ตัวต่อตัว และ ในกลุ่มคน (เช่น ในห้องคุย Chat Room และ ใน Web board) ซึ่งที่แตกต่างกันคือเป็นการเชิญหน้าในโลกคอมพิวเตอร์ (Cyber Space) ไม่ใช่โลกทางกายภาพ นั่นคือที่กล่าวมาในขั้นต้นว่าการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตไม่เห็นหน้าค่าตากัน เมื่อหาที่

ปรากฏบนเว็บบอร์ด (Web board) นี้จึงมีความกล้าแสดงออกมากกว่าเมื่อหานิยามฯลัสดารณะ อื่นๆ และ มีความเท่าเทียมกันในการแสดงความคิดเห็น เพราะทุกคนเท่าเทียมกันหมด ในโลกเสมือน กล่าวคือทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้หากต้องการ

และข้อที่แตกต่างกันมากของการสื่อสารแบบนี้กับ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์คือ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้น เอื้ออำนวยให้เป็นการสื่อสารสองทาง ผู้ที่เข้ามาจะมี ลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน (Active Participation) มากกว่าสื่อมวลชนในการเสนอ ความเห็นและตอบสนอง ซึ่งคุณลักษณะการสามารถสื่อสารสองทาง และการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของ ผู้ใช้ เอื้ออำนวยต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะที่เคยมีมาในอดีต และเมื่อผสมกับคุณสมบัติของอิน เทอร์เน็ตซึ่งสามารถเชื่อมต่อไปยังบุคคลอื่นๆ ซึ่งทำให้ขอบเขตของการสร้างพื้นที่สาธารณะขยาย ได้กว้างขวาง โดยไร้ข้อจำกัดทางภาษาภาร สามารถมีผู้เข้าร่วมสื่อเว็บบอร์ดอินเทอร์เน็ตได้เป็น จำนวนมากและมีความคิดเห็นและประเด็นการสนทนากثرแตกออกตามมายหลากหลายในหัว ข้อเรื่องต่างๆ อย่างกว้างขวาง มีข้อมูลจำนวนมากสำหรับเป็นวัตถุศึกษาเพื่อการวิจัย

ปัจจุบันนี้สังคมไทยคุ้นเคยกับการสร้างพื้นที่สาธารณะผ่านคอมพิวเตอร์มากขึ้น เช่น เมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม นับตั้งแต่ ประเด็นทางการเมืองไปจนถึงประเด็นทางวัฒนธรรม และสังคมก็จะมีการแสดงความคิดเห็น ทัศนะคติ โดยตรงจากผู้ใช้คอมพิวเตอร์ไปยังห้องคุย (Chat Room) และกระดานข่าวสาธารณะ เช่นประเด็นทางการเมือง การครอบรัฐชั้น ชื้อยากแพง หรือทาง สังคมวัฒนธรรม ประเด็นเหล่านี้จะมีการพูดคุย แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางผ่านทางหน้าจอ คอมพิวเตอร์ แสดงให้เห็นว่าสิ่งที่เกิดขึ้นในชุมชนบนอินเทอร์เน็ตกับเปรียบกับ โลกเสมือนที่สะท้อน ความเป็นไปที่เกิดขึ้นบนโลกได้เป็นอย่างดี

ในปัจจุบันนี้พื้นที่สาธารณะที่เป็นการสื่อสารที่เป็นแบบเชิงัญหา กัน มาชุมนุมกัน จนมีปัญหา และอุปสรรคเนื่องจากเหตุผลปัจจัย นับตั้งแต่การขาดอาณาบริเวณที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนสภาพชีวิตที่แยกกันอยู่ของผู้คน การใช้สื่อมวลชน ก็อาจมีอุปสรรคด้วยค่าดักแด้กษณะทางธุรกิจ ของสื่อ ตลอดจนสภาพชีวิตที่ค่อนข้างแคบแยกกันอยู่ของผู้คน การใช้สื่อมวลชนก็อาจมีอุปสรรคด้วย ค่าดักแด้กษณะทางธุรกิจของสื่อ การถูกควบคุมจากรัฐ ความยากลำบากที่จะเข้าถึงผู้ส่งสาร และสำหรับ การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อนั้น ต้องการทั้งฐานะทางเศรษฐกิจ และ ระดับการศึกษา ความรู้ที่ต้องดับ หนึ่ง ซึ่งปัจจุบันทั้งสองนี้ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อชั้นรันล่าง ในสังคมที่จะเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์นี้

นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่แตกต่างกันอีกกล่าวคือ นิยามฯลัสดารณะในศตวรรษที่ 18 เป็นการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้เกิดข้อสรุปเพื่อสอดคล้องกัน (Consensus) แต่ใน尼ยามฯลัสดารณะ ที่ปรากฏในสื่อยุคที่สาม เป็นการแสดงความคิดเห็นที่ผู้แสดงความคิดเห็นต่างมีจุดยืนที่หลากหลาย

และเป็นตัวของตัวเอง ในท้ายที่สุด ไม่จำเป็นต้องมีข้อสรุปเพื่อความสอดคล้องกัน แต่ยังเป็นตัวแทนของคนในสังคม ก่อให้เกิดเอกลักษณ์ในสังคม (Social Identity) และแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relation) ในสังคม ได้เป็นอย่างดี

Poster (อ้างถึงใน รัตนาวี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542 :10-14) ยังกล่าวอีกว่า เมื่อวิวัฒนาการของการสื่อสาร ไร้พรมแดนมาถึง อินเทอร์เน็ต ได้ก่อให้เกิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งเป็นนماذจสาธารณะใหม่ในปัจจุบัน แฉ่งนماذจสาธารณะที่เกิดขึ้นในอาณาบริเวณเครือข่ายการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Cyber space) แตกต่างจากนماذจสาธารณะในอดีต เพราะการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดความแตกต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) นماذจสาธารณะในสมัยก่อนเป็นสถานที่ที่ประชาชนสามารถพูดได้อย่างเท่าเทียมกัน เป็นการอภิปรายอย่างเปิดเผย โดยมีการกำหนดสถานภาพของแต่ละคนชัดเจนผู้แสวงความคิดเห็นมีข้อโต้แย้งอย่างมีเหตุ มีผลเพื่อบรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกันแต่คำนิยามของนماذจสาธารณะในอดีตไม่สามารถใช้ได้กับชุมชนเสมือน (Virtual Community) ที่เกิดขึ้นผ่านการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีสิทธิพูดได้เท่าเทียมกัน แต่เป็นการโต้แย้งอย่างไม่ค่อยมีเหตุผลและไม่มีความสอดคล้องกัน สาเหตุเพราะคุณสมบัติบางประการของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ดังนี้ เคิมเมื่อบุคคลต่างๆ ติดต่อสัมพันธ์กันจะมีเอกลักษณ์ (Identity) ของคนเอง เอกลักษณ์เป็นสิ่งที่ยึดติดกับลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ ซึ่งเอกลักษณ์นี้เองที่ทำให้บุคคลต้องรับผิดชอบต่อชุดยืนของคนเอง และมีความไวเนื้อเชื่อใจระหว่างกัน เพราะการสื่อสารที่เห็นหน้าชี้่งกันและกัน

แต่สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถเลือกเอกลักษณ์และสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเอง ได้ตามความต้องการ เช่น วันหนึ่งอาจจะเป็นชายวัยสูงอายุที่มีชื่อว่า John@well.com แต่อีกวันผู้ใช้อ้างเปลี่ยนเป็นเด็กสาววันรุ่นภายในใจชื่อ Kate@aol.com และด้วยเอกลักษณ์ที่ไม่ตายตัวของแต่ละคนนี้ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มที่ไม่ค่อยลงตัว ไม่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และเกิดความคิดเห็นที่แตกต่างกันมากเกินไป (ทั้งๆ ที่อาจมาจากคนๆเดียวกันก็ได้) การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์จึงเป็นการแสดงความคิดเห็นตามความสนใจผู้ใช้งาน เอกลักษณ์ของผู้ใช้แต่ละคนสามารถเปลี่ยนแปลง ได้ เพราะไม่มีสถานภาพของบุคคลที่แท้จริง ไม่ต้องรับผิดชอบผลการกระทำของตัวเองเวลาแสดงออก อันเป็นสิ่งที่แตกต่างจากนماذจสาธารณะในสมัยก่อนนอกจากนี้การสื่อสารผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ ไม่ผูกขาดการส่งสาร ผู้ใช้งานสามารถใช้เป็นช่องทางในการกระจายข่าวสาร ได้อีกด้วย

สำหรับนماذจสาธารณะทางอินเทอร์เน็ตนั้นแบ่งเป็นสองรูปแบบคือ สื่อสารโดยต้อง On-Line พร้อมกัน กันแบบที่ไม่ต้อง On-Line พร้อมกัน ลักษณะการใช้งานการสื่อสารเว็บบอร์ดอิน

เทอร์เน็ตนั้นในทางเวลาจะเป็นแบบมีความไม่พร้อมกัน (Asynchronous) สามารถ On-Line ในเวลาที่แตกต่างกัน ถ้าสามารถสื่อสารกันได้ การสื่อสารผ่านการพิมพ์ข้อความในเว็บบอร์ด ข้อความจะต้องปรากฏอยู่บนหน้าจอเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่ง เมื่อต้องการเข้าไปอ่านหรือโต้ตอบกันนั้นคือข้อมูล มีความสามารถเก็บไว้บนหน้าจอ มีความคงทนของข่าวสาร ยาวนานกว่า ไม่ว่าจะไปตามเวลาอย่างรวดเร็วเหมือนการคุย (Chat) ซึ่งจะสะดวกต่อการติดตามความคิดเห็นของกลุ่มคน

ลักษณะเว็บบอร์ดเปรียบเสมือนกระดานแหล่งรวมข่าวสารและความคิดเห็นของบุคคล ในเรื่องต่างๆ กัน เช่นกระดานสาระพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยว กระดานสาระพัฒนาเรื่องรถ เป็นต้น เมื่อผู้ใช้บริการ On - Line เข้าไปในอินเทอร์เน็ตนั้น เข้าสามารถเลือกเข้าห้องเว็บบอร์ดตาม ความสนใจ จากนั้นเข้าสามารถเลือกอ่านหัวข้ออย่างที่เข้าสนใจ ซึ่งจะมีเนื้อหา และ ความคิดเห็นของ บุคคลอื่นในเรื่องนั้นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างบุคคลซึ่นในเรื่องนี้ๆ และ ผู้ใช้งาน สามารถเสนอความคิดเห็นของตนเองได้ หรือหากต้องการความคิดเห็นของคนอื่นก็สามารถกำหนด หัวข้อกระทู้เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องนั้นแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดได้เช่นกัน

สำหรับการใช้งานเว็บบอร์ดนั้นกล่าวได้ว่า เป็นลักษณะมาตราสารณะของการสื่อสารผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์เปรียบเสมือนสภาพแวดล้อมนิสัย ที่เปิดให้ผู้ใช้งานมีโอกาสสามารถดูแลกันอย่างเป็นมิตร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไม่ใช่เฉพาะแต่เพียงเรื่องการเมืองอย่างเดียวแต่ยังรวมถึงเรื่องที่กลุ่มให้ความสนใจร่วมกัน การแสดงความคิดเห็นเป็นในเชิงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมุ่นมองกัน มากกว่าที่ข้อสรุปหรือยุติ มีลักษณะเป็น นิสัยมาตราสารณะจำลองมีการ โต้เถียงกัน ไปมาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ น่าติดตามอ่านมากกว่า โต้แย้งกันด้วยเหตุผล ทั้งนี้ด้วยบริบทการสื่อสารผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นลักษณะ "การสื่อสารจากที่ส่วนตัว (Personal Space) มาสัมภารณะ (Public Space) ทำให้ผู้ใช้งานใช้งานได้อย่างอิสระ และแยกย่อยตามความสนใจและ เนื้องด้วยเป็นการสื่อสารที่ไม่ปรากฏตัวตนที่แน่นอนของผู้ใช้งาน ทำให้เกิดหน้าที่ ที่มีลักษณะทางด้านส่วนตัวคือ เป็นสื่อที่ผู้ใช้งานสามารถปลดปล่อยความตึงเครียด ปรึกษาปัญหาส่วนตัวได้โดยตรง โดยไม่รู้สึกขัดเจ็บ

ผู้จัดได้นำแนวคิดพื้นที่สารณะ เพื่อมาเป็นกรอบการอธิบาย การใช้พื้นที่สารณะ ในการหาคู่ของแต่ละบุคคล และการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สารณะของปัจจุบันบุคคลและกลุ่มคน โดยเฉพาะชาวชนชาติไทยมาก ที่กำลังก่อตัวและอาศัยพื้นที่สารณะในการก่อตั้งชนชุม พร้อมได้ดำเนินกิจกรรมผ่านพื้นที่สารณะและการเคลื่อนย้ายจากพื้นที่หนึ่งสู่พื้นที่อีกที่หนึ่ง

5. แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) หมายถึง การดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองความต้องการของธุรกิจนั้น

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Strategies) คือ ความพยายามของนักการตลาดในการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ทางสาร (Messages) กิจกรรมการสื่อสารการตลาด (Activities) ตั้งใจ (Motivations) เวลา (Timing) และการบริการลูกค้า (Customer Service) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Plan) (ข้างถัดใน สุวัฒนา วงศ์กะพันธ์, เอกสารการสอน, 2545)

คำจำกัดความของการสื่อสารการตลาด

- กระบวนการนำเสนอข่าวสาร ในรูปของการกระดับเร่งรีบด้วยวิธีการต่างๆ ไปสู่ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้รับสารกลุ่มนั้นในลักษณะที่คาดหมายหรือกำหนดเอาไว้ล่วงหน้า (Desire Response)
- การทำงานด้วยทางการสื่อสาร หรือการใช้สื่อต่างๆ ในการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร ประเด็นสำคัญในการพิจารณากลยุทธ์การสื่อสารการตลาด
 - แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด
 - กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด
 - การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
 - ความเข้าใจด้านกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

การศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อสื่อผสมแบบปฏิสัมพันธ์ที่ผ่านเครือข่าย (Online- Interactive Multimedia) เป็นการศึกษาถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อความหมายสร้างความเข้าใจสร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองความต้องการของธุรกิจนั้น ซึ่งเป็นการสื่อสารการตลาดรูปแบบใหม่ หรือ Cyber Marketing หรือ E- Commerce

Cyber Marketing หรือ E- Commerce เป็นแนวคิดใหม่สำหรับนักการสื่อสารการตลาด ซึ่งอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในระบบตลาด เพื่อให้เกิดการคล่องตัวมากยิ่งขึ้น นั่นคือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ และส่งไปยังผู้รับสารอย่างรวดเร็วและถูกต้องเพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองจากผู้รับสาร

Len Veeler (อ้างถึงใน ไอที ปริทัศน์,2542) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบุคใหม่ (Cyber Marketing) ไว้ดังนี้ “ Cyber Marketing is using the power off online networks, computer communication, and digital interactive media to reach your objective ” เป็นแนวคิดสำคัญที่นักธุรกิจสามารถใช้ช่องทางเทคโนโลยี สมัยใหม่ในระบบดิจิตอล เช่น CD-ROMS, Internet AND World Wide Web เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้รับสาร (Needs and Wants)

ผู้จัดได้นำแนวคิดการสื่อสารทางการตลาดเพื่อเป็นกรอบการอธิบายเว็บไซต์ และทัศนะเว็บมาสเตอร์ เพื่อที่จะชี้ให้รู้ถึงการนำเสนอสื่อใหม่ นาช่วยส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และในการส่งเสริมปัจจัยบุคคลที่อยากให้ประสบความสำเร็จในการหาคู่

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยเรื่อง ภัยออนไลน์ เด็กไทยเสี่ยง เข้าสู่เดียงสา

โครงการสำรวจโดย องค์กรนานาชาติ ECPAT ผู้ดูแลโครงการ นายอิชาแนล มิเชอร์ เลต ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย บริษัท พราชีนา ผู้ออกแบบและวิเคราะห์แบบสอบถาม กล่าวว่า การสำรวจในประเทศไทยรังนึกดำเนินการระหว่างเดือน ส.ค. - ก.ย.45 มีผู้ตอบแบบสอบถาม 557 ราย จากกลุ่มเด็กอายุ 7-11 ควบ คนหนุ่มสาว อายุ 12-25 ปี จากกลุ่มผู้ปกครองและอาจารย์ โดยส่วนใหญ่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต, อี-เมล, เกม การพูดคุยออนไลน์ หรือคุย (Chat) การส่งภาพผ่านอินเทอร์เน็ต เด็กที่คุยกับเพื่อน 9 ใน 10 คน เดียวกันว่าพบภัย

ผลการสำรวจพบว่า

เด็ก 84% ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นเกม และหนุ่ม-สาว 95% ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อส่งอี-เมล เด็ก 53% และหนุ่ม-สาว 45% ที่เข้าไปในห้องคุยส่วนตัว

เด็ก 50% และหนุ่ม-สาว 55% จะมีคนสนิททางอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่วนใหญ่จะคุยกันเรื่องเพศ เพราะปีกบังชื่อจริงได้ทำให้สามารถพูดคุยได้โดยอิสระ เป็นหนทางเดียวที่สามารถพูดคุยเรื่องต้องห้ามได้

เด็ก 31% และหนุ่ม-สาว 45% ทราบว่าข้อมูลส่วนตัวถูกนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต สิ่งที่น่าตกใจคือ เด็กและหนุ่ม-สาว 92% ที่เคยเข้าห้องคุย (Chat Room) ถูกช่วนให้คุยเรื่องเพศสัมพันธ์ ซึ่งแม้จะทราบว่าเพื่อนทางอินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นคนหลอกลวงได้ แต่เด็กและหนุ่ม-สาว กลับพบว่าเป็นสิ่งน่าตื่นเต้นและไม่แคร์

เด็ก 24% และหนุ่ม-สาว 37% เคยนัดพบกับคนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต
เด็ก 25% และหนุ่ม-สาว 54% ไปคบเดียว แม้จะเป็นการนัดครั้งแรก

นายกาย รองสถานนักสังคมสงเคราะห์ ECPAT กล่าวว่า จากผลการสำรวจพบว่า เทคโนโลยีทำให้ผู้คนเรียนรู้มากขึ้น นอกเหนือจากครอบครัวและในประเทศของตัวเอง และทำให้เกิดความรู้สึกมิตรสัมภาระมากขึ้น มองโลกต่างจากเดิม ค่างจากโลกของความเป็นจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กอยู่ลำพังในโลกอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดความรู้สึกเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น แต่เป็นผู้ใหญ่แบบหลอกๆ เพราะไม่เคยมีประสบการณ์ในการเผชิญกับปัญหาความรู้สึกแบบนี้ทำให้เป็นเหยื่อของบุคคลที่ต้องการล่อหลวงเด็ก หรือพากที่ต้องการมีเซ็กส์กับเด็ก ที่มักเริ่มต้นด้วยความสนใจสนิทสนม พูดคุยกับเด็ก เกิดความรู้สึกไว้วางใจ จนนัดพบกันในที่สุด เป็นกระบวนการล่อหลวงเหมือนที่เกิดขึ้นในโลกความเป็นจริง แค่อินเทอร์เน็ตเป็นอีกร่องทางหนึ่งที่ทำให้เกิดการล่อหลวงได้ เพราะเด็กส่วนใหญ่นักจะออนไลน์ (On-line) ตามลำพัง โดยไม่มีพ่อแม่อยู่ด้วย วิธีป้องกันที่ดีที่สุดคือ ห่อเม่ควรอยู่กับเด็ก มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่มเด็ก

สรุปผลสำรวจพบมหันตภัยออนไลน์ส่งผลกระทบเยาวชนและวัยรุ่นอย่างรุนแรง มนุษย์วิตถาร ได้อาศัยเครื่องมือสื่อสารบุคใหม่ล่อหลอกและหลอกดูดhey์อวัยเด็ก สื่อสารซักนำเปลี่ยนทัศนคติเรื่องเพศ พูดคุยกายาการ กระทั่งคล้าเสียงภัย ในภาวะเตียงต่อภัยที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตนับเป็นภัยร้ายแรงที่สุดคือจากการพูดคุยทางอินเทอร์เน็ต จนนำไปสู่การนัดพบกัน ผลการสำรวจยังพบว่าเยาวชนและวัยรุ่นเกือบทั้งหมดเคยถูกชวน พูดคุยเรื่องเพศสัมพันธ์แบบออนไลน์ (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ อ้างถึงใน www.thaipost.co.th)

6.2 งานวิจัยเรื่อง ความรักบนเน็ต

โครงการสำรวจ การใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงแบซิฟิก ของอินเทล เพนทีเยน ไฟร์ โปรเจสเซอร์ สะท้อนนุ่มนองในการใช้อินเทอร์เน็ตของคนในประเทศไทยแบบเชิงแบซิฟิก ซึ่งประกอบด้วย ช่องคง ได้หัวน้ำ สิงคโปร์ พลิปปินส์ เกาะหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย อินเดีย มาเลเซีย ไทย ด้วยคำถามที่ใกล้ตัวที่สุด คือ เรื่องความรักและการแต่งงาน เมื่อถูกถามว่า “คุณจะแต่งงานกับคนถูกใจที่ได้พบบนเว็บหรือไม่”

ผลการสำรวจพบว่า

ร้อยละ 25 ของหนุ่มไทย และ ร้อยละ 20 ของสาวไทย ตอบว่าจะแต่ง ได้ก็ต่อเมื่อพบหน้ากันก่อน

ร้อยละ 3 ของหนุ่มไทย และ ร้อยละ 2 ของสาวไทย ตอบว่าจะตกลงแต่งงานกับคนถูกใจบนเว็บโดยไม่จำเป็นต้องเจอหน้ากันก่อน

ในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก มีประเทศ寥寥อัลี ที่จะแต่งงานกับคนที่พูนในโลก ไซเบอร์ เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดในภูมิภาค และมาเลเซีย ได้หัวน เป็นกลุ่มที่ยอมรับรักบันเน็ต ส่วนออสเตรเลีย อินเดีย พิลิปปินส์ เป็นชาติที่ยอมรับแนวคิดการแต่งงานกับคนที่พูนบนสื่อออนไลน์อย่างสุด (ข้อมูลจากนิตยสารคลื่นไทย ,2545 : 30)

6.3 งานวิจัยเรื่อง ค่านิยมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่

สำรวจโดย ผศ.ดร อนันต์ชัย คงจันทร์ เพื่อศึกษาแนวคิดและทัศนคติของกลุ่มคนที่อยู่ ในวัย 21-35 ปี เก็บตัวอย่าง 900 ตัวอย่าง ทั้งชายและหญิง ประเด็นที่น่าสนใจคือ ค่านิยมของคนรุ่นใหม่เกี่ยวกับเป้าหมายสูงสุดในชีวิตนอกจากความปรารถนาความสำเร็จ

ผลการสำรวจพบว่า

เพศชาย-หญิง ให้ความสำคัญในชีวิต อันดับที่ 1 เพศชาย ต้องการ ความสุข และเพศ หญิงต้องการมี ครอบครัว เป็นอันดับ 2 เพศชาย-หญิง ต้องการอิสระในการทำงาน และต้องการ ความคุ้มตัวเอง เป็นอันดับ 3

ค่านิยมของครอบครัว คนรุ่นใหม่ ให้การแต่งงานที่ช่วยเติมเต็มชีวิต ให้สมบูรณ์ (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ , กันยายน, 2545)

ผู้จัยได้นำผลงานวิจัยทั้ง 3 เพื่อเป็นกรอบการเขียนถึงความเปลี่ยนแปลงค่านิยมและการยอมรับการมีเพื่อนหรือเพื่อน ผ่านสื่อใหม่ มาเป็นปัจจัยที่จะต้องคำนึงถึงในการวิเคราะห์มนุษย์ เกี่ยวกับการหาคู่ของหญิง-ชาย ในปัจจุบันถึงความเปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาสร้างความคาดหวังและมนุษย์ใหม่ๆ เกี่ยวกับการหาคู่ให้กู้บุคคล ในการหาคู่ในเว็บไซต์ รวมถึง การยอมรับที่จะเดินทางจากเว็บไซต์มาสู่โลกแห่งความจริง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลโดยใช้การศึกษาแบบ

- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)
- การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation)

กรอบระเบียบวิธีวิจัย

ปัญหานำวิจัย	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย
เว็บไซต์ไทยเมท มีภูมิหลัง และลักษณะเป็นอย่างไร	แนวคิดชุมชนสนมือน, แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อ คอมพิวเตอร์ แนวคิดพื้นที่สาธารณะ,แนว คิดเรื่องการสื่อสารการตลาด	การวิเคราะห์เนื้อหา การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก
ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ นี้และความ เห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ การหาคู่ ในเว็บไซต์เป็น อย่างไร	แนวคิดเรื่องการสื่อสารการ ตลาด,แนวคิดการสื่อสารผ่าน สื่อคอมพิวเตอร์,แนวคิดวัฒน ธรรม	การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เนื้อหา
มุมมองเกี่ยวกับการหาคู่ของ หญิง-ชาย ในปัจจุบันเปลี่ยน แปลงไปจากสมัยอดีตอย่าง ไรและเทคโนโลยีอินเทอร์ เน็ตเข้ามาสร้างความคาด หวังและมุมมองใหม่ๆเกี่ย กับการหาคู่ อย่างไร	แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อ คอมพิวเตอร์ แนวคิดวัฒนธรรม งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง	การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การวิเคราะห์เนื้อหา

การหาคู่ในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนมาสู่โลกแห่งความจริงอย่างไร และก่อให้เกิดปรากฏการณ์อย่างไรในความเป็นจริง	แนวคิดชุมชนเดิมอ่อนแนวคิดพื้นที่สาธารณะแนวคิดวัฒนธรรมงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง	การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การวิเคราะห์เนื้อหา
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------

1. การ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1. เป็นสามาชิกไทยแท้ แต่เป็นกลุ่มที่ยังไม่ได้แต่งงาน และมีการติดต่อกับสามาชิกด้วยกันทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษและอาศัยอยู่ในชุมชน โดยแบ่งออกตามเพศและช่วงอายุ แบ่งเป็น 3 ช่วงอายุ รวม 30 คน คือ

เพศ	อายุ ไม่เกิน 20 ปี	อายุ 21ถึง 40 ปี	อายุ 41 ปี ขึ้นไป	จำนวน
ชาย	5	5	5	15
หญิง	5	5	5	15
รวม	10	10	10	30

ตารางแสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ตาม เพศ และอายุ

คือผู้วิจัยจะสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างย่างมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนในการเลือกสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

1. การกำหนดเลือก “ก้านหาเพื่อน” ตามแบบฟอร์มที่ทางเว็บไซต์กำหนดไว้แล้ว โดยพิจารณาที่ เพศ อายุ และมีรูปภาพ เป็นสำคัญ (คุ้มตัวอย่างแบบฟอร์มเว็บเพจ หน้า 58)
 2. เมื่อ “คลิก” เข้าไปจะปรากฏปุ่มกลุ่มตัวอย่าง บนหน้าเว็บเพจ หน้าละ 5 คน แต่ละกลุ่มอายุจะมีจำนวนหน้าไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจะเลือกคนแรกที่พบ และ print รายละเอียดข้อมูลส่วนตัวของบุคคลนั้นออกมานำเสนอ ข้อมูลนี้จะได้นำไปใช้เคราะห์ประกอบการวิจัย
 3. ผู้วิจัยเข้าไปสัมภาษณ์บุคคลผู้นี้ ซึ่งทำได้ดังเดิม การสัมภาษณ์ การนัดหมายเข้าห้องสนทนาก็จะดำเนินการตามเดิม เช่น การนัดหมายห้องสนทนา หรือการนัดพบออกมาร่วมกัน สัมภาษณ์ข้างนอก
- กลุ่มที่ 2. เป็นสมาชิกไทยเมท แต่เป็นกลุ่มที่แต่งงานกับสมาชิกด้วยกันแล้ว จำนวน 5 คน
 กลุ่มที่ 3. ไม่เป็นสมาชิกไทยเมท แต่มีการแวดวงผ่านห้องคุยของชุมชนไทยเมท จำนวน 5 คน
 กลุ่มที่ 4. สัมภาษณ์เข้าของเว็บไซต์ หรือเว็บมาสเตอร์
 รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ทั้งหมด 41 คน

กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มที่ 1 สมาชิกไทยเมทโดย	กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่แต่งงานในไทยเมท	กลุ่มที่ 3 บุคคลทั่วไปที่ผ่านห้องสนทนา	รวมจำนวน
ชาย	15	2	2	19
หญิง	15	3	3	21
รวม	30	5	5	40

ตารางแสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ตาม สถานะภาพ

แบบฟอร์มการเรียกคุ้มตัวอย่าง (คลิก)



ค้นหาเพื่อน # 1

ค้นหาตาม อายุ เพศ ภูมิลำเนา การศึกษา เรื่องชาติ ศาสนา



ส่งอีเมล

ส่งอีเมลให้เพื่อนสมาชิก

แบบฟอร์มการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

[ผู้ดูแลระบบ] **[SCHEHL]** **[Logout]** **[เมื่อคลิกที่ هنا]**

ป้อนรายละเอียดของเพื่อนสมาชิกที่คุณต้องการจะค้นหา ในแบบฟอร์มนี้

แล้วกดปุ่ม Browse เพื่อแสดงรายละเอียดของสมาชิกแต่ละคน

ไปกระชับบุคลิกของสมาชิกที่ต้องการค้นหา :

เพศชาย

เพศหญิง

ช่วงอายุของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ระหว่าง ถึง ปี

ชนิดของความสัมพันธ์ที่เพื่อนสมาชิกอาจจะได้ :

- ค้นหาทุกประเภท
- เพื่อนคุยกางอيمัลหรือ ICQ ท่านนั้น
- เพื่อนท่านนั้น (กินข้าว ดูหนัง ฟังเพลง ท่องเที่ยว ๆ กัน)
- คนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานคู่ชีวินอนาคต)

ภูมิลำเนาของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ไม่ระบุ

กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

ภาคกลาง

ภาคเหนือ

ภาคอีสาน

ภาคตะวันออก

ภาคใต้

ภาคตะวันออก

เชื้อชาติของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ไม่ระบุ

ไทย

จีน

ญี่ปุ่น

อื่น ๆ

ภาษาของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ไม่ระบุ

ไทย

คริสต์

อิสลาม

อื่น ๆ

เลือกเฉพาะสมาชิกที่มีรูปอ่าย

เหตุผลในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1. เป็นสมาชิกไทยแท้ แต่เป็นกลุ่มที่ยังไม่ได้เด่งงาน และมีการติดต่อกับสมาชิกด้วยกันทั้งภายในหรือภายนอกชุมชนและอาศัยอยู่ในชุมชน จำนวน 30 คน เหตุผล กลุ่มนี้เป็นสมาชิก และมีการติดต่อกับสมาชิกอยู่ตลอดเวลา โดยใช้เทคนิคในการเข้าถึงข้อมูลแบบความถี่ของสมาชิก ในการค้นหาและศึกษาจากทะเบียนประวัติ (Profile)

กลุ่มที่ 2. เป็นสมาชิกไทยแท้ แต่เป็นกลุ่มที่เด่งงานกับสมาชิกด้วยกันแล้ว จำนวน 5 คน เหตุผลจำนวนสมาชิกที่เด่งงานที่ยินยอมเปิดเผยตัวตน ปัจจุบันมี 12 ครู และได้คัดเลือกมา 5 คน เป็นสัดส่วนที่มากพอสมควรในการสัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มที่ 3. ไม่เป็นสมาชิกไทยแท้ แต่มีการแวดวงผ่านห้องคุย (Chat Room) ของชุมชนไทยแท้ จำนวน 5 คน เหตุผลกลุ่มนี้ไม่ค่อยยุ่งเนื้อศึกษา เพราะกลุ่มนี้จะไม่ค่อยเปิดเผยตัวตน เป็นกลุ่มนี้อยู่ในนั้น เป็นการนำข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสมาชิกไทยแท้ การสัมภาษณ์กลุ่มนี้จะใช้วิธีการสัมภาษณ์ผ่านห้องคุย (Chat Room)

เหตุผลที่กำหนดประชากรเพียง 40 คนในการสัมภาษณ์ เพราะผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 35 คน เป็นสมาชิกของไทยแท้ และ 5 คน แวดวงผ่านห้องคุย สามารถจะรู้วัตถุประสงค์และเจตนาของชุมชน สมาชิกจะมีการให้ข้อมูลส่วนตัวที่สามารถเปิดเผยตัวตนได้กับไทยแท้ โดยข้อมูลนี้ความซัดเจนในระดับหนึ่งและทุกคนคือตัวแทนของชุมชน ลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก จะมีดังนี้ 1. สัมภาษณ์ทางอีเมล (E-mail) 2. สัมภาษณ์ทางห้องคุย (Chat Room) 3. สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 4. สัมภาษณ์ตัวต่อตัว

แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

- ค่าตอบแทนของเกี่ยวกับการหาครุ่งของหญิง-ชาย ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีตอย่างไร และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามารส้างความคาดหวังและมุ่งมองใหม่ๆเกี่ยวกับการหาครุ่งอย่างไร

กลุ่มที่ 1 (สมาชิกกลุ่มที่ยังไม่ได้เด่งงาน)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต

- คุณเด่นอินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง เล่นเวลาไหน ส่วนใหญ่เล่นที่ไหน
- ปกติคุณใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำอะไร
- คุณรู้จักเว็บไซต์ (Web Site) นี้จากที่ไหนหรือใครแนะนำ

2. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับเว็บไซต์
4. ทำไม้คุณจึงสนใจเว็บไซต์ (Web site) นี้
5. บุคลากรจะทำให้คุณตัดสินใจเป็นสมาชิกไทยมา
6. คุณประทับใจส่วนไหนของเว็บไซต์นี้
7. เว็บไซต์นี้มีอะไรที่โดดเด่นและแปลกบ้าง

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมทางอินเทอร์เน็ต
8. ก่อนที่คุณจะเป็นสมาชิกไทยมา คุณมีแฟน หรือคนรักมาก่อนหรือไม่ และคุณเคยผิดหวังมาก่อนหรือไม่
9. คุณเคยส่งอีเมลให้คนอื่นแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง ส่งให้พวกเขากี่ครั้ง
10. คุณเคยได้รับอีเมลแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง เข้าสู่ระบบเพื่ออะไร
11. เพื่อนแท้ ออนไลน์ มีจริงหรือไม่
12. คุณประทับใจ พากษาตรงๆ ในหน้าบ้านก่อนที่จะรับ-ส่งอีเมล
13. คุณมีเพื่อนในการตัดสินใจเลือกคบหาหรือไม่คบหาอย่างไร
14. คุณคิดจะคบกับพากษาไปเรื่อยๆ หรือไม่
15. ปัจจุบันคุณคบกับพากษาแล้วกี่คน

4. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการหาคู่และมุมมองทางวัฒนธรรมการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต
16. คุณคิดว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเสริมให้คุณได้มีโอกาสได้มีคู่หรือเปล่า
17. คุณคิดการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้อย่างไร
18. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรม
19. คุณคิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต
20. การหาคู่จำเป็นต้องระบุใหม่ว่า ต้องเป็นที่ไหน
21. ถ้าคนส่วนใหญ่นิยมหาคู่บนอินเทอร์เน็ต วัฒนธรรมชาติประเพณีของไทยจะเป็นอย่างไร
22. คุณรู้ไหมว่าในอดีตนิยมการหาคู่กันที่ไหน
23. การหาคู่ในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร

กลุ่มที่ 2 (สามาชิกกลุ่มที่แต่งงานกับสามาชิกในชุมชน)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต

1. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง เล่นเวลาไหน ส่วนใหญ่เล่นที่ไหน
2. ปกติใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำอะไร
3. คุณรู้จักเว็บไซต์ (Web Site) นี้จากที่ไหนหรือใครแนะนำ

2. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับเว็บไซต์

4. ทำไม่คุณปัจจุบันใช้เว็บไซต์ (Web site) นี้
5. บุลเหตุอะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจเป็นสามาชิกไทยมาย
6. คุณประทับใจส่วนไหนของเว็บไซต์นี้
7. เว็บไซต์นี้มีอะไรที่โคลคเด่นและแยกก้าง

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต

8. ก่อนที่คุณจะเป็นสามาชิกไทยมาย คุณมีแฟน หรือคนรักมาก่อนหรือไม่ และคุณเคยผิดหวังมาก่อน หรือไม่
9. คุณเคยส่งอีเมลให้คนอื่นแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง ส่งให้พากษาเพื่ออะไร
10. คุณเคยได้รับอีเมลแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง เข้าสู่มาเพื่ออะไร
11. คุณคิดว่าเพื่อนแท้ ออนไลน์ มีจริงหรือไม่
12. คุณประทับใจ พากษาตรงจุดไหนบ้าง ก่อนที่จะรับ-ส่งอีเมล
13. คุณมีเกณฑ์ในการตัดสินใจ เดือกดูหาหรือไม่คุณหาอย่างไร
14. คุณคิดจะคบกับพากษาไปเรื่อยๆหรือไม่
15. ปัจจุบันคุณคบกับพากษาแล้วกี่คน

4. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการหาคู่และมุมมองทางวัฒนธรรมการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต

16. คุณคิดว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเสริมให้คุณได้มีโอกาสได้มีคู่หรือเปล่า
17. คุณคิดการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้อย่างไร
18. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรมบ้าง
19. คุณคิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต
20. การหาคู่จำเป็นต้องระบุให้แน่ว่า ต้องเป็นที่ไหน
21. ถ้าคนส่วนใหญ่ในหมาคู่บนอินเทอร์เน็ต วัฒนธรรมชาติประเพณีของไทยจะเป็นอย่างไร

22. คุณรู้ไหมว่าในอดีตมีการหาคู่กันที่ไหน
23. การหาคู่ในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร

กลุ่มที่ 3 (กลุ่มผู้แวดวงเวียน ผ่านห้องดูย (Chat Room))

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต

1. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง เล่นเวลาไหน ส่วนใหญ่เล่นที่ไหน
2. ปกติคุณใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำอะไร
3. คุณรู้จักเว็บไซต์ (Web Site) นี้จากที่ไหนหรือใครแนะนำ

2. เพื่อศึกษาทัศนคติกับเว็บไซต์

4. ทำไมคุณจึงสนใจเว็บไซต์ (Web site) นี้
5. บุคลากรอะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจเข้าห้องคุยไทยเมท
6. คุณประทับใจส่วนไหนของเว็บไซต์นี้
7. เว็บไซต์นี้มีอะไรที่โคลคเด่นและแปลกบ้าง

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมห้องทางอินเทอร์เน็ต

8. ก่อนที่คุณจะเป็นสมาชิกไทยเมท คุณมีเพื่อน หรือคนรักมาก่อนหรือไม่ และคุณเคยผิดหวังมาก่อน หรือไม่
9. คุณเคยส่งอีเมลให้คนอื่นแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง ส่งให้พากษาเพื่ออะไร
10. คุณเคยได้รับอีเมลแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง เขารส่งมาเพื่ออะไร
11. คุณคิดว่าเพื่อนแท้ ออนไลน์ มีจริงหรือไม่
12. คุณประทับใจ พากษาตรงจุด ไหนบ้างก่อนที่จะรับ-ส่งอีเมล
13. คุณมีเกณฑ์ในการตัดสินใจ เลือกคนหาหรือไม่คบหาอย่างไร
14. คุณคิดจะคบกับพากษาไปเรื่อยๆหรือไม่
15. ปัจจุบันคุณคบกับพากษาแล้วกี่คน

4. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการหาคู่และมุ่งมองทางวัฒนธรรมการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต

16. คุณคิดว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเสริมให้คุณได้มีโอกาสได้มีคู่หรือเปล่า
17. คุณคิดการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้อย่างไร
18. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรม
19. คิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต
20. การหาคู่จำเป็นต้องระบุให้รู้ว่า ต้องเป็นที่ไหน

21. ถ้าคนส่วนใหญ่ในหมู่บ้านอินเดอร์เน็ต วัฒนธรรมชาติประเพณีของไทยจะเป็นอย่างไร
22. คุณรู้ไหมว่าในอดีตมีการหาคู่กันที่ไหน
23. การหาคู่ในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร

2. คำถานเกี่ยวกับการหาคู่ในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากเว็บไซต์มาสู่โลกแห่งความจริงอย่างไร และก่อให้เกิดปรากฏการณ์อย่างไรในความเป็นจริง

กลุ่มที่ 1 (สามชิกกลุ่มนี้ยังไม่ได้แต่งงาน)

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการนัดพบซึ่งเคลื่อนย้ายจากโลกอินเทอร์เน็ตสู่โลกความจริง
 1. อะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจว่าคนนี้แหละใช่เลย
 2. คุณคิดจะนัดพบกับกับพวกรึเปล่า
 3. คุณจะใช้สถานที่ใดในการนัดพบครั้งแรก
 4. คุณจะพาใครไปด้วยในการนัดเยอครั้งแรก เหตุผลที่คุณคิดจะนัดพบกับพวกรา
2. เพื่อศึกษาความไว้วางใจและการนำไปสู่การเป็นเพื่อนหรือขั้นแต่งงาน
 5. คุณไว้วางใจพวกราเหล่านี้มากน้อยแค่ไหนในการเชอกันครั้งแรก
 6. การเชอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจของรักได้รึเปล่า โดยไม่ขอคำเชอตัว
 7. การเชอกันครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต กับการเชอกันครั้งแรกบนโลกแห่งความจริง แบบไหนจะมีส่วนปรับเปลี่ยนความรู้สึกที่ดีกว่า
 8. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตมีส่วนเติมเต็มอะไรให้กับชีวิตคุณบ้าง
 9. การที่เราสนใจครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต และขอเข้าแต่งงานด้วย คิดว่าเป็นเรื่องแปลกหรือไม่
 10. การเชอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจขอแต่งงานได้รึเปล่า โดยไม่ขอคำเชอตัว
3. เพื่อศึกษาอุปสรรคที่ทำให้การความหาคู่สิ้นสุดลง
 11. อะไรเหตุที่ทำให้การคบหาคันสิ้นสุดลง
 12. เมื่อคู่ที่คบสิ้นสุดลง ได้กับเข้าไปหาคู่ในอินเทอร์เน็ตใหม่รึเปล่า

กลุ่มที่ 2 (สมาชิกกลุ่มที่แต่งงานกับสมาชิกในชุมชน)

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการนัดพบซึ่งเคลื่อนย้ายจากโลกอินเทอร์เน็ตสู่โลก ความจริง

1. ปัจจุบันนี้ยังใช้ชีวิตร่วม กับคู่สมรสบนอินเทอร์เน็ตหรือไม่
2. อะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจว่าคนนี้แหละใช่เลย
3. คุณคิดจะนัดพบกับพวกราหรือไม่
4. คุณจะใช้สถานที่ใดในการนัดพบครั้งแรก
5. คุณจะพาใครไปด้วยในการนัดเจอกรังแรก เหตุผลที่คุณคิดจะนัดพบกับพวกรา

2. เพื่อศึกษาความไว้วางใจและการนำไปสู่การเป็นพื้อนหรือขั้นแต่งงาน
6. คุณไว้ใจพวกราเหล่านี้มากน้อยแค่ไหนในการนัดเจอกรังแรก
7. การเจอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจบอกรักได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอตัว
10. การเจอกันครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต กับการเจอกันครั้งแรกบนโลกแห่งความจริง แบบไหน จะมีส่วนปรับเปลี่ยนความรู้สึกที่ดีกว่า
9. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตนี้ส่วนเต็มเต็มอะไรให้กับชีวิตคุณบ้าง
10. การที่เราสนใจครั้งคนบนอินเทอร์เน็ต และขอเข้าแต่งงานคูเป็นเรื่องแปลกหรือไม่
11. การเจอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจขอแต่งงานได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอตัว

3. เพื่อศึกษาอุปสรรคที่ทำให้การความหาสัมผัสดลลง
12. อะไรเป็นเหตุที่ทำให้การคบหากันสัมผัสดลง
13. เมื่อคุณคบสัมผัสดลง ได้กับเข้าไปหาในอินเทอร์เน็ตใหม่หรือไม่

กลุ่มที่ 3 (กลุ่มผู้เยี่ยมผ่านห้องคุย (Chat Room))

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการนัดพบซึ่งเคลื่อนย้ายจากโลกอินเทอร์เน็ตสู่โลก ความจริง

1. อะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจว่าคนนี้แหละใช่เลย
2. คุณคิดจะนัดพบกับพวกราหรือไม่
3. คุณจะใช้สถานที่ใดในการนัดพบครั้งแรก

4. คุณจะพาไปปีด้วยในการนัดเจอกรังแรก เหตุผลที่คุณคิดจะนัดพบกันกับพากษา
 2. เพื่อศึกษาความไว้วางใจและการนำไปสู่การเป็นเพื่อนหรือขั้นแห่งงาน
5. คุณໄว้ใจพากษาเหล่านี้มากน้อยแค่ไหนในการนัดเจอกรังแรก
6. การเจอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจของรักได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอด้วย
7. การเจอกันครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต กับการเจอกันครั้งแรกบนโลกแห่งความจริง แบบไหน จะมีส่วนปรับเปลี่ยนความรู้สึกที่ตื้กกว่า
8. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตมีส่วนเติมเต็มอะไรให้กับชีวิตคุณบ้าง
9. การที่เราสนใจใครสักคนบนอินเทอร์เน็ต และขอเข้าแ特์จาน คิดว่าเป็นเรื่องแปลกหรือไม่
10. การเจอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจขอแต่งงานได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอด้วย
 3. เพื่อศึกษาอุปสรรคที่ทำให้การความหาสัมผัสดล
11. จะไร้ทำให้การคบกันสิ้นสุดลง
12. เมื่อคุณที่คบสิ้นสุดลง ได้กับเข้าไปหาคู่บนอินเทอร์เน็ตใหม่หรือไม่

3. แนวคิดตามส่วนรับเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับทัศนะของเว็บมาสเตอร์กับเว็บไซต์นี้และความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์เป็นอย่างไร

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจหาคู่บนเว็บไซต์

1. เว็บไซต์นี้เปิดตัวนานนานหรือยัง
2. มีมูลเหตุใดๆ ใจอะไร ที่คิดสร้างเว็บไซต์นี้ขึ้นมา และมองเห็นอะไร
3. เว็บไซต์ไทยเมืองนี้ถูกยังไง โอดเด่นที่ตรงไหน
4. กลุ่มเป้าหมาย ที่คิดไว้ตอนแรก เป็นกลุ่มไหน
5. ทำไม่ถึงคิดว่าต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายนี้แน่
6. ใช้สื่ออะไรในการเปิดตัวเว็บไซต์นี้
7. เว็บไซต์ไทยเมืองนี้ถูกยังไง ใจจริงหรือไม่
8. ได้ผลตอบแทนมากน้อยแค่ไหน
9. ผลตอบแทนหลักมาจากส่วนไหน
10. มีการควบคุมคุณภาพมาตรฐานอย่างไร
11. พากมิจฉาชีพที่เข้ามาสร้างความเดือดร้อนในเว็บไซต์ มีหรือไม่
12. มีวิธีการป้องกันอย่างไร

13. สมาชิกเคยขอความช่วยเหลือหรือไม่
14. ส่วนใหญ่เป็นปัญหาอะไร
15. ข้อมูลส่วนใหญ่ของสมาชิกมีความเป็นจริงมากน้อยแค่ไหน
16. การยอมรับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตของสมาชิกเกิดจากอะไร
17. คิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต

2. เพื่อศึกษาถ้วนองทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับเว็บไซต์หาคู่
18. คุณรู้ไหมว่าในอดีตมีการหาคู่กันที่ไหน
19. คุณคิดว่ากระบวนการเดลิอนชัยจากเว็บไซต์ไทยมีพิษภัยมาก ของสมาชิกเป็นอย่างไร
20. การหาคู่ในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร
21. การสร้างวัฒนธรรมหาคู่บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นอย่างไรในอนาคต
22. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต ถือเป็นวัฒนธรรมใหม่ คิดอย่างไรกับคำนี้
23. ถ้าคนส่วนใหญ่นิยมหาคู่บนอินเทอร์เน็ต วัฒนธรรมชาติประเพณีของไทยจะเป็นอย่างไร
24. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรมบ้าง
25. คุณคิดว่าสังคมไทยจะยอมรับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตหรือไม่
26. คุณคิดว่าอนาคตของหารหาคู่บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นอย่างไร
27. ปัจจุบันมีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหนกับการตอบรับของสมาชิก
28. ปัจจุบันมีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหนกับการยอมรับของสังคมไทย
29. จำนวนสมาชิกการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตจะเป็นอย่างไรในอนาคต
30. อนาคตของเว็บไซต์หาคู่จะเป็นอย่างไร

2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้จัดได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิ็บไซต์ไทย เมท โดยสมัครเข้าไปเป็นสมาชิก และมุ่งวิเคราะห์ศึกษาไปที่

1. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)
2. ด้านเทคนิค (Technical Elements)
3. ด้านเนื้อหา (Content Elements)

วิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. วิเคราะห์ เว็บไซต์ (Web site)
 - 1.1 วิเคราะห์เว็บเพจ (Web page) ที่มีเทคนิคพิเศษและโดดเด่นที่ปรากฏบนเว็บไซต์ไทย เมท
2. วิเคราะห์ภูมิหลังสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.1 วิเคราะห์เนื้อหาจากทะเบียนประวัติของกลุ่มตัวอย่าง (Profile)

แบบบันทึกข้อมูล

ลำดับ	ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาในเว็บไซต์						
	ชื่อบนเว็บไซต์	ชื่อบนโลกความจริง	อายุ	เพศ	การศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

แบบบันทึกข้อมูล

ลำดับคุณภาพงาน		การเก็บข้อมูลจาก Internet มาสู่liking ความจริง					
		A	B	ขอเบอร์โทรศัพท์	นัดพบกัน	ขอเป็นเพื่อน หรือ แฟ้ม	ขอแต่งงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลจะเกี่ยวโยงกับปัญหาน่าวิจัยเพื่อให้เป็นกรอบในการศึกษา ผู้วิจัย จะนำเสนอเป็นรูปตารางเพื่อจ่ายแก่การศึกษา และเข้าใจ มีการแบ่งอย่างชัดเจน กล่าวโดยสรุปผู้วิจัย จะศึกษาสามชิ้น เว็บไซต์ไทย myth โดยศึกษาจากทะเบียนประวัติ (Profile) และการสัมภาษณ์ผ่านทาง อีเมล (E- MAIL) หรือทางโทรศัพท์ หรือการนัดขอสัมภาษณ์

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

โดยผู้วิจัยจะสมัครเข้าไปเป็นสมาชิกของชุมชน WWW.THAIMATE.COM (เว็บไซต์ไทยเมท) ด้วยการสมัครเป็นสมาชิกทั่วไป และมี Username and Password ในการผ่านเข้า-ออกภายในชุมชนและถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของชาวชุมชน

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สมัครเป็นสมาชิกไทยเมท มาตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2544 และศึกษา รวบรวมข้อมูลอย่างจริงจังตั้งแต่ วันที่ 12 พฤษภาคม 2545 และสิ้นสุดวันที่ 31 กรกฎาคม 2546

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล คือ

1. การสมัครเป็นสมาชิกของไทยเมท
2. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านประชากรศาสตร์ วัฒนธรรมคุณค่า กฎหมาย กฎหมายต่างๆ
3. ศึกษาข้อมูลจากทะเบียนประวัติ บันทึกและพิมพ์ประวัติ พร้อมจัดเก็บ
4. จัดแบ่งกลุ่มสัมภาษณ์
5. ส่งอีเมลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
6. ตรวจเช็คอีเมล บันทึก พร้อมจัดเก็บ เพื่อนำไปวิเคราะห์
7. ขอเบอร์โทรศัพท์ นัดสัมภาษณ์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากแนวทางการศึกษาวิจัยที่ได้กำหนดไว้ในปัญหานำวิจัย 4 ข้อ ที่กล่าวไว้ในบทนำ โดยการพัฒนาจากการสัมภาษณ์ และการศึกษาเนื้อหาจากเว็บไซต์ โดยแสดงผลในการวิจัยในรูป บรรณานาและรูปแบบตารางการสรุปการวิจัย เพื่อที่จะให้การอภิปรายผลการวิจัยเข้าใจง่าย

1. ปัญหานำวิจัยข้อที่ 1. เว็บไซต์ไทยเมท มีภูมิหลังและลักษณะเป็นอย่างไร

Thaimate.com หมายถึง เว็บไซต์ ที่ให้บริการสำหรับคนไทยเท่านั้น เพื่อให้คนไทย สามารถค้นหาเพื่อนหรือคนรัก บนอินเทอร์เน็ต โดยสามารถระบุคุณสมบัติ (Spec.) ของเพื่อน หรือคนรัก ที่ต้องการ

1.1 ภูมิหลังเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

- ประวัติและความหมาย
- เจตนาและวัตถุประสงค์
- เนื้อหา
- พื้นที่

1.2 ลักษณะเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

- Home
- ค้นหาเพื่อน
- ติดต่อเพื่อน
- เรื่องน่าอ่าน
- เพื่อนช่วยเพื่อน
- ทะเบียนรัก
- กระดานความรัก
- การ Login and Logout

1.3 ลักษณะสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

1. การเป็นสมาชิก
2. ประเกทสมาชิก
3. ข้อตกลงการเป็นสมาชิก
4. การสมัครเป็นสมาชิก
5. การแก้ไขข้อมูลสมาชิก
6. การสืบสุกการเป็นสมาชิก

1.4 ลักษณะโอดด์เด่นของเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

1. ค้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)

- 1.1 การส่งอีเมลและการป้อนกลับ (E-mail and Feedback)
- 1.2 ห้องคุย (Chat Room)
- 1.3 การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสาร
 - 1.3.1 การสร้างประวัติการณ์ทางสังคมของสมาชิก
 - 1.3.2 ทะเบียนประวัติ (Profile)
 - 1.3.3 การบริการข้อความสั้น หรือ SMS ผ่านไทยเมท

2. ค้านเทคนิค (Technical Elements)

- 2.1 การค้นหาข้อมูล (Search Engine)
 - 2.1.1 การค้นหาสมาชิก ตามภูมิลำเนา
 - 2.1.2 การค้นหาสมาชิก ตามรูปร่าง
 - 2.1.3 การค้นหาเพื่อนมาใหม่
 - 2.1.4 การค้นหาระบุชื่อ
 - 2.1.5 การจับคู่ให้สมาชิก (Match)

2. ระบบการรักษาความปลอดภัย

- 2.2.1 รายชื่อต้องห้าม (Block list)
- 2.2.2 กำหนดจำนวนเพื่อน

3. ค้านเนื้อหา (Content Elements)

- 3.1 การโฆษณา
- 3.2 การบริการ
- 3.3 ประชากร

1.1 ภูมิหลังเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์สามารถจัดแบ่งส่วนของการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วนคือ

1. ประวัติและความหมาย
2. เอกสารณ์
3. เนื้อหา
4. พื้นที่

1. ประวัติและความหมายเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมท หรือ Thaimate.com ได้เปิดตัวสู่สาธารณะชน เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2542 โดยบริษัท เอ็มเว็บ ประเทศไทย จำกัด (M-WEB) บริษัทเอ็มเว็บ ยังมีเว็บไซต์ในเครือ ที่ดูแลอยู่ 5 เว็บไซต์ คือ

1. MWEB.CO.TH
2. SANOOK.COM
3. QQ.TH.COM
4. THAIMATE.COM
5. TOPSPACE.COM

ทั้ง 5 เว็บไซต์ บริษัทเอ็มเว็บ เป็นผู้ดูแลทั้งหมด รวมทั้งการจัดแบ่งเว็บไซต์ บริษัทเอ็มเว็บ ได้แบ่งประเภท ตามสายงานบริการ ที่ได้ร่วมบริการประชาชน โดยได้แบ่ง ตามหมวด ดังนี้คือ

1. หมวดเนื้อหา
2. หมวดชุมชนออนไลน์

หาเพื่อนรู้ใจ, หาเพื่อนคุย, CHAT, ไดอารี่, เว็บบอร์ด, สนุก!คลับ

3. หมวดบริการ

ໂຄ ໄກริง ໂທນ, สนุก !1900, สารบัญเว็บไทย, สนุกดาน์โหลด, ส่งอีเมล, เล่นเกม, สมัครสมาชิกฟรี

4. หมวดซื้อ-ขายสินค้า

สนุก ช้อปปิ้ง, ประมูล, บ้านและที่ดิน, ตกแต่ง-ก่อสร้าง

5. หมวดพัฒนาเว็บไซต์

ธุรกิจ SME, องค์กรใหญ่-ภาครัฐ

6. หมวดชั่วโมงอินเทอร์เน็ต

M-WEB Unlimited, M-WAB MAX , Sanook Card , Internet KSC

การติดต่อบริษัทอีเมลเว็บ

โทร. 0-2955-0099 ต่อ 7793,7787 อีเมล adinfo@Topspace.com

คุณปัจฉัตย์ อลองกรษ์วรกิจ ตำแหน่งผู้อำนวยการ โทร.029550099 ต่อ 7730

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ไทยมาที่ผู้จัดทำว่าเว็บไซต์ Thimate.com ให้บริการเฉพาะคนไทย มุ่งหวังที่จะให้คนไทยได้เพื่อนได้เพื่อนตามคุณสมบัติ (Spec.) คุณสมบัตินามาถึงลักษณะทางกายภาพของสมาชิกจะแสดงไว้ในทะเบียนประวัติ (Profile) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคุณสมบัติของชาย-หญิง เป็นสิ่งสำคัญขั้นพื้นฐาน ในการเลือกเพื่อนหรือเพื่อนที่ทำให้สมาชิกแสดงออกถึงความต้องการที่จะสร้างการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับสมาชิกฝ่ายหนึ่ง เมื่อสมาชิกได้คุณสมบัติตามที่ต้องการ ขั้นการติดต่อสื่อสารก็จะเกิดขึ้นโดยผ่านทางอีเมลสมาชิกไทยมาที่ความหมายเว็บไซต์ไทยมา

Thimate.com หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการสำหรับคนไทยเท่านั้น เพื่อให้คนไทยสามารถค้นหาเพื่อน หรือคนรักบนอินเทอร์เน็ต โดยสามารถระบุคุณสมบัติ (Spec.) ของเพื่อน หรือคนรัก ที่เราต้องการได้ เช่น ส่วนสูง อายุ รูปร่าง เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา ภูมิลำเนา เป็นต้น เพราะคุณสมบัติพื้นฐานเหล่านี้ เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่ทำให้มุขย์ราคากันได้ บางคนอาจต้องการในสิ่งที่คนเองไม่มี หรือขาดหายไป ในขณะที่บางคน ต้องการใครสักคนที่มีอะไรคล้ายๆ กัน

ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์ Thimate.com ได้นำเสนอคุณสมบัติของเพื่อนสมาชิก เพื่อเพื่อนสมาชิกโดยเฉพาะสามารถติดต่อพูดคุยกัน โดยผ่านทางอีเมล, ICQ,SMS ของสมาชิกเองได้อย่างปลอดภัย บริการนี้ จึงเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยเราเป็นอย่างมาก ช่วยส่งเสริมให้คนไทยรักกันมากขึ้น สามารถแลกเปลี่ยนทัศนะคิดกัน และค้นหาคนรู้ใจได้ง่ายยิ่งขึ้น อันเป็นช่องทางใหม่ของการค้นหา

2. เอกสารนี้เว็บไซต์ไทยมา (Thimate.com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ไทยมาที่ผู้จัดทำว่าเว็บไซต์ Thimate.com พยายามแก้ปัญหาทางสังคมที่เกิดตาม Web board ต่างๆที่บุคคลทั่วไปพยายามที่จะติดต่อกับอีกฝ่ายหนึ่งโดยเขียนฝากร่างไว้ตาม Web board ต่างๆซึ่งอาจจะสมหวังบ้างหรือไม่สมหวังบ้าง สาเหตุจากการที่ขาดข้อมูลที่บ่งบอกถึงความมีตัวตน บ่งบอกถึงคุณสมบัติที่แท้จริง เว็บไซต์ Thimate.com จึงมุ่งที่

จะให้บุคคลทั่วไปเข้ามาร่วมเป็นสมาชิกในฐานข้อมูล และให้สมาชิกกล้าเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงผ่าน Profile โดยสามารถสร้างทะเบียนประวัติให้โดยเด่น มีภาพถ่าย มีภาษา และภาพลักษณ์ลงในทะเบียนประวัติ เพื่อเป็นฐานข้อมูล (Data base) ให้อธิบายคืนหา ซึ่งก็เปิดโอกาสให้กับสมาชิกทุกคน ได้แสดงตนที่แท้จริง ไม่หน้าตา หรือรูปของบุคคลอื่นมาลง ในทะเบียนประวัติ ซึ่งให้เห็นว่าคุณสมบัติของสมาชิกผูกกันกับภาพถ่ายสมาชิก เป็นจุดที่เร่งเร้าให้สมาชิกอย่างสร้างสรรค์ ตั้งแต่พื้นที่เพื่อเป็นเพื่อนหรือแฟนกัน ตามเจตนาณั้นไทยเมท

“เว็บไซต์ไทยเมทมีเจตนาณั้น เพื่อที่จะให้คนไทยรักกันมาก ๆ อย่างให้คุณไทยช่วย กันสร้างสรรค์สังคมให้น่าอยู่ยิ่งขึ้นกว่าเดิม มีการพึงพาอาศัยกัน ช่วยเหลือกันในยามลำบาก ไม่เอา รักเอาเปรียบกันเกินไป อยากให้ทุกคนมีเพื่อนที่ดีอย่างมีปริญญา สามารถแลกเปลี่ยนทักษะกัน ไม่อย่างให้ใครรู้สึกโกรธเดียว ยังคง เพราะมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่ต้องอาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เว็บไซต์นี้จึงเกิดขึ้นมาเพื่อรวบรวมเพื่อนสมาชิกที่มีความจริงใจต่อกัน ศึกษาการเขียน帖 บน Web board ซึ่งหาด้วยตนเองของผู้เขียนไม่ได้เลย ไม่ว่าจะให้ชื่อ หรืออีเมลไว้ก็ตาม”
 (เจตนาณั้น เว็บไซต์ไทยเมท, ที่มา : เว็บไซต์ไทยเมท)

3. เนื้อหาภายในเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ Thaimate.com ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนคือ

เนื้อหาส่วนที่ 1 เป็นการบอกขั้นตอนค่างๆ ที่ควรรู้แก่บุคคลทั่วไป ก่อนที่จะเป็นสมาชิก หรือที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิก รวมทั้งบอกวิธีการค้นหาเพื่อนให้แก่สมาชิก ในการค้นหาเพื่อนสมาชิก ที่ต้องการจะคบหาตามคุณสมบัติหรือรูปร่าง

เนื้อหาส่วนที่ 2 เป็นการบอกให้สมาชิกได้ทราบถึง การใช้อีเมล ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิกด้วยกัน โดยจะเป็นอีเมลส่งผ่าน Thaimate.com เพื่อเชื่อมโยงกับอีเมลสมาชิก เพื่อบอกกัน ความลับของสมาชิก ที่อาจถูก Rubin โภชต์ รายงานบุคคลทั่วไป หรือจากสมาชิกที่มีเจตนาไม่ดี ชุนนี้ อาจถูกกล่าวเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิกในการที่จะเชื่อมต่อ (Connected) กับสมาชิก ด้วยกัน เพื่อขัดบุคคลและสารที่ไม่ต้องการอยู่ไป

การแบ่งเนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท

ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน มีรายละเอียดังนี้ คือ

1. สิ่งที่ควรทำสำหรับสมาชิกที่เพิ่งสมัครเข้ามาใหม่ ตามลำดับคือไปปั้น

1. กรอกข้อมูลส่วนตัว (Profile) เพื่อให้สามารถมีสิทธิในการค้นหาเพื่อน โดยกรอกที่ <http://www.thaimate.com/cgi-bin/tmprofile.pl>
2. ค้นหาสมาชิก โดยเดือกดามเงื่อนไขที่เราต้องการ ได้ที่ <http://www.thaimate.com/cgi-bin/tmbrowse.pl>
3. จับคู่ ตัวเรา กับเพื่อนสมาชิก ว่ามีใครที่จะคุยกับเราได้บ้าง โดยไปที่ <http://www.thaimate.com/cgi-bin/tmmatch.pl>

2. วิธีรับส่งอีเมล ระหว่างเพื่อนสมาชิก

ThaiMate.com ไม่ได้ให้บริการฟรีอีเมล เมื่อ Hotmail, Yahoo ดังนั้น อีเมลของ สมาชิกจะไม่ได้ลงท้ายด้วย ???@thaimate.com

1. คุณจะได้รับอีเมลจากเพื่อนสมาชิกที่อีเมลของคุณเอง (อีเมลที่ใช้สมัครกับ ThaiMate.com) ทุก เวลาเพียงแค่คุณเคยเช็คอีเมลของคุณตามปกติ และรักษา Mailbox ของคุณ ไม่ให้เต็ม
2. คุณไม่สามารถตอบอีเมลหรือส่งอีเมลถึงสมาชิกโดยตรงจาก Hotmail, Yahoomail ฯลฯ ถ้าคุณ จะตอบอีเมลที่สมาชิกส่งมาถึงคุณ คุณจะต้อง คลิกลิงค์ ที่ระบุในเนื้อเมลว่า "Reply to ??? please goto http://????"
3. อีเมล ของสมาชิกจะถูกปิด คุณไม่สามารถอ้างอิงอีเมลของเพื่อนด้วย friendlogin@thaimate.com เช่น เพื่อนคุณชื่อ bkk80 คุณไม่สามารถส่งเมลไปถึงเขาด้วย bkk80@thaimate.com คุณจะต้องไปที่ <http://www.thaimate.com/cgi-bin/tmsend.pl> เพื่อส่งอีเมลให้ กับ bkk80

4. พื้นที่เว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ Thaimate.com ได้จัด แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คือ **Visitor area** เปรียบได้กับ พื้นที่สาธารณะ (Public Space) คือให้บุคคลทั่วไปที่จะ เวียนเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ThaiMate.com ได้ตามสบายใจ เช่น คลิกเพื่อศึกษา ThaiMate.com , ทดลองหาเพื่อน, มือใหม่, คลิกคุยๆ แต่งงาน

ส่วนที่ 2 คือ **Member area** เปรียบได้กับ พื้นที่ส่วนตัว (Private Space) เป็นเขตห้ามมิเข้า สำหรับสมาชิกเท่านั้น เพียงแค่มีเจตนาณ์ร่วมกันกับสามารถสมัครเป็นสมาชิกได้โดยไม่มีเงื่อนไข

การเข้าออกสู่ชุมชนจะใช้รหัส ที่ถูกกำหนดไว้โดยบุนนาคเตอร์ชุมชน ชุมชนเรียกว่าการ login และใส่ password เพื่อเป็นรหัสผ่านเข้าชุมชน (Community) พื้นที่ส่วนนี้ เป็นการกำหนดเพื่อให้เกียรติ สมาชิกในชุมชน และใช้ตรวจสอบสมาชิก ควบคุมสมาชิกไม่ให้ละเมิดสมาชิกด้วยกัน

ส่วนบุคคลทั่วไปที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิกสามารถทำได้ โดยไม่ได้จำกัดเพศ หรือเสียงค่าใช้จ่ายแต่อย่างไร เพราะชุมชนต้องการสมาชิกที่มีเจตนาณัฟร่วมกัน และประสงค์อย่าง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน หรือที่เรียกว่า GAY COMMUNITY

รายละเอียดการแบ่งพื้นที่ของเว็บไซต์ไทยเมท

1. Visitor area คือ บริเวณที่ทุกคนสามารถเข้าไปเยี่ยมชมได้ ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกหรือไม่ก็ตาม

ตัวอย่างแบบฟอร์ม

หากคุณยังไม่ได้เป็นสมาชิก เชิญทดลองค้นหาสมาชิก

1. อายุและเพศที่คุณอยากรับสื่อสาร

เพศชาย

เพศหญิง

ช่วงอายุที่คุณคาดหวังจากคู่ของคุณ ระหว่าง ถึง ปี

2. รูปร่างของเพื่อนที่ต้องการ

ไม่ระบุ

ผอม เพรียว

สมส่วน

หุ่นนักกีฬา

เจ้าเนื้อเล็กน้อย

อ้วนอ้วนใหญ่

ตกลง
ตกลง

2. Member area คือ บริเวณที่จะเข้าไปใช้บริการ ได้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น ถ้าหากสมาชิกยังไม่ได้ผ่านการ login เลย ระบบก็จะถามหาชื่อ login และ password จากสมาชิก หลังจากนั้น หากสมาชิกเข้าไปในบริเวณของ Member area อีก ๆ ระบบก็จะไม่ถามหา login / password อีกแล้ว ระบบจะจำได้ว่า ผู้ใช้งานนั้นเป็นใคร สมาชิกสามารถค้นหาเพื่อนหรือแ芬ได้ตามใจสมาชิก

ตัวอย่างบริเวณ “คลิก” กันหาสมาชิก



1.2 ลักษณะเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้จัดพูดว่า ThaiMate.Com ได้แบ่งลักษณะของเว็บไซต์ออกเป็นหมวดๆ ตามลักษณะการให้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 8 หมวด คือ

1. Home
2. ค้นหาเพื่อน
3. ติดต่อเพื่อน
4. เรื่องน่าอ่าน
5. เพื่อนช่วยเพื่อน
6. ทะเบียนรัก
7. กระดานความรัก
8. การ Login and Logout

1. ลักษณะของ Home เว็บไซต์ ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้จัดพูดว่า Home คือ หน้าแรกของเว็บไซต์ หรือหน้าหลักของเว็บไซต์ หน้าหลักนี้สามารถบอกได้ถึงเจตนาและข้อเสนอของเว็บไซต์ในการบริหารและการจัดการ ที่สำคัญที่สุด

1. เพื่อเป็นประตู เปิดผ่านเข้ามุ่งหน้าของสมาชิก และสมาชิกจะมีกุญแจ 2 ดอกสำหรับไข่ผ่านประตูนี้ กุญแจดอกที่หนึ่งเป็น Login Name และกุญแจดอกที่สองเป็น Password Number สมาชิกทุกคนจะสามารถผ่านเข้าสู่มุ่งหน้าได้
2. เพื่อเป็นจุดการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกหรือบุคคลทั่วไป ได้เห็นถึงความสำเร็จของเว็บไซต์ ที่สามารถสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมได้จริง คือมีคู่แ结งงานให้เห็นเป็นรูปธรรม บุคคลทั่วไปสามารถคลิก (Click) เข้าไปเยี่ยมชมคู่แ结งงานพร้อมสามารถทึ่งคำอวยพรได้
3. เพื่อเป็นจุดโฆษณาสินค้าและบริการ การโฆษณาสินค้าและบริการของเว็บไซต์ จะเป็นระดับมาก คือ จะอยู่ด้านบนของเว็บเพจ เท่านั้น ที่อื่นไม่มีและพื้นที่โฆษณาจะไม่มาก จนน่ารำคาญ เป็นภาพเคลื่อนไหว และระบบอัตโนมัติแบบ Multi Media คุณลักษณะเด่นคือ
4. เพื่อเป็นจุดให้ความรู้แก่สมาชิกหรือบุคคลทั่วไปที่ยังไม่เข้าใจในเนื้อหาและวิธีการค้นหาร่วมทั้งการสมัครเป็นสมาชิก ประเภทสมาชิก กฏ ระเบียบ ต่างๆ
5. เพื่อเป็นจุดทดลอง ในการค้นหาแก่บุคคลทั่วไป ก่อนที่จะตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก
6. เพื่อเป็นจุดให้ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ของเว็บไซต์และสมาชิกด้วยกัน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าการสร้างศีสันของหน้าแรก และความเป็นระเบียบค่อนข้างชัดเจน จุดที่ผู้วิจัยให้ความโดดเด่นมาก คือ รูปผู้หญิงที่ปรากฏบนหน้าแรกของเว็บไซต์ สวยงามมาก มีเสน่ห์ให้อย่ากคืนหา

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า หน้าหลักจะมีการเปลี่ยนแปลงทุกปีเพื่อให้เกิดศีสันใหม่ๆ ใน การคืนหา และเพื่อให้การคืนหารวดเร็วขึ้น เพื่อสนองความต้องการของ สมาชิกที่เพิ่มขึ้น

“หน้าหลักเราจะปรับปรุงทุกปี ใจเรอຍากจะเปลี่ยนให้บ่อยกว่านี้ แต่ไม่มีเวลา เพราะต้องคอยตอบ ปัญหาให้สมาชิก ที่มากขึ้นทุกวัน” (สัมภาษณ์ คุณปนัสัย เว็บมาสเตอร์ : 12 มิถุนายน 2546)

2. ลักษณะของการค้นหาเพื่อนเว็บไซต์ ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า ไซต์ได้มีการแบ่งวิธีการค้นหาเพื่อน โดยแบ่งออกเป็น 7 แบบคือ

1. ค้นหาเพื่อน #1 จะเป็นการค้นหาตาม อายุ เพศ ภูมิลำเนา การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา
2. ค้นหาเพื่อน #2 จะเป็นการค้นหาตาม อายุ เพศ ส่วนสูง รูปร่าง
3. ค้นหาเพื่อนออนไลน์ จะเป็นการค้นหาเพื่อน ที่กำลังออนไลน์อยู่ในขณะนั้น
4. ค้นหาตามคำแนะนำตัว จะเป็นการค้นหาเพื่อน ตามคำแนะนำตัวของเขารายละเอียดใน Profile
5. ค้นหาระบุชื่อ จะเป็นการค้นหาเพื่อน โดยกรอกชื่อสมาชิกที่ต้องการ แต่หากจะต้องระบุ Profile Name ของสมาชิกก่อน
6. จับคู่ จะเป็นการจับคู่ของสมาชิกกับเพื่อนสมาชิก ที่มีคุณสมบัติตรงตามต้องการ ที่กรอกไว้บน Profile
7. เพื่อนมาใหม่ จะเป็นการค้นหาเพื่อนสมาชิกที่สมัครเข้ามาใหม่ในวันนั้น

3. ลักษณะของการติดต่อเพื่อนเว็บไซต์ ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์มีการแบ่งวิธีการติดต่อเพื่อน โดยได้แบ่งออกเป็น 9 แบบคือ

1. ส่งอีเมล (E-mail) ส่งอีเมลให้เพื่อนสมาชิก
2. ส่ง ICQ ส่ง ICQ ให้เพื่อนที่ระบุหมายเลข ICQ
3. ประกาศหาเพื่อน เ肄ิ่นประกาศหาเพื่อน เพื่อให้เพื่อนติดต่อกันมา

4. ส่งข้อความ ส่งข้อความให้เพื่อนสมาชิก โดยส่งผ่านทางหน้าเว็บเพจ ถ้าเพื่อนออนไลน์อยู่ เพื่อนจะได้รับข้อความทันที

5. ขอความ รอรับข้อความจากเพื่อนสมาชิก ที่สมาชิกส่งไปหรือสมาชิกค้นหา

6. ข้อความเก่า ดูข้อความเก่าที่สนทนากับเพื่อนสมาชิก

7. รายชื่อเพื่อน รายชื่อเพื่อนที่คุณเก็บชื่อไว้เพื่อติดต่อในภายหลัง

8. รายชื่อต้องห้าม รายชื่อเพื่อนที่เราไม่ต้องการติดต่อด้วย (Block list)

9. ห้องคุย (Chat Room) เข้าไปในห้องคุยเพื่อสนทนากับสมาชิกหรือที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

ในลักษณะของการค้นหาเพื่อนและการติดต่อเพื่อน ผู้ใช้ได้อธิบายไว้ว่าในส่วนของลักษณะโดยเด่นของเว็บไซต์ ซึ่งมาจากการวิเคราะห์เนื้อหาและการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง

4. ลักษณะเรื่องน่าอ่านเว็บไซต์ ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้ใช้พบว่า เว็บไซต์ส่งเสริมสมาชิกที่มีความสามารถในการเขียนเรื่องราวต่างๆที่ประทับใจ หรือเรื่องราวที่เป็นข้อเตือนใจ ที่จะให้สมาชิกได้ปลดปล่อยและแสดงออก เพื่อจะให้เกิดประโยชน์และความรู้แก่สมาชิกด้วยกัน เรื่องน่าอ่านจัดเป็นพื้นที่สาธารณะของสมาชิก

“เรื่องน่าอ่านที่ปรากฏอยู่ที่นี่ ได้รวบรวมมาจากอีเมลที่เพื่อน ๆ สมาชิกส่งต่อ ๆ กันมา อาจจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตของเรา ทางทีมงานขอขอบคุณสมาชิกที่ส่งเรื่องราวดี ๆ มาเล่าสู่กันฟัง หากต้องการแบ่งปันเรื่องน่าอ่านของท่าน สามารถส่งมาได้ที่ webmaster@thaimate.com อย่างไรก็ได้ สมาชิกกรุณาอย่าส่งเรื่องราวนี้มายังลิสทรี หากเราตรวจสอบหรือมีคนแจ้งมา เราจะลบเรื่องราวนั้นออก หรือประกาศชื่อผู้ประพันธ์ของเรื่องนั้น ๆ ตามแต่ความประสงค์ของเจ้าของลิสทรี”
(กฎระเบียบ ของเว็บมาสเตอร์ ที่มาเว็บไซต์ไทยเมท)

ตัวอย่าง เรื่องราวต่างๆที่ปรากฏบนเว็บไซต์

1. กัญแจกับประคุแห่งความรัก
2. เวลาแห่งชีวิต
3. ทำไมไม่มีคนมาจีบ
4. ฉันรักคุณ
5. ผู้ชายเลือกผู้หญิงยังไง
6. ความรักกับรถเมล์

7. เพื่อน
 8. มือของแม่
- ๑๖๗

5. ลักษณะเพื่อนช่วยเพื่อน เว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์มีการแบ่งประเภท ของความช่วยเหลือกันระหว่างสมาชิก จัดแบ่งออกเป็น 13 หมวดดังนี้

1. หมวดโทรศัพท์
2. หมวดปัญหาชีวิต ความรัก
3. หมวดคอมพิวเตอร์
4. หมวดรถยนต์ เครื่องจักรกล
5. หมวดสัตว์เลี้ยง
6. หมวดคนตี
7. หมวดสุขภาพ
8. หมวดกีฬา
9. หมวดการศึกษา
10. หมวดบ้าน ที่อยู่อาศัย
11. หมวดธุรกิจ การลงทุน
12. หมวดกฎหมาย ภาษีอากร
13. หมวดอื่นๆ

เว็บไซต์ไทยเมทเปิดโอกาสให้สมาชิกที่มีความสามารถพิเศษเฉพาะเรื่อง ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่เพื่อนสมาชิกอื่น ๆ โดยต้องไม่ห่วงผลตอบแทนใด ๆ เพื่อเป็นการเติยสละของคนในชุมชน ชุมชนยังมีข้อห้ามหรือข้อปฏิบัติในการช่วยเหลือคือ

ข้อควรปฏิบัติสำหรับสมาชิกอาสาสมัครโครงการเพื่อนช่วยเพื่อน

1. ต้องตอบคำถามทุกคำถาม ไม่ว่าจะตอบร้าหรือเร็ว (ยกเว้นคำถามก่อความ ให้ส่งต่อมาทาง webmaster เพื่อดำเนินการ) คำถามไหนตอบไม่ได้หรือยังไม่ตอบให้แจ้งหน้าความสามารถกีให้ตอบกลับไปว่า ไม่ทราบ ไม่ควรเงียบหายไปเลย ๆ

2. ต้องไม่เรียกร้องอะไรจากสามาชิก แต่สามารถให้คำแนะนำได้ และสามาชิกเป็นผู้ตัดสินใจเอง
 3. สำหรับการสมัครเป็นอาสาสมัคร สามารถทำได้โดยเลือกเข้าไปตามหมวดหมู่ที่ท่านต้องการสมัคร และกรอกรายละเอียดคำแนะนำตัวของอาสาสมัคร ได้แก่ ความสนใจหรือความสามารถพิเศษ คำแนะนำตัว ประสบการณ์ในความสามารถนั้น ๆ ผลงานที่เคยทำมา ฯลฯ อาจจะไม่จำเป็นต้องระบุชื่อสถานบัน หน่วยงาน ก็ได้
- (กฎระเบียบ ของเว็บไซต์ เดอร์ ที่มาเว็บไซต์ไทยเมท)

6. ลักษณะะะเบียนรัก เว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์มีจุดประสงค์ในการสร้างทะเบียนรัก คือ

1. เพื่อให้สามาชิกได้แสดงออกถึงความจริงใจที่มีให้แก่สามาชิกที่เป็นคนรัก คนรู้ใจของเขารึคนที่เขาประทับใจ
2. ทะเบียนนี้จะเก็บข้อมูลที่เปิดเผยแก่สามาชิก Thaimate.com ด้วยกัน สามาชิกทุกคนสามารถเข้ามาค้นหารายชื่อในทะเบียนนี้ได้
3. เพื่อเป็นเกียรติประวัติแก่ Thaimate.com ว่าเป็นเว็บไซต์ที่สามารถทำให้คนรักกันได้จริง ๆ

ตัวอย่าง กดปุ่มคลิกเพื่อเข้าทะเบียนรัก



ประกาศคนรัก เป็นการประกาศชื่อเพื่อนสามาชิกที่เป็นคนรัก คนรู้ใจของคุณ



ค้นหาคนรัก เป็นการค้นหาเพื่อนสามาชิกที่ประกาศว่า คุณคือคนรักของเขามากที่สุด



รายชื่อคนรัก เป็นการค้นหารายชื่อเพื่อนสามาชิกที่ประกาศว่า เป็นคู่รักกัน

ตัวอย่าง การประกาศคนรัก

ผู้ใช้งานนี้คือ [SCHEHL]

[Logout](#) เมื่อเลิกใช้งาน

รักกันเกิดจาก สมาริค 2 คน (เช่น A และ B) ที่ประกาศว่าคนรักของตนเป็นอีกฝ่าย
หนึ่ง (A ประกาศว่าคนรักคือ B และ B ที่ประกาศว่าคนรักคือ A)

เลือกวิธีเรียงลำดับสมาริคที่เป็นคู่รักกัน

- เรียงตามวันที่ประกาศของฝ่ายหญิง (เอาวันที่ล่าสุดขึ้นไป)
- เรียงตามวันที่ประกาศของฝ่ายชาย
- เรียงตามวันที่ประกาศของฝ่ายชาย (เอาวันที่ล่าสุดขึ้นไป)
- เรียงตามชื่อ Login ของฝ่ายชาย (A ไป Z)
- เรียงตามชื่อ Login ของฝ่ายชาย (Z ไป A)
- เรียงตามชื่อ Login ของฝ่ายหญิง (A ไป Z)
- เรียงตามชื่อ Login ของฝ่ายหญิง (Z ไป A)

[Show](#) [Cancel](#)

7. ลักษณะการดำเนินความรักเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์มีกระดานความรัก เพื่อให้สมาริค ที่ไม่ได้รับการค้นหาจากเพื่อน หรือสมาริคที่ปัญหาอย่างให้สมาริคด้วยกันช่วยเหลือ สามารถแสดงเจตนาณณ์ได้บน Web Board กระดานความรักได้รับความนิยมสูงมากพอๆ กับห้อง คุย (Chat Room) เพราะสามารถสร้างพลังปลดปล่อย คลายความทุกข์ ความเหงา ได้ทุกเรื่อง

ตัวอย่าง หน้ากระดานต่างๆ ที่สมาริคฝากไว้ให้อ่านหรือตอบกลับ

กลับหน้าหลัก > < ตั้งเรื่องราวความรักใหม่ หน้า | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |

14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |

37 | 38 | 39 |

- 11492 ผู้อยากรู้เมืองกาญจนบุรี - นายกร - (1) - พฤหัสบดี 27 กุมภาพันธ์ 2546
- 11491 สุภาพบุรุษทาก่านค่า - นางสาวอิงค์ สุขพงษ์สันต์ - (2) - พฤหัสบดี 27 กุมภาพันธ์ 2546
- 11488 อยากรู้เมืองกาญจนบุรี - ศิริ ครับ - (0) - พฤหัสบดี 27 กุมภาพันธ์ 2546
- 11486 ผู้คนนี้ถ้าตั้งแต่เกิดมาซึ้งไม่เคยมีความรัก - อีซึ - (0) - พฤหัสบดี 27 กุมภาพันธ์ 2546
- 11477 อยากรู้เมืองกาญจนบุรี - ท่าน เซี่ยหางนีคัรรัมปุน hotshot - (0) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11475 ภัยใกล้ตัว ที่ต้องระวังไว้.... - เวฟิก - (0) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11474 เตียง - aor - (3) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11473 ขอเล่าหน่อยนะ - c") WINTER - (1) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11472 ผิดไปหมดที่มีใจสองดวง - จิงจิง - (1) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11471 ความรักบนโลกไซเบอร์ - ป้าหนูเหมือน - (9) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11470 ส่งให้เพื่อนแท้ - เพื่อนแท้ส่งให้ - ป้าหนูเหมือน - (6) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546
- 11467 จะสอนครรภ์ เครียดจัง อยากรู้เพื่อนคุยกัน - tonnn - (0) - พุธ 26 กุมภาพันธ์ 2546

8. ลักษณะการ Login and Logout เว็บไซต์ ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์สร้างกุญแจหรือรหัสให้สามารถผ่านเข้า-ออก โดยการเข้า-ออกมีลักษณะดังนี้

8.1 การ Login คือการป้อนชื่อสมาชิกของคุณที่เรียกว่า **Login Name** พร้อมคีย์ **Password Number** และกดปุ่ม submit เพื่อเข้าสู่ชูนชูน ThaiMate.com **Login Name** ได้มาจากกรณีที่เราสมัครเป็นสมาชิก ทางชูนชูนจะให้เรากำหนดเอง ในส่วนของ **Password Number** จะได้จากทางชูนชูนเป็นผู้ออกแบบให้เพื่อเป็นการยืนยันว่าเป็นสมาชิกของชูนชูน และได้ผ่านการสมัครทุกขั้นตอน

ตัวอย่าง แบบฟอร์ม Login

สมาชิก ThaiMate.com เข้าสู่ล็อกอินทางนี้

Login :	<input type="text"/>
Password :	<input type="password"/> <input type="button" value="Login"/>

เมื่อผ่านการล็อกอินเรียบร้อยแล้วทางชุมชนจะแจ้งให้ทราบทันทีว่าสมาชิกท่านได้เข้ามาในชุมชน

ตัวอย่าง สมาชิกที่ผ่านการ Login แล้ว

ผู้ใช้งานนี้คือ [SCHEHL]

Logout เมื่อเลิกใช้งาน

หน้าจอรับข้อความจากสมาชิก ซึ่งจะ Refresh อัตโนมัติ ภายใน [25] วินาที

คำอธิบายเพิ่มเติม: หน้าจอจะตรวจสอบว่ามีสมาชิกผู้อื่นส่งข้อความมาถึงเราหรือไม่ โดยจะตรวจสอบให้ทุกๆ 40 วินาทีสำหรับสมาชิกทั่วไป (ทุกๆ 25 วินาทีสำหรับสมาชิกพิเศษ) ถ้ามีข้อความมาถึงเรา จะมีเครื่องหมายสีเหลืองประพริบ ๆ ข้าง ๆ ชื่อของเรา ให้นำมาส์ปีคลิกเพื่ออ่านข้อความนั้นได้ ถ้าไม่ปรากฏเครื่องหมายสีเหลือง สมาชิกก็สามารถค้นหาสมาชิกตามเจตนาตามที่ต้องการ

ตัวอย่าง ปุ่มต่างๆที่สามารถคลิกเข้าค้นหาสมาชิก



ค้นหาเพื่อน เพื่อนออนไลน์ ส่งข้อความ ข้อความท่า รายชื่อเพื่อน

8.2 การ Logout คือการยกเลิกการใช้งานชั่วคราว เพื่ออกจาก ThaiMate.com หลังจากสิ้นภารกิจ การออกที่สนับสนุนและถูกต้อง ยังควรจะทำการ Logout ทุกครั้ง ถ้าเราไม่ logout และหยุดการใช้งานไปนานเกิน 4 ชั่วโมง จะระบบจะ logout ให้เองอัตโนมัติ แต่ถ้าเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีผู้ใช้งานกว่า 1 คน ยังคง logout ทุกครั้ง เพื่อป้องกันการแอบอ้างใช้ชื่อ samaichik การล็อกอินเข้าสู่ระบบ จำนวนมากต่อ samaichik เมื่อมีการปิดประตูบ้านก่อน ไปทำธุระ การล็อกอินเข้าทำได้ง่ายมากเพียงแค่คุณ นำลูกศรซึ่งไปที่ Logout ที่อยู่ด้านข้างมือถือ ออกจากหน้าจอ

ตัวอย่าง เมื่อคลิก Logout ก็จะปรากฏประโยชน์นี้ขึ้นมา

ผู้ใช้ [SCHEHL] ได้ logout ออกจาก Thai mate เรียบร้อยแล้ว
เมื่อวัน จันทร์ที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2546 เวลา 01:22:40

หากหน้าจอหนึ่ง แสดงข้อความเก่า หรือแสดงเวลาเดิมอยู่ ให้กดปุ่ม Refresh หรือ Reload หนึ่งครั้ง เพื่อทำการ logout เกิดผลจริง ๆ เราสามารถกดปุ่ม OK เพื่อทำการออกจากชั้นเรียนนี้



การเข้า-ออกชั้นเรียนยังนี้ระบบ เป็นการป้องกันปัญหาที่จะเกิดแก่สมาชิกในชั้นเรียนทั้งเป็นการให้สิทธิแก่สมาชิกของชั้นเรียน ได้รับคุณภาพในการเปิด เข้า-ออก เมื่อสมาชิกกดปุ่ม OK ทุกอย่างถือว่าสิ้นสุดและเว็บไซต์จะเข้าสู่หน้าหลักหรือหน้าแรกทันที (HOME)

1.3 ลักษณะสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมทได้แบ่งเนื้อหาสมาชิกตามลักษณะการบริการสมาชิก โดยแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะคือ

1. การเป็นสมาชิก
2. ประเภทสมาชิก
3. ข้อตกลงการเป็นสมาชิก
4. การสมัครเป็นสมาชิก
5. การแก้ไขข้อมูลสมาชิก
6. การถีนสุดการเป็นสมาชิก

1. ลักษณะการเป็นสมาชิกกับเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

1.1 สิทธิประโยชน์ของสมาชิก Thaimate.com

การให้บริการค่างๆ ใน Thaimate.com ที่เป็นพื้นฐาน และยังมีโครงการที่จะขยายบริการต่อไปอีกในอนาคตอันใกล้นี้ ซึ่งเว็บไซต์คงจะไม่หยุดอยู่เพียงเท่านี้ สมาชิกจะภูมิใจในความเป็นสมาชิกของชุมชนไทยเมท พอฯ กับความภาคภูมิใจในความเป็นไทย เพราะบริการของ Thaimate.com นี้จะมอบให้เฉพาะสมาชิก ซึ่งต้องเป็นคนไทย

1.2 ค่าใช้จ่ายในการสมัครสมาชิก Thaimate.com

การสมัครเป็นสมาชิก Thaimate.com ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่สามารถติดต่อเพื่อนได้ (ยกเว้นสมาชิกพิเศษ ที่ต้องการรับบริการพิเศษเพิ่มขึ้น) การสมัครสมาชิกพิเศษ จึงอยู่กับตัวสมาชิกเอง

1.3 รอการตอบรับจาก Thaimate.com ทางอีเมลหลังการสมัครสมาชิกใหม่

Thaimate.com จะตอบรับการเป็นสมาชิกของสมาชิกใหม่ไปทางอีเมล เพื่อบริการ การตอบอ้างนำอีเมลของสมาชิกใหม่ไปใช้ โดยไม่ได้รับอนุญาต ดังนั้น เจ้าของอีเมลเท่านั้นจึงสามารถอ่านอีเมลของคนอื่น แล้วนำรหัสผ่านที่ส่งมากับเมลไปล็อกอิน (Login) เข้าสู่ Thaimate.com ที่ <http://www.thaimate.com/enable.htm>

1.4 การปักปิดตัวตนของสมาชิก ไม่ปิดเผยแพร่ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ฯ ฯลฯ

เนื่องจากความเป็นส่วนตัวของสมาชิกเอง ที่ไม่อยากให้ใครรู้ว่า สมาชิกกำลังหาเพื่อนหรือคนรักอยู่ ดังนั้น Thaimate.com จึงมีหน้าที่ที่จะช่วยเก็บรักษาความลับนี้ไว้อย่างปลอดภัยที่สุด ไม่มีใครรู้ว่า ใครเป็นใคร นอกเสียจากว่า สมาชิกจะให้ปิดเผยแพร่ข้อมูล หรือให้ข้อมูลนี้นำแก่สมาชิกท่านอื่น

1.5 ลักษณะของสมาชิก Thaimate.com

สมาชิกจะได้เพื่อนมากมายหลากหลายอาชีพ เพื่อนที่จะเป็นแหล่งความรู้ ความช่วยเหลือในอนาคต เพื่อนคุยในยามเหงา สำหรับคนที่ต้องการหาคนรัก สมาชิกอาจจะได้พบกับเนื้อคู่ที่เข้ามาเรียนรู้และสนับสนุน ที่เป็นเพื่อนนี้ ก็คือสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ที่ต่างคนต่างต้องทำงานกันอย่างหนีดหนีด จึงทำให้ไม่มีเวลาสำหรับเรื่องอื่น ๆ Thaimate.com จึงเป็นสื่อกลางช่วยให้สมาชิกทั้งคู่พบกันง่ายขึ้น ถูกใจ ถูกスペค (Spec.) ถูกต้องตามกำหนดของคลองธรรม

2. ลักษณะประเภทของสมาชิก Thaimate.com

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ Thaimate.com ได้แบ่งกลุ่มสมาชิกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 สมาชิกพิเศษ ได้แก่ สมาชิกที่ชำระค่าบริการรายปี ปีละ 299 บาท ซึ่งได้รับสิทธิพิเศษ ดังนี้

1. มีสัญลักษณ์พิเศษ ❤️ (หัวใจสีชมพู) และคงอยู่ในหน้าชื่อของสมาชิก เพื่อให้รู้ว่า เป็นสมาชิกพิเศษ
2. ไม่ถูกยกเลิกสมาชิกหรือลบชื่อทิ้งตลอดอายุการเป็นสมาชิก
3. สามารถรับ/ส่งข้อความสั้น (Short message) หรือ SMS ผ่านทางเว็บไซต์ได้อย่างไม่จำกัด
4. สามารถดูรูปที่ 2 (รูปโปรต์) ซึ่งไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นรูปถ่ายของสมาชิกเท่านั้น
5. ได้รับชื่ออีเมล yourlogin@thaimate.com เพื่อใช้ในการติดต่อกับเพื่อนสมาชิก
6. สามารถใช้บันทึกช่วยจำ เป็นสมุดโน๊ตส่วนตัวเพื่อบันทึกข้อมูลเพิ่มเติมของเพื่อน
7. สามารถใช้บริการทุกอย่าง ได้ตามปกติ รวมทั้งบริการใหม่ ๆ ที่จะพัฒนาเพื่อให้บริการในอนาคต

2.2 สมาชิกทั่วไป ได้แก่ สมาชิกที่ไม่ประสงค์จะชำระค่าบริการรายปี ซึ่งจะยังคงได้รับสิทธิ ดังนี้

1. มีสัญลักษณ์ ❤️ (หัวใจสีเทา) และคงอยู่ในหน้าชื่อของสมาชิก เพื่อให้รู้ว่า เป็นสมาชิกทั่วไป
2. ถ้าสมาชิกขาดการติดต่อกับ Thaimate.com นานเกิน 6 เดือน สมาชิกจะได้รับอีเมลแจ้งเตือน และหากยังคงขาดการติดต่อหลังจากได้รับอีเมลแจ้งเตือนเกิน 1 เดือน จะถูกตัดสิทธิออกจาก การเป็นสมาชิก
3. สามารถตอบกลับข้อความสั้น (Short message) ที่ผู้อื่นส่งมาทักท่อนได้
4. สามารถเริ่มต้นส่งข้อความสั้นให้กับสมาชิกพิเศษได้ (หัวใจสีเทาส่งข้อความให้หัวใจสีชมพูได้)
5. ไม่สามารถเริ่มต้นส่งข้อความสั้นให้กับสมาชิกทั่วไป (หัวใจเทาส่งข้อความให้หัวใจเทาไม่ได้)

6. สามารถใช้บริการอื่น ๆ ได้ตามปกติ เช่น ส่งอีเมล , ICQ , เว็บบอร์ด ฯลฯ
7. ขอสงวนสิทธิ์การให้บริการใหม่ ๆ ที่จะพัฒนาเพื่อให้บริการในอนาคต

ตัวอย่าง ประเภทของสมาชิก Thaimate.com

แบ่งกลุ่มสมาชิกออกเป็น 2 กลุ่ม รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

รายการ	มาตรฐาน	มาตรฐาน	มาตรฐาน
- สัญลักษณ์	✓(หัวใจสีชมพู)	✓(หัวใจสีเทา)	
- สมาชิกขาดการติดต่อกับไทยเมทานาน 6 เดือน	ไม่ถูกยกเลิกสมาชิก	ถูกยกเลิกสมาชิก	
- ติดรูปค่ายรูปที่ 1	✓	✓	
- ติดรูป老子 ไรก์ได้ (รูปที่ 2)	✓	-	
- บริการชื่อเมล์ yourlogin@thaimate.com	✓	-	
- บริการส่งข้อความสั้น (Short message)	✓	ส่งได้บางกรณี	
- บันทึกช่วยจำ	✓	-	
- บันทึกรายชื่อเพื่อน	ไม่จำกัด	10 รายชื่อ	
- refresh หน้าจอรับข้อความภายนอก	25 วินาที	40 วินาที	
- บริการอื่น ๆ เช่น ส่ง e-mail, webboard ฯลฯ	✓	✓	
- ค่าบริการ	299 ต่อปี	ฟรี	

3. ลักษณะข้อตกลงระหว่างผู้สมัครกับ ThaiMate.Com

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้จัดพบว่า เว็บไซต์ Thaimate.com ได้วางกฎระเบียบให้สมาชิกรับทราบโดยสามารถแบ่งออกเป็น 7 ข้อดังนี้

1. thaimate.com เป็นบริการสำหรับคนไทยเท่านั้น ซึ่งอาจรวมไปถึงชาวต่างชาติที่มีเชื้อสายไทย หรืออาศัยอยู่ในเมืองไทย ที่สามารถติดต่อสื่อสารกับคนไทยได้ สมาชิกอาจจะอาศัยอยู่แห่งหนึ่งใดในโลกก็ได้ ThaiMate.Com จะเป็นสื่อกลาง ให้สมาชิกได้พบกัน
2. โดยการลงทะเบียนเป็นสมาชิกของ ThaiMate.Com สมาชิกยินยอมที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ของ ThaiMate.Com อย่างเคร่งครัด ThaiMate.Com สามารถยกเว้นเป็นสมาชิกภาพทันที ถ้าหากพบว่า สมาชิกได้แสดงความประพฤติที่ไม่เหมาะสม หรือฝ่าฝืนกฎระเบียบของ ThaiMate.Com โดยไม่มีการแจ้งให้ทราบหรือตักเตือนล่วงหน้า

3. สมาชิก ThaiMate.Com เป็นสิทธิ์ส่วนบุคคล ไม่สามารถโอนสิทธิ์หรือมอบอำนาจให้บุคคลอื่น กระทำการใด ๆ แทนได้

4. สมาชิกจะต้องรับผิดชอบต่อข้อความหรือข้อมูลของสมาชิก ที่เปิดเผยต่อสาธารณะชน หรือส่งให้สมาชิกท่านอื่น ผ่านสื่อบริการของ ThaiMate.com และ ThaiMate.Com ขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบเนื้อหาสาระที่รับส่งระหว่างสมาชิก ความคิดเห็นหรือทรรศนะคติที่แสดงออกโดยสมาชิก เป็นของสมาชิกเท่านั้น ThaiMate.Com ไม่จำเป็นจะต้องเห็นด้วยหรือรับประทานความถูกต้อง

5. สมาชิกจะต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อในสินค้าหรือบริการ ซึ่งนำไปทางที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม หมิ่นประมาท กด่าวร้าย ใช้คำหยาบคาย ข่มขู่ให้โกรธ ลามก อนาจาร ชูเยื่อๆ คุกคาม รังควาน ส่งข้อหมายถูก โซ่แก่สมาชิกท่านอื่น หรือละเมิดสิทธิ์ส่วนบุคคลของคนอื่น

6. สมาชิกจะต้องไม่ให้ข้อมูลส่วนของ Profile ที่เปิดเผยต่อสาธารณะชนในสิ่งต่อไปนี้ ได้แก่ ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เมือง โทรศัพท์ อีเมลแอดเดรส, URL ที่ซึ่งไปยังโฆษณา รูปภาพ หรือรูปถ่ายใด ๆ โดยเฉพาะภาพลามก อนาจาร หรือข่มขู่ทางเพศ

7. ข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก เก็บ ชื่อ-นามสกุล อีเมลแอดเดรส ฯลฯ ThaiMate.Com จะเก็บเป็นความลับ และไม่นำไปเปิดเผยหรือแสวงหาผลประโยชน์ใด ๆ สมาชิกยินยอมที่จะให้ข้อมูลตามความเป็นจริง โดยไม่เรียกร้องค่าเสียหายใด ๆ ในภายหลังจาก ThaiMate.Com

4. ลักษณะการสมัครเป็นสมาชิก ThaiMate.Com

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยมา ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ Thaimate.com ได้มีวิธีการสมัครเป็นสมาชิก มีอยู่ 2 ขั้นตอน คือ

1. สมัครเป็นสมาชิกทั่วไป (สมัครได้ฟรี)
2. สมัครเป็นสมาชิกพิเศษ (เสียค่าบริการปีละ 299 บาท)

4.1 การสมัครเป็นสมาชิกทั่วไป

ขั้นตอนการลงทะเบียนเป็นสมาชิกของ ThaiMate.Com

1. อ่านข้อกำหนดของ ThaiMate.Com อย่างละเอียด
2. กรอกแบบฟอร์มใบสมัคร และรอการอนุมัติทางอีเมลทันที

ตัวอย่าง แบบฟอร์ม

กรอกข้อมูลในแบบฟอร์มตามความเป็นจริงทุกช่อง

<p>Login Name : <input type="text"/></p>	<p>คำอธิบาย : 1. เป็นนามแฝงที่ใช้ติดต่อกัน ThaiMate.Com และระหว่างสมาชิกด้วยกัน 2. ชื่อนี้ จะเปิดเผยต่อสมาชิกท่านอื่น จึงไม่ควรใช้ชื่อจริงหรือ[*] ชื่อเล่น ที่จะทำให้ถูกคาดเดาหรือเข้าใจได้ว่า คุณเป็น[*] ใคร 3. อนุญาตให้ใช้ตัวอักษรอังกฤษและตัวเลขเท่า[*] นั้น ไม่ควรใช้สัญลักษณ์อื่น ห้ามเว้นวรรค</p>
<p>ชื่อจริง-นามสกุลจริง : <input type="text"/></p> <p>อีเมลแอคเคาท์ : <input type="text"/></p> <p>ยืนยันอีเมลอีกครั้ง : <input type="text"/></p>	<p>คำอธิบาย : 1. เป็นข้อมูลที่ ThaiMate.Com จะไม่เปิด[*] เผยต่อสมาชิกท่านอื่น เพื่อนสมาชิกจะติดต่อท่านด้วย[*] นามแฝง (Login Name) เท่านั้น 2. โปรดป้อนอีเมล[*] ของท่าน แล้วระบบจะส่ง Password กลับไปให้คุณ ตามอีเมลของคุณ และเป็นแอคเคาท์ที่คุณจะได้รับอี[*] เมลจากเพื่อนสมาชิก ถ้าหากคุณป้อนอีเมลไม่ถูกต้อง[*] คุณก็จะไม่ได้รับ Password ทางอีเมล 3. เพื่อนสมาชิก[*] ไม่สามารถรู้อีเมลแอคเคาท์ของคุณได้</p>

หลังจากกดปุ่ม Register แล้ว ภายในไม่กี่นาที ระบบจะส่ง Password ไปให้คุณทันที
คุณจะสามารถ Login เข้าสู่ ThaiMate.Com ด้วยรหัสผ่าน (password) ตามที่ระบุอยู่ในอีเมลการลงทะเบียนนี้ถึงจะเสร็จสมบูรณ์

4.2 การสมัครเป็นสมาชิกพิเศษ

หลังจากสมัครเป็นสมาชิกทั่วไปแล้ว สมาชิกทั่วไปที่สนใจอย่างสมัครเป็นสมาชิกพิเศษ ก็สามารถสมัครได้ เพียงแต่สมาชิกพิเศษจะคิดค่าบริการรายปีเพิ่ม 299 บาท (แต่ต้องสมัครสมาชิกทั่วไปก่อน)

วิธีการเงินค่าบริการสมาชิกพิเศษ กรุณาเดือกรวชีดิวิชันนั่งด่อไปนี้

1. ชำระออนไลน์ด้วยบัตรเครดิต

ท่านสามารถใช้บัตรเครดิต VISA CARD, MASTER CARD, JCB ชำระแบบออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลให้ท่านเป็นสมาชิกพิเศษ ในทันทีที่ทำการชำระเสร็จสิ้น

2. ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร

กรณีที่เลือกชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร (ใช้แบบฟอร์มของทางธนาคาร)

สามารถชำระได้ที่ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารเอเชีย, ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารกสิกรไทย ทุกสาขาทั่วประเทศ โดยทำตามขั้นตอนดังนี้

1. ฝากเงินเข้าบัญชีโดยบัญชีหนึ่งที่ระบุข้างล่างนี้

ธนาคารไทยพาณิชย์ เลขที่บัญชี 111-3-01974-0 สาขาสำนักงานใหญ่ ประเภทบัญชีกระแสรายวัน ชื่อบัญชีบริษัทเอ็มเว็บ(ประเทศไทย) จำกัด จำนวนเงินที่ฝาก 299 บาท

ธนาคารเอเชีย เลขที่บัญชี 098-1-01028-3 สาขาพหลโยธิน ซอย 19 ประเภทบัญชีกระแสรายวัน ชื่อบัญชีบริษัทเอ็มเว็บ(ประเทศไทย) จำกัด จำนวนเงินที่ฝาก 299 บาท

ธนาคารกรุงเทพ เลขที่บัญชี 127-3-11895-8 สาขาชัยอารีย์ ประเภทบัญชีกระแสรายวัน ชื่อบัญชีบริษัทเอ็มเว็บ(ประเทศไทย) จำกัด จำนวนเงินที่ฝาก 299 บาท

ธนาคารกสิกรไทย เลขที่บัญชี 099-1-31837-2 สาขาชัยพหลโยธิน ประเภทบัญชีกระแสรายวัน ชื่อบัญชีบริษัทเอ็มเว็บ(ประเทศไทย) จำกัด จำนวนเงินที่ฝาก 299 บาท

2. ให้นำสำเนาใบฝากเงิน แฟกซ์กลับมาที่บริษัท หมายเลขแฟกซ์ 02-9797792 กรุณาระบุ "Thaimate.com : ชื่อ Login ของคุณ" ให้ชัดเจน

3. เมื่อบริษัทได้รับสำเนาจากแฟกซ์ ก็จะโอนท่านจากสมาชิกทั่วไป เป็นสมาชิกพิเศษทันที กรณีเลือกชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร (ด้วยแบบฟอร์มสำเร็จรูป)

สามารถชำระได้ที่ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารกสิกรไทย หรือธนาคารกรุงเทพ

1. ให้กดปุ่มเพื่อแสดงแบบฟอร์ม
2. เมื่อแบบฟอร์มปรากฏ ให้พิมพ์อักษรทางเครื่องพิมพ์
3. นำแบบฟอร์มไปชำระค่าบริการที่ธนาคารตามที่ระบุ
4. ไทยเมทัช โอนเป็นสมาชิกพิเศษให้ประมาณ 2 วันทำการ

ชื่อสมาชิกที่ต้องการเป็นสมาชิกพิเศษ :

(ชื่อ Login นี้จะปรากฏในแบบฟอร์มการชำระเงิน)

3. ชำระผ่านเครื่อง ATM

กรณีเดือดชำระผ่านเครื่อง ATM

ท่านสามารถเดือดชำระได้ที่เครื่อง ATM ของธนาคารไทยพาณิชย์ หรือ ธนาคารกสิกรไทย ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีวิธีการดังนี้

1. เมื่อปรากฏข้อมูลให้นำข้อมูลนั้นไปกดที่เครื่อง ATM
2. ให้นำ Slip ATM แฟกซ์กลับมาที่บริษัท หมายเลขแฟกซ์ 02-9797792 กรุงเทพฯ "Thaimate.com : ชื่อ Login ของคุณ" ให้ชัดเจน
3. เมื่อบริษัทได้รับสำเนาจากแฟกซ์ ก็จะโอนท่านจากสมาชิกทั่วไป เป็นสมาชิกพิเศษทันที

5. ลักษณะการแก้ไขข้อมูลสมาชิก ThaiMate.Com

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ Thaimate.com ได้มีวิธีการให้สมาชิกที่ต้องการเปลี่ยนแปลง แก้ไขข้อมูล ต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 12 ส่วนดังนี้ คือ

1. แก้ไขทะเบียนประวัติ (Profile) คือการบันทึกและแก้ไขข้อมูลส่วนตัวใน Profile ของสมาชิก
2. รูปถ่ายของคุณ คือการติดรูป หรือ เปลี่ยนรูปถ่ายของสมาชิก
3. รูปโปรตอลของคุณ คือการติดรูป หรือ เปลี่ยนรูปโปรตอลของสมาชิก (เป็นรูปภาพที่สมาชิกพิเศษสามารถติดได้ 2 รูป)
4. สมาชิกพิเศษ คือการสมัครเป็นสมาชิกพิเศษ
5. เมล์มือถือ คือการกรอกเบอร์โทรศัพท์มือถือเพื่อให้เพื่อนสมาชิกส่ง SMS ถึง (สมาชิกพิเศษ)
6. ส่งต่ออีเมล คือการขอใช้บริการอีเมล <your_login>@thaimate.com

7. ลืม login / password คือการขอรหัสผ่านในกรณีที่คุณลืม login / password
8. เปลี่ยน password คือสมาชิกต้องการเปลี่ยนรหัสผ่านที่ใช้เข้าสู่ระบบ
9. เปลี่ยนอีเมล คือสมาชิกต้องการเปลี่ยนอีเมลที่ใช้ในการติดต่อกับไทยเมท
10. สมาชิกอัมเวน คือการสมัครสมาชิกพิเศษ โดยใช้สิทธิ์การเป็นสมาชิกในเทอร์เน็ตอัมเวน (ชั่วโมงอินเทอร์เน็ต)
11. Disable คือการขอยกเลิกหรือหยุดพักรการใช้งานชั่วคราว (ต้องหยุดอย่างน้อย 15 วัน)
12. Enable คือการยกกลับมาใช้งานในไทยเมท หลังจากยกเลิกหรือหยุดพักรการใช้งานชั่วคราว

6. ลักษณะการสั่นสุดการเป็นสมาชิก Thaimate.Com

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ Thaimate.com ให้ สมาชิกนักเลิกการเป็นสมาชิก เมื่อไหร่ก็ได้ ใน การสั่นสุดการเป็นสมาชิก การสั่นสุดการเป็น สมาชิกแบ่งออกได้ 2 กรณีคือ

6.1 การสั่นสุดการเป็นสมาชิกถาวร

1. สมาชิกต้องการลาออกจาก การเป็นสมาชิกของ Thaimate.com หรือขาดการติดต่อ

การสั่นสุดการเป็นสมาชิกถาวรใน Thaimate.com ทำได้โดยการขาดการติดต่อกับ Thaimate.com นาน 6 เดือน หรือไม่ Login หรือ ไม่ส่งอีเมลไปให้เพื่อนสมาชิก เป็นเวลานานเกิน 1 ปี หาก Thaimate.com จะพิจารณาลบรายชื่อสมาชิกท่านนั้นออกจากฐานข้อมูลให้เอง และในระหว่างนี้หากท่านไม่ต้องการให้สมาชิกท่านได้ติดต่อกับอีก โดยวิธีใด ๆ ก็ตาม เช่น อีเมล, ICQ หรือ เพจเจอร์ ก็ให้คุณทำการ Disable Account ตัวท่านเอง

2. ไม่ปฏิบัติตามกฎของ thaimate.com

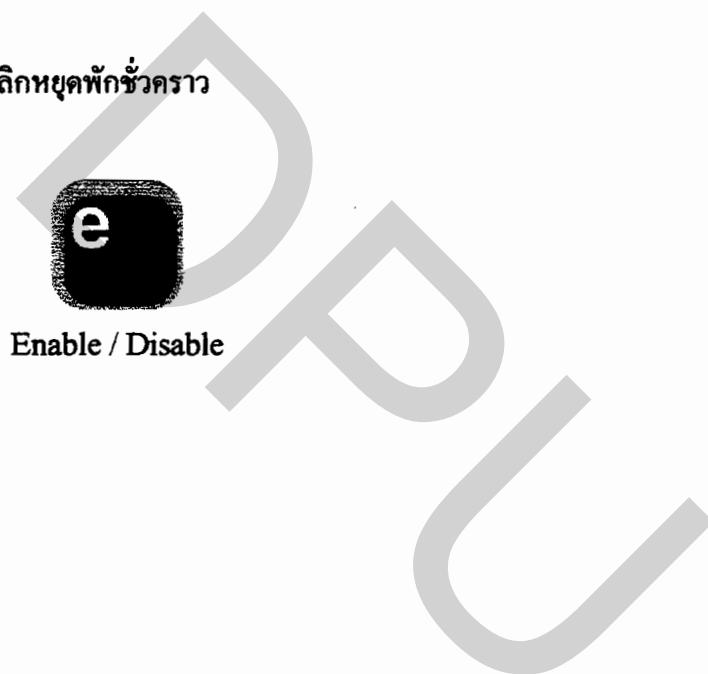
สมาชิกที่ไม่ยอมปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของ ThaiMate.Com ที่กำหนดไว้ หรือได้รับการร้องเรียนจากเพื่อนสมาชิก ทาง ThaiMate.Com สามารถยุติความเป็นสมาชิกภาพ ทันที เมื่อสมาชิกได้แสดงความประพฤติที่ไม่เหมาะสม หรือฝ่าฝืนกฎระเบียบของ ThaiMate.Com โดยไม่มีการแจ้งให้ทราบหรือตักเตือนล่วงหน้า

6.2 การหยุดพักการใช้บริการชั่วคราว

ในการปฏิทีบ้านต้องการพักการใช้งานบริการ Thaimate.com เป็นการชั่วคราว ท่านสามารถสั่ง Disable Account ตัวท่านเอง ซึ่งจะมีผลดังต่อไปนี้

1. ท่านไม่สามารถ Login ได้ จนกว่าท่านจะสั่ง Enable Account อีกครั้ง ด้วยชื่อ Login และ Password ของตัวท่านเอง
2. สมาชิกท่านอื่นไม่สามารถค้นหาท่านพบ ในคำสั่ง "ค้นหาสมาชิก" หรือ "ค้นหาแบบระบุชื่อ"
3. สมาชิกท่านอื่นไม่สามารถส่งอีเมลถึงท่านได้ ถึงแม้ว่า จะรู้นามแฝง (Login) ของท่านก็ตาม

ตัวอย่าง ปุ่มคลิกหยุดพักชั่วคราว



1.4 ลักษณะโดดเด่นของเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีคุณลักษณะที่โดดเด่นอยู่ 3 ด้าน โดยแต่ละด้านจะมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)

- 1.1 การส่งอีเมลและการป้อนกลับ (E-mail and Feedback)
- 1.2 ห้องคุย (Chat Room)
- 1.3 การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสาร
 - 1.3.1 การสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมของสมาชิก
 - 1.3.2 ทะเบียนประวัติ (Profile)
 - 1.3.3 การบริการส่ง SMS (Short Messages Service)

2. ด้านเทคนิค (Technical Elements)

- 2.1 การค้นหาข้อมูล (Search Engine)
 - 2.1.1 การค้นหาสมาชิก ตามภูมิลำเนา
 - 2.1.2 การค้นหาสมาชิก ตามรูปปั้ร่าง
 - 2.1.3 การค้นหาเพื่อนมาใหม่
 - 2.1.4 การค้นหาระบบชื่อ
 - 2.1.5 การจับคู่ให้สมาชิก (Match)
- 2.2 ระบบการรักษาความปลอดภัย
 - 2.2.1 รายชื่อต้องห้าม (Block list)
 - 2.2.2 กำหนดจำนวนเพื่อน

3. ด้านเนื้อหา (Content Elements)

- 3.1 การโฆษณา
- 3.2 การบริการ
- 3.3 ประกาศ

1. ลักษณะโดดเด่นด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Element)

1.1 การส่งอีเมลและการป้อนกลับ (E-mail and Feedback)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีความโดดเด่นของการรับ-ส่ง อีเมล โดยสมาชิกผู้ส่งอีเมลจะส่งอีเมลไปยังสมาชิกผู้รับ จะผ่านระบบของไทยเมท แต่การรับอีเมลของสมาชิกจะรับอีเมลผ่านระบบอีเมลปกติของผู้รับ และซึ่ง

สมาชิกที่ส่งจะแสดงผลผ่านไทยเมท คุณลักษณะนี้เองจึงเป็นที่ยอมรับของสมาชิกที่ไม่ต้องการให้ อีกฝ่ายหนึ่งล่วงรู้อีเมลแอดเดรส คือความสามารถในการปักปิดอีเมลแอดเดรส (E-mail Address) ของผู้ส่ง

จากการสัมภาษณ์พบว่า หนุ่ม-สาวไทยเมท ให้การตื่อสารผ่านอีเมลเป็นชุด โดยเด่น ของเว็บไซต์ นอกจากจะให้ความรวดเร็วและไม่ซับซ้อนในการรับ-ส่งอีเมล เว็บไซต์ซึ่งคุ้มครองผู้ส่ง ที่ไม่เปิดเผยผลลัพธ์ (Mailbox) ส่วนตัวของสมาชิกผู้ส่ง ถ้าสมาชิกที่ชอบหลงคืบว่าเคยส่งอีเมล ให้ใครบ้าง ไทยเมทจะช่วยเตือนความจำ โดยให้สมาชิก สามารถเก็บสำเนาอีเมลไว้ในผลลัพธ์ส่วนตัว

เพียงแค่คลิกเดียว ก็เก็บสำเนาเมลนี้ไว้ในผลลัพธ์ของสมาชิก

“ส่วนโอดเด่นก็การไม่เปิดเผย อีเมล ของเรานี่แหละ” (สัมภาษณ์ SITHI)

“ประทับใจที่ไม่เปิดเผย อีเมล แท๊ๆ” (สัมภาษณ์ NAT)

ลักษณะการส่งอีเมล การส่งเมลโดยผ่านทางเว็บไซต์ของ Thaimate.com เช่น สมาชิก A ส่งข้อความให้ สมาชิก B นั้น Thaimate.com จะคืนในฐานข้อมูลว่า สมาชิก B มีอีเมลแอดเดรส จริง ๆ คืออะไร ตัวอย่างเช่น bbb@hotmail.com จากนั้น Thaimate.com ก็จะส่งข้อความนั้นไปทาง bbb@hotmail.com โดยบอกในเมลว่า สมาชิก A เป็นคนส่งมาให้ ดังนั้น สมาชิก B จะได้รับอีเมลที่ เมลฉบับเดิมของเขาระบุ เขาสามารถเช็คเมลได้ตามปกติ โดยไม่ต้องเข้าเว็บของ Thaimate.com



ส่งอีเมล

ส่งอีเมลให้เพื่อนสมาชิก

1. คลิก ส่งอีเมล
2. ในการส่งอีเมลไปยังสมาชิก ที่สมาชิกค้นหาใน Profile และเกิดสถานะจะแนะนำตัว สมาชิก สามารถ คลิกที่ แผ่นกระดาษที่อยู่ข้างซ้ายของสมาชิก แบบฟอร์มการส่งอีเมลจะปรากฏขึ้น สมาชิก สามารถ เขียน และ บรรยายให้หวานชื่น กดปุ่ม send mail ทุกอย่างจะไปตามใจปรารถนา

แบบฟอร์มการส่งอีเมล หลังจากปฏิบัติตาม ข้อ1 และ 2

ผู้ใช้จะเป็น [SCHEHL] Logout เมื่อเลิกใช้งาน

ถ้าต้องการส่งอีเมลให้กับเพื่อนสมาชิก ให้ป้อนชื่อสมาชิกผู้รับ (To:) ชื่อเรื่อง (Subject:) และข้อความ (Message:) ที่จะส่งลงในแบบฟอร์มข้างล่างนี้ แล้วกดปุ่ม Send Mail เพื่อส่ง อีเมล หรือกดปุ่ม Cancel เพื่อยกเลิก ถ้าหากจำชื่อสมาชิกไม่ได้ให้ทำการค้นหาสมาชิกก่อน

SCHEHL	1389719840
--------	------------

From : SCHEHL
 To : SOMSA (ชื่อสมาชิก Thimate ไม่ใช่อีเมลแอดเดรส)

Subject :

เก็บสำเนาเมลนี้ไว้ในเมลบล็อกของท่าน

Message :

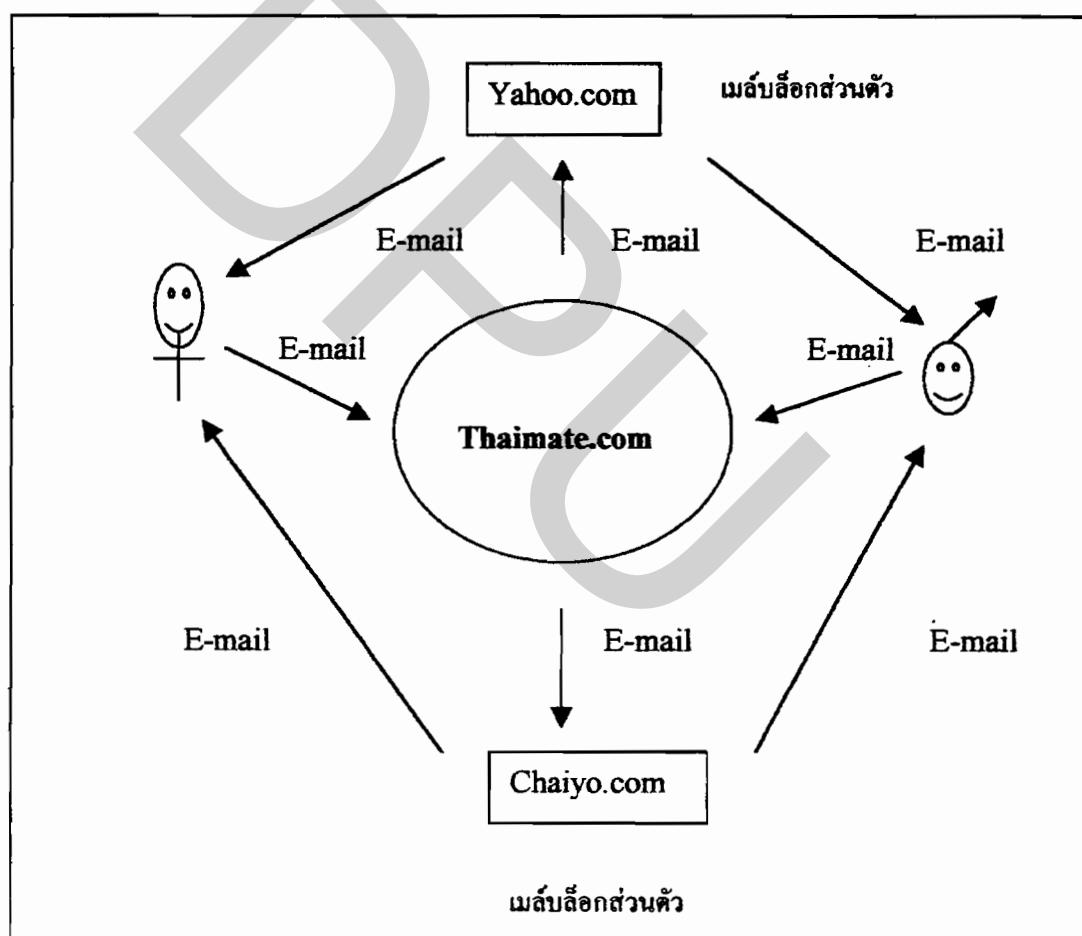
Send Mail	Cancel
-----------	--------

ความท่วงใจจากเว็บมาสเตอร์

กรุณาใช้ข้อความที่สุภาพ ซึ่งไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรม หรือเป็นการกลั่นแกล้ง เพื่อให้เกิดความเสียหาย ต่อบุคคล หรือหน่วยงานใด ผู้ส่งจะต้องรับผิดชอบต่อข้อความของตนซึ่งมีผลตามกฎหมาย

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ไทยมากพบว่า เว็บไซต์ไทยมีรูปแบบการรับและตอบกลับอีเมลที่มีมาตรฐาน ระบบการเชื่อมโยง กับ เว็บไซต์อื่นเพื่อที่จะ ส่งกลับข้อมูลไปยังผู้รับด้วยระบบ “E-mail & Feedback” สามารถแสดงออกทางแบบจำลองได้ดังนี้

Model E-mail & Feedback



สามารถจะส่งอีเมลผ่านไทยเมท และส่วนรับอีเมล สามารถรับจากเมลล็อกของ สมาชิกเอง เมื่อันรับส่งอีเมลทั่วไป ไม่ต้องรับในไทยเมทไม่ต้องเสียเวลาเปิดเมลล็อกหลายที่

1.2 ห้องคุย (Chat Room)

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมทมีห้องคุย (Chat Room) ที่โดยเด่นมีการจัดกลุ่มสมาชิกภายในห้องคุยคือ การแบ่ง สมาชิกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่เป็นสมาชิกไทยเมท สังเกตได้จากสมาชิกที่ชื่ออยู่ในวงเล็บ [...] เช่น [wit]
2. กลุ่มที่ไม่ได้เป็นสมาชิกไทยเมท สังเกตได้จากสมาชิกที่ชื่อไม่มีวงเล็บ เช่น wit

ห้องคุยไทยเมท สามารถคุยกับห้องที่เป็นสมาชิกและที่ไม่เป็นสมาชิก จากเว็บไซต์อื่นๆ ในเครือ M-WEB ทำให้ห้องคุยไม่จำกัดสามารถคุยกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่สมาชิกได้ วิธีการใช้ห้องคุยไทยเมท



Chat room
ห้องคุย

คลิก Chat room

โปรดรอให้หน้าจอ Chat room ปรากฏขึ้น หากออนไลน์แล้วยังไม่ปรากฏขึ้น อาจเกิดจากเน็ตของคุณช้า หรือมีคนเข้าห้อง Chat room จำนวนมาก ให้ลองกดปุ่ม Refresh

สมาชิกที่ชื่ออยู่ในวงเล็บ [...] หมายถึง ชื่อสมาชิกใน ThaiMate.com ห้องไหนกูอก กลั่นแกล้ง gruban เจ้กับทีมงานอาสาสมัครในห้อง chat ที่ตัวหนังสือ สีน้ำเงิน หรือ สีแดง หรือ ติดต่อทีมงาน หมายเลข QQ: 10055 หรือเมลไปที่ chat@thaimate.com ขออภัยภาษาในห้องสนทนาไทยเมท

☺ เขียนแทนคำว่า :-D :)

☺ เขียนแทนคำว่า :-P :p

☺ เขียนแทนคำว่า :-S :S :-s :s

☺ เขียนแทนคำว่า //yes

♥ เขียนแทนคำว่า //love

♀ เขียนแทนคำว่า //girl

❖ เขียนแทนคำว่า //phone

♂ เขียนแทนคำว่า //drink

💤 เขียนแทนคำว่า //sleep

☺ เขียนแทนคำว่า :-D :D

☺ เขียนแทนคำว่า ;-);)

☺ เขียนแทนคำว่า :-|

☺ เขียนแทนคำว่า //no

☺ เขียนแทนคำว่า //unlove

♀ เขียนแทนคำว่า //boy

❖ เขียนแทนคำว่า //mobile

♂ เขียนแทนคำว่า //coffee

💤 เขียนแทนคำว่า //song

☺ เขียนแทนคำว่า :-O :-o

☺ เขียนแทนคำว่า :-(:(

☺ เขียนแทนคำว่า //idea

☺ เขียนแทนคำว่า //gigi

☺ เขียนแทนคำว่า //kiss

☺ เขียนแทนคำว่า //flower

☺ เขียนแทนคำว่า //email

☺ เขียนแทนคำว่า //beer

☺ เขียนแทนคำว่า //star

จากการสัมภาษณ์สามาชิกไทยเมทและสัมภาษณ์ในห้องคุย ชาวชุมชนไทยเมท รีบอน การสนทนามาก ถือว่าการคุยกันสดๆ โดยผ่านແປນດ້ວຍອົກມາ ພິມພໍຂໍຄວາມໄດ້ຕອບກັນທີລະປະໄຍດ້ ຈຶ່ງກີສຸນກສານແລະສະໄໝໄໝແພ້ກາຮັດທາງໂທຣັກພ໌ ກາຮັດຄູ່ຄູ່ຜ່ານດ້ວຍອົກມາ ທໍາໄຫ້ພ່ອນຄລາຍ ຜຶກສານີ ແລະ ໄກສັນຮະການ ແລະອາຮັນພື້ນທີ່ໄດ້ ກີໄໝແພ້ພູດ-ຄູ່ທາງໂທຣັກພ໌ ຄວາມສຸຂ ໄດ້ມາຈາກການ ຈິນດານາກ ຜິນ ແລະຄວາມຮູ້ສຶກເໜືອນນີ້ຕົວດຸ ອູ້ໃກລຳ

“ຂອບທີ່ອງຄູນນາກ ໄນ່ຕ້ອງກັງວັດ ໄນ່ຕ້ອງຄົດນາກ ອຍາກພູດອະໄຮກີ່ພູດໄປ ດຽວໃຈດີ”
(ສັນພາຍລົງ NGIKE)

“ເວລາ ແຫ່ງ ໄດ້ຮະບາຍອອກ ເປັນການຝຶກນິ້ວ້າວີ ສຸນກໄປອົກແບນໜຶ່ງ”
(ສັນພາຍລົງ LOVE_BG)

“ຄນທີ່ແຫ່ງເປັນປະຈຳ ນັກຈະນິຍາແຫ່ງເວັບໄຊຕີເຄີນາ ຂໍ້າ ແກນທີ່ຈະທົດລອງໄປເຂົ້າເວັບໄຊຕີໃໝ່າ”
(ສັນພາຍລົງ ອຸປະປັນສົມ ເວັນມາສເຕອຣ໌ : ວັນທີ 8 ພຸດຍກວາມ 2546)

จากการสังเกตແບບມີສ່ວນເວັບໄຊຕີໄທຍເມທ ຜູ້ວິຊຍັບວ່າ ມີການ
ຮັກຢາຄວາມປິດຕະກິດໄລຍ່ເວັນມາສເຕອຣ໌ ສາມາລິກທີ່ໄດ້ຕົນກຳລັນແກລັ້ງ ສາມາຮັດຕິຕ່ອກລັບ ເຈົ້າໜ້າທ່ານ
ຄຸນທີ່ອງຄູ່ໄດ້ທັນທີ ໂດຍຜ່ານ chat@thaimate.com ແລະຍັງມີກາຍາສັ້ນໆທີ່ທາງໄທຍເມທໃຫ້ບໍລິການແກ່
ສາມາລິກ ທີ່ຈະໃ້ແກນການພູດແບບສັ້ນໆ ໂດຍໃ້ເປັນສັງລັກຍົນໆແກນກີ່ໄດ້

ຄໍາຕືອນແລະ ກາຮັດຄວາມປິດຕະກິດ

ຂໍ້ຄວາມຕ່າງ ຈຶ່ງສັນເວັບໄຊຕີໄທຍເມທ ເຈົ້າອອງຮະບນໄໝຮັບຜິດຮອບຕ່ອງຂໍ້ອຸນດາໄດ້
ທັງສິນ ເພົ່ນໄໝສາມາຮັດຕິຕ່ອກລັບ ໄດ້ວ່າເປັນຄວາມອົງຮຽນໄໝ ຜູ້ອ່ານຈຶ່ງຄວາມໃຫ້ວ່າຈາກພູດແບບ
ການຮັດຕິຕ່ອກລັບ ແລະຄ້າພັນເຫັນຂໍ້ຄວາມໄດ້ທີ່ຂັດຕ່ອກຄູ່ໝາຍແລະຄືລົດຮົມ ກຽມາແຈ້ງທີ່ chat@thaimate.com ເພື່ອ
ໃຫ້ຜູ້ຄວບຄຸນຮະບນທຽບ ເພື່ອຄໍາເນີນການກັບສາມາລິກທ່ານນັ້ນຕ່ອງໄປ

1.3 การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสาร

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์เว็บไซต์ไทยเมท คู่วิชชพน ว่า เว็บไซต์ไทยเมท ประสบความสำเร็จตามเจตนาของผู้ที่ตั้งไว้ ที่อย่างให้สามารถรักกัน ผลที่ได้จากการเป็นสมาชิกไทยเมทในการใช้การสื่อสารแบบผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated Communication) เพื่อการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อน เป็นการเพิ่มความหลากหลายของช่องทางการสื่อสาร (Multi-channel) การที่สมาชิกเข้ามาอยู่ในชุมชน สามารถหาเพื่อนหรือเพื่อน และรักกันอุ่น เช่นเดียวกับในโลกแห่งความเป็นจริง ถือเป็นความสำเร็จของผู้สร้างชุมชน

1.3.1 การสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมของสมาชิก

คู่แต่งงาน



คู่แต่งงานคู่ที่ 1 ออ-นึก



คู่แต่งงานคู่ที่ 2 ปิยุตนี-สนอง



คู่แต่งงานคู่ที่ 3 เพียว-ชัย



คู่แต่งงานคู่ที่ 4 เล็ก-เตี้ยน



คู่แต่งงานคู่ที่ 5 นก-วี



คู่แต่งงานคู่ที่ 6 พร-เล็ก



คู่แต่งงานคู่ที่ 7 ปุย-ชัว



คู่แต่งงานคู่ที่ 8 ยิม-กิม



คู่แต่งงานคู่ที่ 9 นก-ตึ้ง



คู่แต่งงานคู่ที่ 10 นก-ทอง



คู่แต่งงานคู่ที่ 11 นูญ-ปุ่บ



คู่แต่งงานคู่ที่ 12 จุย-อึด

“ก็อย่างที่เห็น สามาชิกเรามีการเด่งงานกันจริง เราเก็บภูมิใจที่ทำให้เขาได้เชอกัน และรักกัน”
 (สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 8 พฤษภาคม 2546)

“หนุ่น-สาวที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาเพื่อน คนเหล่านี้จะหายไปที่พวกเข้าสถานการณ์หาเพื่อน ได้จริงและรู้สึกอบอุ่น เช่นเดียวกับโลกแห่งความเป็นจริง”
 (สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 8 พฤษภาคม 2546)

1.3.2 ทะเบียนประวัติที่มีรูปภาพของสามาชิก

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมท สร้างทะเบียนประวัติที่โดยเด่น ด้วยการสร้างแบบฟอร์มให้สามาชิกได้กรอกข้อมูลส่วนตัว รวมถึง ให้สามาชิกลงรูปภาพส่วนตัวไว้ในทะเบียนประวัติ (Profile)

จากการสัมภาษณ์หนุ่น-สาวไทยเมท พบว่า หนุ่น-สาวไทยเมท ต้องการสร้างตัวตนใหม่ให้หล่อสร้างมากกว่าเดิม ด้วยการใช้บริการร้านถ่ายภาพที่มีเทคนิคให้หล่อขึ้น สายขึ้น ด้วย เทคนิคการแต่งหน้า การใช้สี แสง และเงา หรือแม้แต่การพิมพ์ ทางคอมพิวเตอร์ เพื่อ separat ให้การเปลี่ยนแปลงตัวตนให้สำเร็จ และการเขียนบทความคิดถึงการเจ็บปวดโดยสามาชิกกำหนดเอง ข้อมูล 3 ส่วนที่ทำให้ สามาชิกไทยเมทอยากค้นหา อย่างเป็นเพื่อนหรือเพื่อน ได้แก่

1. ภาพถ่าย
2. ข้อมูลบุคคลิกส่วนตัว
3. ข้อมูลนิสัยส่วนตัว

ทั้ง 3 อย่างเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถทำให้สามาชิกดู เพื่อการศึกษาและค้นหาสามาชิก คุยกัน ก่อนการเคลื่อนย้ายสู่โลกความเป็นจริง

“ชอบมาก ที่ได้ลงรูปตัวเอง” (สัมภาษณ์ PORNTEP)

“ก็ได้ลงรูปภาพ และรายละเอียดที่ค่อนข้างเยอะ” (สัมภาษณ์ ORA111)

“มีเพื่อนเยอะ ก็จากลงรูปนี่แหละ” (สัมภาษณ์ JEABDA)

“ทุกวันนี้หนูได้รับ อيمเลเยอะมากมาก ตั้งแต่หนูลงรูปภาพ” (สัมภาษณ์ BHUNYIKA)

ตัวอย่าง ทะเบียนประวัติ (Profile)

ชื่อสมาชิก : NUPUNG | วันที่ติดการค้นหา : (4) 17/11/02 | Online

ติดต่อ กับ ThaiMate.Com ครั้งสุดท้าย: วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2546

อายุ 20 ปี ต้องการเพื่อนคุยกางอีเมล์หรือ ICQ อาชีวะร่วง - ปี

คำแนะนำตัวโอด NUPUNG :

หัวใจคือเพื่อน ๆ ทุกคน เราอยากรู้เพื่อนของ ถ้าใครอยากรู้เพื่อนกับเรา เราเชื่อว่า เราเป็นคนสามาชิก ไม่เกร็งคอก คุยสนุก อذاค่าเพื่อนคุยกันอยู่และร่าเริง ถ้ารู้ว่าก็จะมาทักทายกันก็ได้นะจะดูบันทึกคำอ่าน

ข้อมูลของ NUPUNG:

ภูมิลำเนา: กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

เชื้อชาติ: ไทย

ศาสนา: 佛教

รูปร่าง: ผอม เพรียว

ส่วนสูง: 165 ซม.

การศึกษา: ปริญญาตรี

อาชีพ: กำลังศึกษาอยู่

การสูบบุหรี่: ไม่สูบ

การดื่มสุรา: ไม่ดื่ม

สถานะภาพการแต่งงาน: ไม่เคยแต่งงาน

ความต้องการบุตร: ไม่มีเด็ก

เพื่อนสนับสนุนที่ NUPUNG ต้องการ:

ภูมิลำเนา: ไม่จำกัด

เชื้อชาติ: ไม่จำกัด

ศาสนา: ไม่จำกัด

รูปร่าง: สมส่วน

ส่วนสูง: ระหว่าง 165 ถึง 185 ซม.

การศึกษา: อนุปริญญา หรือ ป.ว.ส.



บุรุษ NUPUNG

น่ารักขอให้วัด



อาชีพ:	ไม่จำกัด
การสูบบุหรี่:	ไม่จำกัด
การดื่มทุรา:	คุ้มครองห้ามเสียสังคม
สถานะการค่าเดือน:	ไม่ขยายเดือน
ความต้องการมุ่ง:	ไม่จำกัด

ส่วนประกอบของทะเบียนประวัติ (profile)

1. ข้อมูลส่วนตัวสมาชิก
2. การติดต่อกับไทยเมทคริสต์สุดท้าย
3. เพศ อายุ
4. ค่าแนะนำตัว
5. ข้อมูลส่วนตัวสมาชิก
6. รูปภาพ
7. ความต้องการของสมาชิก

จากการสัมภาษณ์เรื่องมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าสมาชิกที่เพิ่มนากขึ้น ปัจจุบันส่วนใหญ่นิยมลงรูปภาพกัน กล้าเปิดเผยตัวตนมากขึ้น ส่วนใหญ่รูปที่นำมาลงจะเป็นรูป สมาชิกจริงๆ อาจจะตกแต่งบ้างก็ธรรมชาติเพื่อความสวยงาม

“รูปภาพสำคัญมาก การตัดสินใจจะแนะนำตัว ก็จะดูรูปกันก่อน ผมว่านะ”
 (สัมภาษณ์ คุณปณัธย์ เรืองมาสเตอร์ : วันที่ 8 พฤษภาคม 2546)

1.3.3 การบริการส่ง SMS ผ่านมือถือสมาชิก โดยใช้รหัสผ่านของระบบไทยเมท (Short Messages Service)

ในการส่ง SMS โดยทั่วไปจะมีบริการอยู่แล้วในระบบโทรศัพท์มือถือ ผู้จะส่ง SMS จะต้องรู้เบอร์หรือหมายเลขโทรศัพท์ของผู้รับทุกครั้ง แต่ในระบบ SMS ไทยเมท สมาชิกที่ไม่ต้องการ เปิดเผยเบอร์โทรศัพท์ ก็สามารถส่งและรับ SMS ได้อย่างมีความสุข (ระบบนี้จะให้บริการเฉพาะ สมาชิกพิเศษ)

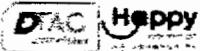
ตัวอย่าง การส่ง SMS (สมมุติ สมาร์ทิกคือ AOMJIT)

รหัสประจำตัวสมาชิก AOMJIT คือ 0666986 (จะปรากฏอยู่บน Profile)



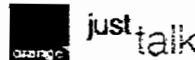
วิธีส่ง SMS ไปหาสมาชิก AOMJIT สำหรับผู้ที่ใช้ระบบ AIS

1. ป้อนหมายเลข 0666986 (เว้นวรรค 1 ครั้ง) ตามด้วยข้อความที่คุณต้องการส่ง
2. ส่ง SMS ไปยังหมายเลข 88844



วิธีส่ง SMS ไปหาสมาชิก AOMJIT สำหรับผู้ที่ใช้ระบบ DTAC/Dprompt

1. ป้อนข้อความในเมล็ดของคุณ
2. ส่ง SMS ไปยังหมายเลข 19888440666986



วิธีส่ง SMS ไปหาสมาชิก AOMJIT สำหรับผู้ที่ใช้ระบบ Orange

1. ป้อนหมายเลข 0666986 (เว้นวรรค 1 ครั้ง) ตามด้วยข้อความที่คุณต้องการส่ง
2. ส่ง SMS ไปยังหมายเลข 88844

เงื่อนไขการให้บริการ

1. เมื่อสมาชิกส่ง (DTAC) ได้รับข้อความ "Your message has been sent." จากระบบ แสดงว่าข้อความของสมาชิกถูกส่งถึงผู้รับแล้ว
2. สมาชิกที่ส่งจะเดี๋ยค่ำบริการครั้งละ 5 บาท
3. ระบบจะไม่แสดงเบอร์โทรศัพท์ของสมาชิกที่ส่ง จะแสดงกี่ต่อเมื่อสมาชิกได้ใช้เบอร์โทรศัพท์เดียว กันที่ให้ไว้ในไทยเมท
4. ระบบจะแสดงเพียงหมายเลขประจำตัว และ/หรือชื่อ Login Name แก่สมาชิกที่รับเท่านั้น

ประโยชน์ของการได้รับ SMS จากเพื่อนสมาชิก

1. ไม่ว่าสมาชิกจะออนไลน์บันเน็ตหรือไม่ก็ตาม เพื่อนสมาชิกก็สามารถติดต่อสมาชิกได้ทุกที่ทุกเวลา
2. สมาชิกที่ป้อนเบอร์มือถือในไทยเมทแล้ว ก็จะไม่มีสมาชิกอื่นทราบเบอร์มือถือของสมาชิก นอกจากสมาชิกจะเปิดเผยเอง
3. สมาชิกที่ได้รับ SMS จะได้รับคะแนนให้คร 3 คะแนน ต่อ 1 SMS และให้ได้ไม่จำกัดจำนวน ครั้งต่อวัน
4. สมาชิกที่นำไปที่ได้รับ SMS จะได้สิทธิ์เป็นสมาชิกพิเศษฟรี 1 วัน สิ้นสุด ณ. เวลา 23.59 น. ของวันนั้น (ไม่มีผลต่อสมาชิกพิเศษเดิม)

ระบบการส่งข้อความ SMS ในไทยเมท พึ่งเริ่มให้บริการเมื่อต้นปี (2546) นี้ ยังคง ความนิยมยังไม่นำนักแต่ เป็นบริการที่ดีและปลอดภัย ที่ทางไทยเมทคิดค้นขึ้นมาให้บริการ

2. ลักษณะโคลคเด่นด้านเทคนิค (Technical Elements)

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์หนุ่มสาวไทยเมท ผู้วัยพบว่าความโคลคเด่นที่นักออกแบบเปลี่ยนประวัติ (Profile) และ ความสามารถในการค้นหาข้อมูล (Search Engine) เป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับสมาชิก ที่ต้องการความรวดเร็วของการค้นหาข้อมูลเพื่อน การสนองตอบของข้อมูลมือสมาชิกต้องการ จะแสดงผลความเป็นอินเทอร์เน็ตให้สมาชิกเห็น องค์ประกอบด้านเทคนิคของเว็บไซต์ไทยเมท ที่มีลักษณะโคลคเด่นที่สุดคือ

2.1 การค้นหาข้อมูล (Search Engine) การค้นหาข้อมูลของเว็บไซต์ไทยเมทมีลักษณะเด่นอยู่ 5 แบบ ได้แก่

2.1.1 การค้นหาสมาชิก ตามภูมิลำเนา



ค้นหาเพื่อน #1

ค้นหาตาม อายุ เพศ ภูมิลำเนา การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา

คลิก ค้นหาเพื่อน #1

แบบฟอร์มการค้นหาตามภูมิลำเนา

ผู้ใช้งานนี้คือ [SCHEHL] [Logout](#) เมื่อเลิกใช้งาน

ป้อนรายละเอียดของเพื่อนสมาชิกที่คุณต้องการจะค้นหา ในแบบฟอร์มด่อไปนี้
แล้วคุณ Browse เพื่อแสดงรายละเอียดของสมาชิกแต่ละคน

โปรดระบุเพศของสมาชิกที่ต้องการค้นหา :

เพศชาย

เพศหญิง

ช่วงอายุของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ระหว่าง ถึง ปี

ชนิดของความสัมพันธ์ที่เพื่อนสนับสนุนสมาชิกอย่างจะได้ :

- คืนหาทุกประภาก
- เพื่อนคุยกางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น
- เพื่อนเท่านั้น (กินข้าว ดูหนัง พิงเพลง ห้องเที่ยว ฯลฯ)
- คนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานด้วยในอนาคต)

ภูมิลำเนาของเพื่อนสนับสนุนสมาชิกที่จะคืนหา :

- | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่เจาะจง | <input type="checkbox"/> กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล | <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก | <input type="checkbox"/> ภาคอีสาน |

เชื้อชาติของเพื่อนสนับสนุนสมาชิกที่จะคืนหา :

- ไม่เจาะจง
- ไทย
- จีน
- ฝรั่ง
- อื่นๆ

ศาสนาของเพื่อนสนับสนุนสมาชิกที่จะคืนหา :

- | | | | | |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่เจาะจง | <input type="checkbox"/> พุทธ | <input type="checkbox"/> คริสต์ | <input type="checkbox"/> อิสลาม | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |
| <input type="checkbox"/> เลือกเฉพาะสนับสนุนสมาชิกที่มีรูปถ่าย | | | | |

Browse

Cancel

การแสดงผล การคืนหาสนับสนุนสมาชิก ตามภูมิลำเนา ค้นพบคือ

(ภาพประกอบหน้า 104)

2.1.2 การค้นหาสมาชิกตามรูปร่าง



ค้นหาเพื่อน #2

ค้นหาตาม อายุ เพศ ส่วนสูง รูปร่าง

คลิก ค้นหาเพื่อน #2

แบบฟอร์มการค้นหาตามรูปร่าง

ผู้ใช้ชื่อที่ต้องการค้นหา [SCHEHL] Logout เมื่อเลิกใช้งาน

ป้อนรายละเอียดของเพื่อนสมาชิกที่คุณต้องการจะค้นหา ในแบบฟอร์มด้านไปนี้
แล้วกดปุ่ม Browse เพื่อแสดงรายละเอียดของสมาชิกแต่ละคน

โปรดระบุเพศของสมาชิกที่ต้องการค้นหา :

เพศชาย

เพศหญิง

ช่วงอายุของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ระหว่าง ถึง ปี

ส่วนสูงของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

ระหว่าง ถึง ซม.

ชนิดของความสัมพันธ์ที่เพื่อนสมาชิกอยากจะได้ :

- ค้นหาทุกประเภท
- เพื่อนคุยกางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น
- เพื่อนเท่านั้น (กินข้าว ดูหนัง พิงเพลง ท่องเที่ยว ฯลฯ)
- คนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานคู่วัยในอนาคต)

รูปร่างของเพื่อนสมาชิกที่จะค้นหา :

- ไม่เจาะจง ผอม เพรียว สมส่วน หุ่นนักกีฬา เจ้าเนื้อเด็กน้อย
 อ้วน ใหญ่

- เลือกเฉพาะสมาชิกที่มีรูปถ่าย



การแสดงผล การค้นหาสมาชิก ตามรูปร่าง คันพบคือ

ลำดับที่ 1

ชื่อเพื่อน : 111653

อายุ : 22

รูปร่าง : ผอม เพรียว

คำทักทาย :

บางครั้ง ความรัก ก็เข้ามาหาเรา เพื่อให้เราเรียนรู้ นิใช่ให้เราครอบครอง...

ไม่ผิด หากจะรักคนนี้เข้าของแค่จะ ผิดหากเข้าไปทำหน้าที่ซ้ำซ้อนคนอีกคน...

หน้าที่ของ ความรัก คือการ เดิน ไปปะบอน ความรัก และยืนเฉยๆ

เพื่อรับมัน นิใช่ การดื่นرنเพื่อให้ได้มาน...

ในหัวง รัก การ ถูกรัก มันสุขใจ การมอบความรักมันอิ่มเอม

และเมื่อ ได้รับการปฏิเสธ มันทرنาน...

>>ความรัก จะเกิดขึ้นเมื่อเกิดการถ่ายเทพลังอันอ่อนโยนของ คนสองคน...

>>ความรัก นิใช่การเข้าไปเป็นรีวิตเขา แต่คือการเข้าไป อญ่าข้างๆ ชีวิตเขา...

ลำดับที่ 2

ชื่อเพื่อน : 3302

อายุ : 24

รูปร่าง : ผอม เพรียว

คำทักทาย :

ยินดีที่จะรู้จักทุก ๆ คนค่ะ มีความจริงใจให้กับทุกคนเสมอค่ะ คุยกันไม่ค่อยเก่งค่ะเลย
อยากมีเพื่อนที่คุยสนุก อารมณ์ดี และจริงใจ มากยิ่งกันได้นะคะ

ลำดับที่ 3

ชื่อเพื่อน : 34-24-36

อายุ : 22

รูปร่าง : ผอม เพรียว

คำทักทาย :

อยากรู้เพื่อน ๆ พี่ๆ ที่คุยปรึกษา คุยกันให้กำลังและเอาใจใส่ ห่วงใยซึ่งกันและกันคะ แต่ระหว่างเราอาจมีความห่างไกลเป็นอุปสรรค หากทุกคนคิดว่าสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่ปัญหาต้องเข้ามาคุยกัน สิค่ะ ยินดีที่จะทำความรู้จักกับทุกๆ คน มิตรภาพ ดีๆ อาจเกิดขึ้นจากจุดเด็กๆ หนึ่งแค่นั้นค่ะ

ลำดับที่ 4

ชื่อเพื่อน : A008

อายุ : 24

รูปร่าง : ผอม เพรียว

คำทักทาย :

ความรักคือความเสียสละห่วงใยใกล้ชิด ให้อภัยซึ่งกันและกัน ให้เกียรติแก่คนที่เรารัก มีความจริงใจให้กัน ไม่แสวงหา ไม่โกหกหลอกลวง ไม่นอกใจกันทั้งบุตรบุญธรรมซึ่งกันและกันและคนที่เรารักสามารถปักป้องเดียงคุเราได้ มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว มองถึงคีดีให้แก่กัน.....ร่วมทุกๆ ร่วมสุข เมื่อว่าจะดำเนินเพียงใดเรา ก็จะอยู่เป็นกำลังใจให้แก่กันและกัน portnnipay@yahoo.com

2.1.3 การค้นหาสมาชิก มาใหม่



เพื่อนใหม่

ค้นหาเพื่อนสมาชิกที่สมัครเข้ามาใหม่

คลิก เพื่อนใหม่

แบบฟอร์มการค้นหาเพื่อนมาใหม่

ผู้ใช้ชื่อคนที่คือ [SCHEHL] Logout เมื่อเลิกใช้งาน

เพื่อนมาใหม่ คือสมาชิกที่เพิ่งสมัครเข้ามาใหม่ โปรดระบุเงื่อนไขของการค้นหาเพื่อนมาใหม่

๑ ไม่จำกัด ชาย หญิง เพื่อนมาใหม่

สำหรับวันนี้

Find New Friends

2.1.4 การค้นหาสมาชิก ระบุชื่อ

ค้นหาระบุชื่อ
ค้นหาโดยกรอกชื่อสมาชิกที่ต้องการ

คลิก **ค้นหาระบุชื่อ**

แบบฟอร์มการค้นหาสมาชิกระบุชื่อ

ผู้ใช้ชื่อคนที่คือ [SCHEHL] Logout เมื่อเลิกใช้งาน

แสดงข้อมูล Profile โปรดระบุชื่อสมาชิกที่ต้องการ และกดปุ่ม Show Profile หรือกดปุ่ม Cancel เพื่อยกเลิก

SCHEHL 1807919840

ชื่อสมาชิก : _____ (ตัวอักษรใหญ่/เล็กมีค่าเท่ากัน)

Show Profile

Cancel

การแสดงผล การค้นหาสมาชิก ระบุชื่อ ค้นพบคือ

(ภาพประกอบหน้า 104)

2.1.5 การจับคู่ให้สมماชิก (Match)



จับคู่

จับคู่คุณกับเพื่อนที่มีคุณสมบัติตรงตามต้องการ

คลิก จับคู่

แบบฟอร์มการค้นหาการจับคู่

ผู้ใช้ขณะนี้คือ [SCHEHL] [Logout](#) เมื่อเดิมใช้งาน

ขณะนี้ ThaiMate กำลังจะจับคู่ให้ท่าน โดยจะทำการคัดเลือกสมาชิก ที่มีคุณสมบัติ ตรงตามที่ท่านต้องการ นำเสนอให้ท่านพิจารณา ถึงที่คุณกำลังค้นหา : คนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะ เด่งงานด้วยในอนาคต)

โปรดเลือกวิธีจับคู่ของ ThaiMate โดยยึดคุณสมบัติในทะเบียนประวัติ (Profile) เป็นเกณฑ์สำคัญ:

- คุณสมบัติของสมาชิก เข้าเกณฑ์ ที่คุณต้องการ (คุณไปปิ้งเค้า)
- คุณสมบัติของคุณ เข้าเกณฑ์ ที่สมาชิกต้องการ (เค้ามาปิ้งคุณ)
- คุณสมบัติของคุณและของสมาชิก เข้าเกณฑ์ ซึ่งกันและกัน (คุณและเค้า ปิ้งปิ้ง กัน)



การแสดงผล การค้นหาสมาชิก ที่จับคู่ (Match) ผลการจับคู่ คือ

ผู้ใช้ขณะนี้คือ [SCHEHL] [Logout](#) เมื่อเดิมใช้งาน

คุณสมบัติของ SCHEHL ตรงกับ คุณสมบัติของ PARI_5 คือสมาชิก เข้าเกณฑ์ ซึ่งกันและกัน (คุณ และเค้า ปิ้งปิ้ง กัน) ได้ผลดังนี้ :-

ผู้สมัคร:

ลำดับการเข้าบุคคล: (1) 1/1

<กดกรองเพื่อความ

PARI_5

ติดต่อ กับ ThaiMate.Com ครั้งสุดท้าย: วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2546

อายุ 28 ปี ต้องการคนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานด้วยในอนาคต) อายุระหว่าง 29 ถึง 35 ปี

คำแนะนำตัวให้ PARI_5 :

คนที่เห็นคนหนึ่ง..นั้นรอ..ใคร..ที่จะเข้าใจ นาเป็นพี่อุปนัช เป็นเพื่อนที่สนับสนุน..ฯ แบ่งปันทุกๆ ประสบการณ์ที่เห็นด้วย ไม่ได้อะภิญญา มองปัญหานี้ที่มีอิทธิพลมาใหม่ มองคนรักเขาเดินเคียงใกล้ ฉันคงได้แค่มอง..อยู่ตรงนี้.. โครงสร้างที่เกิดมาเพื่อผูกพัน โครงที่เกิดมาถูกยักยื่น โครงที่อ่อนน้อมช่วยนา บอกฉันที่..ให้ไว้ที่หัวใจได้ฟังพิงซักที ให้รู้ว่าสักวันฉันจะขอคน ๆ นี้ และโครงที่รอดคนนี้มีจริงไว้ใน..แต่ โครงที่รอดคนนี้เขาอยู่ที่ไหน

ข้อมูลของ PARI_5:

ภูมิลำเนา: ไม่ระบุเมือง

ข้อมูลของ PARI_5

เชื้อชาติ: ไทย

น้ำรักษาให้ดี

ศาสนา: พุทธ

รูปร่าง: ผอม เทรีย

ส่วนสูง: 160 ซม.

การศึกษา: ปริญญาตรี

อาชีพ: รับราชการ

การสูบบุหรี่: ไม่สูบ

การดื่มสุรา: ดื่มบางครั้งหรือเมื่อเข้าสังคม

สถานะภาพการแต่งงาน: ไม่เคยแต่งงาน

ความต้องการบุตร: ต้องการมีบุตร

สถานะของ ICQ: ไม่ระบุหมายเลข ICQ

เพื่อนสมัครที่ PARI_5 ต้องการ:

ภูมิลำเนา: ไม่ระบุจัง

ประเทศ: ไทย

ศาสนา: 佛教

รูปร่าง: สมส่วน, เจ้าหน้อเล็กน้อย

ส่วนตัว: ระหว่าง 160 ถึง 170 ซม.

การศึกษา: ไม่จบชั้นมัธยม

อาชีพ: ไม่มีอาชีพ

การสูบบุหรี่: ไม่สูบ

การดื่มด่ำ: ดื่มน้ำแข็งหรือเมื่อเข้าสักดั่ง

สถานะภาพการแต่งงาน: ไม่เคยแต่งงาน

ความต้องการบุตร: ต้องการมีบุตร

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าการค้นหาข้อมูล (Search Engine) ทั้ง

5 วิธี

1. การค้นหาสมาชิก ตามภูมิลำเนา
2. การค้นหาสมาชิก ตามรูปร่าง
3. การค้นหาสมาชิก มาใหม่
4. การค้นหาสมาชิก ระบุชื่อ
5. การจับคู่ให้สมาชิก (Match)

ช่วยอำนวยความสะดวกให้สมาชิกได้อย่างดี สมาชิกสามารถค้นหาคุณสมบัติตามที่ต้องการ เลือกวิธีการค้นหาได้ตามสะดวกสบาย

“การค้นหาถือว่าเยี่ยมมาก และก็มี Match บุคคลที่คาดหวังได้” (สัมภาษณ์ NAT)

“ค้นหาเพื่อนนี้ใช่เลย พนอยากได้เพื่อนที่อายุใกล้กัน” (สัมภาษณ์ TAWEETHA)

“การค้นหาเพื่อนที่ตรงใจเรา ได้เพื่อนยอดดี” (สัมภาษณ์ BHUYIKA)

2.2 การสร้างระบบการรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.Com)

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเรื่องไซต์ไทยเมท ผู้จัดทำระบุว่า Thaimate.com มีกลไกการป้องกันภัยที่โคลดเด่น 3 แบบคือ

2.2.1 รายชื่อสมาชิก ต้องห้าม (Block List)



รายชื่อต้องห้าม

รายชื่อเพื่อนที่เราไม่ต้องการติดต่อคืน (Block list)

คลิก รายชื่อต้องห้าม

แบบฟอร์มการค้นหา

ผู้ใช้ชื่อแนะนิยม [SCHEHL] [Logout](#) เมื่อเลิกใช้งาน

เมื่อสมาชิกที่อยู่ในรายชื่อนี้ติดต่อคุณ สมาชิกคนนั้นก็จะสามารถส่งข้อความหรืออีเมลฯลฯ ถึงคุณได้ตามปกติ เพียงแต่ว่าคุณจะไม่ได้รับข้อความหรืออีเมลฯลฯ จากสมาชิกคนนั้นเลย

SCHEHL	1615611708
เพิ่มชื่อสมาชิกเข้าไปในรายการ ชื่อสมาชิก : <input type="text"/>	
(ตัวอักษรใหญ่/เล็กมีค่าเท่ากัน) Add	

หน้าจอแสดงรายชื่อของสมาชิกที่คุณไม่ต้องการรับการติดต่อคืน ไม่ว่าจะทางอีเมล
ข้อความสั้น ไอซีคิว

แสดงผลรายชื่อต้องห้าม

รายชื่อต้องห้าม สำหรับ SCHEHL			
ลำดับที่	ชื่อสมาชิกที่ไม่พึงประสงค์	บันทึกช่วยจำ	ลบชื่อออก
(ไม่มีชื่อสมาชิกในรายการ)			

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วัยพับว่า รายชื่อสมาชิกต้องห้ามเป็นการป้องกันตัวได้ดี เมื่อเจอสมาชิกที่ไม่ปกติเข้ามาค่องแวง หรือส่งข้อความนายอย่างๆ ที่ไม่เป็นประโยชน์ สมาชิกสามารถป้องกันตัวได้โดยสามารถใส่ชื่อสมาชิกเหล่านั้น ไม่ให้นำรบกวน

“บางครั้งก็มีสมาชิกมาจีบ แต่ใช้ภาษาไม่สุภาพ หนูก็ บล็อกไว้เลย” (สัมภาษณ์ AKIKOGIRL19)

2.2.2 การกำหนดจำนวนเพื่อนสมาชิก



แก้ไข Profile

บันทึก/แก้ไขข้อมูลส่วนตัวใน Profile ของคุณ

กด แก้ไข Profile

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วัยพับว่า ในกรณีที่สมาชิกที่มีเพื่อนสมาชิกที่คุยกันเป็นประจำอยู่แล้ว หรือมีเพื่อนคุยมากเพียงพอแล้ว ไม่ต้องการพูดคุยกับใครอีก เพราะอาจจะตอบอีเมลจำนวนมากไม่ไหว ดังนั้น เพื่อไม่ให้มีสมาชิกท่านอื่นค้นหาท่านพบ และอีเมลมาหาท่าน จึงให้ท่านเข้าเมนู “แก้ไขข้อมูล Profile” แล้วเลือกตัวเลือก “ไม่เปิดเผยเพิ่มข้อมูลของคุณ” เพื่อนสมาชิกคนอื่นจะค้นหาท่านไม่พบ เป็นการปิดโอกาสการส่งอีเมลมาถึงท่านได้จริง หนึ่ง

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วัยพับว่า สมาชิกที่มีอีเมลที่มากจนล้นเมลบล็อกส่วนตัว ทำให้เกิดปัญหาไม่สามารถตอบ อีเมลที่สำคัญได้ จำเป็นจะต้องการกำหนดจำนวนเพื่อนสมาชิก เป็นการงดชั่วคราว

“เคยมี วันหนึ่งรับอีเมล 40 อีเมล ไม่สามารถตอบได้ทัน ก็ต้องหยุดก่อนบางครั้ง”
(สัมภาษณ์ BHUNYIKA)

“รับอีเมลไม่ไหว ไม่ได้รังเกียจนะ แค่พื้นที่อีเมลหนูมีน้อยไม่มีเวลาตอบ”
(สัมภาษณ์ AKIKOGIRL19)

ลักษณะการปักปิดอีเมลส่วนตัว

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยมาท ผู้วิจัยพบว่า Thaimate.com มีกลไกที่ใช้จัดเก็บและป้องกันข้อมูลลับส่วนบุคคลเป็นอย่างดี เช่น ชื่อ ที่อยู่ อีเมลแอคเคาต์ของสมาชิก เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชน และสามารถร้องขอข้อมูลเหล่านี้จากทาง Thaimate.com ไม่ว่ากรณีใด ๆ ด้วยย่างเช่น การส่งอีเมลให้เพื่อนสมาชิก เพื่อนสมาชิกก็ไม่สามารถถ่วงดึงอีเมลแอคเคาต์ของสมาชิกที่ส่งเป็นโคร แพร้อีเมลก็สามารถถูกส่งไปถึงเมลล์อีกปลายทางของเพื่อนสมาชิกได้ สมาชิกจะได้รับความสะดวกในการรับอีเมลได้ตามปกติ

สมาชิกจะได้รับความคุ้มครองความปลอดภัยขั้นสูงสุด คือ

1. ไม่มีไตรสารถูกใจว่า คุณเป็นโคร ถ้าคุณไม่เปิดเผยข้อมูลของตัวคุณเอง
2. คุณไม่สามารถถูกใจว่า คุณของคุณเป็นโคร ถ้าหากเขายังไม่ไว้ใจคุณ เขาอาจจะไม่บอกคุณ
3. ข้อความสนทนาระหว่างคุณและคุณของคุณ จะเป็นความลับเฉพาะคนสองคน คนอื่นไม่อาจถ่วงดึงได้
4. ข้อมูลเฉพาะของสมาชิก เช่น ชื่อ ที่อยู่ อีเมลแอคเคาต์ วันเกิด จะไม่ถูกเปิดเผยไม่ว่ากรณีใด

3. ลักษณะคุณค่าเนื้อหา (Content Elements)

จากการสังเกตแบบนี้ส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยมาท ผู้วิจัยพบว่า ไทยมาทมีองค์ประกอบด้านเนื้อหาที่โคลคเด่นอยู่ 3 ลักษณะคือ

3.1 ลักษณะการโฆษณาบนเว็บ

จากการสังเกตแบบนี้ส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยมาท ผู้วิจัยพบว่า ไทยมาทมี โฆษณาที่ปรากฏบนเว็บเพื่อยุ่งกับรายการ เช่น ร้านหนังสือ, เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร, ร้านคอกไน, บ้านและที่ดิน, อุปกรณ์และบริการเสริม ร้านค้าส่วนใหญ่จะ Link กับไทยมาท และส่วนใหญ่จะเป็น เว็บในเครือของบริษัท เอ็มเว็บ จะ link กับ Sanook.com

การโฆษณาบนเว็บเพช จะเป็น Banners ads. ที่ใช้พื้นที่น้อยมาก คุ้มครองส่วนตัว จะอยู่ด้านบนของเว็บเพช การโฆษณาจะเปลี่ยนตามเว็บเพช ไม่ซ้ำกัน ภาพที่เกิดขึ้นจะเป็นระบบ Multi Media คุ้มครองส่วนตัวดึงดูดใจได้

3.2 ลักษณะการบริการสมาชิก

จากการสังเกตแบบนี้ส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยมาท ผู้วิจัยพบว่า ไทยมาทมีการบริการสมาชิกโดยเว็บมาสเตอร์ สมาชิกสามารถร้องเรียน ร้องทุกข์ หรือถามปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้งาน

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยมาท ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสมาชิกคือปัญหาการใช้งานด้านต่างๆ ของสมาชิก โดยมีปัญหาหลักๆ คือ

“ปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยๆ မ苟ก็จะตอบผ่านเว็บไปเลย ไม่ต้องรอตอบบ่อยๆ”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 8 พฤษภาคม 2546)

3.2.1 ไม่สามารถ login เข้าไป Thaimate.com ได้

ถ้าหากคุณคิดว่า ชื่อ login และ password ของคุณถูกต้อง แต่ก็ไม่สามารถ login เข้าไปได้ ก็ให้แจ้งมาที่ mailto:webmaster@thaimate.com โดยระบุชื่อ login, password, email ที่ใช้ในการสมัครมาในเมล์ด้วย ทางเราจะดำเนินการให้โดยเร็ว

3.2.2 ไม่สามารถอ่านเมลที่เพื่อนสมาชิกส่งมา

ถ้าคุณไม่สามารถอ่านเมลจากเพื่อนสมาชิกได้ ให้คุณตั้งขอสังเกตดังต่อไปนี้

1. อ่านไม่ได้เฉพาะเมลที่มาจากเพื่อนสมาชิกคนเดิมเสมอหรือเปล่า ถ้าใช่ ปัญหามาจากสมาชิกคนนั้น ไม่เกี่ยวกับคุณ
2. อ่านไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นเมลจากเพื่อนสมาชิก Thaimate.com หรือมาจากบุคคลภายนอก ถ้าเป็น

เข่นนี้ โปรแกรมอ่านผลของคุณ มีปัญหาแน่นอน เข่น เซตฟอนท์ไม่ถูกต้อง หรือเลือก Code Page ไม่ถูกต้อง

3. ลองใช้เว็บ Thaimate.com ส่งผลถึงชื่อสมาชิกตัวคุณเอง เข่น คุณ Login ชื่อ A ก็ให้ส่งผลถึง A แล้วคงอยู่รับเมื่อว่า อ่านได้ปกติหรือไม่ ถ้าปกติด แสดงว่า คุณ ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับผลเลย

3.3 อักษรประ瘴กร (สมาชิก)

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเว็บไซต์ไทยมาฯ ผู้วิจัยพบว่าสมาชิกที่อยู่ในชุมชน มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกวัน สังเกตจากการเข้ามาใหม่ของสมาชิก จากการสำรวจตามกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัย

เริ่มงานวิจัย

สำรวจเมื่อวันที่ 12 พ.ย. 2545 เพศชาย 154,164 คน เพศหญิง 85,781 คน รวม 239,945 คน

สำรวจเมื่อวันที่ 9 พ.ค. 2546 เพศชาย 175,485 คน เพศหญิง 100,085 คน รวม 275,570 คน

สำรวจเมื่อวันที่ 31 ก.ค. 2546 เพศชาย 198,165 คน เพศหญิง 116,005 คน รวม 314,170 คน

ต้นสุดงานวิจัย

ตารางแสดงจำนวนสมาชิก

เพศ	อายุ ไม่เกิน20 ปี	อายุ21ถึง40 ปี	อายุ41 ปี ขึ้นไป	รวมจำนวน
ชาย	25,295 (9.17)	141,425 (51.32)	8,765 (3.18)	175,485 (63.68)
หญิง	21,815 (7.91)	75,765 (27.49)	2,505 (0.90)	100,085 (36.31)
รวม	47,110 (17.09)	217,190 (78.81)	11,270 (4.08)	275,570 (100)

ตารางจำนวนประชากรแบ่งตาม เพศและช่วงอายุ (สำรวจวันที่ 9 พ.ค. 2546)

เพศ	อายุ ไม่เกิน20 ปี	อายุ21ถึง40 ปี	อายุ41 ปี ขึ้นไป	รวมจำนวน
ชาย	30,420 (9.68)	157,930 (50.26)	9,815 (3.12)	198,165 (63.07)
หญิง	26,800 (8.53)	86,320 (27.47)	2,885 (0.91)	116,005 (36.92)
รวม	57,220 (18.21)	244,250 (77.74)	12,700 (4.04)	314,170 (100)

ตารางจำนวนประชากรแบ่งตาม เพศและช่วงอายุ (สำรวจวันที่ 31 ก.ค. 2546)

“จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นทุกวัน สามารถเป็นแรงดึงดูดให้คนเข้ามาพิสูจน์และค้นหา สมาชิกจะเป็นเมฆเดือดดึงดูดกันเอง”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บนาสเตอร์ : วันที่ 25 พฤษภาคม 2546)

จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นแสดงถึงความต้องการแสวงหาเพื่อน ยังมีอยู่ทั่วไปในทุกสถานที่ การกินพื้นที่ก่อร้างของชุมชน กำลังจะส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งและนีพลัง เป็นชุมชนในโลกไซเบอร์ในอนาคต การส่งเสริมการสื่อสารและการมีปฏิกริยาต่อตอบสูงของสมาชิก เป็นจุดสนใจของหนุ่ม-สาว ที่มองหาชุมชนและอยากเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน



2. ปัญหาน่าวิจัยข้อที่ 2. ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์นี้และ ความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ในเว็บไซต์เป็นอย่างไร

- 2.1 ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมท
- 2.2 ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมทในด้านธุรกิจการหาคู่ในเว็บไซต์
- 2.3 ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมทในด้านวัฒนธรรมหาคู่
- 2.4 ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับอนาคตของธุรกิจหาคู่ในเว็บไซต์ไทยเมท

2.1 ทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยเมท

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการหาคู่ในเว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมทมีการพัฒนาด้วยเงินจาก ห้องคุย (Chat Room) ที่มีนักแข็ง (Chat) พยายามคืนหาเพื่อนที่เชخ (Chat) ด้วยกันเป็นประจำ บางครั้งนักแข็ง (Chat) ก็ฝ่ากรอบไว้ใน เว็บบอร์ด (Web Board) จุดนี้เองที่ทำให้เกิดการคิดหาวิธี ให้นักแข็งหันหลังได้เจอกันอย่างมีระบบ

“ผมเห็นวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ชอบแชทกันมาก คนที่แชทกันก็ไม่เห็นหน้าตากัน กลุ่มนักแข็งที่มีมาก ขึ้นจัดตั้งกลุ่มแชทกัน มีห้องส่วนตัวหากายห้องให้เห็น ส่วนพวกราชรักษ์พยายามสอดแทรก หาคนที่เข้าไปแข็ง ค้างกันมีจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน แต่กลุ่มที่ต้องการเพื่อนจริงๆก็มี เราจึงหาวิธี ขึ้นมา”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

จากการแชทเพื่อสนุกสนาน สู่การคืนหาเพื่อนและพยายามแสวงหาการเป็นส่วนหนึ่ง ของ ชุมชน การเห็นโอกาสของเว็บไซต์ไทยเมทต่อการสร้างเว็บก็เกิดขึ้น ในช่วงแรกเว็บไซต์ไทย เมท ได้นำรูปแบบการหาคู่มาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ นำมาศึกษาและประยุกต์ให้เข้ากับคนไทย เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ(needs and wants) ของนักแข็ง (Chat)

“ผมศึกษาจากเว็บต่างประเทศ และก็ลองทำดู ปรับให้เข้ากับคนไทยเรา อย่างเว็บต่างประเทศเวลา คืนหาแต่ละหน้าจะเยอะมาก ถ้าเราเอาแบบเขา เนื้อหาน่าสนใจไม่เหมือน ผมก็ปรับปรุงอยู่ ตลอด ตามที่มีเวลา”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

การที่จะสร้างเว็บไซต์ไทยมา เดี๋ยวต้องคำนึงถึงหลักการของเว็บไซต์ก่อนทุกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมา สิ่งที่เว็บมาสเตอร์ คำนึงอยู่ คือเนื้อหา มีความเหมาะสม ทั้งความหมายและประโยชน์ หลักง่ายๆของการทำเว็บไซต์

1. ชื่อของเว็บไซต์ควรจะเหมาะสมกับจุดประสงค์
2. เนื้อหาง่ายต่อการอ่านและเข้าใจโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย
3. ข้อมูลควรจะมีมากพอที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการค้นหา
4. ถ้าเนื้อหามีมาก ควรมีฟังก์ชันการค้นหา ไว้ให้เหมาะสม อย่างน้อยที่สุดควรจะมีหัวเรื่องเพื่อความสะดวกในการค้นหา
5. ตัวสะกด และการใช้ภาษาต้องถูกต้องเสมอ
6. ข้อมูลต้องทันสมัยและเที่ยงตรง ดังนั้น ควรจะมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา การแสดงวันเวลาปรับปรุงข้อมูลครั้งสุดท้ายควรจะต้องมี
7. การเชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในหน้านั้นๆเป็นความจำเป็นเช่นกัน
8. กราฟิกควรมีข้อจำกัดและเหมาะสมกับเนื้อหา อย่างมาก

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

ข้อปฏิบัติของเว็บไซต์ไทยมาที่ต้องคำนึง

1. เว็บไซต์ไทยมา มีองค์กรรองรับและมีเจตนาณ์ ที่ประกาศอย่างชัดเจน
2. เว็บไซต์ไทยมา มีที่มาข้อมูลอย่างชัดเจน
3. เว็บไซต์ไทยมา ให้สามารถถอดสิ่งข้อความ วิจารณ์ หรือความคิดเห็นกลับมาได้
4. เว็บไซต์ไทยมา รับผิดชอบต่อทุกความลับ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า หรือความเป็นเจ้าของของทุกอย่างบนเว็บไซต์

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

2.2 ทักษะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยมาที่ในด้านธุรกิจการพาณิชย์ในเว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยมา ไม่ได้มองถึงการตลาด หรือธุรกิจแต่อย่างไร เพราะไม่มั่นใจในด้านธุรกิจ ในช่วงแรกที่เปิดให้บริการ จะเป็นการบริการฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย หลังจากปีครึ่งตัวได้ 3 ปี ก็เดิมพันความเป็นไปได้ทันที การพาณิชย์ในเว็บไซต์น่าจะทำธุรกิจได้

การเปิดรับสมาชิกพิเศษก็ได้เกิดมีขึ้น เมื่อต้นปี พ.ศ. 2545 ยังไม่นาน ก็เป็นการอาศัย เทคโนโลยีในการทำธุรกิจ แต่การที่จะเก็บค่าบริการ โดยไม่มีการเพิ่มบริการคงเป็นไปได้ยากมาก ทางเว็บไซต์ไทยเมทจึงเพิ่มบริการที่พิเศษเข้าไปด้วย สมาชิกพิเศษจะได้รับส่วนลดสำหรับสั่งซื้อสินค้า ที่ผ่านเครือข่าย ได้อย่างมากนายเพื่อให้เกิดการคล่องตัวมากยิ่งขึ้น ชุดนี้เองที่เป็นส่วนของการทำ ธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า การที่จะสร้างเว็บไซต์ในเชิงธุรกิจ ต้องมี เทคนิคที่ชัดเจนและ แนวคิดการสร้างเว็บไซต์ที่ทันสมัย

แนวคิดการสร้างเว็บไซต์ไทยเมทเชิงธุรกิจ

1. จุดประสงค์ของเว็บไซต์นั้นๆต้องชัดเจน และเนื้อหาต้องสอดคล้องกับจุดประสงค์ เว็บไซต์ หาคู่ต้องมีคู่ให้เลือกริบ
 2. การโฆษณาใดๆไม่ควรให้โดดเด่นเกินเนื้อหา ถ้าเก็บค่าสมาชิกแล้วมีโฆษณาหากๆ สมาชิก หนึ่งหมื่น
 3. เว็บไซต์จะเน้นความคิดสร้างสรรค์ แต่ถ้าเน้นอุดหนู ไม่ว่าจะด้านเพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือ อื่นๆ ถือว่าไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง
- (สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

ด้านการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

การดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดของเว็บไซต์ไทยเมท เพื่อสื่อความหมาย และ สร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับแก่สมาชิก โดยมุ่งหวังที่จะให้สมาชิกตอบสนองความต้องการ ประสมต์ของธุรกิจ การกำหนดช่องทางการสื่อสารในรูปของกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนโดยมุ่งหวังที่จะก่อ ให้เกิดปฏิริยาตอบสนองจากสมาชิก

การสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมท

1. แนวคิดทางการตลาดของเว็บไซต์ไทยเมท

ขนาดของตลาด (Market Size)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า แนวคิดทางการตลาดของเว็บไซต์ไทยเมท เว็บไซต์ไทยเมทไม่ได้กำหนดขนาดของตลาด (Market Size) ไว้ในช่วงแรก เพราะช่วงแรกที่เปิดตัว เว็บไซต์ เว็บไซต์มุ่งหวังให้มีสมาชิกมากๆ ไปก่อน โดยไม่เก็บค่าสมาชิก

ในช่วงที่สองที่เปิดตัวสมาชิกพิเศษ เว็บไซต์ไทยเมทพายานำกำหนดขนาดของตลาด (Market Size) ให้ชัดเจน โดยจะอยู่ที่ 30,000 คนก่อน พยายามให้เพิ่มขึ้นทุกเดือน อย่างน้อยที่สุด สมาชิกพิเศษจะอยู่ที่ 100,000 คน ก็น่าจะพอเพียง

“ช่วงแรกไม่นม่องเลยรึองตลาด เราไม่รู้ว่าคนไทยจะรับได้หรือไม่ได้ พอเราเห็นสมาชิกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เริ่มรู้สึกแล้ว เราจะจะทำอะไรให้ดีกว่านี้ และ ให้อะไรกับนาบังก์เลยนาคุยกัน ส่วนใหญ่ทาง Marketing เขาคิด”

(สัมภาษณ์ คุณปณัสน์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

2. แนวคิดทางการสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมท

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Marketing Opportunity Analysis)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของ เว็บไซต์ไทยเมท โดยวิเคราะห์จากการออกแบบและความมีเอกลักษณ์ ลักษณะ โคลคเด่นๆ คุณนี้เองที่ทำให้มีสมาชิกมากขึ้นเป็นๆ เช่นของเว็บไซต์ไทยเมท โดยๆ ได้จาก

1. ข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ไทยเมทง่ายต่อการค้นหา และง่ายต่อการใช้
2. การออกแบบที่ดึงดูดผู้ชมที่ตรงกับจุดประสงค์ของการหาครู
3. ตัวอักษรจะอ่านง่าย ตัวใหญ่ ไม่เลอะเทอะปะปนไปกับกราฟิก
4. ผู้ชมหรือสมาชิก สามารถเยี่ยมชมได้ทั้งเว็บไซต์ ได้ทั่วถึงโดยง่าย
5. เว็บเพจที่ประกอบด้วยการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ

“การเชื่อมโยงกับเว็บอื่นๆ เราจะจัดไว้num ใหม่ให้ปะปนกันนั่น”

(สัมภาษณ์ คุณปณัสน์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

6. แต่ละหน้าของเว็บไซต์ไทยเมท จะใช้เวลาในการโหลดที่เหมาะสม ไม่นานจนเกินไป “แต่ละหน้าของเว็บเรา เราจะใช้งานได้สม่ำเสมอและลูกค้าวนไอลด์ได้อ่าย ไม่มีปัญหาใดๆ ”

(สัมภาษณ์ คุณปณัสน์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

7. การออกแบบและคุณลักษณะต่างๆ ของเว็บไซต์ไทยเมท

“การออกแบบเราจะเด่นนั่น เน้นการเข้าถึงฐานข้อมูล การใช้ภาษาเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง เราจะไม่ไปรบกวนลูกค้า” (สัมภาษณ์ คุณปณัสน์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

8. คุณลักษณะที่ใช้ในการตัดสินใจว่างแต่ละหน้าของสมาชิก ระบะมีคำแนะนำอย่างชัดเจน
 (สัมภาษณ์ คุณปัลล์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท ได้ออกแบบมาเพื่อให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกเป็นหลัก และมุ่งเน้นในด้านเทคนิคการค้นหาข้อมูลของสมาชิก ที่รวดเร็วและตรงตามความสนใจ

ลักษณะการค้นหาของเว็บไซต์ไทยเมท



ค้นหาเพื่อน #1

ค้นหาตาม อาชญากรรม ภัยคุกคาม การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา



ค้นหาเพื่อน #2

ค้นหาตาม อาชญากรรม ภัยคุกคาม การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา

3. แนวคิดทางธุรกิจเว็บไซต์ไทยเมท

การสร้างรายได้

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีการสร้างรายได้อยู่ 2 ทางคือ

1. รายได้จากการโฆษณา
2. รายได้จากการค่าสมาชิก

ด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Strategies)

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Plan) ของเว็บไซต์ไทยเมท การบริการสมาชิก โดยมุ่งหวังที่จะให้สมาชิก เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ นี้ สมาชิกเพื่อนรื่นเรื่อยๆ เว็บไซต์ไทยเมท จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การพิจารณากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมท

1. แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด
2. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด
3. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

4. ความเข้าใจด้านกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

1. แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด

1.1 ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ไทยเมท

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ไทยเมทในการปฏิสัมพันธ์มีด้วยกัน 4 แห่งนุน คือ

1. การตอบรับจากผู้ใช้
2. ความสามารถในการเพิ่มข้อมูลข่าวสาร
3. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล
4. ความทันต่อเหตุการณ์

ตัวอย่าง การติดต่อรับข่าวสารของสามาชิก

รับข่าวสาร เข้าร่วมกิจกรรม และร่วมซื้อสินค้าออนไลน์ได้ที่นี่



www.sanook.com

ต้องการรับข่าวสาร ทางอีเมล เกี่ยวกับกิจกรรม หรือบริการต่างๆ

ต้องการรับข่าวสาร ทาง SMS เกี่ยวกับกิจกรรม หรือบริการต่างๆ

คุณใช้โทรศัพท์มือถือชื่อชื่อ/รุ่น

1.2 การสร้างภาพพจน์ของเว็บไซต์ไทยเมท

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าการสร้างภาพพจน์ของเว็บไซต์ไทยเมท มีอยู่ 3 ด้านคือ

1. ด้านการประชาสัมพันธ์
2. ด้านการดึงดูดความสนใจ
3. ด้านการตอบรับข้อมูลของผู้ใช้

1.2.1 ค้านการประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ไทยเมท มีแนวทางประชาสัมพันธ์อยู่ 3 แนวทางคือ

1. เป็นศูนย์รวมในการติดต่อเพื่อน
2. การให้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิก
3. การสร้างการปฏิสัมพันธ์ด้านสมาชิกและด้านบริการ

ตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ไทยเมท

“หาเพื่อนรู้ใจ” ที่ SANOOK.COM



1.2.2 ค้านการดึงดูดความสนใจ

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าการดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์ไทยเมท 在การส่งเสริมผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจมี 2 แห่งนูนคือ

1. อำนวยความสะดวกให้สมาชิก
2. มีความเป็นส่วนตัวของสมาชิก

1.2.3 ค้านการตอบรับข้อมูลของผู้ใช้

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าการตอบรับข้อมูลของเว็บไซต์ไทยเมทใน การส่งเสริมผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจมี 3 แห่งนูนคือ

1. ความสามารถในการเพิ่มข้อมูลข่าวสาร
2. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล
3. ความทันต่อเหตุการณ์

2. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Group)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ไทยเมทคือบุคคลที่วัยไปรษณีย์ร่วมกัน ไม่มีการจำกัดศักยภาพใดๆ ทั้งสิ้น

“ผมไม่จำกัด ให้ทุกคนที่เล่นเน็ตเป็น ถึงเราจำกัด เราจะรู้ได้ว่าว่าอายุเท่าไหร”
(สัมภาษณ์ คุณปลัสส์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

3. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าการพัฒนาเว็บไซต์ไทยจะพัฒนาตลอดเวลา เพื่อที่มีเวลาและโอกาส เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อให้ข้อมูลทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะสนองความต้องการของสมาชิก

“การปรับปรุงเว็บใหม่ทำอยู่ตลอด อย่างหน้าแรก จะทำทุกปี ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ จะได้เห็นหน้าเปล่าๆ ตลอด” (สัมภาษณ์ คุณปลัสส์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

4. ความเข้าใจด้านกิจกรรมการลือสารการตลาด

4.1 การโฆษณา (Advertising)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทไม่ได้โฆษณาในเว็บอื่นๆ แต่ใช้การ Link กับเว็บไซต์ในเครือ ของบริษัท เอ็มเว็บ โดยทางเว็บไซต์ไทยเมท จะใช้โฆษณาในหัวขุนวนออนไลน์คือ “หาเพื่อนรัก”

4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีลักษณะการประชาสัมพันธ์ผ่านสมาชิกไทยเมท โดยสมาชิกสามารถแนะนำเว็บไซต์ผ่าน อีเมลสมาชิกเอง

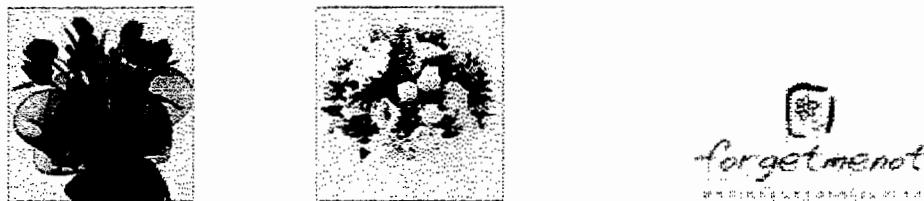
ตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์ผ่าน อีเมลของสมาชิก

เรียนสมาชิก SCHEHL

นี่เป็นข้อหมายข่าวที่ส่งถึงสมาชิกไทยเมททุกคน มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. Thaimate ร่วมกับ For get Me Not ให้บริการส่งคลอกไม้
2. Thaimate ให้บริการฝากเสียงแนะนำตัว
3. Thaimate ให้บริการส่ง SMS
4. บริการดาวน์โหลด Logo/Ringtone จาก Sanook Mobile magic (นำฝาก)

1. Thaimate ร่วมกับ For get Me Not ให้บริการส่งคอกไม้สำหรับสมาร์ท



Thaimate.com ก้าวหน้าไปอีกขั้น ด้วยการจับมือพันธมิตรร้านคอกไม้ For get Me Not ซึ่งเป็นร้านคอกไม้คุณภาพทันสมัยขึ้นดัง ให้บริการจัดส่งคอกไม้ออนไลน์ระหว่างสมาร์ทไทยเมท โดยสามารถจะสามารถใช้ช่องคอกไม้เป็นสื่อถือถ่าย ในการบอกความในใจ แทนความห่วงใย และแสดงถึงมิตรภาพระหว่างสมาร์ทด้วยกันเอง ได้ทั่วประเทศ โดยที่ไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของทั้งผู้ส่งและผู้รับให้แก่กัน ซึ่งร้าน For get Me Not ให้ขั้นตอนที่หลากหลายรูปแบบไว้ครอบคลุมในการรากไม้เชียงใหม่ เปิดให้บริการแล้ววันนี้ .. [คลิกที่นี่](#)

สำหรับสมาร์ทด้วยไม้ได้ให้ชื่อที่อยู่เพื่อรับคอกไม้จากเพื่อนสมาร์ท
สามารถกรอกข้อมูลได้ โดยข้อมูลจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสมาร์ทด้วย .. [คลิกที่นี่](#)

2. Thaimate ให้บริการฝากเสียงแทนนำด้วย

บริการใหม่ล่าสุดจากไทยเมท คือ บริการฝากเสียงแนะนำด้วย การโทรศัพท์ไปฝากเสียงแนะนำด้วยของคุณ ได้ที่เบอร์ 02-596-0444 ซึ่งเป็นระบบอัตโนมัติที่จะทำการบันทึกเสียงของคุณเก็บเอาไว้ เมื่อเพื่อนสมาร์ทคุณ profile ของคุณ เขาก็จะสามารถติดต่อพิมพ์เสียงที่บันทึกไว้ได้ทันทีจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ ฝากเสียงแนะนำด้วยของคุณได้แล้ววันนี้ .. [คลิกที่นี่](#)

3. Thaimate ให้บริการส่ง SMS

เพื่อให้สมาร์ทไทยเมทสามารถติดต่อกันได้ทุกที่ทุกเวลา ไทยเมทจึงเปิดบริการส่ง SMS ทางโทรศัพท์มือถือ โดยผู้ส่งจะไม่รู้หมายเลขโทรศัพท์ของคุณ แต่คุณสามารถรับและตอบกลับข้อความ SMS จากโทรศัพท์มือถือของคุณได้ บริการนี้รองรับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือระบบ AIS GSM Advance, 1-2-Call, GSM1800, DTAC, Dprompt และ Orange

หากต้องการให้เพื่อนสมาร์ทส่งข้อความ SMS มาหาคุณ กรุณาป้อนหมายเลขโทรศัพท์มือถือ .. [คลิกที่นี่](#)
ร้องขอท่านที่ใช้ในการติดต่อกันไทยเมทคือ: SCHEHL
หากท่านลืมรหัสผ่าน สามารถเรียกดูได้จาก <http://www.thaimate.com/forget.htm>

2.3 หัตถะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยมากในด้านวัฒนธรรมหากรู้

จากการสัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่า เว็บมาสเตอร์ไม่ได้คิดถึงเรื่องวัฒนธรรม เลย คิดถึงแต่การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตหรือวิธีเล่นอินเทอร์เน็ต

“ผมว่าคุณวิษัย คิดมากไปหรือเปล่า เรื่องวัฒนธรรม ผมไม่ได้คิด มันเป็นสื่อให้มันน่าจะ ทุกคนถ้ามี โอกาสเข้ากันทั้งนั้น แต่จะใช่ทำอะไรก็แล้วแต่เขา ใช้คอมไม่เป็นก็เชยเลยซิ”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

“ ผมนักจะถูกถามถึงข้อคิดเห็นเดียวของการคุยกันในเน็ต ไม่ว่าจะเป็นในไทยมาก เว็บบอร์ด หรือ ห้องคุย chat room ข้อคิดจะถูกมองข้าม แต่ข้อเดียวก็จะถูกมองเป็นประเด็น เป็นข่าว วันนี้ผมเลยขอ แจ้งแบบชัดๆขึ้นเดียวอย่างเป็นกลาง เพื่อคุณจะได้นำไปใช้ยังถูก ”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

ข้อดีของเว็บไซต์ไทยมาก

1. เป็นการติดต่อสื่อสารที่ประยุกต์ รวดเร็ว ทันสมัย

“ สนับสนุนค่านเด่นเน็ตคนให้ยังไม่มีอิเมลก็เชยเดิมทีแล้ว ”

2. ช่วยลดความเบื่อ闷 ไม่ต้องพะวงถึงศักดิ์ศรีมากนัก อยากรู้ยังไง ก็คุยกันได้โดยเลย มีเวลาไตร่ตรอง เลือกเพื่อคำานานทันทีเหมาะสม

“ ในเน็ตนั้นบาง คนใช้เวลาหารือ ชนิดที่แม่เฒ่าดังบังเอิญ แต่ในชีวิตจริงกลับไม่กล้าแสดงออก ”

3. ช่วยให้ได้เพื่อนใหม่ๆ มากมาย เช่น เพื่อนค่างเพศ ค่างวัย ค่างอาชีพ ค่างถิ่น ค่างเชื้อชาติ

“ โดยที่เราไม่ต้องเดินทางไปไหน แค่กดๆ ได้ฝึกภาษาค่างประเทศไปด้วย ดีกว่า snake snake fish fish ”

4. คุยเพื่อฆ่าเวลาให้หนดๆ ไป หรือคุยเพื่อเปลี่ยนอธิบายจากการทำงานหนัก

“ แต่ระวังงานจะไม่เสร็จนะครับ ”

5. เพื่อนในเน็ตสามารถให้ความคิดเห็น คำแนะนำ คำปรึกษา หนทางแก้ปัญหา ฯลฯ

“ ในขณะที่ชีวิตจริงไม่กล้าจะปรึกษาคนใกล้ชิด เพราะกลัวความลับรั่วไหล ”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

ข้อเสียเว็บไซต์ไทยเมท

1. เปิดโอกาสให้คนไม่ดีเข้ามาเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ โฆษณาชวนเชื่อ หลอกหลวงผู้อื่น ให้ข้อมูล เกินจริง มีการกลั่นแกล้ง ใส่ร้ายผู้อื่น ชื่อข่าวบริการทางเพศฯลฯ
“คนไม่ดีเหล่านี้ ส่วนหนึ่งก็ถูกจับกุมดำเนินคดีตามกฎหมายไปแล้ว อย่าคิดว่า ทำผิดแล้วไม่มีใครรู้”
 2. คุยในเน็ตมันช้า ไม่ทันใจ จึงเกิดพิมพ์ข้อความยาวๆ
“บางคนก็ใช้เป็นข้ออ้างเพื่อขอบหรือโทรศัพท์หรือขอนัดเจอกู้สนทนากัน”
 3. ได้รู้จักกู้สนทนาระบบแค่บุนม่องเดียว คือเห็นเพียงตัวหนังสือที่เขียนโดยอัตโนมัติ “ชีวิตจริงของคนเรานั้น ยังมีอีกหลายด้าน เช่น การงาน ครอบครัว ญาติมิตร นิสัยใจคอ บุคลิก อุดมการณ์ฯลฯ”
 4. เสียเวลาทำงานทำการ อดหลับอดนอน ทานข้าวปลาอาหารไม่ตรงเวลา
“เพราะแบ่งเวลาไม่ถูก”
- (สำนักข่าว คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยเห็นว่าเว็บไซต์ทุกเว็บไซต์ ส่วนเป็นความสองคน มีทั้งดีและร้ายพอๆ กัน ไทยเมทเองก็พยายามจะสร้างระบบที่ส่งเสริมให้สมาชิกประพฤติดีไปในแนวทางที่ดี และพยายามปิดช่องทางที่จะทำให้เกิดผลเสียได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ขึ้นอยู่กับเพื่อนสมาชิก มองว่า จะเลือกเดินไปทางไหน ถ้าเลือกในทางที่ดี ก็จะเป็นประโยชน์กับตัวเราเอง แต่ถ้าเลือกในทางที่เสีย ก็จะเป็นการทำร้ายตัวเราเองและทำลายสังคมไทยเมทของสมาชิกเอง

“เคยมีสมาชิกแจ้งพฤติกรรมอันล่วร้ายของสมาชิกคนหนึ่งเข้ามา พร้อมกับต่อว่าผู้ใด ปล่อยให้คนอย่างนี้เข้ามายืนเป็นสมาชิกไทยเมทได้อย่างไร”
(สำนักข่าว คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

“ผมก็ได้ชี้แจงไปว่า ทุกสังคมย่อมมีทั้งคนดีและคนไม่ดีปะปันกันไป แม้แต่ไทยเมทเองก็ไม่อ่าจะแยกแยะ ได้ว่า สมาชิกคนไหนดีหรือไม่ดี จนกว่าเขาจะแสดงพฤติกรรมที่ไม่ดีออกมานะ ไทยเมทจะจะพิจารณาลงไทยสมาชิกไม่ดีคนนั้นได้ เมริบเสมือนสังคมในบ้านเมืองเรา มีประชาชนเดินอยู่ตามท้องถนนมากมาย ตำรวจก็ไม่สามารถตระหนุได้ว่า คนไหนคือผู้ร้าย จนกว่าผู้ร้ายจะแสดงตนออกมา ปล้นชิง วิ่งราวทรัพย์ฯลฯ ตำรวจถึงทำการจับกุมได้”

(สำนักข่าว คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 24 มิถุนายน 2546)

2.4 ทักษะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับอนาคตของธุรกิจห้ามไว้ในเว็บไซต์ไทยเมท

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท มาเติบโตให้กับคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน และความรู้สึกที่เหมือนกัน คือ 重型 หนาร่าง โสด ปัญหาชีวิต ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้วิถีของคนเปลี่ยนไป เว็บไซต์ไทยเมทคือเครื่องมือที่ช่วยขยายโอกาสให้กับทุกๆ คนที่ต้องการแสวงหาและไม่ปิดกันด้วยเงื่อนไข

“ผมว่าเว็บไซต์ประเภทนี้จะเกิดขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต ตามสภาพของปัญหาสังคม ส่วนไทยเมท ปัจจุบันผมภูมิใจมาก เราไม่สามารถเพิ่มขึ้นทุกวัน และเราไม่มีชื่อเสียงที่เสียหาย”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 27 ธันวาคม 2546)

การสื้อสารออนไลน์ยังคงขยายตัวไปเรื่อยๆ วิธีใช้แบบใหม่ๆ ก็จะเกิดขึ้นเรื่อยๆ และมองเห็นได้ของมนุษย์ ความสัมพันธ์ออนไลน์จะสมปรารถนาหรือไม่สมปรารถนา ไม่ได้อยู่ที่สื่อ อุปกรณ์ มนุษย์จะตัดสินใจเองและกำหนดเอง ขณะนี้เว็บไซต์ไทยเมทก็มีความสามารถที่ยืนหยัดอยู่ได้จาก การเพิ่มขึ้นของสมาชิก ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าความอยู่รอดของเว็บไซต์ไทยเมทโดยพิจารณาจาก 2 ปัจจัย คือ

ปัจจัยภายใน

1. เทคนิคภายในเว็บไซต์ไทยเมทที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
2. เว็บไซต์ไทยเมทมีเครือข่ายที่เพิ่มขึ้นจากการบริหารของบริษัท เอ็นเว็บ
3. เนื้อหาของข้อมูล และทะเบียนประวัติมีความโดยคัดเลือก

ปัจจัยภายนอก

1. คอมพิวเตอร์มีราคาที่ถูกกลบและอินเทอร์เน็ตค่าไฟ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น
2. การขยายตัวของผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีจำนวนมากขึ้น
3. ระบบการสื่อสารถือเป็นเรื่องสำคัญของคนในสังคม
4. สภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง ทำให้สื่อมีโอกาสได้ช่วยเหลือมนุษย์มากขึ้น
5. สมาชิกให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น
6. ขาดคู่แข่งขัน

“อนาคตเว็บไซต์จะมีเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น แปลกดามากขึ้น ทั้งภาพ แสง สี เสียง การพูดคุยแบบสดๆ เก็บหน้าตาภัยไปเลยก็มี ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยี ยิ่งใหม่คุณยิ่งอยากรู้”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 27 ธันวาคม 2546)

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยมาทเป็นเครื่องมือขยายขอบฟ้า และช่วยเหลือสมาชิกให้ได้พบเพื่อนที่ไม่เคยคุยกันมาก่อน ด้วยการถือสารผ่านอินเทอร์เน็ต ความรักผ่านทางอินเทอร์เน็ตอาจใช้ติดตามความเคลื่อนไหวของคนที่เราสนใจ แล้วอัปเดตไว้ในไม่กี่วัน ก็เกิดขึ้นได้ เพราะในชีวิตจริงนั้นความรักเป็นเรื่องของหัวใจ และเวลา

การคิดต่อเว็บมาตรฐาน

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยมาท ได้ช่วยเหลือตอบปัญหา กับสมาชิกอยู่ตลอด และพยายามสอดส่องคุณภาพของคนที่ไม่ดี หรือถ้าสมาชิกสงสัยว่าสามารถอีเมลกับเว็บ มาสเตอร์ได้โดยตรง

หากคุณมีคำถามสงสัยที่ไม่สามารถหาคำตอบได้ กรุณาเมลมาตามได้ที่ webmaster@thaimate.com เรา Yin คือรับฟังความคิดเห็นและตอบคำถามทุกคำถามเสมอ สำหรับท่าน ที่เป็นสมาชิกอยู่แล้ว ก็สามารถส่งอีเมลจากเว็บของ Thaimate.com ไปถึงสมาชิกชื่อ webmaster ก็ได้ เช่นกัน

คุณปัณฑ์สัญ อุดงกรณ์ วรรณรุจิ ตำแหน่ง เว็บมาสเตอร์ไทยมาท โทร.029550099 ต่อ 7730
บริษัท เอ็มเว็บ ประเทศไทย จำกัด ศึกษานักศึกษา นอร์ธปาร์ค หลักสี่ กท.



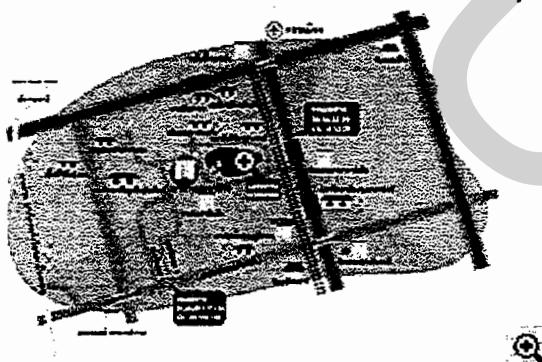
M-WEB (Thailand) Limited
2/4 Samaggi Insurance Tower 9th Floor, Vibhavadee-Rangsit Rd.,
Thungsonghong, Laksi,
Bangkok 10210
Tel: 0-2955-0099 ext. 7260, 7259, FAX: 0-2955-0300

KSC Commercial Internet



KSC Commercial Internet Co., Ltd.
2/4 Samaggi Insurance Tower 10th Floor, Vibhavadee-Rangsit Rd.,
Thungsonghong, Laksi, Bangkok 10210
Tel: 0-2979-7000 (Call Center) 0-2979-7777 (Head Office), FAX: 0-2979-7111

M-WEB & KSC Official Map:



3. ปัญหาน่าวิจัยข้อที่ 3. มุนมองเกี่ยวกับการหาคู่ของหญิง - ชาย ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีตอย่างไรและเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาร่วมสร้างความคาดหวังและมุนมองใหม่ๆ เกี่ยวกับการหาคู่อย่างไร

3.1 มุนมองเกี่ยวกับการหาคู่ของหญิง-ชาย ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีต

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมหมีการเปลี่ยนแปลงการหาคู่ที่แตกต่างไปจากอดีต ผู้วิจัยได้ศึกษาความเปลี่ยนแปลงในเรื่องการระหว่างบุคคลและช่องทางของการสื่อสารกับเนื้อหาสารที่เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงการหาคู่ที่แตกต่างไปจากอดีต โดยมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ด้านคือ

1. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)
2. ด้านเทคนิค (Technical Elements)
3. ด้านเนื้อหา (Content Elements)

มุนมองความเปลี่ยนแปลงการหาคู่ของหญิง-ชาย ในสมัยปัจจุบันกับสมัยอดีต

1. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)

รูปแบบ	อดีต	ปัจจุบัน
การสื่อสาร	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตัวต่อตัว	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อ
วิธีการ	ผ่านสื่อมนุษย์	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
การปฏิสัมพันธ์	กิจกรรมประเพณี	ชุมชนเครือข่าย

ตารางความแตกต่างการหาคู่ของหญิง-ชาย ในสมัยปัจจุบันกับสมัยอดีตด้านการสื่อสาร

ด้านการสื่อสารในอดีต จะมีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับเพื่อนหรือเพื่อนใน การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) จะเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) หรือการเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face-communication) ในบางครั้งการติดต่อสื่อสารอาจเกิดปัญหา จากสภาพแวดล้อมหรือความไม่พร้อมของบุคคลนั้น ก็จะใช้การสื่อสารผ่านสื่อมนุษย์หรือแม่สื่อแทน ในความสัมพันธ์รักของอดีตจะเป็นความสัมพันธ์แบบรักและอบอุ่น คือใช้การสื่อสารแบบภาษา (Oral communication) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relationship) สังคมจะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ต้องมาเห็นหน้าหากัน (Interpersonal /

Face-to-Face Relationship) เป็นอย่างมาก ลักษณะการณองเห็นสามารถมองเห็นความผูกพันที่แท้จริงได้จากการแสดงออก

“ในอดีตการหาคู่ก็คงจะเป็นงานวัด งานประเพณี ผ่านแม่สื่อ แม่ชัก การพูดคุยก็ต้องเห็นหน้าเห็นตา กัน ถึงจะคุยกันรู้เรื่อง” (สัมภาษณ์ PUKKAKARU)

ด้านการสื่อสารในปัจจุบัน จะเป็นวิธีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่อยู่คนห้า ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนหรือเพื่อน ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) จะเป็นการสื่อสารแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated - Communication) หรือผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) แต่ก็มีความพิเศษที่จะให้เกิดการเชื่อมต่อ แต่เป็นการเชื่อมต่อในโลกคอมพิวเตอร์ (Cyber Space) ไม่ใช่โลกทางกายภาพ ความสัมพันธ์รักของหนุ่ม-สาวปัจจุบันจะเป็นความสัมพันธ์รักผ่านสื่อ ใช้การสื่อสารมีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based communication) หรือที่นิยมกันมากคือ อีเมล (E-Mail), การคุย (Chat) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relationship) เป็นความสัมพันธ์แบบผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated Relationship) หนุ่ม-สาวของรักกันผ่านเครื่องมือการสื่อสารหลายช่องทาง (Multiple Channels) ลักษณะของความผูกพัน เป็นความผูกพันผ่านจิตนาการ ไม่สามารถมองเห็นได้ จนกว่าทั้งสองจะนัดพบนัดแรกกันในโลกแห่งความจริง

“การหาคู่ปัจจุบันก็เป็นอินเทอร์เน็ตนี่แหละ ง่าย สะดวก ถูกใจ ตั้งเมลให้กัน แลกกัน สนุกดี คิดแบบไหน ก็พูดแบบนั้น ตรงใจดี” (สัมภาษณ์ BHUNYIKA)

2. ด้านเทคนิค (Technical Elements)

รูปแบบ	อคีต	ปัจจุบัน
การค้นหา	สื่อมนุษย์ , สื่อประเพณี	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
ลักษณะข้อมูล	ตัวบุคคล	ทะเบียนประวัติ (profile)
สถานที่	วัด, งานประเพณี	เครื่องคอมพิวเตอร์

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ของหญิง-ชาย ในสมัยปัจจุบันกับสมัยอดีตด้านเทคนิค

ค้านเทคนิคในอคติ วิธีการค้นหาเพื่อนหรือแฟน ก็จะเป็นความงานประเพณีต่างๆ ที่ทุกคนจะมาร่วมกันทำบุญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ทุกๆ พื้นที่ของประเทศไทย และประเพณีลอยเรือชาวเล เป็นประเพณีเฉพาะถิ่น สถานที่จัดงานก็จะเป็น วัด ลานบ้าน หรือที่ที่เห็นสมควรของชาวชุมชน หนุ่ม-สาว ที่เข้ามาร่วมงานประเพณี ก็จะเห็นหน้า เห็นตากัน ต่างฝ่ายก็จะจดจำ คุณสมบัติ ของฝ่ายที่ตัวเองสนใจ อีกทั้งหนุ่ม-สาว คนไหนโชคดีได้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของงาน เช่น ร่วมการแสดง การประกวด ได้รับคัดเลือกเป็นเทพีต่างๆ ชาวบ้านที่พบรเห็น ก็จะกล่าวเป็นสื่อบุคคล พูดกันปากต่อปาก ข่าวจะแพร่ไปทั่วชุมชนหรือแม้แต่ชุมชนใกล้เคียง ลักษณะการค้นหาในอคติก็จะเป็นสื่อมุขย์ และการได้พบของตัวบุคคล ภายใต้ลักษณะทางกายภาพจริง สถานที่จริง

“สถานที่จะเป็นงานวัด ไปครับ ฝ่ายหญิง จะมีโอกาสได้ออกจากบ้านกีแค่งานวัด เพราะถูกจำกัดให้อยู่แค่ในบ้าน ทำงานบ้าน และไม่มีการไปทำงานนอกบ้านอย่างปัจจุบัน” (สัมภาษณ์ NAT)

“สนับนี้นั่นที่พนเขอกันเป็นทางการหน่อย ก็คงเป็นงานวัด งานบุญตักบาตร แต่ต้องอยู่กันนาน หน่อยนะพี่ สำคัญญาติจะเยอะ ต้องผ่านสายตาหลายสายตา ” (สัมภาษณ์ SUPATTRA)

ค้านเทคนิคในปัจจุบันวิธีการค้นหาเพื่อนหรือแฟน ก็จะเป็นความอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยการ Search Engine ไปยัง Web Site ต่างๆ ที่มีห้องคุย (Chat Room) หรือเจาะจงไปยัง Web Site เฉพาะสำหรับการหาเพื่อนหรือแฟน โดยตรงก็เว็บไซต์ Thaimate.com ในต่างประเทศก็มี Match.com สามารถค้นหาบุคคลที่ถูกใจตามคุณสมบัติ ที่ต้องการด้วยการสมัครเข้าไปเป็นสมาชิก ในชุมชน แล้วค้นหาตามทะเบียนประวัติ (Profile) ของชุมชนตาม喜好 ประมาณโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่อยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในลักษณะของการค้นหาที่ขึ้นอยู่กับ เทคนิคหรือวิธีการของแต่ละชุมชน

“ไทยเมทนี้ มีให้ค้นหาใน profile ได้เลย ปั้งคน ไหนก็เมลคุยก็ได้เลย ไม่ต้องพยายามให้ถูกเดือกดีรีเซิฟในการเลือก ” (สัมภาษณ์ 1324BJ)

3. ค้านเนื้อหา (Content Elements)

รูปแบบ	อคีต	ปัจจุบัน
ลักษณะบุคคล	ตัวตนจริง	ตัวตนเสมือน
คุณสมบัติ	รูปร่าง	ภาคถ่าย
การแสดงออก	ผ่านคำพูด, กริยาท่าทาง	ผ่านตัวหนังสือ, จินตนาการ

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ของหญิง-ชาย ในสมัยปัจจุบันกับสมัยอดีตค้านเนื้อหา

ค้านเนื้อหาในอคีต การหาเพื่อนหรือหาแฟน จะเป็นการหาคุณสมบัติหรือลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ที่เปิดเผยตัวตน สามารถมองเห็นรูปร่าง สรีระ ภายนอก รวมไปถึงการแสดงออก ต่างๆตามที่สังเกตได้ การที่จะเลือกเจ็บใจรักคนมาเป็นแฟน สิ่งแรกคือ หน้าตา ต้องให้ได้เห็น ได้สัมผัสทางความรู้สึก ว่าคนนี้ใช่แน่ๆ

“ที่ชัดเจน อย่างสมัยก่อนก็จะพนเขอกัน ตามงานวัด เอกกัน ก็จีบกัน ไม่เห็นหน้าตากัน จะจีบได้ยังไง” (สัมภาษณ์ A_A2002)

ค้านเนื้อหาในปัจจุบัน การหาเพื่อนหรือหาแฟน จะเป็นการหาคุณสมบัติหรือลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ที่ไม่เปิดเผยตัวตน จะเป็นภาคถ่ายที่เป็นตัวแทนของบุคคล ที่ฝากรไว้ในทะเบียนประวัติส่วนตัว (Profile) ในชุมชน ให้สามารถค้นหา กันและกัน

“ปัจจุบันก็ใช้อินเทอร์เน็ตค้นหา กันแลกรูป กันแลกเบอร์ กัน เมื่อการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต” (สัมภาษณ์ PORNTEP)

3.2 มุนนของความแตกต่างของการหาคู่ระหว่าง Virtual Community กับ Real Community

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยมีความแตกต่างของการคู่ระหว่าง Virtual Community กับ Real Community ในการแสดงออกซึ่งความรัก ของหนุ่ม-สาวในโลกจริง กับหนุ่ม-สาวในอินเตอร์เน็ต

ความสัมพันธ์ของหนุ่ม-สาว ใน Real Community หนุ่ม-สาวใน Real Community ที่พนเขอกัน และรักกันในโลกแห่งความจริงที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต พากษาให้หายสิ่งหลายอย่างใน การเชื่อมสัมพันธภาพ เช่น รูปร่าง หน้าตา สาย หล่อ ห่วงท่อ่อนหวาน รอยยิ้มหรือแม้แต่ความโกล

ซึ่ง สิ่งต่างๆเหล่านี้ เป็นวิถีทางแห่งรักที่คำนึงมาแต่คิด ชุมชนใน Real Community ยังมีการครอบด้วยศีลธรรมทางสังคมอยู่บ้าง การแสดงออกจะดูกล้า เวลา และความเหมาะสม

“รักในอดีต เป็นรักแรกพบ หน้าตาต้องมาก่อน อย่างอื่นค่อยว่ากัน”
(สัมภาษณ์ NAT)

ความสัมพันธ์ของหุ่น-สาว ใน Virtual Community หุ่น-สาวใน Virtual Community การค้นหาเพื่อนจะค้นหาในชุมชนเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต ลักษณะการค้นหาเพื่อนจะค้นหาได้ทั่วโลก และตามความต้องการส่วนตัว มีเสริมในการเลือกและค้นหา ความสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต หุ่น-สาวใน Virtual Community จะแตกเปลี่ยนกันเพียงแค่ข้อความบรรยายทั้งต่อบรรทัด ประโภคต่อประโภค ข้อความเหล่านี้องคือ ตัวประสานสัมพันธ์ขั้นดี ที่ทำให้คนรักกันได้โดยไม่มีมิติ ตัวอักษรแสดงออกถึงระดับ ปัญญา อารมณ์ เมื่จะไม่เห็นหน้าตา การใช้ปริภาษา (Paralanguage) จะมีจำนวนมากมหาศาล เพื่อการถ่ายทอดทางอารมณ์และจิตนาการ ชุมชนใน Virtual Community ให้พลังในการปลดปล่อย พูดคุย สร้างสรรค์ สนองความต้องการได้ตลอดเวลา และทุกโอกาส สมาชิกชุมชนชอบการเปลี่ยนแปลงตัวตน อยากเป็นใครก็ได้ที่อยากจะเป็น

“รักบนอินเทอร์เน็ต เกิดจาก การ CHAT กัน ภาษาที่ให้เกียรติกัน คุยกายาเดียวกัน”
(สัมภาษณ์ JEJEOOONZOOO)

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงตัวตนใน Virtual Community

1. เปลี่ยนบุคลิก
2. เปลี่ยนเนื้อหา
3. เปลี่ยนสรีระ

“ตัวจริงหุ่นกีดูสงบเสี่ยมและさまรวน แต่เวลาหุ่นอยู่กับเน็ต หุ่นเหมือนคนอีกคน ที่เล่น ไร้กังวล นุ่งนั่งชอบแก้ถึงคนอื่น สะใจดี” (สัมภาษณ์ BHUNYIKA)

“เลือกคบครรสักคนบนอินเทอร์เน็ต จะดูที่ภาษา ว่า่น่าสนใจแค่ไหน ก้อ อ่านจากเจตนาณ์ของ เค้าบันแผละ” (สัมภาษณ์ GINGLEW)

“ความรักในอินเทอร์เน็ต เป็นความรักที่เกิดจากความเข้าใจในสิ่งที่คิด เพราะเหตุการณ์ต่างๆ จะไม่เกิดหากไม่พิมพ์และ Enter สิ่งที่แสดงออกมาในรูปแบบนี้ เป็นสิ่งตรงมาจากสมอง ไร้สถานการณ์ อื่นใดให้คลายเคลง ไร้สายตาให้ซ่อนมอง ไร้เสียงที่ส่อถึงพิธีزمีจะ กอกหก สิ่งที่เชื่อมโยงจิตใจของ คน 2 คน ให้เข้าใจลึกซึ้ง ซึ่งกันและกัน ได้นั้น คือตัวหนังสือที่เรียกร้องภารัก กลั่นกรองจาก อารมณ์ ความคิด และจินตนาการ เป็นตัวประสานสายใยของคนให้รักกันได้”
 (สัมภาษณ์ คุณปัจฉัย เว็บนาสเตอร์ : วันที่ 8 พ.ค. 2546)

ความแตกต่างของการหาคู่ระหว่าง Virtual Community กับ Real Community

สามารถแสดงในรูปของตารางดังนี้

ค้าน	Virtual Community	Real Community
การสื่อสาร	อีเมล, ห้องคุย	โทรศัพท์, สนทนากลุ่ม
เทคนิค	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	ผ่านสื่อนุ่ย
เนื้อหา	ข้อความ, ภาพถ่าย, การสร้างตัวตนใหม่	ท่าทาง, คำพูด, การเปลี่ยนแปลงตัวตนไม่ได้
พื้นที่	ไว้พร้อมแคน	เฉพาะพื้นที่

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่าง Virtual Community กับ Real Community

3.3 มนุษย์ค่านวัฒนธรรมประเพณีกับเว็บไซต์ไทยเมท

การหาคู่บนเว็บไซต์ไทยเมทเป็นวัฒนธรรมย่อย (Sub Cultures) เป็นวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ใน การหาคู่ของหนุ่ม-สาว แต่การเกิดของวัฒนธรรมย่อยนี้ ไม่ได้ไปทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม วัฒนธรรมดั้งเดิมยังมีการดำเนินต่อไปตามสภาพภาวะกาลเวลา เมื่อถึงเทศกาลประเพณีต่างๆ หนุ่ม-สาว ก็ยังคงใช้สื่อประเพณีดั้งเดิมในการหาคู่ ไม่ได้ทอคทึ่งแต่อย่างไร ลับนัดกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต การใช้ช่องทางการค้นหาคู่ของหนุ่ม-สาว เป็นปรากฏการทางสังคมที่เปลี่ยนไป

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตพบมีส่วนร่วม ผู้วัยรุ่นว่า ความแตกต่างของการหาคู่ผ่านวัฒนธรรมประเพณีกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตของหนุ่ม-สาว การหาคู่ผ่านอินเทอร์เน็ตก่อให้การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการหาคู่ผ่านประเพณี

จากช่องทางการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เว็บไซต์ไทยมี ไม่มีข้อจำกัดในด้านของเวลา และสถานที่ การเชื่อมโยงจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ความสามารถในการสื่อสารของเว็บไซต์ไทยมีทั้งสามารถเข้าถึงแบบเบ็ดเตล็ด ค้านเรือชาติและวัฒนธรรมได้ด้วย การสื่อสารในเว็บไซต์ไทย หมายถึงสามารถสื่อ ได้ทั้ง On-line and Off-line

ในส่วนของวัฒนธรรมประเพณีดังเดิม ยังต้องอาศัยการเวลาที่ค่อยๆ กำหนดประเพณี เช่น 13 เมษายน ของทุกปีคือวันสงกรานต์ การคืนหาชีวสันต์ แล้วก็อยู่ในพื้นที่แคบๆ การถูกจ้องมองจากบุคคลอื่นๆ นิมามากมาย การแสดงก้มมือถือย่างข้ากัด การคืนหาผ่านข้ามเรือชาติและวัฒนธรรม แทนไม่เกิดขึ้นเลยในวัฒนธรรมดังเดิม

จากการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยมากที่สุดจากนัมของค้าน เทคนิคแล้ว เว็บไซต์ไทยมีความพยายามที่จะก้าวออกจากเปลือกหุ้น แห่งประเพณีวัฒนธรรม ดังเดิม โดยการนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะอันสถาบันชั้นชั้น โดยกระบวนการค้าน Digital Text, ภาพกราฟิกส์ ต่างๆ ความชั้นชั้นเหล่านี้ อันแสดงถึงการรวมเทคโนโลยีเข้ากับสื่อ อันก่อให้เกิดภาพ และเนื้อหาที่คึ่งคุ่งใจ ร้าไว

วัฒนธรรมประเพณีดังเดิม จะแสดงออกมาในรูปของการแสดง การร่ายรำ การฟ้อน และยังคงเป็นเรื่องของพิธีกรรม รวมไปถึงการเชื่อมโยงผูกติดเข้ากับศาสนาและความเชื่อ การหาคู่ ผ่านวัฒนธรรมประเพณีดังเดิม จึงคำนึงอย่างช้าๆ ผ่านกระบวนการของพิธีกรรม การเป็นตัวแทน การแสดงออก จึงเป็นโอกาสที่ต้องคืนหาผ่านตัวแทนทางพิธีกรรม

“หาคู่บนเว็บ เป็นช่องทางใหม่ที่เปิดโอกาสให้เราได้เลือกมากขึ้น มีเสรีภาพขึ้น เปิดกว้างมากขึ้น”
(สัมภาษณ์ 1324BJ)

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วิจัยยังพบว่า การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต ช่วยให้ มนุษย์ที่ต้องการเสริมภาพทางความคิด และเสริมภาพทางการคืนหาและการเลือกสรร ที่อยากรักให้เกิด แก่ตัวเอง หลังจากถูกกด ไว้ข้างนาน การปลดปล่อยความคิดเชิงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยในการ ปลดปลอก

“การหาคู่ในอินเทอร์เน็ต เปิดกว้าง ให้สิทธิเราเลือก ก็อย่างจะเลือกเองบ้าง”
(สัมภาษณ์ PUKKAKARU)

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วัยเพบบว่า หนุ่ม-สาวไทยเมทใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ทำให้ได้ข้อคิดเห็นดังนี้ในสภาวะการสื่อสารแบบตัวต่อตัว การเกิดจินตนาการแบบนี้สามารถสร้างความสุขได้มากกว่าการเจอน้ำกันบนโลกแห่งความจริง เพราะต่างฝ่ายต่างไม่ทราบเลยว่าอีกฝ่ายหนึ่งมีหน้าตาอย่างไร

“เมื่อทุกสิ่งทุกอย่าง Disconnect ออกซูญโลกแห่งความเป็นจริงแล้ว หนุ่ม-สาวเหล่านี้ จะทำอะไรก็ได้ตามใจต้องการ ไร้ซึ่งความหึงหวง ไม่มีการผูกมัดยึดติดกันและกัน เป็นความรักที่บริสุทธิ์และจริงใจ ไม่ต้องใส่ใจในรูปร่าง ขอสัมผัสเพียงหัวใจและความห่วงใยเป็นครั้งคราว ในรูปของตัวอักษร และที่สำคัญไม่ต้องกังวลว่า ตัวของเขาก็คือใหม่สำหรับคนนั้น”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 8 พ.ค. 2546)

“การพูดคุยกันบนเน็ต ก็ลือความอยาดได้ ไม่ต้องกลัวว่าเขาจะรู้ว่าหน้าตาเราเป็นยังไง เราเก็บข้อมูล เองสนุกด้วย คล้ายเครียดด้วย” (สัมภาษณ์ BODOB)

มุมมองความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านวัฒนธรรมประเพณีกับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

ด้าน	วัฒนธรรมประเพณี	เว็บไซต์ไทยเมท
การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	การสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person)	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated - Communication)
เทคนิค (Technical)	ผ่านสื่อบุคคล สื่อวัฒนธรรม ประเพณี	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)
เนื้อหา (Content)	เกี่ยวพาราสี, การละเล่น, คุณถุงชน	ด้วยการสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) ปิดบัง ซ่อนเร้น ชวนແສງหา
สถานที่	งานประเพณี, วัด	กระจายอยู่ทั่วไป (Widely Distributed)
เวลา	เทศกาล	เมื่อไรรักได้ (Transient)

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างวัฒนธรรมประเพณีกับเว็บไซต์ไทยเมท

3.4 มุ่งมองความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านหนังสือพิมพ์กับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท
 จากการรวบรวมเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ลุงหนวด ผู้วัยพับว่า การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีความกวนใจ สามารถถึงสายตาประชาชนได้วันละมากๆ แต่ถึงอย่างไรก็ยังจำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันเท่านั้น การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ มีรูปแบบและวิธีการคังนี้ คือ

3.4.1 มุ่งมองเกี่ยวกับสาเหตุที่มาใช้บริการหาคู่ผ่านหนังสือพิมพ์ (คลัมnm มาลัยเสียงรัก)

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

1. ไม่มีคู่
2. อาชญากรรมคู่ไม่ได้
3. ไม่หล่อ ไม่สวย
4. อาย
5. ไม่เข้าสังคม
6. จี๊เงา
7. ยังมีความต้องการทางเพศ

กลุ่มที่ใช้บริการ

1. เพศหญิงและชาย
2. อายตั้งแต่ 17 – 70 ปี

(บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารDELITE ,FEBRUARY 1993 : 79 – 80)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบทสัมภาษณ์ ผู้วัยพับว่า กลุ่มที่มาใช้บริการจะมีลักษณะ
 ปัญหาที่เหมือนกันของสมาชิกคือ จี๊เงา อาย อยากมีเพื่อน เป็นเหตุผลที่ให้ทุกคนสนใจคลัมnm นี้

3.4.2 มุ่งมองเกี่ยวกับการสร้างปฏิสัมพันธ์การหาคู่ผ่านหนังสือพิมพ์ (คลัมnm มาลัยเสียงรัก)

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

1. มีคู่แต่งงานที่เกิดขึ้นจริง
2. มีจดหมายเฉลี่ยวันละ 100 จะบัน

ชุดคึ่งคูคามาสนใจ (คลัมnm มาลัยเสียงรัก)

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

1. ภาษาเจียน โดยใช้บทกลอน เนื้อเพลง นุขคลอก สำนวนหรือการเล่นคำ
2. ใช้แบบคำacula ปีกดๆ

เทคนิคการปักปิดความลับ

1. จดหมายจะถูกผู้ที่ทิ้งทันที เก็บไว้นาน ประมาณ 2 – 3 เดือน
(บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารสาร์สาวัสดี ,เดือนมีนาคม 2545 : 2 – 5)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าการหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีจุดด้อยกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต คือผ่าน Gatekeeper (ลุงหนวด) สามารถตัดสินใจแทนท่านว่าเหมาะสม与否 หรือไม่ แต่ในเรื่องความรักยกที่จะให้คนอื่นตัดสินใจแทนได้ ในส่วนของข้อมูลก็จัดให้มีวันต่อวัน ซึ่งต้องรอโอกาสและจังหวะจริงๆ ถึงจะลงตัวได้ การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของสมาชิกในหนังสือพิมพ์จะค่อนข้างต่ำมาก ตัวตนเว็บไซต์ไทยเมทข้อมูลเก่า-ใหม่ แบบไหนมีให้เลือกได้ตลอด ดังนั้น การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของสมาชิกจะสูงกว่า

3.4.3 มุมมองของการหาคู่ผ่านหนังสือพิมพ์ (คอลัมน์มาลัยเสียงรัก)

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

“คอลัมน์หาคู่ครอง ควรต้องมีต่อไป เพราะคนเราไม่รู้จะหาทางออกทางไหน แม้แต่เจ้าคุณยังให้คำตอบไม่ได้”

- (บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารคุณหญิง ,เดือนกันยายน 2544 : 67 – 69)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าการหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์หรือการหาคู่ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นวิถี หรือแบบของการค้นหาของกลุ่มคนที่ต้องการมีคู่หรือมีเพื่อน เป็นทางออกที่ดีทางหนึ่งสำหรับหลาย ๆ ทางเลือก

3.4.4 มุมมองเกี่ยวกับอนาคตของการหาคู่ผ่านหนังสือพิมพ์ (คอลัมน์มาลัยเสียงรัก)

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

“คอลัมน์นี้จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะสังคมเราเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ผู้คนห่างเหินกันมากขึ้น จากความที่เคยสามารถรู้จักคนหากันได้ ด้วยการแนะนำของคนใกล้ชิด หรือการไปมาหาสู่กัน กลายเป็นสังคมต่างคนต่างอยู่ การทำความรู้จักกันนั้นต้องอาศัยสื่อเข้ามาร่วม” และ

“คอลัมน์นี้ เกิดขึ้นจริงแล้วเป็นประโยชน์ต่อสังคม ถือว่าเป็นอีกสื่อหนึ่งที่จะช่วยสร้างสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นผ่านกลางสังคมที่ค่างคนค่างเป็นคนเปลกหน้าซึ่งกันและกัน”

- (บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารคุณหญิง ,เดือนกันยายน 2544 : 67 – 69)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าการหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ยังคงอยู่กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพราะสังคมมีหลากหลายรูปแบบ การสานสัมพันธ์ของชีวิต โดยการอาทัยต่อจะซึ้งมีอยู่ตลอดไป เพราะสื่อดังกล่าวทำหน้าที่อยู่ตลอดเวลา

3.4.5 มุมมองเกี่ยวกับการหาคู่ผ่านอินเทอร์เน็ต กับ หนังสือพิมพ์ (ຄอลัมน์มาลัยเสียงรัก)

“ถุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

“ผมคิดว่าพวกร้าวบ้านยังต้องใช้คอลัมน์นี้อยู่นะ เพราะชาวบ้านไม่รู้จักคำว่าอินเทอร์เน็ต เล่นซึ้งไม่เป็น ไม่มีคอมพิวเตอร์ คนกลุ่มนี้ยังมีอีกเยอะ ถ้าคนอ่านออกเสียงได้ก็ยังต้องอ่านหนังสือพิมพ์อยู่ อีกอย่างในหนังสือพิมพ์เอง ที่เขายังคงคอลัมน์นี้อยู่แสดงว่ามันทำให้หนังสือขายได้ ไม่งั้นเขาคงเปลี่ยนหรือยกออกจากไปนานแล้ว”

(บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารสาร์สวัสดิ์ ,เดือนมีนาคม 2545 : 2 – 5)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาบทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าการหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์กับอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างและความเหมือน อยู่ในตัวเดียวกัน คือ มุมมองความแตกต่างของ การหาคู่ระหว่างผ่านหนังสือพิมพ์ กับ ผ่านเว็บไซต์ไทยเมก

ด้าน	หนังสือพิมพ์	เว็บไซต์ไทยเมก
การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	การสื่อสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated - Communication)
เทคนิค (Technical)	ผ่านคนกลาง (Gatekeeper) ทางหนังสือพิมพ์	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)
เนื้อหา (Content)	การสื่อสารผ่านการเขียน (Written Communication) รูปภาพ ตัวหนังสือ เชิญชวน ปิดบัง ซ่อนเร้น	ด้วยการสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) ปิดบัง ซ่อนเร้น ชวนแสงไฟ
สถานที่	หน้ากระดาษหนังสือพิมพ์	กระจายอยู่ทั่วไป (Widely distributed)
เวลา	วันอาทิตย์	เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างหนังสือพิมพ์กับเว็บไซต์ไทยเมก

ความเห็นอันกันของการหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่ออินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ ผู้วัยพับว่า การปิดบัง ซ่อนเร้น ซึ่งนี้ให้เห็นทั้ง สื่อสองประเภท ผู้ที่เข้าคืนหา หรือแม้แต่ Gatekeeper ทางหนังสือพิมพ์และผู้เป็น Web master ทาง อินเทอร์เน็ต ก็ยังไม่สามารถแยกได้ ต้องใช้ประสบการณ์ส่วนตัวเข้าช่วยคืนหา “ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

“ความรักที่เกิดจากครอบครัวนี้ มีทั้งรักจริงและไม่จริงใจ ผู้ใดเห็นชายเจ้าชู้ที่อยากมีเพื่อนสาวเยอะๆ ก็มาใช้บริการของผู้มากเห็นอกหัก แต่ที่จริงจังก็มีคือหากได้คู่สมรส อย่างกลุ่มพ่อนายเม่นม่าย ซึ่ง ก็ไม่ใช่ เพราะเกิดจากความรัก แค่เป็นเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์หรือแสวงหาสิ่งที่คนขาด หรือ เป็นเรื่องของมิตรภาพ”

(บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารสารเสาร์สวัสดิ์ ,เดือนมีนาคม 2545 : 2 – 5)

3.4.6 มนุมองเกี่ยวกับหลักการครองเรือน

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

“การจะครองเรือนให้อยู่กันได้นานนานั้น ต้องมีด้วยความจริงใจ ความซื่อสัตย์และถืออย่างยาวยะ จะ ทำให้ความรัก รวมถึงชีวิตรอบครอบครัวบรรลุได้”

(บทสัมภาษณ์ จากนิตยสารDELITE, FEBRUARY 1993 : 79 – 80)

จากการศึกษาเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ ผู้วัยพับว่า ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งสองสื่อขึ้นอยู่ด้วยต้องใช้ความจริงใจ ความซื่อสัตย์ ของสมาชิกเป็นแกนๆ ในการคุณภาพทั้งในสื่อ และนอกสื่อ

ปัญหาและอุปสรรค (ครอบครัวมีลักษณะเสี่ยงรัก)

“ลุงหนวด” ให้ความเห็นว่า

1. เป็นการผิดต่อกฎหมาย เกี่ยวกับการเป็นธุระจัดหา
2. ข้อมูลทางข้อมายไม่สามารถตรวจสอบได้
3. รูปภาพที่ส่งมาก็ไม่สามารถตรวจสอบได้
4. การเก็บข้อมูลจะไม่มี และไม่มีการย้อนหลัง

(บทสัมภาษณ์ จากหนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์, 2541 : 27 – 29)

รายการบรรณ ของลุงหนวด

1. มีความซื่อสัตย์ ไม่เจ้าชู้ ไม่ว่าอกแวง
2. ใช้ลักษณะเสียงที่สละสลวย
3. ไม่ทำให้สังคมเดือดร้อน

จากการศึกษาเนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าสื่อทุกสื่อมีจุดเด่นๆ คือด้วยต่างกัน ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารรวมถึงผู้สร้างสรรค์สื่อออกแบบ ผู้วิจัยสรุปได้เพียงว่า ทุกสื่อต้องใช้ประสานการณ์ส่วนตัวเป็นเครื่องพิสูจน์และตัดสิน ด้วยการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด



3.5 เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับการสร้างความคาดหวังในการหาคู่ของหนุ่ม-สาว

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวไทยมาก มีความคาดหวัง กับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่จะช่วยให้การค้นหาเพื่อนหรือเพื่อน ให้มากขึ้นและรวดเร็วซึ่งขึ้น ในเวลาที่ต้องการ โดยไม่ต้องรอโอกาสใดกันนัก

“แน่นอนน้องในสังคมต้องมีเพื่อน ซึ่งถ้าจะมองกันจริงๆแล้ว การที่จะหาเพื่อนในรูปแบบที่เข้าใจ และเป็นกลุ่มความคิดเดียวกันนั้น ค่อนข้างที่จะหาได้ยากในสังคมแห่งความเป็นจริง จากคำพูดและ แนวคิดไม่อาจจะบอกได้ถึงความจริงใจ และความเป็นเพื่อน ว่าคนนี้ใช่หรือไม่ใช่”

(สัมภาษณ์ BODBOB)

“gayได้สื่ออินเทอร์เน็ต ความจริงใจก็หาได้จากการสร้างปฏิสัมพันธ์กันด้วย อิเมล แท็ก อาจจะเป็น เพียงข้อความ หรือตัวอักษร ไม่เห็นอารมณ์ แต่การพินพ้อกมา ล้วนเกิดจากความคิดล้วนๆ มิได้ ผ่านสถานการณ์ใดๆ สามารถบังคับสนิทกันเพื่อนผ่านทางอินเตอร์เน็ต มากกว่าเพื่อนในโรงเรียน แสดงให้เห็นว่า เพื่อนแท้ยังมีอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ต”

(สัมภาษณ์ คุณปัณฑ์สัญ เว็บนาสเดอร์ : วันที่ 8 พฤษภาคม 2546)

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมากและเว็บนาสเดอร์ ผู้วิจัยพบว่าการมีเพื่อนแท้ใน โลกของอินเทอร์เน็ต ได้วรักแท้ของอินเทอร์เน็ตก็จะตามมา แน่นอน ความรักเริ่มต้นจากการใช้สื่อ และสื่อสุคลงด้วยความสำเร็จจากสื่อ แต่การใช้สื่อจะมีทุกสื่อที่ใช้และทุกช่องทาง แต่วรักแท้ต้องเป็น สื่อใด และรักเที่ยมต้องเป็นสื่อแบบไหนยังไม่มีการค้นพบ เพราะความรักคือ ความประณานาทซ่อน อยู่ในใจไม่มีครรภ์นอกจากตัวเรา

ความคาดหวังจากอินเทอร์เน็ต จะขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคล และประสบการณ์ของแต่ละ บุคคล การสร้างความคาดหวังในการหาคู่ของหนุ่ม-สาวไทยมากกับอินเทอร์เน็ต สามารถจะคาดหวัง ตั้งแต่ต้นเรื่องของการสมัคร สามารถทุกคนต้องบอกเจตนาณ์ว่า อยากรู้เพื่อนคุยกับคนมีเพื่อน กิน-เที่ยว หรือแม้แต่ยกนิครักที่คาดหวังจะเด่งงานในอนาคต แนวทางการเลือกแสดงให้เห็นถึง ความคาดหวังจากอินเทอร์เน็ต โดยสามารถมุ่งหวังที่จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยในการค้นหาเพื่อน หรือเพื่อน ให้ตรงกับสิ่งที่คนมองประณานามากที่สุด

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวไทยมาก มีความต้องการที่ จะเข้ามาค้นหาเพื่อนในอินเทอร์เน็ต มากกว่าที่จะเข้ามาเพื่อประสงค์อื่น อย่างได้เพื่อน อย่างได้คุณ ที่ดูใจ คือคำตอบจากสมาชิกไทยมาก สามารถอาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เพื่อให้

มีประสิทธิภาพ สามารถส่งเสริมในด้านการค้นหา การติดต่อ ให้มีความสมบูรณ์ อินเทอร์เน็ต จึงมีความคาดหวังว่า จะสามารถค้นหาคนที่ถูกใจ และเป็นช่องทางการสื่อสารแบบใหม่

“ก็หวังนะ ไม่หวังคงไม่เข้ามาหารอก” (สัมภาษณ์ AKIKOGIRL19)

“มันเป็นช่องทางใหม่ โอกาสที่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล เรื่องคู่ครองกำหนดไม่ได้ว่าต้องเป็นที่ไหน”
(สัมภาษณ์ AUEAREE02)

หนุ่ม-สาวไทยเมท ให้เจตนารมณ์ที่สมัครเข้ามาเป็นสมาชิกไทยเมท คือ

1. อยากรู้เพื่อนหรืออยากรู้เพื่อน ตามคุณสมบัติที่ต้องการ
2. หาความรู้และประสบการณ์

หากกลุ่มตัวอย่าง 30 คนสามารถแสดงในรูปตารางดังนี้

เจตนาرمณ์	หาเพื่อน		หาความรู้		รวม
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง	
ไม่เกิน 20 ปี	5 (16.66)	5 (16.66)	0	0	10 (33.33)
21 ปีถึง 40 ปี	5 (16.66)	4 (13.33)	0	1 (3.33)	10 (33.33)
41 ปีขึ้นไป	4 (13.33)	4 (13.33)	1 (3.33)	1 (3.33)	10 (33.33)
รวม	14 (46.66)	13 (43.33)	1 (3.33)	2 (6.66)	30 (100)

ตารางแสดงเจตนาرمณ์ของสมาชิกไทยเมทที่เข้ามาเป็นสมาชิกในชุมชน

“อยากรู้เพื่อนคุย จึงสมัครเข้ามาที่นี่” (สัมภาษณ์ 1324BJ)

“อยากรู้เพื่อนยอดๆ” (สัมภาษณ์ GINGLEW)

“อยากรู้เพื่อนใหม่” (สัมภาษณ์ PORNTEP)

3.6 มนุษย์เกี่ยวกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตของสาวไทยmen

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วัยรุ่นพบว่าหนุ่ม-สาวไทยมากที่นิยมเข้ามาค้นหาเพื่อนหรือเพื่อนฝ่ายเดียวกันในอินเทอร์เน็ต โดยเหตุผลที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาเพื่อน คือ

1. ท้าทาย
2. แปลก
3. อายที่จะจีบแบบเดิม
4. ขาดความมั่นใจแบบเดิม อินเทอร์เน็ต ช่วยได้ดี
5. อยากรู้เปลี่ยนโลกให้กับตัวเอง
6. พ่อ-แม่ห่วง ไม่มีใครกล้ามาจีบ เลยใช้วินัยได้ผลดี เพราะพ่อ-แม่ไม่รู้
7. ไม่ค่อยมีเวลา เลยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ
8. ใช้เวลาว่างใช้เกิดประโยชน์

“การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตมันเปิดกว้างและมีเสรีภาพขึ้น” (สัมภาษณ์ 1324BJ)

“เป็นเรื่องปกติของผู้ใช้ ไอที ให้เกิดประโยชน์กับตน” (สัมภาษณ์ PORNTEP)

“ท้าทายนะพี่ ตรงที่เราค้นหา ส่งเมลไปป่า แล้วก็รอ ว่าจะตอบไหหน มีลุ้นตลอด”
(สัมภาษณ์ NGINE)

จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คนสามารถแสดงในรูปตารางดังนี้

เหตุผลการใช้อินเทอร์เน็ตฯ เพื่อน	กลุ่มอายุไม่ เกิน 20 ปี		กลุ่มอายุ 21 - 40 ปี		กลุ่มอายุ 41 ปี ขึ้นไป		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
ท้าทาย	2 (6.66)	1 (3.3)	2 (6.66)	0	0	0	5 (16.66)
แปลง	1 (3.33)	0	1 (3.33)	0	1 (3.33)	1 (3.33)	4 (13.33)
ขายที่จะจับแยกเดิม	1 (3.33)	1 (3.33)	0	1 (3.33)	0	0	3 (10.00)
ขาดความมั่นใจในแบบเดิม อินเทอร์เน็ตช่วยได้ดี	0	0	1 (3.33)	1 (3.33)	0	0	2 (6.66)
อยากเปลี่ยนโลกให้กับตัวเอง	1 (3.33)	2 (6.66)	0	2 (6.66)	0	1 (3.33)	6 (20.00)
พ่อ-แม่ห่วง ไม่มีเวลาล้ามาระบบ เลยใช้อินเทอร์เน็ตแทน	0	1 (3.33)	0	0	0	0	1 (3.33)
ไม่ค่อยมีเวลา เลยใช้อินเทอร์เน็ต	0	0	1 (3.33)	0	2 (6.66)	0	3 (10.00)
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	0	0	0	0	1 (3.33)	2 (6.66)	3 (10.00)
(ความรู้)	0	0	0	1 (3.33)	1 (3.33)	1 (3.33)	3 (10.00)
รวม	5 (16.66)	5 (16.66)	5 (16.66)	5 (16.66)	5 (16.66)	5 (16.66)	30 (100)

ตารางแสดงเหตุผลของสมาชิกไทยเมทที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาเพื่อน

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวไทยเมทมีเจตนาرمณ์ที่ค้นหาเพื่อน อよ' 3 แบบ คือ

- ต้องการเพื่อนคุย
- ต้องการเพื่อนกิน-เที่ยว คุยหันฟังเพลง
- ต้องการคนรักที่คาดหวังว่าจะแต่งงานในอนาคต

จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คนสามารถแสดงในรูปตารางดังนี้

วัตถุประสงค์	เพื่อนคุย		เพื่อนกิน - เที่ยว		คาดหวังจะแต่งงานด้วย		รวม
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย	เพศหญิง	
ไม่เกิน 20 ปี	3 (10.00)	3 (10.00)	0	0	2 (6.66)	2 (6.66)	10 (33.33)
21 ปีถึง 40 ปี	4 (13.33)	3 (10.00)	0	0	1 (3.33)	2 (6.66)	10 (33.33)
41 ปีขึ้นไป	3 (10.00)	4 (13.33)	0	0	2 (6.66)	1 (3.33)	10 (33.33)
รวม	10 (33.33)	10 (33.33)	0	0	5 (16.66)	5 (16.66)	30 (100)

ตารางแบบความต้องการเพื่อนของสามัชิกไทยเมท

“เป็นเพื่อนกัน คงกันไปเรื่อยๆ ถ้าเข้าใจกัน ก็แต่งงานกันได้ ไม่เห็นແປດກ”
(สัมภาษณ์ SUPATTRA)

“แหง อายามีเพื่อนคุย” (สัมภาษณ์ LOVE_BG)

“เวลาไปเที่ยวต่างจังหวัด จะได้ไปแนะนำ ว่าเรามีเพื่อนที่นี่ ที่นั่น” (สัมภาษณ์ A2022)

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกคู่ครองของหนุ่ม-สาวไทยเมท ได้แก่

- ความจริงใจต่อกัน
- ความไวเนียร์เช่อใจ
- คุยกายาเดียวกัน
- ความเข้ากันได้
- ความเสมอต้นเสมอปลาย

“จริงใจต่อกัน เข้ากันได้ ความเสมอต้นเสมอปลาย” (สัมภาษณ์ คู่แต่งงาน AMAN43)

“คุยกันรู้เรื่อง ซื่อสัตย์ กีโวเคแล้ว” (สัมภาษณ์ CITIAN)

4. ปัญหาน่าวิจัยข้อที่ 4. การหาคุณในเว็บไซต์มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนแม่ออนไลน์มาสู่โลกแห่งความจริงอย่างไร และก่อให้เกิดปรากฏการณ์อย่างไรในความเป็นจริง

4.1 การหาคุณในเว็บไซต์กับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนแม่ออนไลน์มาสู่โลกแห่งความจริง

การเคลื่อนย้ายจากเว็บไซต์ไทยมาสู่โลกแห่งความจริง คือจากสุดท้ายแห่งโลกอินเทอร์เน็ต หลังจากที่สมาชิกพูดคุยกัน และรู้ปักัน ผ่านวัน ผ่านเวลาในอินเทอร์เน็ต ความรู้สึกที่อยากเจอตัวจริงของหนุ่ม-สาว จะถูกสั่งสม ความใคร่หา และไฟร์ จนทวีคุณขึ้น สมาชิกหน้าตาจะเหมือนในภาพถ่ายที่แลกันหรือไม่ จะเป็นสุภาพบุรุษ เมนีอนที่เคยสัญญาหรือไม่ สิ่งเหล่านี้ คือคำถามที่อยู่ในใจของสมาชิกทุกคน

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมหนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยจะมีขั้นตอนของกิจกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ความรู้สึกความคุ้นเคย ให้เกิดขึ้นก่อน ก่อนที่จะมีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนแม่ออนไลน์ (Virtual Community) ไปสู่ชุมชนจริง (Organic Community) โดยสามารถแสดงให้เห็นถึงกระบวนการตามตารางดังนี้

กระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกเว็บไซต์ไทยมาก

ลำดับที่	ขั้นตอนการสร้างปฏิสัมพันธ์	กิจกรรมการสื่อสาร
1	ขั้นตอนการค้นหา	ค้นหาสมาชิก ตามคุณสมบัติในทะเบียนประวัติ (Profile)
2	ขั้นตอนการแนะนำตัว	ส่งอيميلให้สมาชิก ผ่านเว็บไซต์ไทยมาก
3	ขั้นตอนการสร้างความไว้วางใจ	แลกอีเมลส่วนตัว, แลกภาพถ่าย, แลกเบอร์โทรศัพท์
4	ขั้นตอนการลากจูง	นัดเจอตัว, นัดรับประทานอาหาร, นัดดูภาพยนตร์, นัดฟังเพลง
5	ขั้นตอนการคัดสินใจ	ขอเป็นเพื่อนหรือเพื่อน, ขอแต่งงาน, เลิกคบ

ทั้ง 5 ขั้นตอนจะเป็นตัวบอกถึงระดับการพัฒนาความสัมพันธ์ของความไว้วางใจ และระดับความสัมพันธ์ของสมาชิก ในแต่ละขั้นตอนจะมีกิจกรรมทางการสื่อสาร เพื่อสร้างแรงขับให้เกิดการขับเคลื่อนพลังของเคลื่อนย้ายโดยผ่านอินเทอร์เน็ต

1. ขั้นตอนการค้นหา

สมาชิกไทยมากทุกคนจะผ่านกระบวนการนี้ทั้งหมดทุกคนคือ การ LOG-IN เข้าสู่ชั้น เพื่อการค้นหาสมาชิก สมาชิกที่ยังไม่เคยมีเพื่อน หรือนี่เพื่อนอยู่แล้วยากจะหาเพื่น หรือต้องการที่ค้นหาตัวจริงให้เจอ ตามใจปรารถนา คลิก "ค้นหาเพื่อน" และใส่สิ่งที่ต้องการ กรอกลงไปใน

แบบฟอร์ม หุ่น น้ำหนัก ที่อยู่ เพียง 30 วินาที นางฟ้าสุดสวย หรือ หนุ่มหล่อล้ำ จะปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมก จะค้นหาผ่านช่องทาง โดยการ Search Engine ดูหน้าค้นหาเพื่อ้อน การค้นหาเพื่อนของชาวชุมชนไทยเมก สามารถกำหนด สิ่งที่ตนต้องการ ได้อย่างใจชอบ เพราะ โลกของอินเทอร์เน็ตเป็นโลก เศรษฐกิจการค้นหา การคิด การเลือกสรร ในการเลือกผ่านช่องทาง จะเลือกตามคุณสมบัติที่ต้องการ เป็นสำคัญ คือภาพถ่ายที่แบ่งไว้บนทะเบียนประวัติ (Profile) หน้าตา รูปร่าง เก忿ารมณ์ของผ่านช่องทาง ที่บรรยายผ่านตัวอักษรในทะเบียนประวัติ •

“ผมจะเลือกจาก profile ทุกครั้งครับ ก่อนที่ผมจะแนะนำตัว อย่างน้อยก็เป็น spec. ที่ผมต้องการ”
(สัมภาษณ์ TAWEECHA) อายุ 15 ปี

“หนูเป็นคนตัวเล็ก ก็อยากได้แฟน ที่ตัวสูงๆหน่อย ถ้าถูกใจก็แนะนำตัวไปเลย”
(สัมภาษณ์ AKIKOGIRL19) อายุ 20 ปี

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมก จะมีความแตกต่างระหว่าง เพศในการค้นหาเพื่อนหรือแฟน และในเพศหญิงจะมีความแตกต่างทางอายุในการค้นหา ส่วนเพศ ชายอายุไม่มีความแตกต่างในการค้นหา ความแตกต่างของหนุ่ม-สาวไทยเมก แต่ละกลุ่มอายุและ เพศ ที่จะออกค้นหาหรือไม่ออกค้นหา โดยสามารถแสดงเป็นตาราง ได้ดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คนสามารถแสดงในรูปตารางดังนี้

กลุ่มอายุ	รอการค้นหา		ออกค้นหา		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
ไม่เกิน 20 ปี	0	0	5 (16.66)	5 (16.66)	10 (33.33)
21 ปีถึง 40 ปี	0	0	5 (16.66)	5 (16.66)	10 (33.33)
41 ปีขึ้นไป	0	2 (6.66)	5 (16.66)	3 (10.00)	10 (33.33)
รวม	0	2 (6.66)	15 (50.00)	13 (43.33)	30 (100)

ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศและอายุในการค้นหาเพื่อนหรือแฟนในเว็บไซต์ไทยเมก

จากตารางสามารถอธิบายได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างสมาชิกไทยมากจำนวน 30 คนจะเห็นว่า หนุ่น-สาวไทยมากลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปีและ กลุ่มอายุ 21 ปีถึง 40 ปี ไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศ ในส่วนกลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างระหว่างเพศ คือ เพศชายจะเป็นผู้ยกคันหานากกว่า เพศหญิง โดยเพศหญิงออกคันหานาเพียง 3 คนเท่านั้นและไม่ออกคันหานา 2 คน

จะเลือกคนกับใคร การคบหาสมาชิกในไทยมาก สิ่งที่สมาชิกเห็นด้วยคือการเลือกสมาชิกที่เปิดเผยข้อมูลเบื้องต้น เช่น อายุ อาร์พ และรูปถ่ายที่แทนตัว จะบอกได้ว่าเพื่อนที่เราคบหากเป็นใคร

2. ขั้นตอนการแนะนำตัว

หนุ่น-สาวไทยมาก คันหานาเพื่อนหรือเพื่อนตามความสนับสนุนที่ถูกใจ ก็เข้าสู่ขั้นตอนที่ 2 คือ การแนะนำตัวเองให้สมาชิกอีกฝ่ายตัวรู้ ถึงความสามารถอันแน่วแน่ที่อยากจะคบหา สมาชิกที่คันหานา ก็ตัดสินใจว่า จะแนะนำตัวกับคนนี้ไหม อย่างไรจักคนนี้จริงไหม คนนี้ใช่ไหมที่เราต้องการ ตรงใจไหม เมื่อทุกอย่างตรงใจ สิ่งที่ต้องทำคือ การแนะนำตัวเองกับฝ่ายที่เราได้เลือกสรร เพื่อให้อีกฝ่าย หนึ่งนั้นรู้จัก ขั้นตอนนี้จะใช้อีเมล (E-mail) ในการติดต่อสื่อสาร เป็นการสื่อสารแบบช่องทางเดียว โดยเป็นอีเมลที่ผ่านทางเว็บไซต์ไทยมาก

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า หนุ่น-สาวในเว็บไซต์ไทยมาก ให้ความสำคัญกับการแนะนำตัวมาก เพราะการตัดสินใจที่จะตอบกลับอีเมลของฝ่ายตรงข้ามนั้น ฝ่ายตรงข้ามจะดูที่เนื้อหาของสารคบก่อน การเขียนอีเมลจึงต้องมีขั้นเริ่งในการเขียน มีการมีสื่อสารที่ดี นิยมใช้ภาษาไทย สามารถทำให้อีกฝ่ายอยากรู้จักหานา ลักษณะการเขียนอีเมลที่ดีและที่นิยมปฏิบัติกันคือ ภาษาที่สุภาพ ให้เกียรติ จุดนี้เองเป็นจุดที่ จะเกิดความประทับใจเป็นอันดับแรก ถ้าอีเมลถูกตอบกลับมา ขั้นตอนต่อไปก็จะชวนให้คันหานาตามมา

ตัวอย่าง ภาษาที่ใช้ทักทาย

ข้อความจาก PUKKAKARU ส่งเมื่อ วันเสาร์ที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 เวลา 13:26:07

ผ่าน E-mail

หวัดดีค่ะ เป็นเพื่อนด้วยคนนะ แพ...ค่ะ หญิงสาวตัวเล็กๆ น่ารักๆ รับไว้พิจารณาด้วยค่ะ

ข้อความจาก PUKKAKARU ส่งเมื่อ วันที่ 23 JUN 2003 เวลา 21.05 น. ผ่าน SMS

BEFORE U GO TO BED. PLS LOOK UP AT THE SKY FOR 1 MIN.

I AM SENDING U MY BEST WISH. TO GIVE U A SWEET DREAM.

FROM P....Y

“ส่งอีเมลทุกวันเป็นปกติอยู่แล้ว แค่อยากรู้จักใครสักคน ไม่เห็นเป็นไรเลย”
 (สัมภาษณ์ EMOTION552)

“เราน่าจะอ่านความคิดของคนอื่นจากการเขียนได้ไม่ยากนะครับ แล้วก็มีโอกาสจะเดือกดูบเดือกดูบ ได้อีกด้วย และง่ายสุดก็อ่านจากเจตนาของคนนั้นแหละ”
 (สัมภาษณ์ ORA111)

เว็บไซต์ไทยเมทจะเป็นตัวกลางในการตัวเรื่อน โยงอิเมลระหว่างสมาชิก ระบบนี้จะเป็นระบบที่ดีมาก เพราะสามารถปักปิดอิเมลจริงๆ เอาไว้ เพื่อบังกันปัญหาหลายอย่างที่จะตามมา อันเป็นคุณลักษณะ โดดเด่นอย่างหนึ่งของเว็บไซต์ไทยเมท

3. ขั้นตอนการสร้างความไว้ใจ

จะเห็นได้ว่าพื้นฐานของอินเทอร์เน็ตคือ การใช้การสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) จะเห็นได้ว่าทั้งอีเมล (E-mail) และการสนทนาผ่านห้องคุย (Chat Room) จะใช้ตัวอักษรในการสร้างปฏิสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relationship) ก็เป็นความสัมพันธ์แบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated Relationship) เนื้อหาของสาระมีความเข้มข้นสูง มีสีสัน และจะใส่ความเป็นตัวตนลงไปอย่างมากมาย เช่น มีรูปภาพ มีความเป็นเพื่อนหรือความเป็นกันเอง มีความทันสมัย

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตพบมีส่วนร่วมผู้ใช้งานบ่อยๆ ที่นุ่มน้ำในเว็บไซต์ไทยเมทที่สนใจฝ่ายตรงข้ามหรือประทับใจอีกฝ่ายหนึ่ง โดยการตอบกลับอีเมล ทั้งสองฝ่ายร่วมกันสร้างสัมพันธภาพให้เกิดขึ้น โดยอาศัยกิจกรรมการสื่อสารที่มีอยู่ ในส่วนนี้จะเกิดการสื่อสารขึ้นหลายช่องทาง (Multi-channel) เพราะทั้งสองฝ่ายจะแลกเปลี่ยนส่วนตัว และภาพถ่าย และเบอร์โทรศัพท์ นัดแนะกันเข้าห้องคุย (Chat Room) เพื่อสนทนากันและสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กันให้มากขึ้น ที่นุ่มน้ำไทยเมท จะใช้ความฉลาดพอกับ อีเมลที่ส่งไป ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคดังนี้

1. มีภาพการ์ตูน
2. มีภาพดอกไม้
3. มีภาพเคลื่อนไหว

“ถ้าฝ่ายที่เราสนใจเข้า ตอบเมลกลับมา เราจะขอแลกอีเมลส่วนตัว แลกภาพถ่าย แลกเบอร์ โทรศัพท์” (สัมภาษณ์ JEABDA)

“ส่วนใหญ่ก็แลกรูป แลกเบอร์ แล喋ต้องคุ้มครองนั้นนะ ค่ายแลก” (สัมภาษณ์ ONEFOUR)

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท จะแลกอีเมลส่วนตัวเพื่อที่จะไม่ต้องการเข้าไปส่งเมลตอบกลับในเว็บไซต์ไทยเมทอีก ปัญหาอยู่ที่ความเชื่องร้าในการเชื่อมโยง (Interconnected) หรือการผ่านตัวกลาง การแลกอีเมลส่วนตัว การแลกเบอร์โทรศัพท์ ถือเป็นจุดเปลี่ยนแปลงจุดที่ 3 ถ้าไม่มีความไว้วางใจแล้ว การแลกเบอร์โทรศัพท์จะไม่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน หลังจากแลกเบอร์โทรศัพท์ การสนทนาก็คุยกันทางโทรศัพท์ก็เริ่มต้นเกิดขึ้น

“พนไดเบอร์น่า ผู้เริ่มโทรศัพท์ เป็นการสร้างโอกาสให้ตัวเองพี่ แล่ไดยินเสียง ก็น่าจะรู้แล้วว่าเป็นไง” (สัมภาษณ์ JEJEOOOONZOOO)

“ไดเบอร์น่า ก็ถือว่า ใช้ไดแล้วพี่ ลองโทรไปก่อนว่าใช้คนนี้เปล่า ผู้หญิงก็หลอกเป็นเหมือนกัน” (สัมภาษณ์ CHANVITTA)

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท ให้ความสำคัญในการสนทนากลุ่มนี้มาก็คือ ต้องคุยกภาษาเดียวกันและสุภาพ ถูกนี้เองเป็นจุดที่จะเกิดความประทับใจเป็นแรงขับเคลื่อนที่จะให้เกิดการเคลื่อนย้ายสู่โลกแห่งความจริง ลักษณะภาษาที่เป็นกันเอง ภาษาเป็นกันเอง

1. ตัวเอง, เธอ
2. จิงดิ
3. หัวด D , ไง
4. ขอไทยด้วยที่ตอบเมลร้า
5. ชิชิชิ, 555

หัวข้อสนทนากลุ่มนี้

1. เรื่องทั่วไป ดิน ฟ้า อากาศ
2. อาหารที่ชอบ
3. เพลงที่ฟัง

4. หนังที่ดู
5. หนังสือที่อ่าน
6. ไปเที่ยวไหนมาบ้าง
7. เวลาว่างชอบทำอะไร
8. เรื่องเรียนที่ไหน
9. งานที่ทำอะไร
10. ความรักเป็นไงบ้าง

“จะคุยกัน พากันรู้เรื่อง แบบว่าพูดภาษาเดียวกัน บ้าๆ บู๊ๆ ก็ได้”

(สัมภาษณ์ GINGLEW)

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้พบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท ยังมีการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อนอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะรับเพิ่ม พร้อมที่จะบอกปิด ไม่มีใครโชคดีแท้ก็ไม่ถึงกับเศร้าร้าย สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการเลิกคบหาหรือไม่ยอมตอบกลับอีเมล ได้แก่

1. ภาษาที่ไม่สุภาพ
2. ไม่ให้เกียรติ
3. ขาดความจริงใจ
4. คุยกันไม่รู้เรื่อง

“คุยกัน รู้เลยว่า มีเจตนาไม่ดี จะไม่ตอบเลย เลิกคบไปเลย” (สัมภาษณ์ CITIAN)

“พูดจากภาษาบ้าน คุ้ง่ายจะตาม ว่าจะมาไม่ไหนกับเรา” (สัมภาษณ์ A2002)

การไม่ตอบกลับอีเมล หรือเลิกคบก็เป็นวิถีชีวิตทั่วๆ ไปของสมาชิก ในการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated - Communication) ความสุขของสมาชิกที่เกิดจาก การจินตนาการ บนอินเทอร์เน็ตนั้น มาจากความเรียนลับของสมาชิกอีกฝ่ายหนึ่ง สมาชิกจะไม่รู้ว่าสีหน้าของสมาชิกฝั่งนู้นเป็นอย่างไร ขณะที่พิมพ์อักษร สมาชิกจะอาศัยเพียงแค่ในภาพ จินตนาการ ที่เกิดจากความคิดของสมาชิก ข้อมูลเพียงน้อยนิดกับมโนภาพ อันเกิดจากประสบการณ์ของบุคคล จิตนาการจะค่อยๆ เปิดเผยออกเรื่อยๆ ก็ต่อเมื่อการลากจูงจะเกิดขึ้น ถึงความซัดเจนแห่งจินตนาการ ผ่านโลกแห่งความเป็นจริง (Real World)

4. ขั้นตอนการถกฐาน หรือ การเคลื่อนย้ายจากเว็บไซต์ไทยเมทนาสู่โลกแห่งความจริง

การแลกภาพถ่ายและเขียนข้อความสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ตจนถึงทุกอิมตัว หนุ่นสาวไทยเมทนมีความกระหายให้รู้ อย่างที่จะออกไปเผชิญโลกภายนอก ไปสัมผัส แห่ง รูป รส กลิ่น เสียง ชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งเป็นจุดศูนย์ของการคบหา การไม่รู้จักตัวตนที่แท้จริง การไม่ได้สัมผัสทางอารมณ์ ว่าคิดจะแสดงออกอย่างไรและร้ายจะแสดงออกอย่างไร คืออุปสรรคของ ชาวชุมชนเสมือน ขนาดการเคลื่อนย้ายจากเว็บไซต์มาสู่โลกแห่งความจริง ยังจะเกิดขึ้นอยู่คลองไป หนุ่นสาวไทยเมทยังมีความแตกต่างระหว่างอายุและเพศ กับระยะเวลาการคบหาบนอินเทอร์เน็ต สามารถแสดงในรูปตารางดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คนสามารถแสดงในรูปตารางดังนี้

ระยะเวลา	1 เดือน		2 เดือน		3 เดือนขึ้นไป		ไม่เคลื่อนย้าย		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
ไม่เกิน 20 ปี	5 (16.66)	5 (16.66)	0	0	0	0	0	0	10 (33.33)
21 ปีถึง 40 ปี	5 (16.66)	2 (6.66)	0	(10.00)	0	0	0	0	10 (33.33)
41 ปีขึ้นไป	0	0	5 (16.66)	1 (3.33)	0	(3.33)	0	(10.00)	10 (33.33)
รวม	10 (33.33)	7 (23.33)	5 (16.66)	4 (13.33)	0	(3.33)	0	(10.00)	30 (100)

ตารางแสดงความแตกต่างระหว่างเพศและอายุกับระยะเวลาการคบหาบนเว็บไซต์ไทยเมทก่อนการเคลื่อนย้าย

ระยะเวลาของการคบหาบนอินเทอร์เน็ต คือเวลาที่สามารถคบหา สนทนากับคนท่าน แลกภาพ ถ่าย บนอินเทอร์เน็ต จากตารางสามารถสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี ทั้ง ชาย-หญิง คนหาบนอินเทอร์เน็ต มีระยะเวลาเพียง 1 เดือน หรือ ประมาณ 1-3 สัปดาห์ ก็นัดแนะกันเคลื่อนย้าย จากเว็บไซต์ไทยเมท สู่โลกแห่งความจริง
- กลุ่มอายุ 21 ปีถึง 40 ปี จะมีความแตกต่างกันทางด้านเพศ คือเพศชายมีระยะเวลาเพียง 1 เดือน หรือประมาณ 1-3 สัปดาห์ ก็นัดแนะกันเคลื่อนย้าย จากเว็บไซต์ไทยเมท สู่โลกแห่ง

ความจริง ส่วนเพศหญิง จะใช้เวลา 2 เดือน ก็นัดแนะกันเคลื่อนย้าย จากเว็บไซต์ไทยเมท สู่ โลกแห่งความจริง ระยะการคบหาบนอินเทอร์เน็ต เพศชายจะเคลื่อนย้ายเร็วกว่าเพศหญิง

3. กลุ่มอายุ 41 ปี ไป จะมีความแตกต่างกันทางด้านเพศ คือเพศชายมีระยะเวลาเพียง 2 เดือน หรือประมาณ 6-7 สัปดาห์ ก็นัดแนะกันเคลื่อนย้าย จากเว็บไซต์ไทยเมท สู่โลกแห่งความจริง ส่วนเพศหญิง จะใช้เวลา 3 เดือน ก็นัดแนะกันเคลื่อนย้าย จากเว็บไซต์ไทยเมท สู่โลกแห่งความจริง และมีเพศหญิง 2 คนที่ยอมเคลื่อนย้าย ระยะการคบหาบนอินเทอร์เน็ต เพศชายจะเคลื่อนย้ายเร็วกว่าเพศหญิง

“สมาชิกไทยเมท ส่วนใหญ่จะล้ามาก การออกไปนัดเชอกันถือเป็นเรื่องธรรมชาติ ยิ่งบอยชี้นก็จะกีขึ้น กีบอยกับประสบการณ์และไม่ต้องการเสียเวลาของสมาชิก คุณวิษย์อย่าลืมนะครับว่า สมาชิกบางคนมีความคิดหลากหลาย”

(ผู้สัมภาษณ์ คุณปัลล์ส์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 16 สิงหาคม 2546)

“สมาชิกที่ทำการเคลื่อนย้ายบอย การคบหาในอินเทอร์เน็ตจะสั้นลงเรื่อยๆ”

(ผู้สัมภาษณ์ คุณปัลล์ส์ เว็บมาสเตอร์ : วันที่ 16 สิงหาคม 2546)

“อย่างหนูนี่ เคลื่อนย้ายมาแล้วประมาณ 20 ครั้ง ช่วงหลังๆ ก็จะเร็วขึ้น”

“ประมาณ 2 วัน หนูก็นัดเชอกัน ก็หนูเห็นรูปเขาແล็กนີ້”

(ผู้สัมภาษณ์ AKIKOGIRL19) อายุ 20 ปี ใช้ระบบการคบหา 2 วัน

“ผมไม่ต้องการเสียเวลามาก ถ้าคุยกูกิจ ผมขอนัดเชอก่อน”

(ผู้สัมภาษณ์ PSYBUSTER) อายุ 23 ปี ใช้ระบบการคบหา 3 วัน

“1 อาทิตย์ ก็ขอนัดเชอกัน เสียงเขาหล่อมาก ก็ยกเห็นหน้าเขากัน”

(ผู้สัมภาษณ์ BHUNYIKA) อายุ 24 ปี ใช้ระบบการคบหา 1 สัปดาห์

เมื่อการลากจูงเกิดขึ้น การเคลื่อนย้ายตัวตนที่แท้จริง ออกมาน้ำสู่โลกแห่งความจริง เมื่อทั้ง 2 คนได้ประจักษ์และสัมผัสทางโสตของตัวเอง จึงໄດ້รู้ว่า ใช่หรือไม่ใช่ เป็นกระบวนการสารสื่อสารแบบเฟซตูฟันน์ (Face-to-Face Communication)

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมทโดยหาก็พยายามจะเจอกันตัวตนที่แท้จริง ของ เจ้าชาย เจ้าหญิง ที่ตัวเองได้คบหา และเลือกที่จะเป็นเพื่อนหรือ

คาดหวังว่าจะเป็นแฟนในอนาคต การเคลื่อนย้ายจากเว็บไซต์มาสู่โลกแห่งความจริง ก็เริ่มจากความต้องการของทั้งสองฝ่ายที่อยากร่วมเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงซึ่งกันและกัน แสดงถึงความจริงใจที่จะเปิดเผยออกมานะ

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วัยรุ่นพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยมาก อย่าง ฉะนั้นและเชื่อกัน โดยมีเหตุผลคือ อยากรู้เรื่องหน้า หรืออยากรู้เรื่องตัวตนที่แท้จริง หลังจากที่หนุ่ม-สาวได้ใช้กิจกรรมทางการสื่อสารบนครบถ้วนแล้ว การลากฐานคนทั้งสองของจากชุมชนเดิมอ่อน เพื่อนบุ่งไปสู่การเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงในโลกความจริงก็เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันที่สำคัญที่ทำให้คนทั้งสองตัดสินใจและพร้อมที่จะเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อน (Virtual Community) โดยมีเหตุผลดังนี้

1. เกิดความจริงใจและความไว้ใจ
2. ได้เห็นภาพถ่ายแล้ว
3. ระยะเวลาของการคบบันอินเตอร์เน็ต

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยมาก ผู้วัยรุ่นพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยมาก ก่อนที่จะยินยอมเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อน(Virtual Community) สู่โลกแห่งความจริง ยังให้ความสำคัญกับสถานที่หรือจุดพนักศักดิ์ ไม่ใช่ถูกเปลี่ยนแปลงทั้งชีวิตแน่นอน ทั้งสองฝ่ายจะตกลงกันเลือกสถานที่หรือจุดพนักศักดิ์ ฝ่ายหญิงจะได้รับเกียรติในการเลือกสถานที่นั้นพนักศักดิ์หรือจุดพนัก บนโลกแห่งความจริง สิ่งต้องพิจารณาในการเลือกจุดพนักศักดิ์คือ

1. ควรจะเป็นเวลากลางวัน
2. ควรเป็นสถานที่ที่มีคนเยอะๆ พลุกพล่าน

“เวลากลางวัน ที่มีคนพลุกพล่านหน่อย”

(สัมภาษณ์ 090827) อายุ 19 ปี

“พื้นดินห้าง พื้นดินเขาที่รั้น สอง แต่พื้นไปรั้นที่สาม แล้วโทรศัพท์ไปคุยกะเขา แล้วตอบคุว่าใช้คนนี้ใหม่” (สัมภาษณ์ CITIAN) อายุ 40 ปี

จากการสัมภาษณ์ผู้วัยรุ่นพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยมาก จะเลือกสถานที่ที่หนุ่ม-สาวรู้จักกันดีและสถานที่ที่ถูกเลือกคือ ห้างสรรพสินค้า รองลงมาจะเป็นร้านอาหารและเป็นร้านอาหารที่ทุกคนจะรู้จักดีและส่วนใหญ่ร้านเหล่านี้ก็อยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น ร้าน เค เอฟ ซี , ร้านแมค โคน็คต์ , ร้าน พิซซ่า , ร้าน อาหารญี่ปุ่น ส่วนการนัดดูหนัง ทานข้าว พิงเพิง จะเป็นการนัดครั้งต่อไป มากกว่าที่จะเป็นการนัดครั้งแรก

จากการสัมภาษณ์ผู้วัยพับว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท เลือกสถานที่หรือจุดนัดพบแล้ว ซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆอีก เพื่อความปลอดภัยหรือเพื่อความพยายามในการนัดพบได้แก่

1. บุคคลที่พำนี้ไปเป็นเพื่อน
2. ความนั่นใจในตัวเอง

บุคคลที่พำนี้ไปคือส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนสนิท ที่รู้ว่าทั้งสองกำลังทำอะไร และหนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมทบางคู่ไม่ยอมพาใครไปด้วย เพราะมีความนั่นใจในตัวเองสูง และไม่อยากให้ใครรู้ว่าคบหากเพื่อนหรือคบแ芬บนอินเทอร์เน็ต

“พำเพื่อนชี้ไปด้วย เวลา_nัดเจอ ถ้าไม่โคนใจ ก็ให้เพื่อนลุยแทน”

(สัมภาษณ์ GINGLEW) อายุ 18 ปี

“ไปคุนเดียว แอบไปด้วย เดียวแม่เห็น” (สัมภาษณ์ SHITI) อายุ 14 ปี

“ไปครั้งแรกก็พำเพื่อนไปด้วย ครั้งสองสาม ก็ไม่ต้องแล้ว” (สัมภาษณ์ ONEFOUR) อายุ 32 ปี

จากการสัมภาษณ์ผู้วัยพับว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท อิกหลายคู่ที่ปฏิเสธ ไม่ยอมเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือน(Virtual Community) สู่โลกแห่งความจริง แต่ไม่ได้มายความว่า ไม่ต้องการพบตัวตนที่แท้จริงของสมาชิก แต่อยู่ที่ความไม่พร้อมของบุคคลในบุคคลนั่ง เหตุผลคือ

1. ระยะเวลาในการคบหา บันอินเทอร์เน็ตน้อยไป
2. ทำใจไม่ได้
3. มีคู่รองอยู่แล้ว

5. ขั้นตอนการตัดสินใจ หรือ การก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในโลกความจริง

จากการสัมภาษณ์ผู้วัยพับว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท ที่คบหากันบนโลกแห่งความจริง และโลกเสมือน(Virtual World) หลังจากที่มีการเคลื่อนย้ายมาถึงแล้ว หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท ก็ใช้ชีวิตแบบเดินๆทัวๆไป เมื่อเข้ามาโลก การได้สัมทนากันในโลกแห่งความจริง ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือหลายครั้ง ทำให้สมาชิกทุกคนเปลี่ยนแปลงสัมพันธภาพ การเปลี่ยนแปลงสัมพันธภาพสามารถแบ่งออกได้ 3 แบบ คือ

1. เป็นเพื่อนหรือเป็นแฟน
2. แต่งงาน
3. เลิกคบ

จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท มีการคบหากันเพื่อกันก็ มีหลากหลายแบบ เช่น ทำธุรกิจร่วมกัน ช่วยตอบปัญหา กินเที่ยวด้วยกัน และเปลี่ยนประสบการณ์ การคบหากันเพื่อกันใช้ช่องทางการสื่อสารน้อยลงกว่าเดิม ตัวนี้ใหญ่จะเป็นเพียง อีเมลกับโทรศัพท์

การเป็นแฟนและขอแต่งงาน เป็นเรื่องของความรัก เป็นเรื่องของหัวใจ สมาชิกหลายคน คู่ร่วมใจกัน แต่งงานกัน ในโ dikแห่งความจริง เพื่อรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีโดยผ่านกระบวนการเดียวกัน คือการสู่ขอ หมั้นหมาย ตามประเพณีนิยมในปัจจุบัน เพราะชีวิตคนไทย กับประเพณีไทย

ตัวอย่าง คู่แต่งงาน



คู่แต่งงาน คู่ที่ 10 ของสมาชิกไทยเมท

ระหว่าง นุก-ทอน

วันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2546

แนะนำฝ่ายหญิง

ชื่อ นามสกุลจริง: นางสาวกนกณัฐ กองแสงศรี อายุ 35 ปี

ชื่อเล่น: นุก ชื่อสมาชิก Thaimate: PRINCESS_MOOK

อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว

แนะนำฝ่ายชาย

ชื่อ นามสกุลจริง: นายนริศร์ พวรรณะ อายุ 33 ปี

ชื่อเล่น: ทอน ชื่อสมาชิก Thaimate: MACHCHA

อาชีพ: สถาปัตยกรรมไทย

คุณนูกได้เริ่มเข้ามาเป็นสมาชิกไทยเมทเมื่อประมาณพฤษภาคมปี 2545 เพื่อหาความสนุก เพิ่มเติมเข้ามาในชีวิตที่ซ้ำซากจำเจอยู่กับงานประจำวัน โดยเปลี่ยนคำแนะนำตัวใน profile ทำนองว่า "เจ้าหนูนูกกำลังตามหาเจ้าชาย" ทำให้มีเจ้าชายมากมายเสนอหน้าเข้ามารับใช้เจ้าหนู

หนึ่งในเจ้าชายเหล่านั้น ก็คือคุณthon ซึ่งเป็นสมาชิกไทยเมทมาตั้งแต่ปี 2543 คุณthon ได้เข้ามาขอสมัครเป็นคนรู้ใจของเจ้าหนู โดยใช้ภาษาเหนือประปันในการสนทนากำลังให้คุณนูกรู้สึกว่า ผู้ชายคนนี้มีความน่าสนใจ คุณthonชอบเอ่ยกับคุณนูกเสมอว่า "อย่าลืมนาน้อยขึ้นอยนะ" ซึ่งมีความหมายโดยนัยว่า "อย่าหลอกให้หลงรักเด่นๆ นะ"

หลังจากนั้น 4 วัน ที่คุณหานนอินเทอร์เน็ต คุณthon ได้ขอนัดพบคุณนูก หลังจากอีเมล และແລກເບີຣ໌ໄຕຮັກນໍາທຶນສອງເມື່ອໄດ້ເຂົ້າກັນ ດ້ວຍນັ້ນໃຈວ່າ "ຄົນນີ້ແຫະລະເກືອຄນິ່ໃຈ" ໂດຍທຶນສອງຜ່ານນີ້ເຫຼຸ່າພລວ່າ

"คุณนูกประทับใจคุณthonตรงที่ เป็นคนพูดตรง เสนอตัวเสนอปลาย ในพูมเพียะ เป็นคนดีดี" "ส่วนคุณthonประทับใจคุณนูกที่ คุณนูกตรงความคุณชนบัดທີ່ຕັ້ງໄວ້ ໄດ້ແກ່ หน้าตาดี เป็นแม่บ้านแม่เรือน เป็นพี่ยอนรับของพ่อแม่ ເຂົ້າກັນເພື່ອນໆ ໄດ້ ແລະພູຈາເຂົ້າໃກກັນ"

ທຶນສອງໄດ້ກ່າວເລີ່ມເພີ່ມເຕີນກັບສ້ອອິນເທັນເນື້ອຕ່າງໆ

"การຮັບກັນໃນເນື້ອຕ່າງໆ ໄນໄຊເຮືອງແປລກຫຼືອນ່າຍ ຈຶ່ງຕີກວ່າການຮັບກັນໃນດີຕ ໄກເຫັນ ພຣີໃນສຕານບັນເທິງອື່ນໆ ດ້ວຍໜ້າໄປ"

ເມື່ອຜ່ານການຄູໃກນນານປະມານ 7 ເດືອນ ທຶນສອງຄູນນຸກຄູນthon ກໍໄດ້ຕົກລົງແຕ່ງງານກັນເພື່ອເປັນເກີຍຮົດແກ່ຜ່າຍຫຼູງ ໂດຍຈັດພົມຕາມປະເພມີແບນດ້ານນາ ໃນວັນທີ 18 ມັງກອນ พ.ສ. 2546

(ຜູ້ວິຊຍຂອຂອບຄູນສາມາຊີກ PRINCESS_MOOK ກັບ MACHCHA ທີ່ໄດ້ເລື້ອເຖື້ອຂໍ້ອມູນ ແລະຮູປ່ກາພປະກອນ ພວກເຮາຈາວໄທຍແມກ ແລະຂອ່ວມແສດງຄວາມຝຶນຕົ້ນຕ້າຍ ເລື້ອເຖື້ອຂໍ້ອມູນ ໂດຍ ຄູນປັບປຸງຕົ້ນຕ້າຍ ເວັບນາສເທອຣ໌)

จากการสัมภาษณ์หนุ่ม-สาวไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า หนุ่ม-สาวในเว็บไซต์ไทยเมท ที่ยอมเคลื่อนย้ายมาสู่โลกแห่งความเป็นจริง และหันมองให้เพียงกัน แต่การพบเจอกันกับเป็นสาเหตุแห่งการเดิกคน และสร้างปัญหาให้สมาชิก

การเดิกคนหา หลังจาก การเคลื่อนย้ายเกิดขึ้นกับหลายคู่ ที่มีเคลื่อนย้าย สาเหตุมาจากคือ

1. ไม่โคนใจ
2. มีตัวเลือกรออยู่

“ไม่โคนใจนะพี่ คือ เรา ก็หวัง ในสิ่งที่เรอจากได้ เช่น ส่วนสูง หน้าตา ก็ถูกๆไป”
(สัมภาษณ์ CHANVITTA) อายุ 23 ปี

“ไม่ถูกใจ คือไม่ใช่ไม่หล่อ онะ แต่มัน ไม่ปัง ไม่เร้าใจ บอกไม่ถูกนะพี่”
(สัมภาษณ์ LOVE_BG) อายุ 14 ปี

“นัดเจอแล้ว ไม่ถูกใจก็ทำตัวเฉยๆ แต่ไม่ต้องปฏิเสธนะ”
(สัมภาษณ์ TAWEEETHA) อายุ 15 ปี

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า การคอมเมนต์ อินเทอร์เน็ต การแปลความหมายผิดพลาดอาจเกิดขึ้นได้ เมื่อong จำกสมาชิกไม่ได้เห็นหน้าตากัน ขาดภาษาถ่าย ไม่ได้เห็นปฏิกริยา สะท้อนกลับ หน้านิ่ว คิ้วบวบ และสมาชิกขาดนัยยะของคำ เช่น การทึ้งช่วงของคำพูด น้ำเสียง ความนุ่มนวล หลังจากที่สมาชิกนัดพบกันบนโลกแห่งความจริงก็ได้ประจักษ์กับสิ่งเหล่านี้

การนัดพบกันแบบตัวต่อตัว จึงมีการผิดพลาด เพราะสมาชิกจะ ไม่มีทางได้พบกับสิ่งที่ผ่านและจิตนาการ นี่คือชุดเปลี่ยนของความรักบนอินเทอร์เน็ต

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารระหว่างบุคคล ในเว็บไซต์ไทยเมท กับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมเป็นชุมชนใหม่ : การวิเคราะห์เนื้อหา” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลโดยใช้การศึกษาแบบ

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)
2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation)

โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกหัวข้อที่น่าสนใจ

1. เพื่อศึกษาถึงภูมิหลังและลักษณะของเว็บไซต์ไทยเมท
2. เพื่อศึกษาถึงทัศนะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์นี้และความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการหาคู่ ในเว็บไซต์
3. เพื่อศึกษาถึงมนุษย์ที่เข้ามาสร้างความคาดหวังและมนุษย์ใหม่ๆ ให้กับการหาคู่
4. เพื่อศึกษาถึงการหาคู่ในเว็บไซต์นี้ การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมเป็นชุมชนใหม่ โดยแบ่งความจริง และก่อให้เกิดปราชญาณในความเป็นจริง

สรุปผลการวิจัย

1. ภูมิหลังและลักษณะของเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

1.1 ภูมิหลังเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

เว็บไซต์ไทยเมท หรือ Thaimate.com ได้เปิดตัวสู่สาธารณะฯ เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2542 โดยบริษัท อิมเม็ง ประเทศไทย จำกัด (M-WEB Thailand Co.,Ltd.) การติดต่อเว็บมาสเตอร์ คือ สามารถติดต่อได้ที่ webmaster@thaimate.com หากเว็บมาสเตอร์ยินดีรับฟังความคิดเห็นและตอบคำถามทุกคำถาม เช่น สำหรับบุคคลที่เป็นสมาชิกอยู่แล้ว ก็สามารถส่งอีเมลจากเว็บของ Thaimate.com ไปถึงสมาชิกซึ่ง webmaster ได้เช่นกัน

ส่วนการติดต่อกับเว็บมาสเตอร์โดยตรงคือ คุณปณัชญ์ อะลงกรณ์ วารกิจ ตำแหน่งเว็บมาสเตอร์ไทยเมท โทร.0-29550099 ต่อ 7730 สถานที่ตั้งของบริษัทอิมเม็ง ประเทศไทย จำกัด ตึก

สำนักคดีประกันภัย นอร์ธปาร์ค หลักสี่ กท. โทร. 0-2955-0099 ต่อ 7793,7787 E-mail : adinfo@Topspace.com

1.2 ลักษณะเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

เว็บไซต์ไทยเมท หมายถึง เว็บไซต์ที่ให้บริการสำหรับคนไทยเท่านั้น เพื่อให้คนไทยสามารถค้นหาเพื่อนหรือคนรัก บนอินเทอร์เน็ต โดยสามารถระบุคุณสมบัติ (Spec.) คุณสมบัติ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสมาชิก จะจัดแสดงไว้ในทะเบียนประวัติ (Profile)

เจตนาณ์เว็บไซต์ไทยเมท พยายามแก้ปัญหาทางสังคมที่เกิดตาม Web board ต่างๆที่บุคคลทั่วไปพยายามที่จะติดต่อกับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยจัดทำไว้ตาม Web board และห้องคุย (Chat Room) ที่ขาดข้อมูล ทางเว็บไซต์ไทยเมทจึงมุ่งที่จะให้บุคคลทั่วไปเข้ามาเป็นสมาชิกในชุมชน และให้สมาชิกกล้าแสดงออกตัวตนที่แท้จริงผ่าน Profile สมาชิกเพื่อเป็นฐานข้อมูล (Data base) ให้ สมาชิกค้นหากันและกัน

1.3 ลักษณะสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

เว็บไซต์ไทยเมท ได้แบ่งสมาชิกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สมาชิกพิเศษ คือสมาชิกที่ชำระค่าบริการรายปี ปีละ 299 บาท
2. สมาชิกทั่วไป คือสมาชิกที่ไม่ประสงค์จะชำระค่าบริการรายปี

1.4 ลักษณะพื้นที่เว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

เว็บไซต์ไทยเมท ได้จัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 Visitor area คือพื้นที่สำหรับให้บุคคลทั่วไป ที่ยังไม่เป็นสมาชิก ได้ตรวจสอบเข้ามายืนยัน ชื่อชุมชน ThaiMate.com ได้ตามนโยบาย เช่น การคลิกเพื่อศึกษา ThaiMate.com , เพื่อทดลองหาเพื่อน, เพื่อทดลองใช้ระบบ(มือใหม่), คลิกคุยกับแต่งงาน

ส่วนที่ 2 Member area คือพื้นที่สำหรับสมาชิก มีให้สำหรับสมาชิกเท่านั้น เพียงแค่มีเจตนาณ์ ร่วมกันกับสำนักคดีสามารถเป็นสมาชิกได้โดยไม่มีเงื่อนไข การเข้าออกสู่ชุมชนจะใช้รหัสผ่านเข้า พื้นที่ ส่วนนี้ เป็นการกำหนดเพื่อให้เกียรติสมาชิกในชุมชน และใช้ตรวจสอบสมาชิก ควบคุมสมาชิกไม่ให้มีการละเมิดสมาชิกด้วยกัน

1.5 ลักษณะโคลคเด่นของเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com)

1.5.1 ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)

1.5.1.1 การส่งอีเมลและการป้อนกลับ (E-mail and Feedback)

เว็บไซต์ไทยเมทมีระบบการรับ-ส่ง อีเมล โดยสมาชิกผู้ส่งอีเมลจะส่งอีเมลไปยังสมาชิกผู้รับ อีเมลจะถูกส่งผ่านระบบไทยเมท แต่การรับอีเมลของสมาชิก จะรับอีเมลผ่านระบบอีเมล ปกติของสมาชิกเอง แต่ชื่อสมาชิกที่ส่งจะแสดงผลผ่านเว็บไซต์ไทยเมท คุณลักษณะนี้เองจึงเป็นที่ยอมรับของสมาชิกที่ไม่ต้องการให้อีกฝ่ายหนึ่งรู้ชื่อที่อยู่อีเมล เป็นความสามารถในการปกปิด อีเมลแอดเดรส (E-mail Address) ของผู้ส่งในระบบเว็บไซต์ไทยเมท

1.5.1.2 ทะเบียนประวัติ (Profile) มีรูปภาพสมาชิก

เว็บไซต์ไทยเมทสร้างทะเบียนประวัติ ด้วยการสร้างแบบฟอร์มให้สมาชิกได้กรอกข้อมูลส่วนตัวและให้สมาชิกลงรูปภาพส่วนตัวไว้ในทะเบียนประวัติ เป็นการส่งเสริมให้สมาชิกสร้างตัวตนใหม่ ให้หล่อสร้างมากกว่าเดิม ตามใจปรารถนา และการเขียนบทความแนะนำตัวตน ตามลีลา การเขียน โดยสมาชิกเอง เพื่อเป็นจุดโน้มน้าวให้สมาชิกอ่านกัน หากเป็นเพื่อนหรือแฟน ส่วนประกอบของทะเบียนประวัติ (profile)

ได้แก่

1. ชื่อสมาชิก
2. เพศ, อายุ
3. วันที่การติดต่อกับไทยเมทครั้งสุดท้าย
4. คำแนะนำตัว
5. ข้อมูลส่วนตัวสมาชิก
6. รูปภาพ
7. ความต้องการสมาชิก

1.5.2 ด้านเทคนิค (Technical Elements)

1.5.2.1 การค้นหาข้อมูล (Search Engine)

เว็บไซต์ไทยเมท มีลักษณะการค้นหาสมาชิกอยู่ 7 แบบคือ

1. การค้นหาสมาชิก ตามภูมิลำเนา
2. การค้นหาสมาชิก ตามรูปประจำ
3. การค้นหาเพื่อนมาใหม่

4. การค้นหาระบุชื่อ
5. การจับคู่ให้สมาชิก (Match)
6. การค้นหาเพื่อนอนไลน์ (มีข้อจำกัด สมาชิกทั่วไปจะออนไลน์ไม่ได้)
7. การค้นหาตามคำแนะนำด้วย

1.5.2.2 ระบบการรักษาความปลอดภัย

ระบบการรักษาความปลอดภัยเว็บไซต์ไทยเมท คือการป้องกันอิเมลส่วนตัว เว็บไซต์ ไทยเมท มีกลไกที่ใช้จดเก็บและป้องกันข้อมูลลับส่วนบุคคลเป็นอย่างดี เช่น ชื่อ ที่อยู่ อีเมลแอดเดส ของสมาชิก เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชน และสมาชิกไม่สามารถร้องขอข้อมูลเหล่านี้จากทาง Thaimate.com ไม่ว่ากรณีใด ๆ

1.5.3 ตัวเนื้อหา (Content Elements)

เว็บไซต์ไทยเมท มีลักษณะประชากรหรือสมาชิก ที่มากและมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกวัน สังเกตได้จากการเข้ามาใหม่ของสมาชิก ที่เพิ่มขึ้นทุกวัน จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมพบว่า สมาชิก มีจำนวนเพิ่มขึ้นหลังจากที่เข้าชุมชนที่เริ่มงานวิจัย กระทั่งสืบสุดงานวิจัย การเพิ่มขึ้นของสมาชิกมี ดังนี้

สรุปผลการเพิ่มขึ้นของจำนวนสมาชิก

สำรวจเมื่อวันที่ 12 พ.ย. 2545 เริ่มงานวิจัย

เพศชาย 154,164 คน เพศหญิง 85,781 คน รวม 239,945 คน

สำรวจเมื่อวันที่ 9 พ.ค. 2546

เพศชาย 175,485 คน เพศหญิง 100,085 คน รวม 275,570 คน

สำรวจเมื่อวันที่ 31 ก.ค. 2546 สืบสุดงานวิจัย

เพศชาย 198,165 คน เพศหญิง 116,005 คน รวม 314,170 คน

จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นแสดงถึงความต้องการแสวงหาเพื่อน ยังมีอยู่ทั่วไปในทุกสถานที่ การกินพื้นที่กว้างของชุมชน กำลังจะส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งและมีพลัง เป็นชุมชนในโลกไซเบอร์ในอนาคต การส่งเสริมการสื่อสารและการมีปฏิกริยาต่อตอบสูง เป็นจุดสนใจของสมาชิก ที่มองหาชุมชนและอยากรู้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

2. แนวคิดเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการหาคุ้นใจเว็บไซต์ไทยเมท

เว็บมาสเตอร์ได้ศึกษาและมีการพัฒนาเว็บไซต์มาจากห้องคุย (Chat Room) ที่มีนักแข่งพะยานมานานเพื่อนที่แข่งด้วยกันเป็นประจำ บางครั้งนักแข่งก็ฝ่ากราะทิ่วไว้ในเว็บบอร์ด จากจุดนี้เองที่ทำให้เกิดการคิดหารือให้นักแข่งทั้งหลายได้เจอกันอย่างมีระบบ

จากการแข่งเพื่อสนุกสนาน สู่การค้นหาเพื่อนหรือแฟนอย่างมีระบบ ความพะยานของเว็บมาสเตอร์ที่จะตอบสนองบุคคลทั่วไป ที่ออกแรงหาข้อมูลที่ขาดดองการ การเห็นโอกาสของเว็บไซต์ไทยเมทจึงได้คิดสร้างเว็บไซต์นี้ขึ้นมา โดยได้นำรูปแบบการหาคุ้นใจจากเว็บไซต์ต่างประเทศ นำมายังภาษาและประยุกต์ให้เข้ากับคนไทย เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ (needs and wants) ของนักแข่งที่ต้องการค้นหาเพื่อนหรือคู่

2.1 แนวคิดการสร้างเว็บไซต์ไทยเมทเชิงธุรกิจ

เว็บไซต์ไทยเมท หลังจากการเปิดตัวเมื่อปี พ.ศ. 2542 สามารถก้าวสู่ปีที่ 2545 เว็บไซต์ไทยเมท จึงตัดสินใจเปิดรับสมาชิกพิเศษ โดยให้สมาชิกพิเศษ เสียค่าสมาชิกปีละ 299 บาท เป็นการอาทิตย์เดือน โดยยืนยันตัวตนผ่านรหัสที่ต้องใช้สำหรับการเข้าสู่เว็บไซต์ ไม่สามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้ ต้องเสียค่าบริการเพิ่ม จุดนี้เองที่เป็นส่วนของการทำธุรกิจของเว็บไซต์ไทยเมท

2.2 เว็บไซต์ไทยเมทกับการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

การดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดของเว็บไซต์ ไทยเมท เพื่อสื่อความหมาย และสร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับแก่สมาชิก โดยมุ่งหวังที่จะให้สมาชิกตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ การกำหนดช่องทางการสื่อสารในรูปของการกระตุ้นเร่งร้า โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดปฏิกริยาตอบสนองจากสมาชิก โดยเว็บไซต์ได้ดำเนินถึงดังนี้

2.2.1 แนวคิดการสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมท

2.2.1.1 ขนาดของตลาด (Market Size)

เว็บไซต์ไทยเมทพะยานกำหนดขนาดของตลาด (Market Size) โดยใช้สมาชิกพิเศษ เป็นตัวกำหนดขนาดตลาดเว็บไซต์ไทยเมท เว็บไซต์ไทยเมทคาดหวังจำนวนสมาชิกพิเศษอยู่ที่ 10-15 เปอร์เซ็นของสมาชิกทั่วไป

2.2.1.2 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Marketing Opportunity Analysis)

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของเว็บไซต์ไทยเมทฯ ให้ดีกว่าครัวเรือนจากการออกแบบ และความมีเอกลักษณ์ ลักษณะโดยเด่นชัดนี้เองที่ทำให้มีสมาชิกมากมายจึงเป็นจุดแข็งของเว็บไซต์ ไทยเมทฯ โดยศึกษาได้จาก

1. ข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ไทยเมทฯ ง่ายต่อการค้นหา และง่ายต่อการใช้
2. การออกแบบที่ดึงดูดผู้ชมที่ตรงกับจุดประสงค์ของการหาคู่
3. ตัวอักษรจะอ่านง่าย ตัวใหญ่ ไม่เดอะเดะะปะปันไปกับกราฟิก
4. ผู้ชมหรือสมาชิก สามารถเยี่ยมชมได้ทั้งเว็บไซต์ ได้ทั่วถึงโดยง่าย
5. เว็บเพจนี้ประกอบด้วยการเรื่องไข่ไก่ไปยังเว็บไซต์อื่นๆ มีการจัดวางไว้ มุ่งความสนใจให้ ปะปันกันอย่างเหมาะสม
6. แต่ละหน้าของเว็บไซต์ไทยเมทฯ จะใช้วลามในการดูความโน골ด์ที่เหมาะสม ไม่นานจนเกินไป
7. แต่ละหน้าของเว็บไซต์ไทยเมทฯ จะใช้งานได้สม่ำเสมอและถูกดูความโน골ด์ได้อย่างไม่มีปัญหา
8. การออกแบบและคุณลักษณะต่างๆ ของเว็บไซต์ไทยเมทฯ เช่น การเข้าถึงฐานข้อมูล การใช้ภาษาเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง จะไม่ไปบรกกวนส่วนอื่นของเว็บไซต์
9. คุณลักษณะที่ใช้ในการติดต่อบร话ว่างแต่ละหน้าของสมาชิก เว็บไซต์จะมีคำแนะนำอย่างชัดเจน

เว็บไซต์ไทยเมทฯ ได้ออกแบบมาเพื่อให้บริการค้านข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกเป็นหลัก และมุ่งเน้นในด้านเทคนิคการค้นหาข้อมูลของสมาชิก ที่รวดเร็วและตรงตามคุณสมบัติ

2.2.2 แนวคิดเชิงธุรกิจเว็บไซต์ไทยเมทฯ

2.2.2.1 การสร้างรายได้

เว็บไซต์ไทยเมทฯ มีการสร้างรายได้หลักอยู่ 2 ทางคือ

1. รายได้จากการโฆษณา (Banner Advertising)
2. รายได้จากการค่าสมาชิก

2.2.2.2 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Strategies)

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Plan) เว็บไซต์ไทยเมทฯ ให้บริการ สมาชิก โดยมุ่งหวังที่จะให้สมาชิกเกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ที่จะให้

สมาชิกมีเพิ่มมากขึ้น เว็บไซต์ไทยเมนท์จำเป็นที่จะต้องดำเนินการกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยมี หลักการพิจารณาดังนี้คือ

การพิจารณากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมนท์

1. แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด
2. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด
3. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
4. ความเข้าใจด้านกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

1. แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด

1.1 ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ไทยเมนท์

เว็บไซต์ไทยเมนท์มีการสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารของเว็บไซต์ ในการปฏิสัมพันธ์ ของสมาชิก มีด้วยกัน 4 แห่งมุน คือ

1. การตอบรับจากผู้ใช้
2. ความสามารถในการเพิ่มข้อมูลข่าวสาร
3. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล
4. ความทันต่อเหตุการณ์

1.2 การสร้างภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ไทยเมนท์

เว็บไซต์ไทยเมนท์มีการสร้างภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ อายุ 3 ด้านคือ

1. ด้านการประชาสัมพันธ์
2. ด้านการดึงดูดความสนใจ
3. ด้านการตอบรับข้อมูลของผู้ใช้

1.2.1 ด้านการประชาสัมพันธ์

เว็บไซต์ไทยเมนท์มีการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ อายุ 3 แนวทางคือ

1. เป็นศูนย์รวมในการติดต่อเพื่อน
2. การให้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิก
3. การสร้างการปฏิสัมพันธ์ด้านสมาชิกและด้านบริการ

1.2.2 ด้านการดึงดูดความสนใจ

เว็บไซต์ไทยเมนท์มีวิธีการดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์ต่อสมาชิก ในการส่งเสริมผล ประโยชน์ทางด้านธุรกิจมี 2 แห่งมุนคือ

1. ย้ำ novitàความสะดวกให้สมาชิก

2. มีความเป็นส่วนตัวของสมาชิก

1.2.3 ด้านการตอบรับข้อมูลของผู้ใช้

เว็บไซต์ไทยเมทมีการตอบรับข้อมูลของสมาชิกในของเว็บไซต์ อายุ 3 ແມ່ນມື້ອ

1. ความสามารถในการเพิ่มข้อมูลข่าวสาร

2. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล

3. ความทันต่อเหตุการณ์

2. เว็บไซต์ไทยเมทกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Group)

เว็บไซต์ไทยเมท มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์คือ บุคคลทั่วไปที่มีใจนา
รนษ์ร่วมกัน อายุ 20 ถึง 35 ปี และไม่มีการจำกัดศิทธิใดๆทั้งสิ้น

3. เว็บไซต์ไทยเมทกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

เว็บไซต์ไทยเมท มีการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้มีเวลาและโอกาส เพื่อให้ทัน
ต่อเหตุการณ์ และเพื่อให้มีข้อมูลทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะสนองความต้องการของสมาชิก
ด้วยคณะกรรมการพัฒนาที่พนบอยคือ ภาพพื้นของเว็บเพจ จะมีการเปลี่ยนแปลงทุกปี ในช่วงเดือน
กุมภาพันธ์ นอกจากนี้ยังเป็นการบริการทางด้านการตีสารแบบใหม่อยู่เสมอ

3. ความเข้าใจด้านกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising)

เว็บไซต์ไทยเมท ไม่ได้โฆษณาในเว็บไซต์อื่นๆ แต่ใช้การ Link กับเว็บไซต์ในเครือ
ของบริษัท อีเมลเว็บ โดยทางเว็บไซต์ไทยเมท จะ Link ในหัวเรื่อง หัวขุนชอนออนไลน์คือ “หาเพื่อนรู้
ใจ” ที่ SANOOK.COM

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

เว็บไซต์ไทยเมทไม่มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เดียวบางได สมาชิกที่เพิ่มเข้ามา
สมาชิกแนะนำ บอกต่อๆกันไปผ่านสมาชิกไทยเมทด้วยกัน และสมาชิกสามารถแนะนำเว็บไซต์ผ่าน
อีเมลสมาชิกได้เอง

2.3 แนวคิดด้านวัฒนธรรมหาก่อขึ้นในเว็บมาสเตอร์

เว็บมาสเตอร์ไม่ได้คิดถึงเรื่องวัฒนธรรม คิดถึงแต่การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตหรือวิธีเล่นอินเทอร์เน็ต

แนวคิดเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับข้อคิดเห็นสำคัญมาก

1. เป็นการติดต่อสื่อสารที่ประ hely รวดเร็ว ทันสมัย
2. ช่วยลดความเขินอาย ไม่ต้องพะวงถึงศักดิ์ศรีมากนัก อย่างคุยกับใครก็คุยก่อน นิเวลาไตร่ตรอง เลือกเฟ้นถ้อยคำstanหนาที่เหมาะสม
3. ช่วยให้ได้เพื่อนใหม่ๆ มากมาย เช่น เพื่อนค่างเพศ ค่างวัย ค่างอาชีพ ค่างถิ่น ค่างเชื้อชาติ
4. คุยก่อนม่าเวลาให้หมดๆ ไป หรือคุยก่อนเปลี่ยนอุปกรณ์จากการทำงานหนัก
5. เพื่อนในอินเทอร์เน็ตสามารถให้ความคิดเห็น คำแนะนำ คำปรึกษา หนทางแก้ปัญหาได้

3. การหากรุ่งของหลัก-ชาญ ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีต

เว็บไซต์ไทยมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยศึกษาจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคลและช่องทางของการสื่อสาร เมื่อหลายที่เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงการหากรุ่งที่แตกต่างไปจากอดีตของเว็บไซต์ไทยมี ลักษณะการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ด้านคือ

1. ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Elements)
2. ด้านเทคนิค (Technical Elements)
3. ด้านเนื้อหา (Content Elements)

3.1 ด้านการสื่อสาร

รูปแบบ	อดีต	ปัจจุบัน
การสื่อสาร	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตัวต่อตัว	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อ
วิธีการ	ผ่านสื่อมนุษย์	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
การปฏิสัมพันธ์	กิจกรรมประเพณี	ชุมชนเครือข่าย

ด้านการสื่อสารสมัยอดีต จะมีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) กับเพื่อนหรือเพื่อน จะเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face-communication) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ต้องการเห็นหน้าเห็นตา กัน (Interpersonal / Face-to-Face Relationship) ในการปฏิสัมพันธ์รัก ความสัมพันธ์รักของหนุ่ม-สาวสมัยอดีต จะเป็นความสัมพันธ์แบบรักและอบอุ่น คือใช้การสื่อสารแบบภาษา (Oral communication)

ด้านการสื่อสารในปัจจุบัน จะมีวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) กับเพื่อนหรือเพื่อน ในการสื่อสารระหว่างบุคคล จะเป็นการสื่อสารแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated - Communication) หรือผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet) ในการปฏิสัมพันธ์รัก ความสัมพันธ์รักของหนุ่ม-สาวปัจจุบันจะเป็นความสัมพันธ์รักผ่านสื่อ ใช้การสื่อสารนี้ พื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based communication) หรือที่นิยมกันมากคือ อีเมล (E-Mail), การคุย(Chat) ผ่านห้องคุย (Chat Room)

3.2 ด้านเทคนิค

รูปแบบ	อคีค	ปัจจุบัน
การค้นหา	สื่อมนุษย์, สื่อประเพณี	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
ลักษณะข้อมูล	ตัวบุคคล	ทะเบียนประวัติ (profile)
สถานที่	วัด, งานประเพณี	เครื่องคอมพิวเตอร์

ด้านเทคนิคสมัยอดีต วิธีการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อน จะเป็นตามงานประเพณีต่างๆ ที่ทุกคนจะมาร่วมกันทำบุญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีถอยเรือขาวเด สถานที่จัดงานก็จะเป็น วัด ลานบ้าน หรือที่ที่เห็นสมควรของชาวบุนนาค ลักษณะการค้นหาในอดีตก็จะเป็นสื่อมนุษย์ และการได้พบของตัวบุคคล ภายใต้ลักษณะทางกายภาพจริง สถานที่จริง

ด้านเทคนิคในปัจจุบัน วิธีการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อน จะเป็นตามอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยการ Search Engine ไปยัง Web Site ต่างๆ หรือชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในการค้นหาบุคคล จะค้นหาจากทะเบียนประวัติ (Profile) เพื่อให้ได้ความคุ้มส่วนบุคคลที่ต้องการ

3.3 ด้านเนื้อหา

รูปแบบ	อคีค	ปัจจุบัน
ลักษณะบุคคล	ตัวตนจริง	ตัวตนเสมือน
คุณสมบัติ	รูปร่าง	ภารถาย
การแสดงออก	ผ่านคำพูด, กริยาท่าทาง	ผ่านตัวหนังสือ, จินตนาการ

ด้านเนื้อหาสมัยอดีต การหาเพื่อนหรือเพื่อน จะเป็นการหาคุณสมบัติที่เป็นลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ที่เป็นเดียดตัวตน สามารถมองเห็นรูปร่าง ศรีษะ ภายนอก รวมไปถึงการแสดงออกต่างๆตามที่สังเกตได้ การที่จะเลือกจับใจรักคนมาเป็นเพื่อน สิ่งแรกคือ รูปร่าง หน้าตา

ด้านเนื้อหาสมัยปัจจุบัน การหาเพื่อนหรือเพื่อน จะเป็นการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อนผ่านชุมชนเสมือนทางอินเทอร์เน็ต หนุ่ม-สาวในชุมชน ไวรัตัวตนที่แท้จริง มีเพียงภารถายที่ใช้แทนตัวตน การสื่อสารจะแลกเปลี่ยนกันเพียง ข้อความบรรยายต่อบรรยาย ลักษณะของความผูกพัน เป็นความผูกพันผ่านจินตนาการ ไม่สามารถมองเห็นได้ จนกว่าทั้งสองจะนัดพบหรือนัดเจอกันในโลกแห่งความจริง

3.4 ความแตกต่างของการหาคู่ระหว่าง Virtual Community กับ Real Community

ด้าน	Virtual Community	Real Community
การสื่อสาร	อิเมล,ห้องคุย	โทรศัพท์,สนทนากลุ่ม
เทคนิค	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	ผ่านสื่อมนุษย์
เนื้อหา	ข้อความ,ภาพถ่าย,การสร้างตัวตนใหม่	ท่าทาง,คำพูด,เปลี่ยนแปลงตัวตนไม่ได้
พื้นที่	ไวรัลรัมแคน	เฉพาะพื้นที่

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่าง Virtual Community กับ Real Community

ความสัมพันธ์ของมนุษย์-สาวใน Real Community มนุษย์-สาวใช้หลายสิ่งหลายอย่างในการเชื่อมสัมพันธภาพ เช่น รูปถ่าย หน้าตา สาย หล่อ ห่วงท่าอ่อนหวาน รอยยิ้มหรือแม้แต่ความใกล้ชิด สิ่งต่างๆเหล่านี้ เป็นวิถีทางแห่งรักที่ดำเนินมาแต่สมัยอดีต

ความสัมพันธ์ของมนุษย์-สาวใน Virtual Community มนุษย์-สาวใช้เพียงภาพถ่าย ข้อความ และจิตนาการณ์ในการเชื่อมสัมพันธภาพ

3.5 ความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านวัฒนธรรมประเพณีกับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

ด้าน	วัฒนธรรมประเพณี	เว็บไซต์ไทยเมท
การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)	การสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person)	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer-mediated communication)
เทคนิค	ผ่านสื่อบุคคล, สื่อวัฒนธรรมประเพณี	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)
เนื้อหา	เกี่ยวพาราสี, การละเล่น, คุณถุงชน	ด้วยการสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) ปิดบัง ซ่อนเร้น ชวนแสวงหา
สถานที่	งานประเพณี, วัด	กระจายอยู่ทั่วไป (Widely distributed)
เวลา	เทศกาล	เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างวัฒนธรรมประเพณีกับเว็บไซต์ไทยเมท

การหาคู่ในวัฒนธรรมประเพณีดึงเดิน ต้องอาศัยเวลาที่ค่อยกำหนดประเพณีของทุกปี การค้นหาจะสันและจำกัดอยู่ในพื้นที่แคบๆ การแสดงประเพณีก็นิยมอยู่ย่างจำกัด การค้นหาผ่านข้ามเชื้อชาติและวัฒนธรรมแทนไม่เกิดขึ้นเลย ในวัฒนธรรมประเพณีดึงเดินบทบาทของวัฒนธรรมจะแสดงออกมาในรูปของการแสดง การร่ายรำ การพ่อง และยังคงเป็นเรื่องของพิธีกรรม รวมไปถึงการเชื่อมโยงผูกติดเข้ากับศาสนาและความเชื่อ การหาคู่ผ่านวัฒนธรรมประเพณีดึงเดินต้องอาศัยเวลา

การหาคู่ในเว็บไซต์ไทยเมท เป็นการใช้ช่องทางการสื่อสารแบบใหม่ ทำให้เว็บไซต์ไทยเมทไม่มีข้อจำกัดในด้านของเวลา และสถานที่ การเชื่อมโยงจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ความสามารถในการสื่อสารของเว็บไซต์ไทยเมทยังสามารถข้ามเส้นแบ่งเขต ด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรมได้ด้วย การสื่อสารในเว็บไซต์ไทยเมทยังสามารถสื่อได้ทั้ง On-line and Off-line

3.6 มุ่งมองความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านหนังสือพิมพ์กับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีความกว้างขวาง สามารถส่งถึงสายตาประชาชน ได้รับ จำนวนมาก แต่ถึงอย่างไรก็ยังจำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันเท่านั้น การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ มีรูปแบบและวิธีการด้วยภาษาเจียน โดยใช้บทกลอน เมื่อเพลง บุคลากร สำนวนหรือการเล่นคำ ทั่วไป ภาพก็ใช้ແນدقามาคาดปีกดๆ การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีจุดด้อยกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต คือผ่าน Gatekeeper ที่สามารถตัดสินใจแทนท่านว่าเหมาะสมสมหรือไม่ แต่ในเรื่องความรักยกที่จะให้คนอื่นตัดสินใจแทนได้ ในส่วนของข้อมูลก็จัดให้มีวันต่อวัน ซึ่งต้องรอโอกาสและจังหวะจริงๆ ถึงจะลงตัวได้ การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของสมาชิกในหนังสือพิมพ์จะต่ำมาก ทั่วไปเว็บไซต์ ไทยเมทข้อมูลเก่า-ใหม่ แบบไหนมีให้ค้นหาได้คล่อง ดังนั้นการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของ สมาชิกจะสูงกว่า

มุ่งมองความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านหนังสือพิมพ์กับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

ด้าน	หนังสือพิมพ์	เว็บไซต์ไทยเมท
การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	การสื่อสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated - Communication)
เทคนิค (Technical)	ผ่านคนกลาง (Gatekeeper) ทางสื่อหนังสือพิมพ์	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)
เนื้อหา (Content)	การสื่อสารผ่านการเขียน (Written Communication) รูปภาพ ตัวหนังสือ เชิญชวน ปิดบัง ช่อนรีน	ด้วยการสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) ปิดบัง ช่อนรีน ชวนแสวงหา
สถานที่	หน้ากระดาษหนังสือพิมพ์	กระจายอยู่ทั่วไป (Widely distributed)
เวลา	วันอาทิตย์	เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างหนังสือพิมพ์กับเว็บไซต์ไทยเมท

3.7 เทคโนโลยีกับการสร้างความคาดหวัง ที่เป็นส่วนเติมเต็มให้กับชีวิต

สามัชิกในเว็บไซต์ไทยเมท จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อน โดยให้เหตุผลในการเป็นสามัชิกไทยเมท ดังนี้ คือ

1. ได้เพื่อนที่ยากจะ
2. มีเสรีภาพในการค้นหา
3. ปกปิดเป็นความลับ
4. ให้ความรู้สึกที่ดี กว่าการพูดคุย
5. การสร้างภาพลักษณ์หรือเปลี่ยนแปลงตัวตนได้ตามต้องการ
6. เพิ่มความกล้า เสริมความมั่นใจ
7. ได้ปลดปล่อยพลังแห่งจิตนาการและอารมณ์ทางเพศ Virtual Sexuality
8. การใช้สื่อใหม่ให้เกิดประโยชน์

สามัชิกไทยเมท มีเจตนาณ์ที่สมควรเข้ามาเป็นสามัชิกไทยเมท คือ

1. อยากมีเพื่อนหรืออยากรู้เพื่อนความคุณสมบัติที่ต้องการ
2. หาความรู้และประสบการณ์

เจตนาณ์เว็บไซต์ไทยเมท ที่ให้ค้นหาเพื่อน อよ' 3 แบบ คือ

1. ค้นหาเพื่อนคุย
2. ค้นหาเพื่อน กิน-เที่ยว ดูหนัง พังเพ浪
3. ค้นหาคนรักที่คาดหวังว่าจะแต่งงานในอนาคต

เจตนาณ์ของสามัชิกไทยเมท ที่ค้นหาเพื่อน อよ' 4 แบบ คือ

1. ต้องการเพื่อนคุย
2. ต้องการเพื่อนยอดๆ
3. ต้องการศึกษาและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
4. ต้องการแก้ปัญหาทางครอบครัว

3.7 บุณของการหาคู่นอกรั้วเน็ตของสามาชิกเว็บไซต์ไทยเมท เหตุผลที่สามาชิกไทยเมทใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาเพื่อน คือ

1. ห้าหาย
2. แบลก
3. อายที่จะจีบแบบเดิม
4. ขาดความมั่นใจแบบเดิม อินเทอร์เน็ต ช่วยได้ดี
5. อยากเปลี่ยนโถกให้กับตัวเอง
6. พ่อ-แม่ห่วง ไม่มีใครรักสามาชิก เลยให้วันนี้ได้ผลดี เพราะพ่อ-แม่ไม่รู้
7. ไม่ค่อยมีเวลา เลยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ
8. ใช้เวลาว่างใช้เกิดประโยชน์

4. กระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์ของสามาชิกเว็บไซต์ไทยเมท

ลำดับที่	ขั้นตอนการสร้างปฏิสัมพันธ์	กิจกรรมการสื่อสาร
1	ขั้นตอนการค้นหา	ค้นหาสามาชิก ตามคุณสมบัติในทะเบียน ประวัติ (Profile)
2	ขั้นตอนการแนะนำตัว	ส่งอيميلให้สามาชิก ผ่านเว็บไซต์ไทยเมท
3	ขั้นตอนการสร้างความไว้วางใจ	แลกอีเมลส่วนตัว, แลกภาพถ่าย,แลกเบอร์ โทรศัพท์
4	ขั้นตอนการลากจูง	นัดเจอด้วย,นัดรับประทานอาหาร,นัดคุยกะยนต์ ,นัดฟังเพลง
5	ขั้นตอนการตัดสินใจ	ขอเป็นเพื่อนหรือแพน,ขอแต่งงาน,เลิกคบ

สาเหตุที่ไม่ยอมตอบกลับอีเมล ได้แก่

1. ภาษาที่ไม่สุภาพ
2. ไม่ให้เกียรติ
3. ขาดความจริงใจ
4. คุยกันไม่รู้เรื่อง

4.1 การเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมีอนสู่โลกแห่งความจริง

สาเหตุของการทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมีอนสู่โลกแห่งความจริง

1. ต้องการเขอตัวตนที่แท้จริง

สาเหตุการยินยอมเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมีอนสู่โลกแห่งความจริง มีเหตุผลดังนี้

1. เกิดความจริงใจและความไว้วาง
2. เอกสารนัม์ตรังกัน
3. ได้เงินภาษถายแล้ว
4. ระยะเวลาของการคบบันอินเทอร์เน็ต

การเดือกดูคนดูพบร คือ

1. ควรจะเป็นเวลากลางวัน
2. ควรเป็นสถานที่ที่มีคนเยอะๆ พลุกพล่าน

การให้ความปลอดภัยหรือเพื่อความสวยงาม ในการนัดพบ

1. บุคคลที่พาไปเป็นเพื่อน
2. ความน่าสนใจตัวเอง

สาเหตุของการไม่ยอมเคลื่อนย้ายเกิดจากความไม่พร้อมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่ที่เป็นเหตุผลคือ

1. ระยะเวลาในการคบหา บันอินเทอร์เน็ตน้อยไป
2. ทำใจไม่ได้
3. มีคู่รองอยู่แล้ว

4.2 การสร้างปรากฏการณ์บนโลกแห่งความจริง

การเกิดปรากฏการณ์ในความเป็นจริง

1. เป็นเพื่อน
2. เป็นแฟน
3. ขอแต่งงาน
4. เลิกคบ

การสร้างปรากฏการณ์ทางโลกแห่งความจริงเกิดจาก

1. ระยะเวลาการคบหา
2. ความซื่อสัตย์
3. การเปิดเผย

ทั้งสามอย่างจะทำให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

สาเหตุของความไว้ใจและเชื่อใจ

1. เป็นสังคมข่าวสาร (Information Society) ใช้สารและจำนวนสารในการตัดสิน
2. เป็นการตัดสินใจเกิดในระดับปัจจุบันและเป็นความสามารถเฉพาะตัวในการใช้ปrompt
วัสดุระดับความไว้ใจ

แรงเสริมที่ทำให้เกิดความไว้ใจและเชื่อใจ

1. ความต้องการคู่ครอง
2. ความอยากรู้อยากเห็น
3. ทางประสมการณ์
4. ไม่ต้องการเสียเวลา

4.3 การสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมของสมาชิก

การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมท ประสบความสำเร็จตามเกณฑาระบบที่ตั้งไว้ ที่อย่างให้สมาชิกรักกัน ผลที่ได้จากการเป็นสมาชิกไทยเมทในการใช้การสื่อสารแบบผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated- Communication) เพื่อการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อน เป็นการเพิ่มความหลากหลายของช่องทางการสื่อสาร (Multi-channel) การที่สมาชิกเข้ามายืนยันชื่อ นามสกุล สถานที่อยู่ วันเดือนปี พลายน้ำเสียง ความชอบ ความสนใจ ถือเป็นความสำเร็จของผู้สร้างชุมชน ลิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกคู่ครองของหนุ่มสาวไทยเมท ได้แก่

1. ความจริงใจต่อ กัน
2. ความไว้เนื้อเชื่อใจ
3. คุยกายาเดียวกัน
4. ความเข้ากันได้
5. ความเสมอตนเสมอปลาย

สาเหตุการเลิกคบ

1. ไม่โคนใจ หมายถึงความสัมภัยไม่ตรงตามที่จินตนาการไว้แต่แรก เช่น รูปร่าง หน้าตา
2. มีตัวเลือกใหม่ หมายถึงยังมีสาวซิคที่รออยู่มาก



อภิปรายผล

1. ภูมิหลังเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการสัมภาษณ์เว็บนาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ได้ถูกก่อตั้งโดยบริษัท เอ็นเว็บ ประเทศไทย จำกัด (M-WEB Thailand Co.,Ltd.) และได้เปิดตัวสู่สาธารณะชน เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 โดยมีเทคโนโลยีเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมที่เกิดตาม Web board ต่างๆ ที่บุคคลทั่วไปพยายามที่จะติดต่อกับอีกฝ่ายหนึ่งโดยเขียนผ่าน Web board ต่างๆ ซึ่งอาจจะสมหวังบ้างหรือไม่สมหวังบ้าง สาเหตุจากการที่ขาดข้อมูลที่บ่งบอกถึงความนิยมตัวตนที่แท้จริง

จากการวิจัยพบว่าบริษัท เอ็นเว็บ ได้สร้างเว็บไซต์ไทยเมทขึ้นมา โดยเห็นความต้องการของบุคคลทั่วไปที่นิยมท่องในอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลหรืออ่านข่าวสาร แต่บุคคลเหล่านี้ยังมีจุดมุ่งหมายที่ใกลกว่าเดิมคือการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อแฟน บริษัท เอ็นเว็บ จึงได้สร้างชุมชนนี้ขึ้นมาเพื่อมุ่งที่จะให้บุคคลทั่วไปที่มีความสามารถเดียวกันเข้ามาเป็นสมาชิกในชุมชน และให้สามารถกล้าเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงผ่านProfile เพื่อเป็นฐานข้อมูล (Data base) ให้สามารถค้นหาซึ่งกันและกัน

การสร้างชุมชน ไทยเมท ในลักษณะนี้ยังค่อนข้างจะใหม่สำหรับคนไทย แต่ในต่างประเทศชุมชนแบบนี้ถือว่ามีมากและ ได้รับความนิยมด้วย เพราะในปัจจุบันอินเทอร์เน็ต ได้เปลี่ยนจากลักษณะที่ผู้คนเน้นใช้ด้านการศึกษามาเป็นด้านธุรกิจมากขึ้น ในระยะเวลาที่ผ่านมา ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคไร้พรมแดนหรือ Globalization มาใช้ทางการค้า E-Commerce โดยผ่านสื่อที่เรียกว่า ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งมีโครงสร้างแบบกระจายที่ครอบคลุม อย่างใหญ่ทั่วโลก โดยเริ่มจากเครือข่ายทางท้อง แล้วขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งกลายเป็นระบบเครือข่ายสำหรับภาคธุรกิจของทุกคน ในโลก ซึ่งเว็บไซต์ไทยเมทนั่นมาสร้างโอกาสทางธุรกิจต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต สำหรับลักษณะการบริหารในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ไทยเมท สามารถแบ่งออกได้เป็น

- 1. World Wide Web (www.)** เป็นบริการที่เว็บไซต์ไทยเมท (WWW.THAIMATE.COM) ช่วยให้สมาชิกและบุคคลทั่วไป สามารถศึกษาหรือค้นหาข้อมูลทั่วโลก ข้อมูลไทยเมทในอินเทอร์เน็ตที่เป็นอักษร ภาษา ทะเบียนประวัติ (Profile) โดยเอกสารที่เปิดดู จัดทำเป็นเว็บเพจ ซึ่งในเว็บเพจจะเชื่อมโยงถึงกันทั่วโลก

- 2. E-mail (อีเมลล์อิเล็กทรอนิกส์)** เป็นบริการที่เว็บไซต์ไทยเมท ให้เป็นบริการหลักในการเป็นเครื่องมือสื่อสาร สมาชิกสามารถส่งข้อความไปถึงสมาชิกอื่นในอินเทอร์เน็ต โดยใช้ระยะเวลาเพียงไม่กี่วินาที แม้ว่าจะมีระยะทางห่างไกลกันมากเพียงใด จะเป็นสมาชิกทั่วไป หรือสมาชิกพิเศษก็ตาม

3. Usenet เป็นบริการที่เว็บไซต์ไทยมาฟ จัดให้เพื่อนสมาชิกสามารถขอความช่วยเหลือ หรือความคิดเห็น ผ่านทางกระดานอิเล็กทรอนิกส์ (Bulletin Board) ช่วยให้สมาชิก สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือความคิดเห็นในหัวข้อต่างๆ กับ สมาชิกอื่นได้

4. CHAT เป็นบริการการคุยกับผู้อื่นแบบทันใจในเว็บไซต์ไทยมาฟทั้ง ในแบบ One-to-One ไปจนถึง One-to-Many เป็นบริการพูดคุยหรือสนทนากับลักษณะการใช้โทรศัพท์ แต่ผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตภายในห้องคุย (Chat Room) ที่ทางเว็บไซต์ไทยมาฟจัดไว้บริการ

จะเห็นได้จากลักษณะทั้ง 4 ประการทางบริษัทเอ็มเว็บได้นำมาให้บริการสมาชิกในชุมชน ภายใต้ชื่อชุมชนว่า “เว็บไซต์ไทยมาฟ” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสำหรับ คนไทยเท่านั้น เพื่อให้คนไทยสามารถค้นหาเพื่อนหรือคนรัก บนอินเทอร์เน็ต โดยสามารถระบุคุณสมบัติ (Spec.) คุณสมบัติหมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสมาชิก จะแสดงไว้ในทะเบียนประวัติ (Profile) เป็นสิ่งสำคัญขึ้นพื้นฐานในการเลือกคนที่จะเป็นเพื่อนหรือเพื่อน ที่จะทำให้ สมาชิกแสดงออกถึงความต้องการที่จะสร้างการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับสมาชิกผู้อื่นนั่น เพื่อ ไม่ให้บุคลากรใดกระโจนไปตามเว็บไซต์ต่างๆ

เว็บไซต์ไทยมาฟภายใต้การคุ้มครองบริษัทเอ็มเว็บ มีเจตนาณ์ในการสร้างเว็บไซต์ คือ เจตนาณ์ของชุมชนเว็บไซต์ไทยมาฟ

1. ค้นหาเพื่อนคุย ทางอินเทอร์เน็ต
2. ค้นหาเพื่อนเท่านั้น (ค้นข้าว คุกภาพนต์ พังเพลิง ห่องเตี๋ยว)
3. ค้นหาคนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานด้วยในอนาคต)

2. ลักษณะสมาชิกเว็บไซต์ไทยมาฟ (ThaiMate.com)

จากการวิจัยพบว่า สมาชิกเว็บไซต์ไทยมาฟ มีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. สมาชิกทั่วไป จะมีสัญลักษณ์คือ ❤️ (หัวใจสีเทา) (สมัครได้ฟรี)
2. สมาชิกพิเศษ จะมีสัญลักษณ์พิเศษคือ ❤️ (หัวใจสีชมพู) (เสียค่าบริการปีละ 299 บาท)

ความแตกต่างของสมาชิกทั้ง 2 ประเภทคือการได้รับการบริการที่แตกต่างกัน เช่น การได้ออนไลน์กับไม่ได้ออนไลน์

จากการวิจัยพบว่า สมาชิกในชุมชนไทยมาฟ มีเจตนาณ์อยู่ 2 ประการคือ

1. ต้องการเพื่อน (เพศชาย 46.66% เพศหญิง 43.33% รวม 89.99%)
2. ต้องการศึกษาหาความรู้ หรือต้องใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (เพศชาย 3.33% เพศหญิง 6.66% รวม 9.99%)

ดังนั้นในเว็บไซต์ไทยเมท สามารถสามารถแสวงหาข้อมูลได้ตามความพอใจตน เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสาร ก็สามารถมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) เพื่อค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นรูปแบบการสื่อสารบนคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต สามารถเว็บไซต์ไทยเมทซึ่งมีลักษณะพิเศษคือรวมตัวกันตามความสนใจ ไม่ใช่รวมตัวกันเพราะอยู่บนสถานที่เดียว กันแบบแต่ก่อน

เห็นได้ว่าเจตนาของที่ทางเว็บไซต์ไทยเมทกับสมาชิกตรงกัน จึงทำให้เว็บไซต์ไทยเมทมีประชากรที่เพิ่มจำนวนอยู่เรื่อยๆ ปัจจุบันมีสมาชิกอยู่ร่วม 314,170 คน แบ่งเป็นเพศชาย 198,165 คน และเพศหญิง 116,005 คน (สำรวจวันที่ 31 ก.ค. 2546) จากการวิจัยผู้วิจัยได้ค้นพบ พฤติกรรมและนิสัยของสมาชิกชุมชนไทยเมทคือ

2.1 พฤติกรรมของชาวชุมชนไทยเมทที่ค้นพบ

1. ชอบเขียน สมาชิกไทยเมಥอบเขียนมากกว่าพูด
2. ชอบอ่าน สมาชิกนิยมอ่านเรื่องราวต่างๆ ทั้ง อิมอล กระดาษข่าว
3. ชอบลุ้น การได้ลุ้นจากคู่厮杀ถือเป็นความสุข สนุกสนาน ของสมาชิกไทยเมท

2.2 อุปนิสัยของชาวชุมชนไทยเมทที่ค้นพบ

1. กล้า
2. ขี้เหงา
3. อ่อนไหวง่าย
4. ตรงไปตรงมา

จากพฤติกรรมและอุปนิสัยของสมาชิกไทยเมท สามารถที่เข้าได้กับสื่ออินเทอร์เน็ตได้ดี ศึกษาจากลักษณะธรรมชาติของอินเทอร์เน็ต คือ

1. เป็นแหล่งในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ค้นคว้า การหาข้อมูล ต่างๆ ทั่วทุกมุมโลกรวมไปถึง การได้มีการพูดคุยกันทางอินเทอร์เน็ต
2. เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในเรื่องของความรวดเร็ว เช่น สามารถทำให้ผู้ที่ใช้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วโลกได้ด้วยเวลาเพียงไม่กี่นาทีเท่านั้น
3. เป็นสื่อที่มีราคาถูกกว่าสื่ออื่นๆ อีกมาก เช่น การติดต่อข้ามประเทศครั้งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็น ประเทศไทย ก็จะเสียต้นทุนที่ถูกกว่าการสื่อสารแบบอื่นๆ
4. มีลักษณะที่เป็นสื่อหลากหลายประเภทรวมกัน (Multi Media) คือมีทั้งภาพและเสียงเมื่อระยะเวลาทางนั้นไม่เป็นปัญหาในการติดต่อสื่อสารของสมาชิกอีกด้วยไป การหลังไหลของ ข้อมูลข่าวสาร ในระบบอินเทอร์เน็ต จึงเกิดขึ้นอย่างน่าภายในและอย่างอิสระ ทั้งข้อมูลข่าวสารที่สร้างสรรค์และที่ไม่พึงประสงค์

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท มีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของสมาชิก (Information Pull) ซึ่งแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นที่เป็นการผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน (Information Push) และเว็บไซต์ไทยเมท เป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยสมาชิกมากกว่าผู้ส่งสาร สำหรับการแสวงหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต สมาชิกสามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการ接收 และเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้ ไม่มีขีดจำกัดในการเลือก接收สารทั่วไป รวมทั้งสามารถควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ接收ได้

3. ลักษณะพื้นที่เว็บไซต์ไทยเมท ([ThaiMate.com](#))

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยเมท ตามแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Space) ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท ได้จัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. **Visitor area** เปรียบได้กับ พื้นที่สาธารณะ (Public Space) คือให้บุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่สมาชิก เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน [ThaiMate.com](#) ได้ตามสบายใจ เช่น การคลิกเพื่อศึกษา [ThaiMate.com](#), เพื่อทดลองหาเพื่อน, เพื่อทดลองใช้ระบบ(มือใหม่), คลิกคุยกับเพื่อน พื้นที่ที่ให้ผู้เยี่ยมชมจะเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะ Off-line ไม่สามารถที่จะติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในชุมชนได้ แต่ยังมีพื้นที่สาธารณะอีกส่วนหนึ่งที่บุคคลทั่วไปสามารถ On-line กับสมาชิกและบุคคลทั่วไปได้คือ ห้องคุย (Chat Room)

ภายในห้องคุย เว็บไซต์ไทยเมทยังแบ่งบุคคลทั่วไป และสมาชิก ออกให้เห็นอย่างชัดเจน คือสมาชิก จะมี [...] ชื่อ เช่น [wit] และคงว่าบุคคลนี้คือสมาชิกไทยเมท ส่วนบุคคลทั่วไปไม่มี [...] เช่น ชื่อ wit

ในส่วนของพื้นที่สาธารณะนี้มีความจำเป็นอย่างมากในการสร้างเว็บไซต์ อย่างน้อยก็ให้ผู้ใช้เว็บไซต์ได้มีโอกาสร่วมสนทนากับคนอื่น ทดลอง ส่วนใหญ่ของเว็บไซต์ที่ไม่สามารถเข้าเยี่ยมชมได้ ผู้ใช้เว็บไซต์ที่อยากรู้อยากเห็น ก็อาจตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก หรือถ้าผู้ใช้เว็บไซต์ชื่อบรรดาสามารถสมัครเป็นสมาชิกได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

เว็บไซต์ไทยเมท ได้เข้ามาเปิดช่องทางความคิดของปัจเจกบุคคลเข้าสู่กระบวนการสาธารณะ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “พื้นที่สาธารณะ” (Public Space) นอกเหนือจาก “พื้นที่ส่วนตัว” (Private Space) เพากับเป็นการกำหนดทิศทางพัฒนาการแห่งภูมิปัญญา และสร้างเสริมหลักการแห่งสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาค ตลอดจนบทบาทแห่งการเป็นพลเมือง (Citizenship) ของมนุษย์ (อ้างถึงใน สุกัญญา ศุดบรรทัด, เอกสารการสอน, 2546)

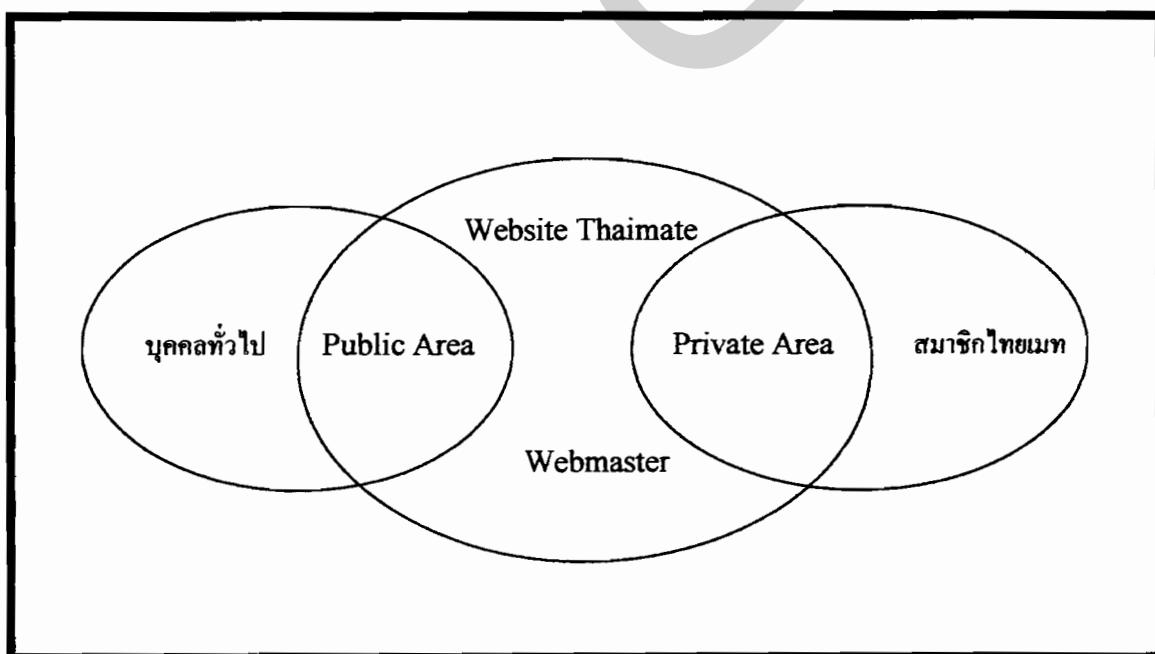
2. **Member area** สำหรับ “พื้นที่สาธารณะ” ตามทัศนะของ Habermas (กาญจนากวิเทพ, 2545 : 104)

นั้นเขาได้นิยามว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ "ความรู้สึกเป็นส่วนร่วม" (Sense of Public) แนวคิดนี้เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่าพื้นที่สาธารณะแล้วจะเห็นได้ว่าในเว็บไซต์ไทยเมทนั้นมีการเกิดการสื่อสารลักษณะที่เป็นพื้นที่สาธารณะ คือการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนในสังคมมาร่วมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทัศนะคิดกัน อย่างสองแบบคือ แบบ ต้อง On-Line พร้อมกันอย่างห้องคุย (Chat Room) และ แบบที่ผู้ใช้ต่างเวลา กันก็สามารถสื่อสารกันได้ (ไม่ต้อง On-Line พร้อมกัน) ซึ่งรู้จักกันในนามของ กระดานอิเล็กทรอนิกส์ (Bulletin Board) และการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

Member area ในเว็บไซต์ไทยเมทเบรียน ได้กับ พื้นที่ส่วนตัว (Private Space) คือเป็นเขตห่วงห้าม นิไว้ให้สำหรับสมาชิกเท่านั้น พื้นที่ส่วนนี้ก็จะจากเขตสาธารณะร่วมกันของสมาชิก เพียงแค่มีเขตสาธารณะร่วมกันก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน การสมัครเป็นสมาชิก ก็ไม่มีเงื่อนไขสมัคร ได้ฟรี

การเข้า-ออกชุมชนในพื้นที่ส่วนนี้ จะใช้รหัสเท่านั้นจึงจะผ่านได้ รหัสที่ถูกกำหนดไว้โดยผู้สร้างชุมชน ซึ่งเรียกว่า “เว็บมาสเตอร์ (Web Master)” ชาวชุมชนเรียกว่า “login name และ password number” เพื่อเป็นรหัสผ่านเข้าชุมชน (Community) พื้นที่ส่วนนี้ เป็นการกำหนดเพื่อให้เกียรติสมาชิกในชุมชน และใช้ตรวจสอบสมาชิก ควบคุมสมาชิกไม่ให้มีการละเมิดสมาชิกด้วยกัน ในส่วนของทะเบียนประวัติ (Profile) ก็จะปรากฏ login name ของสมาชิก ซึ่งก็เบรียบได้กับชื่อของบุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชน

Model Thaimate Area



4. ลักษณะการจัดชุมชนในเว็บไซต์ไทยเมท

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท (Thaimate.com) สามารถจัดกลุ่มลักษณะของชุมชนในโลกกว้างนี้ ของเว็บไซต์ไทยเมทแบ่งออกเป็น 3 แบบดังนี้คือ (อ้างถึงใน สุกัญญา สุคบรรทัด, เอกสารการสอน, 2546)

1. ชุมชนเสมือน (Virtual Communities) คือชุมชนที่ไม่ใช่ตัวจริงทางกายภาพ จะจัดให้อยู่ใน ขั้นตอนการค้นหา ขั้นตอนการแนะนำตัว และขั้นตอนการสร้างความไว้วางใจ ในเว็บไซต์ไทยเมท ใน 3 ขั้นตอนนี้ จะใช้กระบวนการสื่อสาร เพื่อการปฏิสัมพันธ์กัน โดยผ่านสื่อใหม่ใน Cyberspace ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) จะเป็นการสื่อสารแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated-Communication) เป็นหลัก เช่น E-mail and Chat Room

จากการศึกษาลักษณะชุมชนเสมือนในไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าลักษณะชุมชนเสมือนในเว็บไซต์ไทยเมท มี 2 แบบ คือ

1.1 ชุมชนเสมือนแบบชั่วคราว

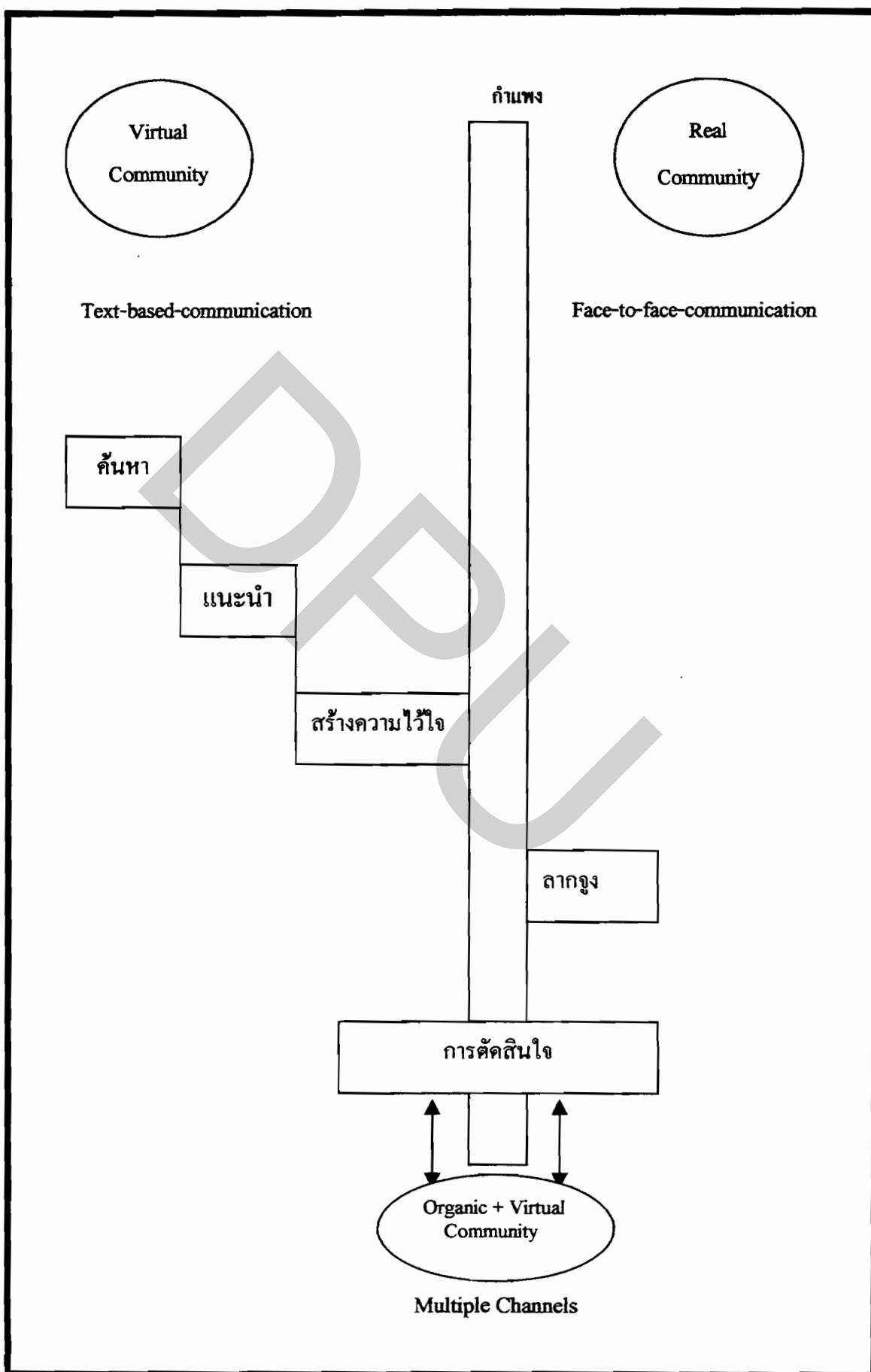
คือมีการรวมตัวกันชั่วครั้งชั่วคราว ยังไม่มีการสร้างองค์กรรองรับ เอกなるณ์ของชาวชุมชนเพื่อสนับสนุนความต้องการปัจจุบัน บุคคลเหล่านี้ ยังไม่ได้เป็นสมาชิกไทยเมท จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา ฯลฯ ที่มาเพื่อ คลายเหงา ปลดปล่อย แอบแฝง ชุมชนลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในห้องคุย (Chat room) ห้องนี้จะไร้ตัวตน ไร้ความห่วงใย ผู้คนเข้ามาคุยกันแล้ว อาจจะไม่ได้คุยกันอีกเลย หลังจากนั้น ชุมชนแบบนี้เป็นเพียงชุมชนออนไลน์ธรรมดา ผู้คนสามารถผ่านเข้า-ออกโดยปราศจากการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันถาวร คือ ไม่สามารถติดต่อหรือสร้างปฏิสัมพันธ์ได้หลังจาก Off-line or Disconnect ลักษณะของความผูกพันนี้ไม่สามารถมองเห็นได้ซึ่งเรียกว่า ไร้ความผูกพันน์ ที่แท้จริง กับบุคคลอื่น (Genuine Community) อาจจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดก็ได้

1.2 ชุมชนเสมือนแบบถาวร

คือมีการรวมกันอย่างถาวร พิจารณาจากรูปแบบการสื่อสารและ.externar แบบถาวรมีผู้สร้างองค์กรและมีสมาชิกที่มี.externar ร่วมกัน ชุมชนสนับสนุนความต้องการสมาชิกในชุมชน บุคคลกลุ่มนี้สมควรเป็นสมาชิกของชุมชน และมี.externar ร่วมกันคือ ชุมชนหาเพื่อนหรือหาเพื่อนหรือร่วมทำกิจกรรมอื่นๆ ชุมชนลักษณะนี้จะเกิดจากการสร้างเว็บไซต์ (Web Site) หรือสร้างที่อยู่ให้ชุมชน ชุมชนจะมี กฎ ระเบียบและบทลงโทษ ชาวชุมชนสามารถที่จะร้องทุกข์ ร้องเรียน การเข้า-ออกจะมีรหัสผ่าน สมาชิกจะมีความผูกพันน์และมีการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์กันแม้ว่าสมาชิกจะ Off-line or Disconnect การติดต่อกันของสมาชิกสามารถทำได้ทั้ง On-line and Off-line

2. ชุมชนจริง (Real or Organic Communities) คือชุมชนที่มีตัวจริงทางกายภาพ จะจัดให้อยู่ใน ขั้นตอนการสากง ขั้นตอนนี้จะใช้กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) จะเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) สามารถในเว็บไซต์ไทยมีการนัดเจอกันหรือนัดพบกันในโลกแห่งความจริง เพื่อนมาเปิดเผยตัวตน และสัมผัสแห่งโสดทักษณ์ในโลกแห่งความเป็นจริง
3. ชุมชนแบบซ้อนกัน (Organic and Virtual Communities) คือชุมชนที่ผสมผสานลักษณะทั้งสองประเภทจะจัดให้อยู่ใน ขั้นตอนการตัดสินใจ ในขั้นตอนนี้จะใช้กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เพื่อการปฏิสัมพันธ์กันทั้ง 2 กระบวนการ คือการสื่อสารแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated - Communication) และการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ในส่วนนี้จะใช้การสื่อสารหลากหลายช่องทาง (Multiple Channels) เช่น อีเมล, ห้องคุย, โทรศัพท์, SMS, พูดคุย, นัดเจอกัน

ลักษณะชุมชนเสมือนในเว็บไซต์ไทยเมื่อกับกระบวนการสื่อสาร



5. กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลของสมาชิกไทยเมท

จากการศึกษาเรื่อง ไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมทนี้ มีรูปแบบการสื่อสาร ระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ตามแนวคิด Morris and Christine (1996) (อ้างถึง ในธีรพล ภรัต ,2545 : 74-78) เป็นการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated - Communication) มีทั้งลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) ทั้ง ในแบบ One-to-One ไปจนถึง One-to-Many โดยสามารถพูดคุยกันได้ในหลายหัวข้อที่ต้องการ ที่ปรากฏอยู่ในระบบ SMS และห้องคุย (Chat Room) และระบบออนไลน์ ในเว็บไซต์ไทยเมท

ผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารในลักษณะการสนทนาผ่านระบบออนไลน์ (On-line) คือสามารถสังเกต สมาชิกจากไฟแสดง ที่อยู่ด้านบนของ Profile สมาชิกจะมีคำว่า On-line ถ้าแสดงไฟสีเขียวแสดงว่า สมาชิกนั้นอยู่ในชุมชน สมาชิกสามารถคลิกที่ไฟสีเขียวของคุยสดๆ ได้ทันที (เฉพาะสมาชิกพิเศษ) การสื่อสารแบบนี้จะเป็น One-to-One เป็นการคุยกันสดๆ โดยผ่านแพนด์อัคยารพินพ์ข้อความ ได้ ตอบกันทีละประโยค

ลักษณะการสนทนาผ่านห้องคุย (Chat Room) คือสมาชิกสามารถเข้าไปสนทนาได้ ทุกคน ไทยเมทจะแบ่งสมาชิกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่เป็นสมาชิกไทยเมท สังเกตได้จาก สมาชิกที่รีออยู่ในวงเล็บ [...] เช่น [wit] or wit จะเห็นว่า คนแรกคือสมาชิกไทยเมท และ บุคคลทั่วไป ห้องสนทนาไทยเมทมีความสามารถ ติดต่อ กับบุคคลทั่วไปและสมาชิกให้สนทนา กัน ได้อย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดสามารถคุยกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่สมาชิกได้ การสื่อสารแบบนี้จะเป็น การสื่อสารแบบ One-to-Many

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมท ประสบความสำเร็จในการใช้ การสื่อสาร แบบผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated - Communication) เพื่อการค้นหาเพื่อนหรือ แฟน และการสื่อสาร ที่หลากหลายช่องทาง (Multi-Channel) การแสดงความยินดี ต่อคู่แต่งงาน บนเว็บบอร์ด (Web board) สามารถทำได้โดยใช้การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างสมาชิกผู้รับ สารและสมาชิกผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication) ซึ่งมีลักษณะที่สมาชิกผู้รับสารต้องการ ที่จะค้นหาผ่านทะเบียน ที่ฝากไว้ในเว็บไซต์ไทยเมท เพื่อจะเข้าไปดูข้อมูลข่าวสาร ซึ่งผู้แสดงความ ยินดีจะฝากคำอวยพรใน เว็บไซต์ไทยเมท ที่เปิดให้มีการแสดงความคิดเห็น

การส่งอีเมลให้สมาชิกผ่านเว็บไซต์ไทยเมทเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่ พร้อมกัน (One-to-One Asynchronous Communication) ในการส่งอีเมลไปยังสมาชิกที่สมาชิกค้น หาใน Profile และเกิดอย่างจะแนะนำตัว สมาชิกสามารถ คลิกที่ ของดหมายสมาชิก ที่จะส่งอีเมล ให้ แบบฟอร์มการส่งอีเมลจะปรากฏขึ้น สมาชิกสามารถ เปลี่ยนข้อความ และ ส่งตามใจปรารถนาถึง แม้ว่าสมาชิกจะไม่อยู่ออนไลน์ ไม่ต้องไปค้นหา อีเมลแอดเดรส (E-mail Address) ให้ยาก

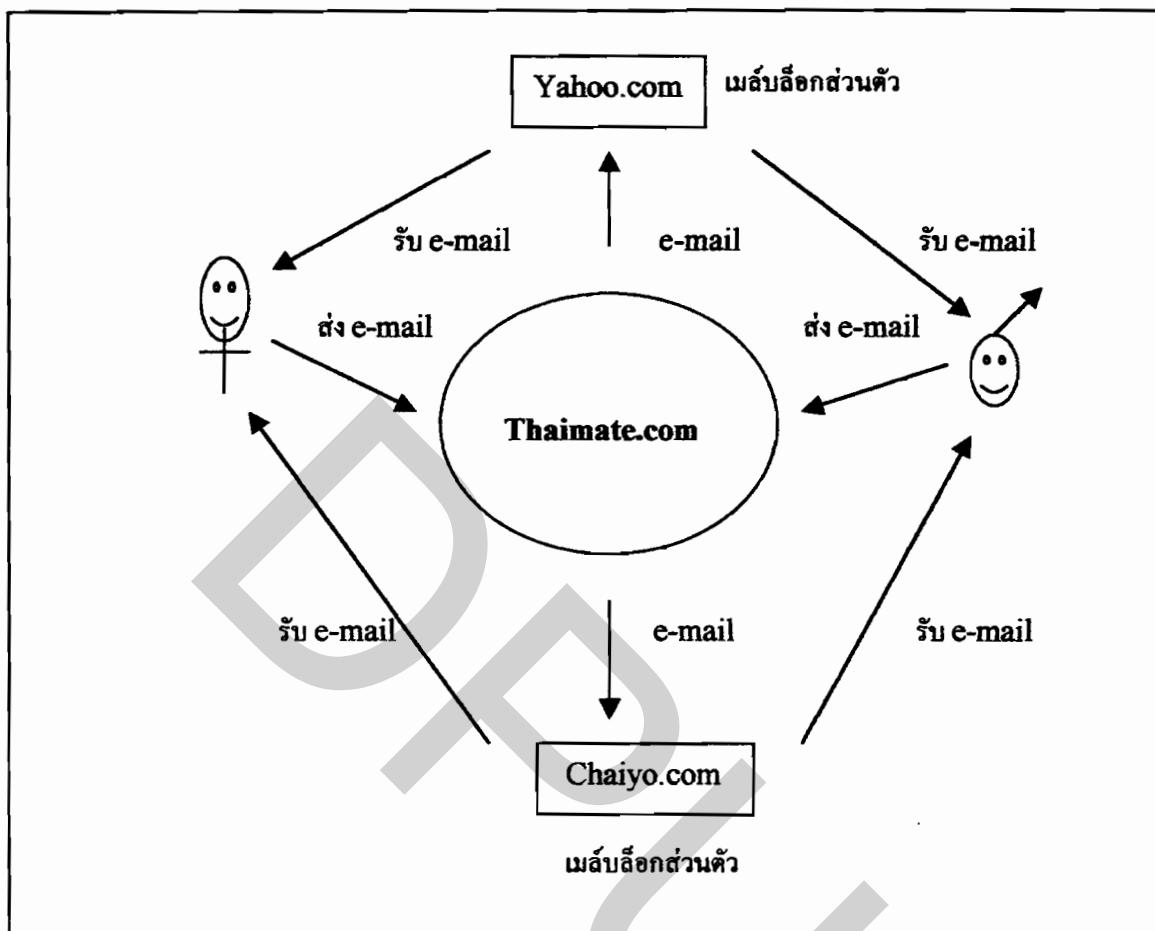
ตารางแสดงรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลในเว็บไซต์ไทยเมท

รูปแบบ	เว็บไซต์ไทยเมท
ด้านการสื่อสาร	ผ่านอีเมล, ห้องคุย, ข้อความสั้น
ด้านเทคนิค	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
ด้านเนื้อหา	ผ่านตัวหนังสือ, ภาพถ่าย, จิตนาการ
พื้นที่	ไว้พร้อมแคน

จากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์ไทยเมท มีคุณลักษณะเป็นการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์และชุมชนทางคอมพิวเตอร์ว่า เป็นการรวมตัวกันตามความสนใจ (เขตภารณฑ์) มากกว่าสถานที่ เป็นการสื่อสารที่สามารถนั่งอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ที่ไหนในโลก แล้วต่อเข้าระบบมาเพื่อรวมตัวสื่อสารกัน ดังนั้นเป็นการสื่อสารที่ไม่เห็นหน้าค่าตากัน ไม่รู้ว่าในโลกจริงๆ แล้วคนเหล่านั้นคือใคร ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกคือ สามารถแสดงออกในเรื่องบางเรื่องที่ไม่สามารถแสดงออกในสังคมโลกจริงได้ เพราะอาจไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม การแสดงออกในโลกเสมือน (Virtual World) นี้เรียกตัวเองโดยใช้ชื่อ names ผู้แสดงออกไม่ต้องรับผลกระทบจากการแสดงออกของตนในโลกแห่งความเป็นจริง เพราะไม่มีใครรู้ว่าจริงๆ แล้วเขาคือใคร ซึ่งเรื่องด้านชายหญิงและเรื่องเพศนั้นเป็นเรื่องที่เด่นชัดมากที่แสดงออกมาก เพราะสังคม โดยทั่วไปกำหนดให้เรื่องเพศเป็นเรื่องที่มีความส่วนตัวสูง แต่กลับมีแสดงออกมากในการสื่อสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากนัย

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ทำให้การสื่อสารแบบเสมือน มีรูปแบบการรือฟื้นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ขึ้นมาใหม่ โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสนทนากันโดยตรงได้แบบตัวต่อตัว เช่นการสนทนาในระบบออนไลน์ในอินเทอร์เน็ตของไทยเมทที่ให้บริการสมาชิกพิเศษ เป็นการเผชิญหน้ากันในโลกของคอมพิวเตอร์ (Cyberspace) ไม่ใช่โลกทางกายภาพ

Model E-mail & Feedback



6. ความคิดเห็นของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการหาคู่ในเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

6.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำเว็บไซต์ไทยเมท

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทได้มีการพัฒนาเว็บไซต์มาจากการห้องแชท (Chat) ที่มีนักแซทพยาบ Yam ค้นหาเพื่อนที่แซทด้วยกันเป็นประจำ บางครั้งนักแซทก็ฝากระบบ ฝากเบอร์โทรศัพท์ไว้ในเว็บบอร์ด จุดนี้เองที่ทำให้เกิดการคิดหารือให้นักแซททั้งหลายได้เจอกันอย่างมีระบบ สิ่งที่เว็บมาสเตอร์เห็นบ่อยๆ คือจากเว็บไซต์ Sanook.com ที่จะให้มีการฝากรูปแล้วให้วาดคะแนน จึงเป็นที่ทางบริษัทอื่นเว็บ นำมาพัฒนาเป็นเว็บไซต์ไทยเมท

ผลจากโครงการสำรวจองค์กรนานาชาติ ECPAT เห็นว่า หนุ่มสาว 55% สนใจสมมุติทางอินเทอร์เน็ตจากการแซท (Chat) จากการแซทเพื่อสนุกสนาน สู่การค้นหาเพื่อนและความพยาบ Yam แสวงหาเพื่อนที่ถูกใจ และไว้วางใจการเห็นโอกาสของเว็บไซต์ไทยเมทต่อการสร้าง

เว็บไซต์ก็เกิดขึ้น ในช่วงแรกเว็บไซต์ไทยยัง ได้นำรูปแบบการหาคู่มาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ นำ มาศึกษาและประยุกต์ให้เข้ากับคนไทย เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ (Needs and Wants) ของนักเชท (Chat)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยพบว่าธุรกิจการที่จะสร้างเว็บไซต์ ให้ดี ต้องคำนึงถึงหลักการของเว็บไซต์ก่อนทุกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหานามมา สิ่งที่เว็บไซต์ ต้อง คำนึง คือเนื้อหาความเหมาะสม ทั้งความหมายและประโยชน์ หลักง่ายๆของการทำเว็บไซต์ คือ

1. ชื่อของเว็บไซต์ ควรจะเหมาะสมกับจุดประสงค์
2. เนื้อหา ง่ายต่อการอ่านและเข้าใจโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย
3. ข้อมูล ควรจะมีมากพอที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการค้นหา
4. เทคนิค ถ้าเนื้อหาไม่มาก ควรミニพังค์ชั้นการค้นหา ไว้ให้เหมาะสม อย่างน้อยที่สุดควรจะมีหัวเรื่อง เพื่อความสะดวกในการค้นหา
5. ภาษา ตัวสะกด และการใช้ตัวอักษร ให้ถูกต้อง
6. ความทันสมัย ข้อมูลต้องทันสมัยและเที่ยงตรง ดังนั้น ควรจะมีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา การแสดงวันเวลาปรับปรุงข้อมูลครั้งสุดท้ายควรจะต้องมี
7. การเชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในหน้านั้นๆเป็นความจำเป็น เช่น กัน
8. กราฟิก ความมีข้อจำกัดเฉพาะเหมาะสมกับเนื้อหา

6.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการหาคู่ในเว็บไซต์ไทยยัง

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยพบว่าการหาคู่ในเว็บไซต์ ก็เป็นเรื่องธรรมชาติของการค้นหา ไม่ว่าจะค้นหาที่ไหน อินเทอร์เน็ตก็เป็นเพียงเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ช่วยให้คุณ ได้ค้นหา กัน แต่การค้นหาเชอแล้ว ทั้งสองฝ่ายจะต้องร่วมมือกัน สร้างสัมพันธภาพให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น จะสำคัญกว่า

คุณแต่งงานที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นรุ่นใหญ่ก็แล้วแต่ ทุกคู่ก็ผ่านการค้นหาที่ไม่เหมือนกัน และการสร้างสัมพันธภาพก็ยังแตกต่างกัน การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเป็นวิถี หรือเป็นทางเลือกใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับยุคสารสนเทศและสังคมแห่งเครือข่าย

จากการวิจัยของอินเดล เพนเทียน โพร์ โปรดเซเชอร์ ที่ชี้ว่า หนุ่มไทย 25 % และสาวไทย 20% จะแต่งงานได้ก็ต่อเมื่อพบหน้ากันก่อน ซึ่งให้เห็นข้อจำกัดของเว็บไซต์ไทยยังที่ไม่สามารถแสดงตัวตนที่แท้จริงได้ แต่การยอมรับการค้นหาคือสิ่งที่มีความต้องการอยู่

6.2.1 การหาคุณในอินเทอร์เน็ต

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าการหาคุณในอินเทอร์เน็ต ที่เกิดจากห้องสนทนาร่วมกัน หรือเว็บไซต์อื่นๆ ผู้คนที่เข้ามายังมีความหลากหลายมาก เช่น นักเรียน นักศึกษา คนทำงาน เกย์ ศูด ผู้คนเหล่านี้ก็จะจัดตั้งหรือรวมกลุ่ม เช่น มัชยมน่ารัก สาวสวยหนุ่มหล่อ คนทำงาน คนเหนื่อย เด็กน้อยอนแก่น หมายน่ารัก กลุ่มต่างๆเหล่านี้ก็จะติดต่อกันเองในกลุ่ม การหาคุณแบบนี้จะอันตรายมากสำหรับคนที่ไม่มีประสบการณ์ การเข้ามายังคนก่อนแฝง พื้นที่มีความหวาดระแวงสูง คนที่เข้าไปก็กลัวก้าล้าๆ กดุมที่เข้ามายังห้องนี้ มีวัตถุประสงค์คือ

1. มาเพื่อล่า คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ ล่าทุกอย่าง หญิง กระเทย ศูด
2. มาเพื่อหาคุณ (ชั่วคราว) คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ หากุ่นออนไลน์ หาคุณเที่ยว หัวงงบคนมีเงิน
3. มาเพื่อสนุกสนาน คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ ให้กีเอ่า
4. มาเพื่อขายบริการ คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ ให้คนที่สนใจจ้าง แต่ถ้าคิดเชื่อถือก็ช่วยให้ซื้อบริการทางเพศ
5. มาเพื่อหาเพื่อน คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ ต้องการกลุ่มคนที่ความคิดเหมือนกับตัวเอง ก็เข้ามายังห้องนี้
6. มาเพื่อหารัก คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ หาความรักในโลกดิจิตอล
7. มาเพื่อหาความรู้ คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ เข้าศึกษา กลัวตกยูค
8. มาเพื่ออื่นๆ คือพวกรู้ว่าจะเป็นพวกรึไม่ แปลนทรัพย์ หลอกลวง หลอกขายสินค้า คุ้มคุ้น

จากแนวคิดของ Wodaski and Brown (1994) (อ้างถึงใน ธีรพล ภูรัต, 2545 : 74-78) ชุมชนเสมือน (Virtual Community) เป็นการรวมตัวกันของปัจเจกจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้สื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ชุมชนดังกล่าวมีรูปแบบที่หลากหลาย บังคับร่วมตัวกันในความรับผิดชอบต่อหน้าที่การทำงาน บังคับร่วมตัวกัน เพราะมีความสนใจต่อบริบทร้อนตัวที่คล้ายกัน ซึ่งเว็บไซต์ไทยเมท ก็มีการรวมตัวตามเจตนาของผู้ใช้งานในการหาเพื่อนหรือแฝง

6.2.2 การหาคุณในเว็บไซต์ไทยเมท

จะเห็นได้ว่าทั้ง 8 กลุ่ม ยังมีอีก 2 กลุ่ม คือ มาเพื่อหาเพื่อน มาเพื่อหารัก ที่ทางเว็บไซต์เห็นว่ากลุ่มนี้เริ่มน้อยมากขึ้น มีเจตนาแฝงที่ดี เว็บไซต์ไทยเมทก็สร้างสถานที่หรือชุมชน ให้กับคนกลุ่มนี้ได้อยู่ได้อาศัยอยู่ อย่างปลอดภัยไม่ต้องไปปะปนกับกลุ่มอื่นๆ และเว็บไซต์ยังสามารถดึงเอากลุ่มคนที่ต้องการหาคุณในอินเทอร์เน็ตแต่ไม่กล้าแสดงออก เมื่อมีเว็บไซต์นี้ขึ้นมา กลุ่มคนเหล่านี้ก็สามารถเข้ามายังชุมชนนี้ได้

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าการเปิดตัวเว็บไซต์ครั้งแรกห่วงจะคัดเฉพาะกุ่มคนที่ดี มีเจตนา良อย่างดี ไว้ด้วยกัน เพราะในช่วงแรก อิเมจจะไม่มีฟรีอิเมจ ทุกคนที่มีอิเมจ จะต้องเสียค่าบริการและการขอใช้บริการ จะใช้ชื่อจริงในการขอใช้ จุดนี้เองที่ทางเว็บไซต์ จะใช้เป็นตัวกลั่นกรอง

แต่ในปัจจุบันจะควบคุมสมาชิกจะยากมาก เพราะทุกคนใช้ฟรีอิเมจทั้งนั้น และการขอใช้ก็จะใช้ชื่อ ทั้งจริงและปลอมปะปนกัน ถ้าทำให้ควบคุมยากขึ้น การค้นหาคู่หรือเพื่อนในเว็บไซต์ เป็นเพียงการเริ่มต้นของการจะมีชีวิตคู่ ไม่ได้หมายถึงการมีคู่ กุ่มคนที่จะหาคู่บนเว็บไซต์ จะต้องเก่งและกล้า จึงจะสามารถใช้ชีวิตบนโลกไซเบอร์ได้ ทุกอย่างที่เกิดขึ้นจะต้องใช้ประสบการณ์ของตัวเองทั้งสิ้น เว็บไซต์ไทยเมทเป็นเพียงช่องทางใหม่ในการค้นหา

7. ความคิดเห็นของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับวัฒนธรรมหาคู่บนเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บมาสเตอร์ไม่ได้คิดถึงเรื่องวัฒนธรรมเลย คิดถึงแต่การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต ในการค้นหาข้อมูล ด้วยขณะเดียวกัน นูกลสามารถเป็นได้ทุกรูปแบบ คนที่เป็นข้อมูลได้ จึงไม่แปลกที่คนจะค้นหาคนด้วยกัน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

จากการวิจัยพบว่าการหาคู่บนเว็บไซต์ไทยเมทเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อย (Sub Cultures) เป็นวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ในการหาคู่ของหนุ่ม-สาว แต่การเกิดของวัฒนธรรมย่อยนี้ ไม่ได้ไปทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม วัฒนธรรมดั้งเดิมยังมีการดำเนินต่อไปตามสภาพกาลเวลา เมื่อถึงเทศกาลประเพณีต่างๆ สมาชิกก็ยังคงใช้สื่อประเพณีดั้งเดิมในการหาคู่ ไม่ได้ทอดทิ้งแต่อย่างไร สถาบันการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตพบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบการใช้ช่องใหม่ในการค้นหาคู่ของสมาชิกเป็นปรากฏการทางสังคมที่เปลี่ยนไป ไม่มีข้อจำกัดในด้านของเวลา และสถานที่ การเชื่อมโยงจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ความสามารถในการสื่อสารของเว็บไซต์ไทยเมทยังสามารถเข้ามาระหว่างประเทศ ค้านเชื้อชาติและวัฒนธรรมได้ด้วย การสื่อสารในเว็บไซต์ไทยเมทยังสามารถสื่อได้ทั้ง On-line and Off-line

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าหนุ่ม-สาวที่นิยมเข้ามาหาคู่ผ่านเว็บไซต์โดยอาศัยคุณลักษณะที่ดีของอินเทอร์เน็ต และได้มองข้ามวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิงคือ

ข้อดีของการหาคู่ผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

1. การติดต่อสื่อสารที่ประยุกต์ รวดเร็ว ทันสมัยและสามารถติดต่อได้กับเพื่อนที่อยู่ไกลแสนไกลออกไป
2. ช่วยลดความเสี่ยงอย่างไม่ต้องพะวงถึงศักดิ์ศรีมากนัก อย่างคุยกะใจรักก็คุยก่อน มีเวลาไตร่ตรอง เลือกเฟ้น ถ้อยคำสนทนาที่เหมาะสม
3. ช่วยให้ได้เพื่อนใหม่ๆ มากมาย เช่น เพื่อนต่างเพศ ต่างวัย ต่างอาชีพ ต่างถิ่น ต่างเชื้อชาติ
4. เพื่อนในอินเทอร์เน็ต สามารถให้ความคิดเห็น คำแนะนำ คำปรึกษา ได้รับความช่วยเหลือที่แท้จริง
5. ติดต่อกับคนที่สนใจเรื่องเดียวกันและขยายเครือข่าย

หากพิจารณาวัฒนธรรมย่อย (Sub Cultures) ตามแนวคิด กัญจนาก้าวเทพ (2541) เว็บไซต์ไทยเมท ได้มีกระบวนการผลิตวัฒนธรรม (Production) การค้นหาคู่ขึ้นมาใหม่ โดยบริษัท เอ็นเว็บ เพื่อให้คุณไทยได้ใช้เป็นแนวทางใหม่ในการค้นหาเพื่อนหรือแฟน

พิจารณาวัฒนธรรมที่กำลังก่อตัวเกิดขึ้นใหม่ (Emergent) ตามแนวคิดของ R.Williams (อ้างถึงใน กัญจนาก้าวเทพ ,2545 : 104) เว็บไซต์ไทยเมทเป็นวัฒนธรรมย่อยทางเชื้อชาติ (Ethnic subcultures) และวัฒนธรรมย่อยตามเกณฑ์อายุ (Age subcultures) กลุ่มนี้จะมีวิถีแห่งการดำรงชีวิต (life-style) คือเว็บไซต์นั่งบริการเฉพาะคนไทยเท่านั้น และจะเป็นกลุ่มคนที่ต้องการหาเพื่อน อายุในกลุ่มเป้าหมายของเว็บคือ 20 – 35 ปีและจากการวิจัยก็พบว่า สมาชิกกลุ่ม 21-40 ปี ของ เว็บไซต์ไทยเมทมีถึง 244,250 คน คิดเป็น 77.74 % ของสมาชิกทั้งหมด

ข้อเสียของการหาคู่ผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

1. เปิดโอกาสให้คนไม่ดีเข้ามาเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ โฆษณาชวนเชื่อ หลอกลวงผู้อื่น ให้ข้อมูลเกินจริง มีการกลั่นแกล้ง ใส่ร้ายผู้อื่น ซื้อขายบริการทางเพศ ฯลฯ
2. คุยกันในอินเทอร์เน็ต อาจเข้าใจผิดกันได้ ไม่ทันใจ จึงเกิดพิมพ์ข้อความยาวๆ
3. ได้รู้จักคู่สนทนาเพียงแค่บุ่มมองเดียว คือเห็นเพียงตัวหนังสือที่เขียน ได้ตอบกันไปมา
4. เสียเวลาทำงานทำการ อดหลับนอน ทานข้าวปลาอาหารไม่ตรงเวลา

จะเห็นว่าการหาคู่บนเว็บไซต์ ก็เป็นความสองคน มีทั้งคู่และร้ายพอๆ กัน เว็บไซต์ไทยเมทเองก็พยายามจะสร้างระบบที่ส่งเสริมให้สมาชิกประพฤติดนิปป์ในแนวทางที่ดี และพยายามปิดช่องทางที่จะทำให้เกิดผลเสียได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ขึ้นอยู่กับเพื่อนสมาชิกเองว่า จะเลือกเดินไปทาง

ใน ถ้าเลือกในทางที่ดี ก็จะเป็นประโยชน์กับตัวสมาชิกเอง แต่ถ้าเลือกในทางที่เสีย ก็จะเป็นการทำร้ายตัวสมาชิกและทำลายสังคมไทยเมทของสมาชิกเองด้วย การใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่อย่างมีคุณค่า นั้น สมาชิกต้องช่วยกันดูแล

8. ความคิดเห็นของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับธุรกิจการหาคุณในเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วัยพนักงานช่วงแรกไม่ได้มองถึงการตลาดหรือธุรกิจแต่อย่างไร เพราะยังไม่มีความมั่นใจในตัวธุรกิจ การเปิดตัวช่วงแรกจะเป็นการบริการฟรีไม่คิดค่าใช้จ่าย หลังจากเปิดตัวได้ 3 ปีสมาชิกมีจำนวนมากขึ้นทุกปี จึงเกิดช่องทางในการทำธุรกิจการหาคุณในเว็บไซต์ โดยได้ศึกษาจากเว็บไซต์ในต่างประเทศ

การเปิดรับสมาชิกพิเศษก็เกิดมีขึ้น ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 ก็เป็นการอาศัยเทคโนโลยีในการทำธุรกิจ แต่การที่จะเก็บค่าบริการโดยไม่มีการเพิ่มบริการคงเป็นไปได้ยากมาก ทางเว็บไซต์ไทยเมทจึงเพื่อบริการที่พิเศษเข้าไปด้วย สมาชิกพิเศษจะได้ใช้สื่อผสมสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ผ่านเครือข่าย ได้อย่างมากมายเพื่อให้เกิดการคล่องตัวมากยิ่งขึ้น จุดนี้เองที่เป็นส่วนของการทำธุรกิจและยังยึดหลักการทำเว็บหาคู่คือ

8.1 หลักการสร้างเว็บไซต์ไทยเมท

1. เว็บไซต์ไทยเมทนี้ องค์กรองรับและมีเจตนาณ์ที่ประกาศอย่างชัดเจน
(บริษัท อีมีเว็บ ประเทศไทย จำกัด)
2. เว็บไซต์ไทยเมทนี้ ที่มำข้อมูลอย่างชัดเจน (ทะเบียนประวัติ)
3. เว็บไซต์ไทยเมทนี้ ให้สมาชิกสามารถส่งข้อความ วิชาเรียน หรือถามคำถามกลับมาได้
4. เว็บไซต์ไทยเมทนี้ การรับผิดชอบต่อทุกคำถาม ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า หรือความเป็นเจ้าของของทุกอย่างบนเว็บไซต์

9. ความคิดเห็นของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์ไทยเมทเชิงธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วัยพนักงานช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 โดยมีเจตนาณ์ที่ชัดเจน คือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) หวังผลในกลุ่มที่ต้องการหาเพื่อนหรือหาแฟน เป็นหลัก เมื่อการบริการในการให้บริการทางข้อมูลแก่สมาชิก พิเศษ สรุนการผลิตสมาชิกทุกคนช่วยกันผลิตสินค้ากันเอง

หลักการทำเว็บไซต์ทางการเชิงธุรกิจ คือ

1. จุดประสงค์ของเว็บไซต์นั้นๆต้องชัดเจน และเนื้อหาต้องสอดคล้องกับจุดประสงค์ เว็บไซต์ หาดูคู่องมีคู่ให้เลือก
2. การโฆษณาใดๆไม่ควรให้คาดเด่นเกินเนื้อหา ถ้าเกินค่าスマาร์ทแล้วมีโฆษณามากๆ สามารถ หนีหมด
3. เว็บไซต์จะเน้นความคิดสร้างสรรค์ แต่ถ้าเน้นอคติ ไม่ว่าจะศ้านเพศ เชื้อชาติ ศาสนา หรือ อื่นๆ ถือว่าไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง

9.1 หลักการสร้างรายได้

จากการศึกษาแบบนี้ส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท มีการสร้างรายได้ อยู่ 2 ทางคือ

1. รายได้จากการโฆษณาสินค้าและบริการ คือสินค้าและบริการ ที่โฆษณาบนเว็บไซต์ไทย เมท จะมีทุกวันเพียง แล้วอยู่ส่วนบนของเว็บเพจ เช่น ร้านคอกไม้ forget me not , เครื่องหนัง Louis Vuitton, ค่ายเทป RS Promotion, สินเชื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารทหารไทย เป็นต้น

พิจารณาจากแนวคิด Cyber Marketing หรือ E-Commerce เป็นแนวคิดใหม่สำหรับ นักการสื่อสารการตลาด ซึ่งอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในระบบตลาด เพื่อให้เกิดการคล่อง ตัวมากยิ่งขึ้น นั่นคือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ สามารถ Link ได้กับเว็บไซต์เจ้าของสินค้าและบริการนั้นๆ เป็นการเข้าถึงเว็บไซต์อย่างรวดเร็วและ ถูกต้องเพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองจากผู้รับสาร จากโฆษณาที่มากขึ้นของเว็บไซต์ไทยเมท เป็น ตัวอย่างบ่งชี้ว่า เว็บไซต์ กำลังมีกำไร และส่งผลต่อสมาชิกที่จะมีเพิ่มขึ้น

2. รายได้จากค่าสมาชิกพิเศษ คือรายได้ที่มาจากการสมาชิกพิเศษ ท่านละ 299 บาท ต่อปี รายได้ ที่ได้จากการสมาชิกชุมชนเว็บไซต์ไทยเมท ที่มานิรูปแบบค่าสมาชิก กำลังได้รับความนิยม ผู้วิจัยดูจาก สำนักงานประชากร ที่สมาชิกที่เข้าออนไลน์ จะมีสมาชิกพิเศษเพิ่มขึ้นทุกวัน

10. ความคิดเห็นของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) เข้าช่วยการดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดของเว็บไซต์ไทยเมท เพื่อ การสื่อความหมาย และสร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างการยอมรับแก่สมาชิก โดยมุ่งหวังที่จะให้ สมาชิกตอบสนองความต้องการของธุรกิจ การกำหนดช่องทางการสื่อสารในรูปของการกระตุ้น

เร่งร้า จะเน้นการบริการและความเข้าใจในเจตนาณ์ของเว็บไซต์ เว็บไซต์ไทยเมทได้ใช้การสื่อสารการตลาดที่พองเป็นขูปแบบ มีดังนี้คือ

10.1 ขนาดของตลาด (Market Size)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไม่ได้กำหนดขนาดของตลาด (Market Size) ไว้ในช่วงแรก เพราะช่วงแรกที่เปิดตัวเว็บไซต์ เว็บไซต์มุ่งหวังให้มีสมาชิกมากๆ ไปก่อน โดยไม่เก็บค่าสมาชิก ในช่วงที่สองที่เปิดตัวสมาชิกพิเศษ เว็บไซต์ไทยเมท พยายามกำหนดขนาดของตลาด (Market Size) ให้ชัดเจน โดยจะอยู่ที่ 10 ถึง 15 เปอร์เซ็น ของสมาชิกทั่วไป โดยมีเป้าหมาย ในปี พ.ศ. 2546 สมาชิกพิเศษอยู่ที่ 30,000 คน และพยายามให้เพิ่มขึ้นทุกเดือน อย่างน้อยที่สุด สมาชิกพิเศษจะอยู่ที่ 100,000 คน กัน่าจะพอเพียง สำหรับอนาคตข้างหน้า

10.2 โอกาสทางการตลาด (Marketing Opportunity)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ ได้สร้างโอกาสให้การหาคู่บนเว็บไซต์ ให้มีความสนุกสนาน ผ่อนคลาย โดยการวางแผนสร้างจากการออกแบบ และความมีเอกลักษณ์ให้โดดเด่น ลักษณะโดดเด่นนี้เองที่ทำให้มีสมาชิกมากมาย จึงเป็นจุดแข็งของเว็บไซต์ไทยเมท โดยดูได้จาก

1. ข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ไทยเมทง่ายต่อการค้นหา และง่ายต่อการใช้
2. การออกแบบที่คึ่งคุณผู้ใช้ที่ตรงกับจุดประสงค์ของการหาคู่
3. ตัวอักษรจะอ่านง่าย ตัวใหญ่ ไม่เลอะเทอะปะปนไปกับกราฟิก
4. ผู้ใช้หรือสมาชิก สามารถเยี่ยมชมได้ทั้งเว็บไซต์ ได้ทั้งถึงโดยง่าย
5. เว็บเพจที่ประกอบด้วยการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ มีการจัดไว้หมุนเวียน ไม่ให้ปะปนกัน
6. แต่ละหน้าของเว็บไซต์ไทยเมท จะใช้เวลาในการดาวน์โหลดที่เหมาะสม ไม่นานจนเกินไป
7. การออกแบบและคุณลักษณะต่างๆ ของเว็บไซต์ไทยเมท เช่น การเข้าถึงฐานข้อมูล การใช้ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง จะไม่ไปบุกความส่วนตัวอื่น
8. คุณลักษณะที่ใช้ในการ ให้ต้องระหว่างแต่ละหน้าของสมาชิก มีคำแนะนำอย่างชัดเจน

จากการสังเกตพบว่า ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท ได้ออกแบบมาเพื่อให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกเป็นหลัก และมุ่งเน้นในด้านเทคนิคการค้นหาข้อมูลของสมาชิก ที่รวดเร็วและตรงตามคุณสมบัติ จุดนี้เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นของอินเทอร์เน็ต โดยหากพิจารณาจาก

มุ่งเน้นด้านเทคนิคแล้ว เว็บไซต์ไทยมท มีความพยายามที่จะก้าวออกจากเปลือกหุ้น แห่งประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม โดยการนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะอันสัมภับข้อข้อ โดยกระบวนการด้าน Digital Text, ภาพกราฟิกส์ ต่างๆ ความซับซ้อนเหล่านี้อันแสดงถึงการรวมเทคโนโลยีเข้ากับสื่อ อันก่อให้เกิดภาพ และเนื้อหาที่คงคุณใจ เร้าใจ

10.3 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Strategies)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยมท ผู้จัดพูดว่าเว็บไซต์พยายามที่จะให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Plan) ของเว็บไซต์ไทยมท โดยมุ่งเน้นให้การบริการ สมาชิก หวังที่จะให้สมาชิก เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ คือมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เว็บไซต์จึงคำนึงถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด โดย การพิจารณากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในเว็บไซต์ไทยมท ดังนี้

1. แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด
2. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด
3. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์
4. ความเข้าใจด้านกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

10.3.1 แผนการตลาดกับการสื่อสารการตลาด

1. ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ไทยมท

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้จัดพูดว่าประสิทธิภาพ ของเว็บไซต์ ไทยมทในการสร้างการปฏิสัมพันธ์ทั้งสมาชิกต่อสมาชิกและสมาชิกกับเว็บมาสเตอร์ มีด้วยกัน 4 แห่ง คือ

1. การตอบรับจากผู้ใช้
2. ความสามารถในการเพิ่มข้อมูลข่าวสาร
3. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล
4. ความทันต่อเหตุการณ์

2. การสร้างภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ไทยมท

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้จัดพูดว่าการสร้างภาพ พจน์หรือภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ไทยมท จะมุ่งไปที่องค์ประกอบเนื้อหาที่สามารถดึงดูดความสนใจสมาชิก มีอยู่ 3 ด้าน คือ

1. ด้านการประชาสัมพันธ์
2. ด้านการคึ่งคุณความสนใจ
3. ด้านการตอบรับข้อมูลของผู้ใช้

2.1.1 ด้านการประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ไทยเมท มีแนวทางประชาสัมพันธ์อยู่ 3 แนวทางคือ

1. เป็นศูนย์รวมในการติดต่อเพื่อน
2. การให้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิก
3. การสร้างการปฏิสัมพันธ์ด้านสมาชิกและด้านบริการ

2.2.2 ด้านการดึงดูดความสนใจ

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าการดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์ไทยเมทในการส่งเสริมผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจ เว็บไซต์มีฐานข้อมูลที่ซัดเจนทั้งสมาชิกชายและสมาชิกหญิง จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นก็จะสร้างแรงดึงดูดที่เพิ่มนากขึ้น นอกจากสมาชิกที่เป็นแรงดึงดูดแล้ว ระบบการติดต่อสื่อสารแบบ On-line ของสมาชิกทำให้ความเกิดการยอมรับมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยยังพบว่าลักษณะของการดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์ไทยเมทมีอยู่ 2 แห่งนูนคือ

1. อำนวยความสะดวกให้สมาชิก ทั้งในด้านการค้นหา จำนวนสมาชิก และการให้บริการของเว็บไซต์
2. มีความเป็นส่วนตัวของสมาชิก ทั้งการปกปิดความลับ และการกำหนดจำนวนเพื่อน

2.2.3 ด้านการตอบรับข้อมูลของผู้ใช้

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าด้านการตอบรับข้อมูลของสมาชิกผู้ใช้เว็บไซต์ไทยเมทในการเข้ามาใช้บริการ เว็บไซต์ไทยเมทอยู่ภายใต้ระบบตลาดแบบผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม การนำเสนอเนื้อหาหลัก จะเน้น “E-mail & Feedback” รวมไปถึงการ “Search Engine” ของเนื้อหาต่างๆ ลักษณะการตอบรับข้อมูลของเว็บไซต์ไทยเมทแบ่งได้ 3 แห่งนูนคือ

1. ความสามารถในการเพิ่มข้อมูลข่าวสารของสมาชิก
2. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล
3. ความทันต่อเหตุการณ์ของเว็บไซต์

10.3.2 กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Group)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ บุคคลทั่วไปที่มีinterestร่วมกัน ไม่มีการจำกัดอายุโดยทั่งสิ้น เว็บมาสเตอร์มุ่งหวังไปที่คนกลุ่มใหญ่คืออายุ 20 ถึง 35 ปี

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าประชากรที่ค้นพบมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดคือ ประชากรอายุ 21 ถึง 40 ปี จะมีอยู่ร่วม 244,250 คน กิตเป็น 77.74 % ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ไทยเมท

เพศ	อายุ ไม่เกิน 20 ปี	อายุ 21 ถึง 40 ปี	อายุ 41 ปี ขึ้นไป	รวมจำนวน
ชาย	30,420 (9.68)	157,930 (50.26)	9,815 (3.12)	198,165 (63.07)
หญิง	26,800 (8.53)	86,320 (27.47)	2,885 (0.91)	116,005 (36.92)
รวม	57,220 (18.21)	244,250 (77.74)	12,700 (4.04)	314,170 (100)

ตารางจำนวนประชากรแบ่งตาม เพศและช่วงอายุ (สำรวจวันที่ 31 ก.ค. 2546)

10.3.3 การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์เน้นความสำคัญของการพัฒนาเว็บไซต์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นจุดที่สามารถดึงดูดสมาชิกได้ การพัฒนาแผนหลักๆ ถูกกำหนดไว้ปีละ 1 ครั้ง เป็นอย่างน้อย แต่การพัฒนาทั่วไปที่จะให้ทันต่อเหตุการณ์ จะมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เท่าที่มีเวลาและโอกาส เพื่อให้ถูกใจสมาชิก และเพื่อให้ข้อมูลทันสมัยอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะสนองความต้องการของสมาชิก โดยจะไม่ให้สมาชิกเกิดความเบื่อหน่ายและจำเจ

ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีแผนการพัฒนาอยู่ 2 แบบ คือ

1. แผนพัฒนาหลัก คือการพัฒนาด้านการค้นหาข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูล บริการใหม่ๆ
2. แผนพัฒนาทั่วไป คือการพัฒนาด้าน การให้สี แสง รูปภาพ ตัวหนังสือ รวมถึงการขัดวาง

10.3.4 กิจกรรมการสื่อสารการตลาด

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ใช้กิจกรรมการสื่อสารการตลาดอยู่ 2 กิจกรรมคือ

1. การโฆษณา (Advertising)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไม่ได้โฆษณาในเว็บอื่นๆ แต่ใช้การ Link กับเว็บในเครือ ของบริษัท อีเมล เว็บ โดยทางเว็บไซต์ไทยเมทจะใช้โฆษณาในหัวขุนชอนออนไลน์คือ “หาเพื่อนรัก”

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีลักษณะการประชาสัมพันธ์ผ่านสมาชิกไทยเมท โดยสมาชิกสามารถแนะนำเว็บไซต์ผ่านอีเมลสมาชิกเอง หรือสมาชิกจะถือกับบุคคลทั่วไปของเกี่ยวกับเว็บไซต์

จากการศึกษาแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ไทยเมทมีจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีสาเหตุมาจากสมาชิกมีการดึงดูดกันเอง จำนวนสมาชิกยิ่งมาก ยิ่งทำให้มีความสนใจมากยิ่งขึ้น เปรียบได้กับการรวมตัวของแม่เหล็ก สมาชิกยิ่งมากยิ่งมีแรงดึงดูดมากขึ้นและเพิ่มข่ายสนานแม่เหล็กออกไปอย่างกว้างขวาง โดยศึกษาได้จากสำนักงานประชากร ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา

10.3.5 อนาคตของเว็บไซต์ไทยเมทกับธุรกิจหากคุณ

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท มาเติบโตให้กับคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน และความรู้สึกที่เหมือนกัน คือ เ恒า หย่าร้าง โสด ปัญหาชีวิต ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้วิถีของคนเปลี่ยนไป เว็บไซต์ไทยเมทคือเครื่องมือที่ช่วยขยายโอกาสให้กับทุกๆ คนที่ต้องการแสวงหาและไม่ปิดกันตัวเอง ในสภาพของปัญหาสังคม การสื่อสารออนไลน์ยังคงขยายตัวไปเรื่อยๆ วิธีใช้แบบใหม่ๆ ก็จะเกิดขึ้นเรื่อยๆ และมองหารายละเอียด ความสัมพันธ์ออนไลน์จะสนปรารถนาหรือไม่สนปรารถนา ไม่ได้อยู่ที่สื่อ อยู่ที่มนุษย์จะตัดสินใจเองและกำหนดเอง ขณะนี้เว็บไซต์ไทยเมทมีความสามารถที่ยืนหยัดอยู่ได้จากการเพิ่มขึ้นของสมาชิก ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าความอยู่รอดของเว็บไซต์ไทยเมท โดยพิจารณาจากปัจจัย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายใน

1. เทคนิคภายนอกเว็บไซต์ไทยเมทที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา
2. เว็บไซต์ไทยเมทมีเครือข่ายที่เพิ่มขึ้นจากการบริหารของบริษัท อีเมล เว็บ
3. เนื้อหาของข้อมูล และทบทวนปรับปรุงความโดดเด่น

ปัจจัยภายนอก

1. คอมพิวเตอร์มีราคาที่ถูกลงและอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น
2. การขยายตัวของผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีจำนวนมากขึ้น
3. ระบบการสื่อสารถือเป็นเรื่องสำคัญของคนในสังคม
4. สภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง ทำให้สื่อมีโอกาสได้ช่วยเหลือมนุษย์มากขึ้น
5. สมาชิกให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้น
6. ขาดคู่แข่งขัน

จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทเป็นเครื่องมือขยายขอบฟ้า และช่วยเหลือสมาชิกให้ได้พบเพื่อนที่ไกลออกไป ด้วยการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ความรักผ่านทางอินเทอร์เน็ตอาจใช้ช่วงด้วยอารมณ์ปาร์ตี้ แล้วอัปโหลดไปในไม่กี่วัน ก็เกิดขึ้นได้ เพราะในชีวิตจริงนั้นความรักเป็นเรื่องของหัวใจ และเวลา

สรุปผลการวิจัยทางการสื่อสารการตลาดเว็บไซต์ไทยเมท

1. ขนาดของตลาดมีความสัมพันธ์กับรูปแบบเนื้อหาของเว็บไซต์ คือ จำนวนสมาชิกที่มีมาก ขนาดตลาดจะกว้างขึ้นตามไปด้วย
2. เทคนิคของเว็บไซต์ในการสื่อสารเป็นตัวส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่สมาชิก และแสดงให้เห็นความเป็นยุคแห่งการสื่อสารด้วยภาพ (Visual Literacy)
3. เว็บไซต์ไทยเมทอาศัยรายได้จากการโฆษณา (Branding) และค่าสมาชิกเป็นหลัก
4. หากพิจารณาจากดูเบื้องทางด้านวัฒนธรรม เว็บไซต์ เปิดกว้างทางด้านเรื่องชาติ วัฒนธรรม สร้างชุมชนใหม่ที่ผู้รับสารจะสามารถเข้าถึงสาร ข้อมูล ได้ทัดเทียมกันอันเป็นวัฒนธรรมที่เรียกว่า “Fragmented Consumption Culture” วัฒนธรรมการบริโภคแบบแตกกระจาย

11. การติดต่อเว็บมาสเตอร์

จากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมท ให้ความช่วยเหลือตอบปัญหาแก่สมาชิกอยู่ตลอด และอยู่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก หรือถ้าสมาชิก สังสัย ก็สามารถส่งอีเมลติดต่อ กับเว็บมาสเตอร์ได้โดยตรง

การติดต่อเว็บมาสเตอร์ ก็สามารถทำได้ง่าย หากมีเรื่องสงสัยที่ไม่สามารถหาคำตอบ ได้ สามารถติดต่อได้ที่ webmaster@thaimate.com ทางเว็บมาสเตอร์ ยินดีรับฟังความคิดเห็นและตอบคำถามทุกคำถามเสมอ สำหรับบุคคลที่เป็นสมาชิกก็สามารถส่งอีเมลจากเว็บไซต์ของ

Thaimate.com ไปถึงสมาชิกซึ่งเป็น web master ได้ เช่น กันกัน เป็นเจตนาณ์ทางเว็บไซต์ที่จะให้ สมาชิกสามารถติดต่อกับทางเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา

ส่วนการติดต่อกับเว็บมาสเตอร์โดยตรงคือ คุณปณัชญ์ อลกรณ์วารกิจ ตำแหน่งเว็บ มาสเตอร์ไทยเมท โทร.0-29550099 ต่อ 7730 บริษัทอินเว็บ ประเทศไทยจำกัด ศึกษาดูคือประ กันภัย นอร์ธปาร์ค หลักสี่ กท. โทร. 0-2955-0099 ต่อ 7793,7787 อีเมล adinfo@Topspace.com

M-WEB (Thailand) Limited 2/4 Samaggi Insurance Tower 9th Floor, Vibhavadee Rangsit Rd., Thungsonghong, Laksi, Bangkok 10210 Tel: 0-2955-0099 ext. 7260, 7259, FAX: 0-2955-0300

12. ความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับการหาคู่ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากสมัยอดีต

ตารางเปรียบเทียบการหาคู่ระหว่างอดีตกับปัจจุบัน

รูปแบบ	อดีต (วัฒนธรรมประเพณี)	ปัจจุบัน (บนเว็บไซต์ไทยเมท)
ด้านการสื่อสาร	การสื่อสารระหว่างบุคคล แบบเผชิญหน้า	การสื่อสารระหว่างบุคคล แบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์
ด้านเทคนิค	ผ่านสื่อมุขย์, สื่อวัฒนธรรมประเพณี	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
ด้านเนื้อหา	เกี่ยวพาราสี, การละเล่น, คุณถุงชน	ตัวหนังสือ หรือตัวอักษร
ลักษณะการค้นหา	แม่สื่อ, สื่อประเพณี	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)
ลักษณะข้อมูล	ตัวบุคคล	ทะเบียนประวัติ (Profile)
สถานที่	วัด, งานประเพณี	เครื่องคอมพิวเตอร์ (กระจายอยู่ทั่วไป)
ลักษณะบุคคล	ตัวคนจริง	ตัวคนเสมือน
คุณสมบัติ	รูปร่าง	รูปภาพ (ภาพถ่าย)
การแสดงออก	ผ่านกริยาท่าทาง	ผ่านจิตนาการ
เวลา	เทศกาล	เมื่อไหร่ก็ได้

12.1 ลักษณะการหาคู่บนเว็บไซต์ไทยเมท

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยเมทพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร(Communication Elements) เป็นการสื่อสารสองทางมีการสื่อสาร ได้ทั้ง Off-line และ On-line ในส่วน Off-line ก็ สามารถสื่อสารกันได้โดยผ่านอีเมล และส่วน On-line ก็สื่อสารกันได้โดยผ่านห้องคุย (Chat

Room) การสื่อสารบนเว็บไซต์จะเป็นแบบไม่เป็นทางการ เน้นด้วยอักษรและภาพถ่ายในการสื่อสาร ในด้านเทคนิค (Technical Elements) เป็นการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถถือการเปลี่ยนแปลง ด้วยตนเองหรือคุณสมบัติทางกายภาพ ได้ตามต้องการ สามารถลดทอนผลกระทบของ Stereotype และช่วยลดการเหรอจูงหน้า การค้นหาสามารถค้นหาได้ทุกที่ที่มีคอมพิวเตอร์และไม่จำกัดเวลาในการค้นหา อาณาจักร CYBER คืออาณาจักรแห่งจิตนาการและจิตวิญญาณ การแสดงออกจะผ่านจิตนา การนี้ของมนุษย์ ในด้านเนื้อหา (Content Elements) การสื่อสารผ่านด้วยหนังสือที่มีความเท่าเทียม กันของบุคคล สามารถปกปิดสถานะภาพส่วนตัวได้ ได้เพื่อนหรือเพื่อนดามคุณสมบัติที่อยู่บัน

Profile

พิจารณาจากแนวคิดของ Jones (1997) (อ้างถึงใน รีรพล ภูรต, 2545 : 74-78) การสื่อสารทางเครื่องคอมพิวเตอร์ทำให้คนสามารถเปลี่ยนแปลงด้วยตนเอง ได้ ปฏิสัมพันธ์ถูกจำกัดอยู่กับการสื่อสารด้วยตัวอักษร บางคนคาดหวังว่า ปรากฏการณ์นี้อาจลดทอนผลกระทบของ Stereotype และการจัดสถานภาพทางสังคมในการติดต่อสัมพันธ์แบบเดิมๆ จึงทำให้ชุมชนเดิมๆ เป็นประชาชิปไทยมากขึ้นกว่าความเป็นจริงที่อยู่ภายนอกสาย (Offline) ในทางกลับกัน เราอาจจะไว้วางใจคนที่เราคิดต่อด้วยความสัมพันธ์ทางสายสัมยลังและเป็นอุปสรรคต่อการสร้างชุมชนใหม่ันคง ได้

กิตติ กันภัย (2543) กล่าวไว้ว่าคุณสมบัติความต่างของ Computer – Mediated - Communication หรือ CMC กับสื่อรุ่นก่อนที่สำคัญคือ ลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารระบบอินเทอร์เน็ตนี้ ไม่จำกัดสถานที่ในการสื่อสาร CMC กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely Distributed) สามารถใช้กับคอมพิวเตอร์เครื่องไหนก็ได้ในโลกในการเข้าระบบสื่อสาร และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เมื่องจาก CMC เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient) ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการเสนอเนื้อหาสื่อสื่อนฯ สามารถต่อเข้าไปในระบบเมื่อไหร่ก็ได้ที่ต้องการ ส่วนเรื่องราวนั้นนำเสนอในสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่จำกัด เช่นกัน CMC ให้โอกาสกับผู้รับสารในการกระทำได้กับเนื้อหาสารกี่ย่อมได้ (Manipulation of Content) แล้วแต่ว่าผู้สื่อสารต้องการสื่อสารเรื่องอะไร สามารถสร้างเว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ มากมายไม่จำกัด และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถจับกุมสร้างกุ่นใหม่กับความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

พิจารณาเว็บไซต์ไทยมหิดล แนวคิด กิตติ กันภัย (2543) ที่กล่าวไว้ว่าคุณสมบัติความต่างของ Computer – Mediated - Communication หรือ CMC กับสื่อรุ่นก่อนที่สำคัญคือ ลักษณะการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง ในการสื่อสารระบบอินเทอร์เน็ตนี้ ไม่จำกัดสถานที่ในการสื่อสาร กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely Distributed) สามารถใช้กับคอมพิวเตอร์เครื่องไหนก็ได้ในโลกในการเข้าระบบสื่อสาร และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เมื่องจาก เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient) ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลา สามารถต่อเข้าไปในระบบเมื่อไหร่ก็ได้ที่ต้องการ และสามารถ

สร้างเว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ มากมายไม่จำกัด และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถจับกลุ่ม สร้างชุมชน ไทยมาตามความสนใจ

จากการศึกษาเรื่องไซต์ไทยมา ผู้วิจัยพบว่าการหล่อหดลรวมสื่อ เพื่อสร้างปรากฏการทางสังคมให้เกิดขึ้น โดยการอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ต ในฐานะเวทีสาธารณะที่จะลดข้อจำกัดของเวลา สถานที่ ชั้นชั้น เพื่อสร้างโอกาสให้ทุกคน ได้เข้าถึงในรูปแบบของโลกแห่งระบบออนไลน์ ผลผลิตทางสังคมอันทรงพลังนี้ทำให้ศักยภาพการเข้าถึงข้อมูลอย่างฉบับพลันทันทีถือเป็น “ความพึงพอใจสำเร็จรูป” (Instant Gratification) ของคนรุ่นใหม่

12.2 ลักษณะการหาคู่ในวัฒนธรรมประเพณีในอดีต

จากการศึกษาการหาคู่ในอดีตพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร(Communication Elements) จะมุ่งเน้นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) หรือแบบเผชิญหน้า (Face -to- Face Communication) เป็นหลัก ทุ่ม-สาวคาดหวังที่จะได้เจอกันตามงานประเพณี ในด้านเทคนิค (Technical Elements) ก็อาศัยสื่อมนุษย์ หรือสื่อประเพณี การอาศัยสื่อมนุษย์ก็ทำให้ไม่เกิดเสริมภัยในการค้นหา ในสื่อประเพณีก็จะอยู่ในวงพื้นที่ เช่น ประเพณีสงกรานต์พระประแดง ก็จะจัดอยู่ในพระประแดง ที่อื่นๆ ก็จะไม่รู้จัก และที่อยู่อย่างจำกัด ทุ่มสาวต้องรอให้ถึงเทศกาล งานบุญต่างๆ จึงจะได้เจอกัน การเจอกันในพื้นที่แบบของชุมชนแบบอดีต ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเครือญาติ ทุ่มๆ จึงต้องแสวงหาอุปกรณ์ที่ คือหาคู่หรือหาเพื่อนค้างบ้านค้างชุมชน การเดินทางต้องไปด้วยตัวเอง ในด้านเนื้อหา (Content Elements) ในอดีตจะเป็นการเด็กพาราดี, การละเล่น, คุณถุงชน และส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับพิธีกรรม การแสดงออกเน้นความเป็นตัวตนจริงๆ คนไม่爽 คนที่ไม่ก้าวแสดงออก อาจไม่มีโอกาส ในการมีส่วนร่วม

พิจารณาจากแนวคิดของ Poster (ข้างถึงใน รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542 : 10-14) ชี้ให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ต ได้ก่อเกิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งเป็นกลาดสาธารณะใหม่ ในปัจจุบัน แต่نمชาลสาธารณะที่เกิดขึ้นในอาณาบริเวณเครือข่ายการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Cyberspace) มีความแตกต่างจากกลาดสาธารณะในอดีต เพราะการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดความแตกต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) نمชาลสาธารณะในสมัยก่อนเป็นสถานที่ที่ประชาชนสามารถพูดได้อย่างเท่าเทียมกัน เป็นการอภิปรายอย่างเปิดเผย โดยมีการกำหนดสถานภาพของแต่ละคนชัดเจน ผู้แสดงความคิดเห็นมีข้อโต้แย้งอย่างมีเหตุมีผล เพื่อบรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกัน

12.3 มุนมองความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านหนังสือพิมพ์กับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

จากการศึกษาการหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์สามารถถ่ายทอดสาระตามใจได้ดีและมากกว่า แต่ถึงอย่างไรก็ยังจำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันเท่านั้น การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ มีรูปแบบและวิธีการคุยกันโดยใช้บุทกลอน เนื้อเพลง บุขคลอก สำนวนหรือการเล่นคำ ส่วนรูปภาพก็ใช้แบบคำๆ คิดๆ การหาคู่ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีจุดด้อยกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต คือผ่าน Gatekeeper ที่สามารถตัดสินใจแทนท่านว่าเหมาะสมสมหรือไม่ แต่ในเรื่องความรักยากที่จะให้คนอื่นตัดสินใจแทนได้ ในส่วนของข้อมูลก็จัดให้มีวันต่อวัน ซึ่งต้องรอโอกาสและจังหวะจริงๆ ถึงจะลงตัวได้ การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของสมาชิกในหนังสือพิมพ์จะต่ำมาก ส่วนเว็บไซต์ไทยเมทข้อมูลเก่า-ใหม่ แบบไหนก็ให้ค้นหาได้ตลอด ดังนั้นการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ของสมาชิกจะสูงกว่า

มุนมองความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างผ่านหนังสือพิมพ์กับผ่านเว็บไซต์ไทยเมท

ด้าน	หนังสือพิมพ์	เว็บไซต์ไทยเมท
การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	การสื่อสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์	การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ (Computer- Mediated - Communication)
เทคนิค (Technical)	ผ่านคนกลาง (Gatekeeper) ทางสื่อหนังสือพิมพ์	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)
เนื้อหา (Content)	การสื่อสารผ่านการเขียน (Written Communication) รูปภาพ ตัวหนังสือ เชิญชวน ปิดบัง ซ่อนเร้น	ด้วยการสื่อสารที่มีพื้นฐานจากตัวอักษร (Text-based Communication) ปิดบัง ซ่อนเร้น ชวนแสงไฟ
สถานที่	หน้าหนังสือพิมพ์	กระจายอยู่ทั่วไป (Widely distributed)
เวลา	วันอาทิตย์	เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)

ตารางความแตกต่างของการหาคู่ระหว่างหนังสือพิมพ์กับเว็บไซต์ไทยเมท

13. ความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับการหาคุ้นเว็บไซต์ไทยเมท (ThaiMate.com)

จากการศึกษาสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท พบว่าสมาชิกมีความรับรู้ที่จะเข้ามาหาเพื่อนถึง 89.99 เปอร์เซ็น ซึ่งสามารถแบ่งออกได้คือ เพศชาย คิดเป็น 46.66 เปอร์เซ็น เพศหญิง 43.33 เปอร์เซ็น ที่เข้ามาหาเพื่อนในเว็บไซต์ ในส่วนของเหตุผลที่เข้ามาหาเพื่อนบนอินเทอร์เน็ตนั้น สมาชิกก็ได้ให้เหตุผลไม่เหมือน แต่สามารถจัดแบ่งได้ เช่น
เหตุผลที่สมาชิกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาเพื่อน คือ

1. ท้าทาย คิดเป็น 16.66 เปอร์เซ็น
2. แปลกด คิดเป็น 13.33 เปอร์เซ็น
 - ให้ความรู้สึกที่ดี กว่าการพูดคุย
3. อายที่จะเจ็บแบบเดิม 10.00 เปอร์เซ็น
 - อินเทอร์เน็ตทำให้กล้าที่จะบอกรักເຫาคนนั้น
 - ไม่ค่อยพูด แต่ชอบขีดเขียน กีเลียดีอกแบบนี้
4. ขาดความนั่นใจแบบเดิม 6.66 เปอร์เซ็น
 - อินเทอร์เน็ต ช่วยทำให้กล้าแสดงออกมากขึ้น
5. อยากเปลี่ยนโลกให้กับตัวเอง 20.00 เปอร์เซ็น
 - อยากเป็นคนเดือดของบ้าง
6. พ่อ-แม่ห่วง ไม่มีใครกล้ามาเจ็บ 3.33 เปอร์เซ็น
 - เลยใช้ธันวาไปลดดี เพราะพ่อ-แม่ไม่รู้
7. ไม่ค่อยมีเวลา เลยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ 10.00 เปอร์เซ็น
8. ใช้เวลาว่างใช้เกิดประโยชน์ 10.00 เปอร์เซ็น
9. หาความรู้ 10.00 เปอร์เซ็น
 - ใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่

จากการศึกษาจากเหตุผลทั้งหมดคือ อยากเปลี่ยนโลกให้กับตัวเองมี 20.00 เปอร์เซ็น สมาชิกมีความต้องการที่อยากค้นหาเพื่อนหรือแฟนด้วยตัวเอง มากกว่าที่มารอค่อย

สรุปการหาเพื่อนหรือแฟนบนเว็บไซต์

ผู้วิจัยพบว่าสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท ยอมรับการหาเพื่อนหรือแฟนบนเว็บไซต์คือ

1. ขัดความเสียให้สมาชิก
2. ยั่นระยะเวลาของ การค้นหา
3. ยั่นพื้นที่ในการออกแบบค้นหา

ข้อได้เปรียบของการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated – Communication)

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยมาท ผู้จัดพบว่า ไทยมาท มีคุณสมบัติที่เหนือการสื่อสารในรูปแบบอื่นคือการเข้าถึงอุปสรรคด้านเวลาและพื้นที่ โดยปกติ สภาพแวดล้อมจริง (Virtual Reality) คือ กระบวนการสร้างความจริง โดยการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ซึ่งมีอยู่ในเว็บไซต์ไทยมาท คือ

1. สื่อที่สามารถปฏิสัมสารคืนได้ (Interaction) ซึ่งเว็บไซต์ไทยมาท มี อีเมลและห้องคุย (E-mail and Chat room) ที่สนับสนุนกระบวนการสื่อสาร
2. การกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ทางผัสสะ ได้แก่ รูป เสียง สัมผัส ซึ่งทางเว็บไซต์ไทยมาท มี ทะเบียนประวัติที่มีรูปภาพ (Profile)
3. คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญ กล่าวคือหนึ่งคือ คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์จัดทำที่เป็นตัวเชื่อม (Interface) ระหว่างมนุษย์ กับสารคิจตลอด เว็บไซต์ไทยมาท จัดทำเว็บไซต์เพื่อให้สามารถได้ติดต่อกัน ตลอดเวลา ทุกพื้นที่ ทุกโอกาส ไม่ว่าจะอยู่ส่วนไหนของโลกสามารถติดต่อกันได้
4. ความพยายามที่จะนำผู้คนหรือผู้รับสารเข้าไปในเหตุการณ์ที่เสมือนนั้น โดยพิจารณาว่าจะทำอย่างไรถึงจะทำให้สิ่งนี้ไปปรากฏตรงหน้าผู้รับสาร (Augmented Reality) และจะทำอย่างไรถึงจะทำให้ผู้รับสารเข้าไปปรากฏในเหตุการณ์นั้น (Immersion) การสื่อสารแบบออนไลน์ของเว็บไซต์ไทยมาท พยายามให้สามารถมีความรู้สึกว่า นั่งพูดคุยกันอยู่ใกล้ เพาะทั้งสองฝ่ายจะเห็นรูปถ่ายซึ่งกันและกัน และจะพูดคุยกันผ่านตัวอักษร ไม่ว่าสามารถจะอยู่ใกล้หรือไกลแค่ไหน ข้อมูลก็ถึงกันอย่างรวดเร็ว (Information superhighway) แต่ความรู้สึกเหมือนห่างกันเท่ากับระยะห่างของเครื่องคอมพิวเตอร์

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยมาท ผู้จัดพบว่า ในส่วนที่สามารถที่เลือกเว็บไซต์ไทยมาท ในการค้นหาเพื่อนหรือเพื่อนนั้น ที่มีเหตุผลหลายประการ ได้แก่

1. ได้เพื่อนที่ยากจะ
2. ได้เพื่อนเยอะขึ้น หลากหลาย
3. มีสเต็มพ์ในการค้นหา
4. ปกปิดเป็นความลับ
5. มีรูปภาพให้ดูในทะเบียนประวัติ
6. การสร้างภาพลักษณ์หรือเปลี่ยนแปลงตัวตน ได้ตามต้องการ
7. ได้ปลดปล่อยพลังแห่งจิตนาการและอารมณ์ทางเพศ Virtual Sexuality

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบอีกว่า ในส่วนที่เป็นข้อเสียของการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตสมาชิกก็ให้เหตุผลที่แตกต่างกัน พอกสรุปได้ดังนี้

ข้อเสียของการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต

1. ไร้ตัวตน
2. ไร้ความผูกพันที่แท้จริง
3. การได้เย้งแบบไม่มีเหตุผล
4. ทำให้เรื่องคนง่าย
5. ขาดความรอบคอบ
6. อัตรารายสำหรับผู้ที่ไม่มีประสบการณ์

พิจารณาจากแนวคิดของ Poster (อ้างถึงใน วัฒนาดี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542 : 10-14) ที่ชี้ให้เห็นว่า เมื่อวิพากษารายการของการสื่อสาร ไร้พรมแดนมาถึง อินเทอร์เน็ต ได้ก่อให้เกิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งเป็นมูลสาธรณะใหม่ในปัจจุบัน แต่การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีสิทธิพิเศษอย่างใดเท่าไหร่ก็ตาม แต่เป็นการได้เย้งอย่างไม่ค่อยมีเหตุผลและไม่มีความสอดคล้องกัน ก็จะมีบ่อยๆ สาเหตุ เพราะคุณสมบัติบางประการของ การสื่อสารผ่านสื่อ คอมพิวเตอร์คือ บุคคลมีเอกลักษณ์ (Identity) ของตนเอง เอกลักษณ์เป็นสิ่งที่ยึดคิดกับลักษณะทางภาษาภาพของมนุษย์ ซึ่งเอกลักษณ์นี้เองที่ทำให้บุคคลต้องรับผิดชอบต่อจุดยืนของตนเอง

14. ความกิตติเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการสร้างความคาดหวังการหาคู่ สมาชิกเว็บไซต์ไทยมหนิพความคาดหวังในการค้นหาเพื่อนหรือแฟน จากการศึกษาพบว่า สมาชิกจะค้นหาตามเจตนาณ์ สมาชิกมีลักษณะของการค้นหาอยู่ 2 แบบ และลักษณะการค้นหาเพื่อนสมาชิก อยู่ 3 แบบคือ

14.1 เจตนาณ์ของสมาชิกไทยมากที่ต้องการค้นหาคือ

1. ต้องการเพื่อน คิดเป็น 89.99 เปอร์เซ็น (เพศชาย 46.66 เปอร์เซ็น เพศหญิง 43.33 เปอร์เซ็น)
2. ต้องการศึกษาหาความรู้ หรือต้องใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ คิดเป็น 9.99 เปอร์เซ็น (เพศชาย 3.33 เปอร์เซ็น เพศหญิง 6.66 เปอร์เซ็น)

14.2 เจตนาณ์ของสมาชิกที่ต้องการค้นหาเพื่อนคือ

1. ค้นหาเพื่อนคุยกางอินเทอร์เน็ต คิดเป็น 66.66 เปอร์เซ็น (เพศชาย 33.33 เปอร์เซ็น เพศหญิง 33.33 เปอร์เซ็น)
2. ค้นหาเพื่อนเท่านั้น (เพื่อนกินข้าว คุกภาพนัต พังเพลง ห่องเตี๋ยว) คิดเป็น 0 เปอร์เซ็น

3. ค้นหาคนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานด้วยในอนาคต) คิดเป็น 33.33 เปอร์เซ็น
(เพศชาย 16.66 เปอร์เซ็น เพศหญิง 16.66 เปอร์เซ็น)

14.3 สาเหตุที่สามาชิกไม่ต้องการคาดหวังในการหาคู่บนเว็บไซต์ไทยเมท

1. ไม่แน่ใจว่าเป็นเนื้อคู่หรือไม่ (ห้าสิบ ห้าสิบ)
2. คงกันไปเรื่อยๆให้เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์
3. เป็นเรื่องในอนาคต ไม่สามารถตัดสินใจได้

จากการศึกษาพบว่าสามาชิกมีความต้องการที่จะเข้ามาค้นหาเพื่อนในอินเทอร์เน็ตมากกว่าที่จะเข้ามาเพื่อประสงค์อื่น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ตามที่ถูกใจ คือคำตอบจากสามาชิกไทยเมท สามาชิกอาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นครื่องมือในการสื่อสาร เพื่อให้มีประสิทธิภาพ สามารถส่งเสริมในค้านการค้นหา การคิดค่อ ให้มีความสมบูรณ์ อินเทอร์เน็ตจึงมีความคาดหวังว่า จะสามารถค้นหาคนที่ถูกใจ และเป็นช่องทางการสื่อสารแบบใหม่

การค้นหาเพื่อนบนอินเทอร์เน็ตหรือการค้นหาเพื่อนที่ไหนๆตาม ย่อมไม่สามารถบอกได้ว่าที่ไหนจะได้คู่รอง ทุกอย่างอยู่ที่ความลงตัวหรือความพอดี ผู้ที่จะกำหนดได้ย่อมเป็นคนสองคนเท่านั้น แต่ทั้วๆไปคู่รองก็มาจากกระบวนการคบหาแบบเพื่อนก่อน จนกว่าเวลาจะบอกว่าใช่คู่รอง

15. กระบวนการหาคู่ในเว็บไซต์กับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนแม่ออนไลนสู่โลกแห่งความจริง

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการเคลื่อนย้ายจากชุมชนแม่ออนไลนสู่โลกแห่งความจริงของสามาชิก มีกระบวนการอยู่ 5 ขั้นตอนคือ

1. การค้นหา
2. การแนะนำตัว
3. การสร้างความไว้วางใจ
4. การลากจูง
5. การตัดสินใจ

15.1 การค้นหา

เป็นการค้นหาสามาชิก ในทะเบียนประวัติ (Profile) สามาชิกนิยมออกค้นหาเพื่อนหรือแฟนมากกว่าจะรอการค้นหา จากการศึกษาพบว่า สามาชิกที่ออกค้นหา คิดเป็น 93.33 เปอร์เซ็น (เพศชาย 50.00 เปอร์เซ็น เพศหญิง 43.33 เปอร์เซ็น) และไม่ออกค้นหา 6.66 เปอร์เซ็น (เพศชาย 0 เปอร์เซ็น เพศหญิง 6.66 เปอร์เซ็น) สามาชิกต้องที่จะออกการค้นหา ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับสามาชิกที่อยากร่วมโภคให้กับตัวเองคิดเป็น 20.00 เปอร์เซ็นคือต้องการค้นหาเพื่อนหรือแฟนด้วยตัวเอง

15.2 การแนะนำตัว

สมาชิกที่เข้าค้นหาสมาชิกที่ถูกใจ คือสามารถแนะนำตัวโดยส่งอีเมลให้สมาชิกได้ทันที ที่ต้องการ สมาชิกมีวิธีการเลือกเพื่อนบนอินเทอร์เน็ต โดยมีหลักง่ายๆดังนี้ คือ

1. ก่อนอื่นก็เลือกอายุ
2. รูปภาพของเพื่อนที่จะคบ ว่าดูดีไหม ตรงใจไหม
3. การทักทายครั้งแรก
4. การส่งอีเมล พูดคุยกัน
5. แลกเปลี่ยนรูปกัน
6. แลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์กัน

ขึ้นตอนนี้สมาชิกจะใช้อีเมล (E-mail) ในกรณีติดต่อสื่อสาร เป็นการสื่อสารแบบช่องทางเดียวโดยเป็นอีเมลที่ผ่านทางเว็บไซต์ไทยเมท สมาชิกจะให้ความสำคัญกับการแนะนำตัวมาก เพราะการตัดสินใจที่จะตอบกลับอีเมลของฝ่ายตรงข้ามนั้น ฝ่ายตรงข้ามจะดูที่เนื้อหาของสารก่อน การเขียนอีเมล จึงต้องมีขั้นเริ่งในการเขียน มีอารมณ์ มีจิตวิญญาณ สามารถทำให้อีกฝ่ายยกคันหัว ลักษณะการเขียนอีเมลที่คิดและที่นิยมปฏิบัติกันคือ ภาษาที่สุภาพ ให้เกียรติ

15.3 การสร้างความไว้วางใจ

สมาชิกต้องรอคุ้นว่าเมลที่ถูกส่งไป จะถูกส่งกลับมาหรือไม่ และผลของการเป็นอย่างไร สมาชิกมีสิทธิที่จะตอบหรือไม่ตอบก็ได้ จากการศึกษาสมาชิกยินดีตอบเมลทุกคน แต่จะตอบแบบเปิดโอกาส หรือบอกร้าว ก็จะมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป สาเหตุที่สมาชิกบอกร้าว เนื่องจากความสัมพันธ์ ได้แก่

สาเหตุที่สมาชิกบอกร้าวความสัมพันธ์

1. ภาษาที่ไม่สุภาพ
2. สมาชิกไม่มีรูปภาพ

สมาชิกที่สนใจฝ่ายตรงข้ามหรือประทับใจอีกฝ่ายหนึ่ง ด้วยการตอบกลับอีเมล ทั้งสองฝ่ายร่วมกันสร้างสัมพันธภาพให้เกิดขึ้น โดยอาศัยกิจกรรมการสื่อสารที่มีอยู่ ในส่วนนี้จะเกิดการสื่อสารขึ้นหลายช่องทาง (Multi-channel) สมาชิกทั้งสองฝ่ายจะแลกเปลี่ยนส่วนตัว แลกภาพถ่าย แลกเบอร์โทรศัพท์ นัดแนะกันเข้าห้องคุย (Chat Room)

15.4 การลากฐาน หรือการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนมาสู่โลกแห่งความจริง

จากการศึกษาพบว่า สามัชกยอมรับการเคลื่อนย้ายจากการเว็บไซต์มาสู่โลกแห่งความจริง โดย คิดเป็น 90.00 เปอร์เซ็น (เพศชาย 50 เปอร์เซ็น เพศหญิง 40 เปอร์เซ็น) สามัชกให้เหตุผลใน การเคลื่อนย้าย คือ

สาเหตุที่สามัชกมีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนสู่โลกแห่งความจริง

1. สามัชกมีเจตนา remodel เดียวกัน คือ ต้องการหาเพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานในอนาคต
2. ต้องการเขอตัวตนที่แท้จริง
3. ระยะเวลาการคบหาบันอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า สามัชกมีการแลกภาพถ่ายและเขียนข้อความสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ตจนถึงจุดอิ่มตัว สามัชกไทยมีความกระหายใครรู้ อยากที่จะออกไปผจญโลกภายนอกไปสัมผัส แห่ง รูป รถ กลิ่น เสียง ของฝ่ายตรงข้าม สามัชกต้องการค้นหาความจริงกับจินตนาการ และ สามัชกต้องค้นหาคนรู้ใจ ไม่ใช่แค่ต้องการคนรัก

สาเหตุที่สามัชกมีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนสู่โลกแห่งความจริงเร็ว

1. สามัชกมีเจตนา remodel เดียวกัน
2. สามัชกประสบการณ์ในการเคลื่อนย้าย
3. สามัชกไม่ต้องเสียเวลา
4. สามัชกมี สามัชกอื่นรออยู่
5. สถานที่นัดไม่อันตราย

จากการศึกษาพบว่า สามัชกมีเหตุผลที่จะขอเคลื่อนย้ายเร็วคือ อยากเจอน้ำ หรืออยากเจอตัวตนที่แท้จริง หลังจากที่สามัชก ได้ใช้กิจกรรมทางการสื่อสารจัดทำแล้ว ระยะเวลาที่ถือว่ามีการเคลื่อนย้ายเร็ว คือประมาณ 1 ถึง 2 สัปดาห์ ที่สามัชกคบหากันบนอินเทอร์เน็ต

สาเหตุที่สามัชกมีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนสู่โลกแห่งความจริงช้า

1. สามัชกไม่มีรูปภาพ
2. สามัชกไม่มีประสบการณ์ในการเคลื่อนย้าย
3. สามัชกมีภูมิคุ้มกัน คือสามัชกวางแผนการคุ้มครองตัวเองไว้ (วัดใจกันก่อน)
4. สามัชกมีเจตนา remodel เดียวกัน(ยังไม่อยากเจอกัน)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของการเคลื่อนย้ายกับทะเบียนประวัติ

ทะเบียนประวัติ	เร็ว (1-2 สัปดาห์)	ปานกลาง (3-4 สัปดาห์)	ช้า (5 สัปดาห์ขึ้นไป)
กลุ่มทะเบียนประวัติที่มีรูปภาพ	A		
กลุ่มทะเบียนประวัติที่ไม่มีรูปภาพ			C

A = เร็ว, B = ปานกลาง, C = ช้า

จากตารางอธิบายได้ว่า สมาชิกที่มีรูปภาพบนทะเบียนประวัติ จะมีระดับการเคลื่อนย้ายสู่โลกแห่งความจริงเร็วกว่า สมาชิกที่ไม่มีรูปภาพบนทะเบียนประวัติ สาเหตุมาจากการกลุ่มที่ไม่ติดรูปภาพ จะใช้การสื่อสารผ่านทางอีเมลเป็นหลัก สมาชิกเหล่านี้ ต้องการความแน่ใจ และจริงใจจากสมาชิก รวมทั้งสมาชิกจะมีภัยคุกคามที่เป็นของตัวเอง เพื่อวัดใจและความอดทนของฝ่ายตรงข้าม สมาชิกกลุ่มนี้จะใช้เวลาการคบหาบนอินเทอร์เน็ตประมาณ 5 สัปดาห์ขึ้นไป หรือประมาณ 1 เดือน ขึ้นไป

สาเหตุที่สมาชิกไม่ยอม เคลื่อนย้ายจากชุมชนสมมิองสู่โลกแห่งความจริง

1. ทำใจไม่ได้
2. ไม่กล้าเผชิญกับโลกแห่งความจริง
3. ให้ข้อมูลเท็จ
4. มีคุ้ครองอยู่เดียว
5. สมาชิกมีเงินมากกว่าคนอื่น

จากการศึกษาพบว่า สมาชิกไทยมากที่ไม่ยอมเคลื่อนย้ายมีน้อยมากคือ เพียง 10% เพราะสมาชิกกลุ่มนี้ ไม่มีเงินมากพอในการหาเพื่อนหรือหาคู่ จึงมาเพื่อศึกษาหาความรู้ มาเล่นๆ เป็นไม่มีเหตุผล แต่กลุ่มที่เข้ามาเพื่อหาเพื่อนหรือหาคู่นี้ให้เหตุผลหลักคือ ยังทำใจไม่ได้ หรือยังไม่พร้อม กับการที่จะออกไปเจอกันที่รู้จักผ่านอินเทอร์เน็ต

สาเหตุที่สมาชิกยอมรับ การเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมมิองสู่โลกแห่งความจริง

1. วัฒนธรรมเปิด
2. เสริมภาพในการค้นหา

แรงเสริมที่ทำให้เกิดความไว้อະเชื่อใจยอมรับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอีกแห่งความจริง

1. ความต้องการคนรัก (เพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงานด้วยในอนาคต)
2. ความอยากรู้อยากเห็น
3. หาประสบการณ์

จากการศึกษาผู้วัยพubescent คำตอบยอดต่ำที่สูงมากใช้เป็นเหตุผลในการเคลื่อนย้ายคือ “ไม่เห็นเสียหายตรงไหน”

สามัคกิไทยพยายามรับการเคลื่อนย้ายเป็นเรื่องธรรมชาติ ไม่เห็นเสียหายตรงไหน เป็นแสดงให้เห็นว่าการคงหาก็ใหม่ๆ ก็เป็นอันตรายทั้งนั้น ทุกอย่างอยู่ที่ตัวสามัคกิ สามัคกิไทยพยายามนี้ ความเชื่อมั่นในข้อมูลเบื้องต้นของเว็บไซต์ไทยมา และยอมรับข้อมูลที่สามัคกิใช้ปฎิสัมพันธ์กัน เช่น รูปถ่าย เมอร์ไพร์สสถานที่ทำงาน สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่นัดพบ และสามัคกินีเขียนารมณ์ตรงกัน และสิ่งที่สำคัญที่สุดของสามัคกิก็คือ คนในชุมชนเดิม หรือ เป็นสามัคกิไทยแทน

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของการเคลื่อนย้ายกับเขียนารมณ์

เขียนารมณ์ และการเคลื่อนย้าย	เร็ว (1-2 สัปดาห์)	ปานกลาง (3-4 สัปดาห์)	ช้า (5 สัปดาห์ขึ้นไป)
นาเพื่อนครุย		B	
นาเพื่อนกิน-เที่ยว			C
นาเพื่อนที่คาดหวังจะแต่งงาน	A		

A = เร็ว, B = ปานกลาง, C = ช้า

จากตารางข้างบนได้ว่า สามัคกิที่มีเขียนารมณ์คาดหวังจะแต่งงานในอนาคต จะมีระดับการเคลื่อนย้ายสูงมากแห่งความจริงที่เร็วกว่าสามัคกิที่มีเขียนารมณ์อื่น

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของการเคลื่อนย้ายกับอายุและเพศ

อายุและเพศ และการเคลื่อนย้าย	เร็ว (1-2 สัปดาห์)	ปานกลาง (3-4 สัปดาห์)	ช้า (5 สัปดาห์ขึ้นไป)
กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี เพศชาย	A		
กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี เพศหญิง	A		
กลุ่มอายุ 21 ปีไม่เกิน 40 ปี เพศชาย	A		
กลุ่มอายุ 21 ปีไม่เกิน 40 ปี เพศหญิง	A		
กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป เพศชาย		B	
กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไป เพศหญิง			C

A = เร็ว, B = ปานกลาง, C = ช้า

จากตารางอธิบายได้ว่า สมาชิกกลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี เพศชายและหญิง กลุ่มอายุ 21 ปี ไม่เกิน 40 ปี เพศชายและหญิง ไม่มีความแตกต่างกัน ในการคบหากันในอินเทอร์เน็ต ในกลุ่มอายุ 41 ปี ขึ้นไป เพศชาย จะแตกต่างเพศหญิง

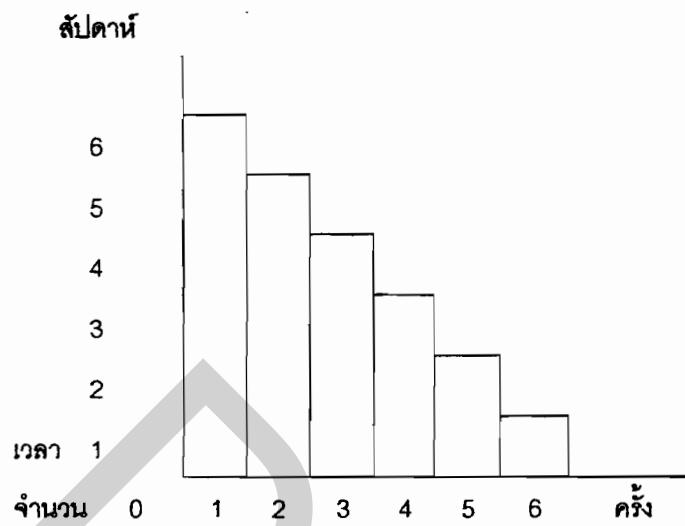
สาเหตุของความไว้ใจและเชื่อใจสมาชิกชุมชนไทยเมท

1. สมาชิกเชื่อในสื่ออินเทอร์เน็ต คือเป็นสังคมข่าวสาร (Information Society) สมาชิกใช้สารในการตัดสินใจและรับข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ
2. สมาชิกเชื่อในชุมชนไทยเมท คือชุมชนนี้มีแต่กลุ่มคนเดียวกัน มีเจตนาณ์เดียวกันและเข้าใจกัน
3. ระยะเวลาของการคบหากันมีพอยเพียงสำหรับสมาชิก
4. สมาชิกเชื่อในเจตนาณ์ของสมาชิก ที่มีส่วนร่วมสร้างสายสัมพันธ์

ความเปลี่ยนแปลงของสมาชิกไทยเมทในการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอносู๊ดิกแห่งความจริงจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า การเคลื่อนย้ายที่เร็วที่สุดจากชุมชนเดิมถูกเสนอสู๊ดิกแห่งความจริงคือ

1. สมาชิกชุมชนมีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมถูกเสนอสู๊ดิกความจริงที่เร็ว (เพียง 2 วันก็ได้เช่นกัน)
2. การเคลื่อนย้ายของสมาชิกจะมีจำนวนมากขึ้นและระยะเวลาการคบหากันในอินเทอร์เน็ตจะสั้นลง

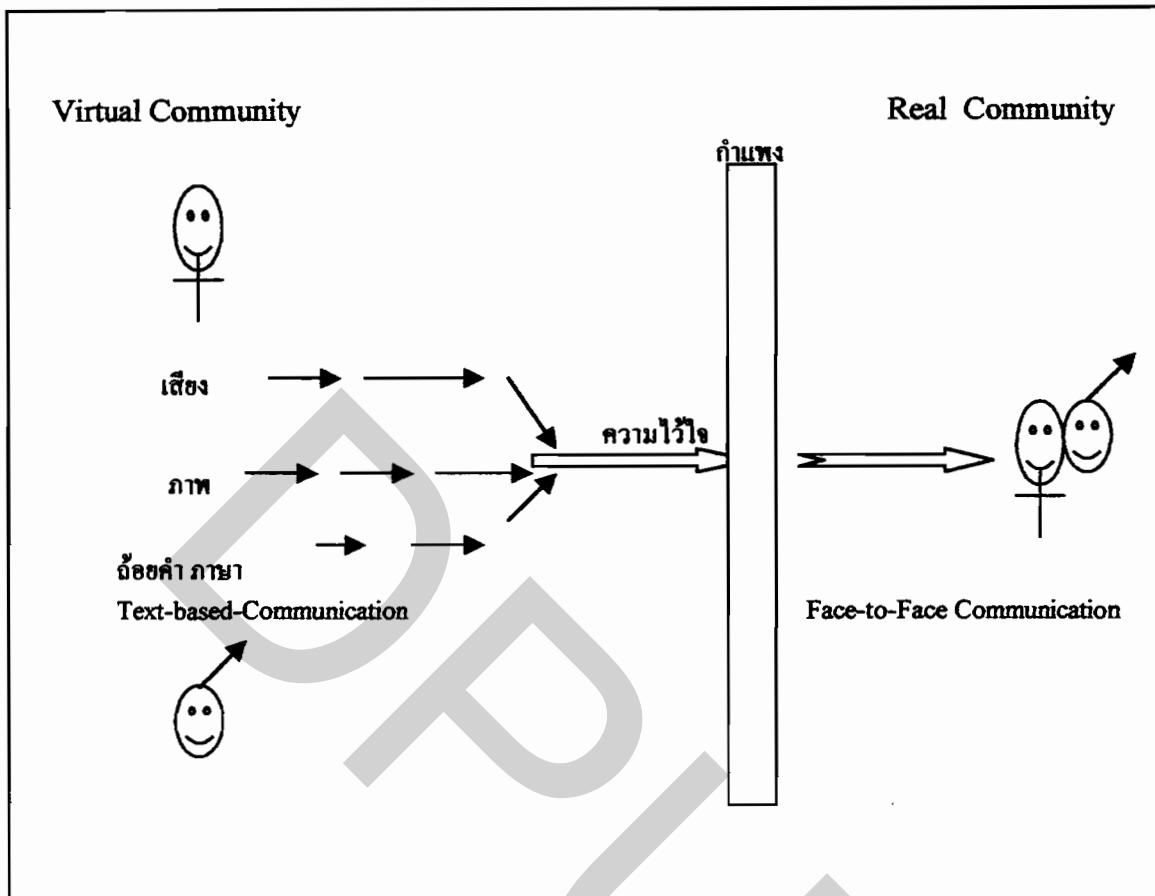
กราฟแท่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ของการเคลื่อนย้ายกับเวลาการคบหาแบบขั้นบันได



อธิบายกราฟแท่ง

1. การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอในสู่โลกแห่งความจริง ครั้งที่ 1 จะใช้เวลาในการคบหาบนอินเทอร์เน็ต 6 สัปดาห์
2. การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอในสู่โลกแห่งความจริง ครั้งที่ 2 จะใช้เวลาในการคบหาบนอินเทอร์เน็ต 5 สัปดาห์
3. การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอในสู่โลกแห่งความจริง ครั้งที่ 3 จะใช้เวลาในการคบหาบนอินเทอร์เน็ต 4 สัปดาห์
4. สรุปผล สามารถที่มีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสนอในสู่โลกแห่งความจริงบ่อยเท่าไหร่ ยิ่งจะใช้เวลาที่คบหาบนอินเทอร์เน็ตจะสั้นลง

Model การเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมมือนสู่โลกแห่งความจริง



สรุปผลของการเคลื่อนย้ายจากชุมชนสมมือนสู่โลกแห่งความจริง

1. เจตนา้มั่นคงกัน
2. ไม่ต้องการเสียเวลา

ผู้วิจัยพบว่า ทั้งสองอย่างมีอรวมกันแล้วจะเป็น พลังแห่งความกล้า เพราะสามารถคือคนในชุมชนเดียวกัน

16. การเคลื่อนย้ายจากชุมชนและมีอสูรโลกแห่งความจริงกับการก่อให้เกิดปรากฏการณ์
จากการศึกษาสามัคคิเว็บไซต์ไทยเมท พบว่าสามัคคิที่ผ่านการเคลื่อนย้ายจากชุมชน
และมีอสูรโลกแห่งความจริงจะมีการเกิดปรากฏการณ์ทางสังคม ที่เกิดขึ้นอยู่ 3 แบบคือ

1. เป็นเพื่อนหรือเป็น fren
2. แต่งงาน
3. เลิกคบหา

16.1 เป็นเพื่อนหรือเป็น fren

การได้เห็นหน้าตาในโลกแห่งความจริงของสามัคคิไทยเมท ไม่สามารถสรุปได้ว่าจะ เป็นว่า คนไหนคือเนื้อคู่ของตัวเอง การเชิญหน้ากับความลับในแสงสว่าง สามัคคิไทยเมทจะต้อง ถอดรหัสของความรู้สึก ให้เกิดขึ้น แต่สามัคคิที่ถอดรหัสไม่ได้ก็จะเป็นเพื่อนกันไปก่อน คือการคบ หา กันทั้งบนโลกแห่งความจริง และโลกเตมือน สามัคคิกุกคนพยายามเพิ่มสัมพันธภาพ หรือการ เปลี่ยนแปลงสัมพันธภาพให้นำกัน

ผู้จัดฯ พบว่า สามัคคิไทยเมท มีการคบหาเป็นเพื่อนกันก็มีหลายรูปแบบ เช่น ทำธุรกิจ ร่วมกัน ช่วยตอนปัญหา กินเที่ยวด้วยกัน และเปลี่ยนประสบการณ์ การคบหาเป็นเพื่อนกับไวซ์ช่อง ทำการสื่อสารน้อยลงกว่าเดิม ส่วนใหญ่จะเป็นเพียง อีเมลกับ โทรศัพท์

16.2 การแต่งงาน

การเป็น fren และขอแต่งงาน เป็นเรื่องของความรัก เป็นเรื่องของหัวใจ และเป็นเรื่อง ของความลงตัวสามัคคิไทยเมทที่พร้อมใจแต่งงานกัน ในโลกแห่งความจริง กีเพื่อรักษานบธรรม เนียมประเพณีโดยผ่านกระบวนการเดียวกัน คือการสู่ขอ หมั้นหมาย ตามประเพณีนิยมในปัจจุบัน เพราะชีวิตคนไทยก็ยังมีความผูกพันกับประเพณีไทย ในการสร้างปรากฏการณ์ทางสังคมในโลก แห่งความจริงเกิด คือการขอแต่งงานของสามัคคิก็จาก

1. ระยะเวลาการคบหา คือการคบหา คุ้ยคิจิกันทั้งสองฝ่ายจนเกิดความมั่นใจกัน จำนวนมากน้อย ต่างกัน
2. ความซื่อสัตย์ คือความจริงใจ ที่มีให้กันของสามัคคิที่เรียกว่า ความเสมอต้นเสมอปลาย
3. การเปิดเผย คือแสดงออกที่ตรงกับโลกในอินเทอร์เน็ตและโลกแห่งความจริง โดยแบ่ง ออกได้ 3 ส่วนคือ
 - 3.1 เปิดเผย ตัวตน
 - 3.2 เปิดเผย ข้อมูล สามัคคิกะไปนาหาสู่กันและกัน เช่น ที่ทำงาน ที่บ้าน ของสามัคคิกะทั้งสอง

3.3 เปิดเผย ความรู้สึก สามารถยกสัมผัสความรู้สึกว่าโทรศัพท์แสดงออกอย่างไร เกี่ยวกับแสดงออกอย่างไร

ทั้ง 3 ส่วนทำให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นความรัก และถ้ายังเป็นสถานะบันครอบครัว โดยใช้ความรักเป็นตัวเรื่อง โยง และสิ่งที่สมาชิกมองไม่เห็นคือ เนื้อคู่พรหมลิขิต

ตัวอย่าง คู่แต่งงาน



คู่แต่งงาน คู่ที่ 10 ของสมาชิกไทยแมท
ระหว่าง มอก-ทอม
วันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2546

จากการสังเกตแบบนี้ส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า การแต่งงานเป็นการหาดูคร่าวมของกันและกัน ของสมาชิก เป็นแรงผลักดันให้เกิดความรัก ความต้องการ และมุ่งสู่การแต่งงาน

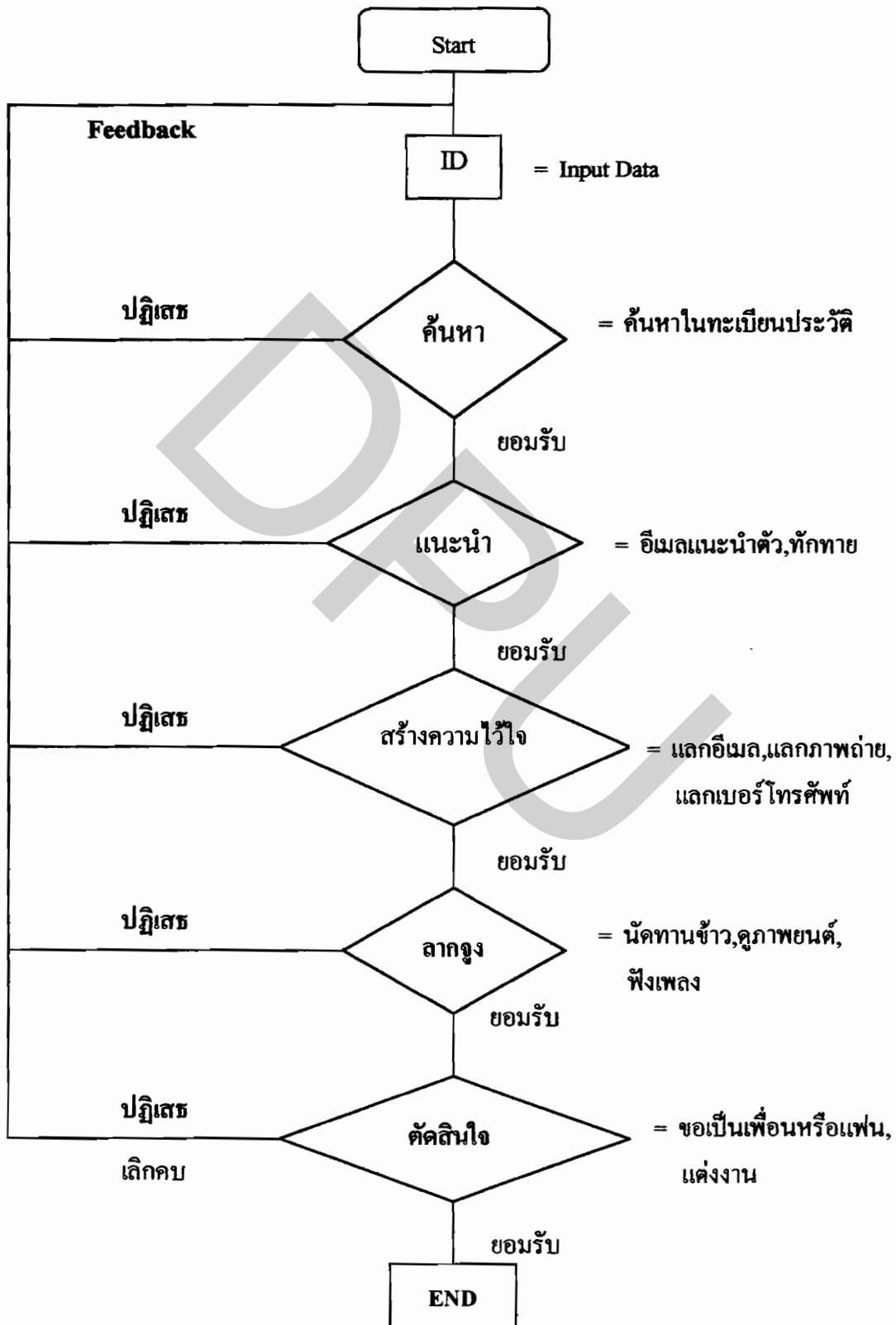
16.3 การเลิกคบ

จากการศึกษาสมาชิกไทยแมท ผู้วิจัยพบว่าหลังจากเลิกกันแล้ว บุคคลกันแล้ว สมาชิกทุกคนที่เคลื่อนย้ายก็เหมือนกันหมด คือมีภูกใจและไม่มีภูกใจ สมาชิกที่ภูกใจก็คงกันไป คู่ใจกัน ใช้เวลาในการพิสูจน์ ที่ไม่มีภูกใจก็เลิกคบ กับเข้าไปหาใหม่ สมาชิกจะวนเวียนกันอยู่อย่างนี้ จนกว่าจะสมปรารถนา สมาชิกให้เหตุผลของการเลิกคบมี 2 สาเหตุใหญ่คือ

- ไม่โคนใจ หมายถึงคุณสมบัติไม่ตรงตามที่จินตนาการไว้แต่แรก เช่น รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ
- มีตัวเลือกใหม่ หมายถึงสมาชิกที่ไม่โคนใจจะเลิกคบหันที่หลังจากที่แยกย้ายกัน โดยสมาชิกบังมีสมาชิกอื่นรออยู่

ผู้วิจัยพบว่า สมาชิกไทยแมทที่ยังไม่ถือถอย ก็จะอาศัยสื่อสื่อออนไลน์เน็ตค้นหา อยู่ในวงวนแห่งความปรารถนา สมาชิกเพศหญิงก็จะค้นหา ผู้ชายตรงพันธ์ (Mr. Bloke Man) ถ้าสมาชิกเพศชายที่ภูกใจหรือตรงพันธ์ (Mr. Right Bloke) ความพยายามที่จะให้ผู้ชายพันธ์ใหม่ติดบาร์ให้ก็ทุกคน กำลังพยายามยกไปตาม อาณาจักร CYBER การหารัก คือ ความปรารถนาที่ซ่อนอยู่ในใจของสมาชิก

สรุปกระบวนการสร้างการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกเว็บไซต์ไทยเมท (Thai mate Flow Chart)



สรุปอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารระหว่างบุคคล ในเว็บไซต์ไทยเมทกับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนสู่ความเป็นจริง”

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทยเมทมีกระบวนการสื่อสารอยู่ 2 แบบ คือ

1. การสื่อสารภายในชุมชน จะเป็นการสื่อสารแบบผ่านสื่อคอมพิวเตอร์
2. การสื่อสารภายนอกชุมชน จะเป็นการสื่อสารทั้งผ่านสื่อคอมพิวเตอร์และแบบแข็งหน้าหรือการสื่อสารมวลชน

การเคลื่อนย้ายจากชุมชนเดิมอ่อนสู่ความเป็นจริงของสมาชิกมีกระบวนการอยู่ 5 ขั้น

ตอนคือ

1. การค้นหา
2. การแนะนำตัว
3. การสร้างความไว้วางใจ
4. การลากฐาน
5. การตัดสินใจ

ขั้นตอนในการปฏิบัติการในชุมชน

1. การสมัครเป็นสมาชิกหรือ กระบวนการเตรียมตัวเป็นสมาชิกไทยเมท

กระบวนการเตรียมตัวเป็นสมาชิกไทยเมท คือ การศัลยกรรม (Surgical) ตัวตนผ่านภาพถ่ายเพื่อเป็นเครื่องสร้างภาพลักษณ์ให้ดูเอง ตามที่ต้องการ

2. การค้นหาหรือ กลยุทธ์การค้นหาสมาชิก

กลยุทธ์การค้นหาสมาชิก คือการค้นหาเพศชาย-หญิงที่ตรงพันธ์ สมาชิกไทยเมทที่ยังไม่ถือถอย ก็จะอาศัยสื่อออนไลน์เทอร์เน็ตค้นหา อยู่ในวันแหน่งความประданา สมาชิกเพศหญิงก็จะค้นหา ผู้ชายตรงพันธ์ (Mr. Bloke Man) ถ้าสมาชิกเพศชายที่ถูกใจหรือตรงพันธ์ (Mr. Right Bloke) ความพยายามที่จะให้ผู้ชายพันธ์ใหม่ติดบาร์โค้ดทุกคน กำลังขยายอกไปตาม อาณาจักร CYBER

3. การแนะนำตัวและการสร้างความไว้วางใจหรือ กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

กลยุทธ์การโน้มน้าวใจคือ การสร้างแรงบันดาลใจในอาณาจักร CYBER หรืออาณาจักรแห่งจิตนาการและจิตวิญญาณ สมาชิกต้องสอดใส่แห่งจิตนาการ ภายในชุมชนเดิม(Virtual Communities)สร้างสารที่มีลักษณะเข้าใกล้ความจริงเพื่อสร้างความน่าไว้วางใจ (ACCREDITATION) สมาชิกจะต้องทดสอบความจริงในจิตนาการ ขั้นๆ จนให้เกิดความเชื่อ เป็นการเพื่อจุดเริ่งเร้าให้อายกออกค้นหาตัวตนที่แท้จริง

4. การสากล化หรือ กลยุทธ์การเคลื่อนย้าย

กลยุทธ์การเคลื่อนย้ายคือ การเพชริญหน้ากับความลับในที่มีแสงสว่าง เป็นการสร้างแรงผลักดัน ให้เกิดขึ้น การให้ภาพของความรักเป็นภาพดวงตาที่เสมือน ในสายตาของสมาชิก สมาชิกที่เข้มแข็งกับความรัก พยายามซักจูงทำให้ความรักเข้า “ครอบงำ” จิตใจ และประณาน้ำที่เคียงข้างกัน แบบแทนจะลืมหายใจ ความรักใน Virtual Communities นี้เปรียบเสมือน “นาฬิกาที่แสนหวาน” ที่สมาชิกอยู่คืนน้ำใจและอยากรอ

5. การตัดสินใจหรือ การสร้างปรากฏการณ์โลกแห่งความจริง

การสร้างปรากฏการณ์ในโลกแห่งความจริง คือ การหาจุดร่วมของกันและกัน คลื่นปั่นของหัวใจให้เปิดอก พร้อมกับข้อตกลงที่จะอยู่ร่วมกัน

ความไว้วางใจหรือความศรัทธา (Faith) ผู้วิจัยเห็นความหมายของคำว่าความไว้วางใจ คือ ชุมชนที่มีความซื่อสัตย์และเชื่อถือข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยี ประกอบด้วยคำ 5 คำ

F = FEARLESS

A = ACCREDITATION

I = INFORMATION

T = TECHNOLOGY

H = HONEST

รวมกันแล้วจะได้คำว่า ศรัทธา = FAITH ตราบใดที่ชุมชนอินเตอร์เน็ตมีเสน่ห์และ ความเร้าใจ การอยากรู้ ไปในชุมชนจะเกิดอยู่ตลอดเวลา ชุมชนที่เข้มแข็งกับประกาศที่หลัก หลาຍ จะสร้างความศรัทธาใช้สมาชิก

จากการศึกษาเว็บไซต์ไทยเมท ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์มีความลงตัวหลายอย่าง ที่ก่อให้เกิดชุมชนสมมิ显ที่เข้มแข็ง โดยศึกษาจาก

1. องค์กร คือเว็บไซต์ไทยเมท หรือชุมชนคนรู้ใจ เป็นเว็บไซต์ที่ถูกสร้างขึ้นให้เป็นชุมชน เสมือนที่แท้จริง ทั้งในโลกสมมิ显และโลกแห่งความจริง เว็บไซต์มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ในการคืนหาคุณ สมาชิกจะมีความเชื่อมั่นและไว้ใจ องค์กรเป็นยั่งยืนแล้ว รักษาความลับ คืนหาคุณ ได้จริง กลั่นกรองสมาชิกได้ ลงโทษสมาชิกได้ ซึ่งแตกต่างจาก PIRCH ที่ไร่องค์กร
2. ประกาศ คือสมาชิก สมาชิกมีเจตนาที่ร่วมกัน ทุกคนที่เข้ามาอยู่ในชุมชนจะมีจุดมุ่งหมายเดียวกันและช่วยกันรับผิดชอบชุมชน กล้าเปิดเผยตัวตนในระดับสมมิ显 และทุกคนมองว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน อัตราการเกิดของประกาศจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถ้าชุมชนมีความรู้สึกว่าอบอุ่น ประกาศยิ่งมากยิ่งเป็นการเพิ่มโอกาสอย่างขึ้น

3. พื้นที่ คือพื้นที่ร่วมกันของสมาชิก สามารถใช้พื้นที่ในชุมชนร่วมกัน โดยบุคลากรนัก
ไมโครสโคป และเป็นพื้นที่ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด ทำงานไปเจ็บกันไปก็ได้
4. สังคม คือสังคมหาดู สมาชิกที่อยู่ในชุมชนจะมีสามารถเจ็บหรือพูดคุยได้ครั้งละมากๆ ไม่
จำกัดจำนวน มีเสรีภาพในการคืนหา หลงหรือหายใจจะเริ่มก่อนก็ได้
5. ข้อมูลข่าวสาร คือข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิก ที่อยู่ในรูปแบบเบียนประวัติ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่
อยากให้คืนหา เช่นรูปภาพที่สร้างให้คุ้สต์ไซ นารัก เร้าใจ ทำให้ภายนอกทบานากขึ้น
6. การสื่อสาร คือเครื่องมือการติดต่อสร้างความสัมพันธ์กันของสมาชิก ที่ชุมชนจัดมีให้ทุกคน
แบบที่ออนไลน์ และไม่ออนไลน์ ทั้งคนเดียวหรือหลายคน และสำคัญที่สุดคือ ราคาถูก ใช้
อินเทอร์เน็ตครั้งละ 3 บาททั่วโลก หรืออาจใช้ฟรี ทั้งที่โรงเรียนและที่ทำงาน
สิ่งที่สมาชิกในชุมชนจะต้องมีคือ ประสบการณ์ตรงของตนเอง (Direct Experience)
และรู้จักควบคุมตัวเอง (Self-discipline)

ข้อเสนอแนะ

อุปสรรคในการวิจัย

1. ในการศึกษาชุมชนไทยเมทฯในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความรักความต้องการ ที่ซ่อนอยู่ในใจ
ของบุคคล ทำให้การศึกษาในเบื้องลึก ทำได้ยาก
2. ฝ่ายการตลาดของชุมชนไทยเมทฯไม่ให้ความร่วมมือ เพราะถือว่าเป็นความลับของการตลาด
ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลน้อย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การเกิดขึ้นของชุมชนเสมอئนจะส่งผลกระทบต่อสังคมและศีลธรรม เป็นอย่างไร
ผู้วิจัยมองว่าชุมชนเสมอئนที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่จะมาจากความรู้สึกร่วม ถ้าความรู้สึก
ร่วมนี้ส่งผลต่อสาธารณะก็จะเป็นการดีมากแต่ในทางกับกัน ถ้าชุมชนถูกสร้างโดยบุคคลหรือกลุ่ม
คน เพื่อหาแนวร่วมทางสังคม โดยวัตถุประสงค์อื่น อาจส่งผลต่อสังคมโดยรวม ชุมชนเสมอئนแบบนี้
อาจมีอยู่หรือไม่มี น่าค้นหาและนำมาศึกษาค้นคว้า
2. ชุมชนเสมอئนมีการรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน เป็นอย่างไร
ผู้วิจัยมองว่าชุมชนเสมอئนหลายชุมชน อาจไม่ส่งผลดีต่อสมาชิก สร้างปัญหาให้
สมาชิก หัวใจประโภชน์จากสมาชิก แต่สมาชิกไม่สามารถออกมายืนยันได้ อาจด้วยเหตุผลบาง
ประการ ชุมชนเสมอئนแบบนี้อาจมีอยู่หรือไม่มี น่าค้นหาและนำมาศึกษาค้นคว้า

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสื่องวัฒนธรรม .กรุงเทพฯ:ห.จ.ก เค.ซี พรินท์ แอนด์ ออก ,2541

กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค.กรุงเทพฯ:คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2541

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.กรุงเทพฯ:คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2541

กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีพากย์.กรุงเทพฯ:คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2544

กาญจนา แก้วเทพ. เมื่อสื่อสื่องและสร้างวัฒนธรรม.กรุงเทพฯ:บริษัท โรงพิมพ์ศาลาแดง จำกัด, 2545

กิตติ กันภัย.การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ,มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่.

กรุงเทพฯ:บริษัทเอ็คสัน เพรส โปรดักส์ ,2543

งามพิศ สังค์สิริ. การวิจัยทางมนุษยวิทยา.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2542

ชุมนุมอนุรักษ์วัฒนธรรมเชียงใหม่ . ประเพณีก่าเชียงใหม่ ,2539

ดันคำ ไชยสมหมาย . ราคาย่างคุณค่าของความเป็นหนูน้ำสาว.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์กำเก้า,2542
เทพชู ทับทอง.เล่าเรื่องไทยๆ.เล่ม 3 ,2536

พระธรรมปีถูก(ป.อ.ปยุต陀).การศึกษาทางเลือกสู่วัฒน์หรือวิบัตในยุคโลกาไรพรและ.มูลนิธิพุทธธรรม ,2542

พระศักดิ์ อุรัตน์พัชร์คัน. คู่มือท่องโลกอินเตอร์เน็ต.กรุงเทพฯ:ชีเอ็คชูเคชั่น ,2543

ยศ ตันติสมบัติ. มโนyerกับวัฒนธรรม.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2544

เรณุ ธรรมราเมศร์. สงกรานต์.ประเพณีแห่งความกตัญญู.ชีวิตไทยชุดชีตอยเชา ,2538

สรัตตน์ วงศรัตน์. วิถีไทย.โครงการพัฒนาสื่อการศึกษา.สถาบันราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2541

สร้างคนา ณ นคร . คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร,ภาควิชาสื่อสารการตลาด คณะนิเทศศาสตร์มหาลัย ชุรกิจบัณฑิตย์ ,2542

สมหมาย ปั่นพุทธศิลป์. ชีวิตไทย.ชุดสมบัติภาษาไทย ,2538

อรวรรณ อบรมย์. เพื่อนแท้เพื่อนเที่ยม .กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์น้ำฝน จำกัด ,2543

อัศวิน เนตร โพธิ์แก้ว. สื่อทัศน์กับโอกาสภัยคุกคาม, ชุดออกของสื่อ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฯ มหาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2544

สารสาร

กุณฑีรื่นรมย์. "Digital Marketing : การตลาดสำหรับอนาคต" วารสารจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2545

ชวัญเรือน กิติวัฒน์. "สื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม" วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 8,
ฉบับการศึกษาต้น, 2530

ชัชพงศ์ ตั้งมณี, สารการถือจำปี. "พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต, กรณีศึกษาของนิสิตปริญญาตรี
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" วารสารนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ปีที่ 19, ฉบับที่ 2

นิวัติ วงศ์พรหมปรีดา. "ซ่องทางการสื่อสารตราสินค้า : ทฤษฎีและการประยุกต์" วารสารจุฬาลง
กรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

ศศิษยา วิจิตรจามรี. "อีคอมเมิร์ซ: อีกซ่องทางของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน" วารสารจุฬา
ลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

ทักษิณ. "ชุมชนใหม่บนโลกไร้พรมแดน" วารสารข่าว การเงินการธนาคาร, 2545

ธีรพล ภูรัต. "ชุมชนเสมือนจริง: ปรากฏการทางการสื่อสารที่น่าจับตามอง" วารสารนักบริหารมหา
ลัยกรุงเทพ, 2545

วิทยานิพนธ์

ชาญวิทย์ เจริญกิจชัยชนะ. "บทบาทของโฉมเพชร INTERCAST.LOXINFO ในช่องทางใหม่ของ
การสื่อสาร" วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541

ไฟโрон วิไลนุช. "สื่อโฆษณาข่ายบริการทางเพศต่อการสร้างความหมายและกำหนดเอกลักษณ์ให้
กับประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ" วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหา
บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542

ปราภรณ์ นุ่มนไทย. "กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของตัวแทนประจำกันชีวิตผู้หลงใหลที่มีการนำ
เสนอประจำกันชีวิตให้กับเจ้าของธุรกิจขนาดย่อม" วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหา
บัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2544

ประชาติ ไชยชนะ. "กระบวนการสื่อสารพื้นอุดต: กรณีพระสุพรรณกัลยาและพันท้ายนรสิงห์" วิทยา
นิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2544

รัตนาวี กีบรดินิยมศักดิ์ “ม念佛ลسطينของการสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในกรอบจิตวิทยา หลังสมัยใหม่” กรณีศึกษา: www.pantip.com and www.sanook.com” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2542
ฟ้าใส วิเศษกุล.“ การวิเคราะห์ค่านิยมและทัศนคติเกี่ยวกับเพชรสภาพในสังคมไทยที่ปรากฏในสื่อ อินเทอร์เน็ต เว็บบอร์ด ” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย์ ,2544

ธนศักดิ์ โภมโลทก.“ พฤติกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับการปิดรับสื่อต่างๆเพื่อการเข้าถึงเว็บไซต์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ,พ.ศ.2545

เอกสารการสอน

สุกัญญา สุคบรรทัด.เอกสารการสอน วิชา Information Technology and Society.มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตย์ ,2546 (Frank Webster,Theories of the Information, Society, London, Routledge ,1995)

สุวัฒนา วงศ์พันธ์.เอกสารการสอน วิชา สนับสนุนการจัดการการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ,2546 (Philip Kotler.Marketing Management, (The Millenium Edition)10th Editions.2000 Prentice-hall Inc.)

นิตยสาร

กองบรรณาธิการ. “ความรักของการเทพ” นิตยสาร DELITE .FEBRUARY 1993

เอกปีรี. “ลุงหนวดดื้อดำรับประกาศ Hari Kratong แห่งสีอพิมพ์” นิตยสารคุณหญิง .ฉบับเดือน กันยายน 2544

ยุวดี มนີກຸລ. “ คุณลุงเอนกประสงค์ ” นิตยสารสาระสัวัสดี .ฉบับเดือนมีนาคม 2545

หนังสือพิมพ์

“ กามเทพแขวนคร ” เมชันสุคสัปดาห์ .ฉบับวันที่ 29 มกราคม 2541

“ คลอสัมเมียลัยเสียงรัก ” ไทยรัฐ .ฉบับวันที่ 23 กรกฎาคม 2538

“ โลกกวิภาค ” เดลินิวส์ .ฉบับวันที่ 25 พฤศจิกายน 2545

“ สภาพแวดล้อมมลคติมีเดียออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ” กรุงเทพธุรกิจ .ฉบับวันที่ 27 ธันวาคม 2545

ភាសាខ្មែរ

BOOK

Jones, Steven G. (1997). "The Internet and Its Social Landscape," in Virtual Culture : Identity and Communication in Cyber society ,Steven G. Jones,ed London: SAGE Publications,9.Press,319-340

WEBSITE

Hewett,Thomas T., et al (1996) "ACM SIGCHI Curricula for Human - Computer Interaction"

<http://www.acm.org/sigchi/cdg2.html> (july 11,2001)

Hoffman, D L., Novak, T.P., and Chatterjee,P. (1995), "Commercial Scenarios for the Web:

Opportunities and Challenges"

<http://www.ascuse.org/jcmc/voll/issue3/hoffman.thml> (October 3,2001)

Isdale,Jerry (1998). "What is Virtual Reality" <http://www.jsx.com/~jisdale/Whatisvr.html>

(July 11,2001)

Morris, M. and Christine, O.(1996) "The Internet as Mass Medium"

<http://www.ascuse.org/jcmc/vol1/issue4/morris.html> (October 3,2001)

<http://www.thaichat.net>

<http://www.thaimate.com>

<http://www.match.com>

<http://www.lavalife.com>

<http://www.sanook.com>



ภาคผนวก

แนวคิดตามกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ไทยเมท

1. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง เล่นเวลาไหน ส่วนใหญ่เล่นที่ไหน
2. ปกติใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำอะไร
3. คุณรู้จักเว็บไซต์นี้ จากที่ไหนหรือใครแนะนำ
4. ทำไมจึงสนใจเว็บไซต์นี้
5. มูลเหตุอะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจเป็นสมาชิกไทยเมท
6. คุณประทับใจส่วนไหนของเว็บไซต์นี้
7. เว็บไซต์นี้มีอะไรที่โคลคเด่นและแปลกบ้าง
8. ก่อนที่คุณจะเป็นสมาชิกไทยเมท คุณมีแพ้ฟ์ หรือคนรักมาก่อนหรือไม่ และคุณเคยผิดหวังมาก่อนหรือไม่
9. คุณเคยส่งอีเมลให้คนอื่นแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง ส่งให้พากษาเพื่ออะไร
10. คุณเคยได้รับอีเมลแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง เข้าส่งมาเพื่ออะไร
11. เพื่อนแท้ ออนไลน์ มีจริงหรือไม่
12. คุณประทับใจ พากษาตรงๆ ไหนบ้าง ก่อนที่จะรับ-ตอบอีเมล
13. คุณมีเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกคนหาหรือไม่คบหาอย่างไร
14. คุณคิดจะคบกับพากษาไปเรื่อยๆ หรือไม่
15. คุณติดต่อกับสมาชิกทาง ไหนบ้าง นอกจากผ่านเว็บไทยเมท
16. ปัจจุบันคุณมีเพื่อนในไทยเมท กี่คน
17. คุณคิดว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเสริมให้คุณได้มีโอกาสได้มีคู่หรือเปล่า
18. คุณคิดการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้อย่างไร
19. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรม
20. คุณคิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต
21. การหาคู่จำเป็นต้องระบุใหม่ว่า ต้องเป็นที่ไหน
22. คุณรู้ไหมว่าในอดีตมีการหาคู่กันที่ไหน
23. การหาคู่ในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร
24. ปัจจุบันนี้ยังคงเพื่อน หรือแฟน ที่เจอกันบนอินเทอร์เน็ตหรือไม่

25. อะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจว่าคนนี้ແທະໃช่เลย
26. คุณคิดจะนัดพบกับพากษาหรือไม่
27. คุณจะใช้สถานที่ใดในการนัดพบครั้งแรก
28. คุณจะพาใครไปด้วยในการนัดเจอกันครั้งแรก เหตุผลคุณคิดจะนัดพบกับพากษาหรือไม่
29. คุณไว้ใจพากษาเหล่านี้มากน้อยแค่ไหนในการนัดเจอกันครั้งแรก
30. อะไรที่ทำให้คุณไว้ใจเขา ในการนัดเจอกันครั้งแรก
31. การเจอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจขอแต่งงานได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอด้วยตัวเอง
32. การเจอกันครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต กับการเจอกันครั้งแรกบนโลกแห่งความจริง แบบไหนจะมีส่วนปรับเปลี่ยนความรู้สึกที่คึกคัก
33. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตมีส่วนเติมเต็มอะไรให้กับชีวิตคุณบ้าง
34. การที่เราสนใจ ครั้งสักคนบนอินเทอร์เน็ต และขอเข้าแต่งงานคุณเป็นเรื่องแปลกหรือไม่

แนวคำานเว็บมาสเตอร์

1. เว็บไซต์นี้เปิดตัวนานานหรือยัง
2. มูลเหตุของอะไรที่คิดให้ทำเว็บไซต์นี้มองเห็นอะไร
3. เว็บไซต์ไทยมากน้อยแค่ไหน
4. กลุ่มเป้าหมาย ที่คิดไว้ตอนแรก เป็นกลุ่มเป้าหมายใด
5. ทำไมถึงคิดว่าต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายนี้แน่
6. ใช้สื่ออะไรในการเปิดตัวเว็บไซต์นี้
7. เว็บไซต์ไทยมากช่วยส่งเสริมการหาเพื่อน-คู่ ได้จริงหรือไม่
8. ได้ผลตอบแทนมากน้อยแค่ไหน
9. ผลตอบแทนหลักมาจากส่วนไหน
10. มีการควบคุมดูแลສماชิกอย่างไร
11. พากมิจฉารีพที่เข้ามารังความเดือดร้อนในเว็บไซต์ มีหรือไม่
12. มีวิธีการป้องกันอย่างไร
13. สามารถเคลียร์ความช่วยเหลือหรือไม่
14. ส่วนใหญ่เป็นปัญหาอะไร
15. ข้อมูลส่วนใหญ่ของสมาชิกมีความเป็นจริงมากน้อยแค่ไหน
16. การยอมรับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตของสมาชิกเกิดจากอะไร

17. คิดอย่างไรกับการหาคุบันอินเทอร์เน็ต
18. คุณรู้ไหมว่าในอดีตมีการหาคุบันที่ไหน
19. กระบวนการเคลื่อนย้ายจากไทยมาสู่ภายนอกของสมาชิกเป็นอย่างไร
20. การหาคุบันปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร
21. การสร้างวัฒนธรรมหาคุบันอินเทอร์เน็ตจะเป็นอย่างไรในอนาคต
22. การหาคุบันอินเทอร์เน็ต ถือเป็นวัฒนธรรมใหม่ คิดอย่างไรกับค่านี้
23. ถ้าคนส่วนใหญ่ยิ่งหาคุบันอินเทอร์เน็ต วัฒนธรรมชาติประเพณีของไทยจะเป็นอย่างไร
24. การหาคุบันอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรมบ้าง
25. คิดว่าสังคมไทยจะยอมรับการหาคุบันอินเทอร์เน็ตหรือไม่
26. อนาคตของหารหาคุบันอินเทอร์เน็ตจะเป็นอย่างไร
27. ปัจจุบันมีความพองามน้อยแค่ไหนกับการตอบรับของสมาชิก
28. ปัจจุบันมีความพองามน้อยแค่ไหนกับการยอมรับของสังคมไทย
29. จำนวนสมาชิกการหาคุบันอินเทอร์เน็ตจะเป็นอย่างไรในอนาคต
30. อนาคตของเว็บไซต์หาคุบันจะเป็นอย่างไร

บทสรุปภาษาไทย

คุณ THAWEETHA เพชรชาย อายุ 15 ปี

1. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง เล่นเวลาไหน ส่วนใหญ่เล่นที่ไหน
วันละ 2-3 ชั่วโมง เวลา 6 โมงเย็น-3 ทุ่ม ส่วนใหญ่เล่นที่บ้าน
2. ปกติใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำอะไร
หาเพื่อน เล่นเกม ทำรายงาน
3. คุณรู้จัก Web Site นี้จากที่ไหนหรือใครแนะนำ
จากเพื่อน
4. ทำไมถึงสนใจ Website นี้
สามารถหาเพื่อนได้
5. บุลเหตุอะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจเป็นสมาชิกไทยเมท
 เพราะต้องการหาเพื่อน
6. คุณประทับใจส่วนไหนของเว็บไซต์นี้
ประทับใจตรงคำขวัญประจำวันและเรื่องน่าอ่าน

7. เริ่บใช้ต้นมีอะไรที่โอดเด่นและแบลกบัง
มีสามารถทุกเพศทุกวัย ทำให้หาเพื่อนได้ง่าย
8. ก่อนที่คุณจะเป็นสามาชิกไทยมาก คุณมีแฟน หรือคนรักมาก่อนหรือไม่ และคุณเคยผิดหวังมา
ก่อนหรือไม่
ไม่เคยมี
9. คุณเคยส่งอีเมลให้คุณอื่นแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง ส่งให้พากษาเพื่ออะไร
ส่งให้หญิง ชายครั้งส่งให้เพื่อไว้คุยปรึกษา และคุณเป็นเพื่อน
10. คุณเคยได้รับอีเมลแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง เข้าส่งมาเพื่ออะไร
รับจากหญิง ส่งมาเพื่อขอเป็นเพื่อน ทำความรู้จัก
11. เพื่อนแท้ ออนไลน์ มีจริงหรือไม่
มีจริง
12. คุณประทับใจ พากษาตรงจุด ในนับบ้างก่อนที่จะรับ-ส่งอีเมล
จากคำแนะนำตัว และบางครั้งก็ส่งไปเพื่อนทำความรู้จักทั้งๆที่ยังไม่รู้อะไรกับตัวเค้าเลย
13. คุณมีเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกคนหาหรือไม่ คนหาอย่างไร
คงรุ่นราวดาราเดียวกัน
14. คุณคิดจะพบกับพากษาไปเรื่อยหรือไม่
คงต่อไปเรื่อยๆ
15. ปัจจุบันคุณพบกับพากษาแล้วกี่คน
ถ้าในเว็บนี้ ประมาณ 6 คน
16. คุณคิดว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเสริมให้คุณได้มีโอกาสได้มีคู่หรือเปล่า
ช่วยส่งเสริม
17. คุณคิดการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้อย่างไร
เกิดจากการคุยกันถูกๆ แล้วดูดพักกัน
18. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรม
ปกติสมัยก่อนๆผู้ใหญ่จะคุยดุจงาน แต่สมัยนี้สามารถเลือกคนหาและตัดสินใจเอง
19. คิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต
มันเป็นการเสี่ยงว่าพากษาเหล่านั้นจะมาดีหรือไม่ดี
20. การหาคู่ จำเป็นต้องระบุให้แน่ ต้องเป็นที่ไหน
ที่ไหนหมายความว่าอย่างไร ถ้าเป็นตามเงื่อนไข ก็ได้ แต่ถ้าเป็นสถานที่ ก็น่าจะเป็นใน
จังหวัดเดียวกัน

21. ถ้าคนส่วนใหญ่ในหมาดูบันอินเทอร์เน็ต วัฒนธรรมชาติประเพณีของไทยจะเป็นอย่างไร
อาจจะหมดไปเพื่อนได้รับวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามา ผู้หญิงจะคุยกับผู้ชายก่อนไม่เป็นกุลศรีเท่า
ไหร่(ในความคิดมานะ)
22. คุณรู้ไหมว่าในอดีตมีการหาดูกันที่ไหน
เท่าที่ได้เรียนมา ก็ตามงานเทศกาลประจำปีต่างๆ งานวัด
23. การหาดูกันปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร
ปัจจุบันเราสามารถเลือกคู่เองได้ ซึ่งสมัยก่อนทำได้ยาก

คุณ ORA111 เพศหญิง อายุ 34 ปี

1. ปกติเปิดคอมฯ ตอนเช้าแปดโมง ปิดตอนห้าโมงเย็น ก็ไม่ได้ตั้งหน้าตั้งตาเล่นเป็นล้ำเป็นสัน
หรอกครับ ก็อาศัยทำงานด้วยเล่นด้วย
2. ปกติใช้เน็ตหาข้อมูลบ้าง อ่านหนังสือพิมพ์บ้าง พิมพ์ลงบ้าง
3. รู้จักไทยเมืองไทยเดียวเดียวแล้วอ้างจะ
4. สนใจ wab นี้ เพราะ อยากจะรู้ว่าทำในมีคนหลายคนแต่งงานโดยการรู้จักกันทางเน็ตได้
5. ที่ตัดสินใจเป็นสมาชิกไทยเมืองไทยเดียวคงประมาณข้อ 4 นั้นแหละครับ อยากรู้ว่าข้างในมีอะไรบ้าง แล้ว
เค้าทำอะไรกันบ้าง
6. ประทับส่วนไหนของ wab ... ก็ตรงมีรายละเอียดที่ค่อนข้างเยอะ มีรูป แต่บางท่านให้ราย
ละเอียดไม่ค่อยชัดเจน
7. ใน wab ก็ไม่ค่อยจะมีอะไรที่โอดเด่น ออกจะด้อยในการคิดค่อจะด้วยซ้ำ เมื่อเทียบกับ MSN ใน
hotmail หรือแม้กระทั่ง ICQ
8. เคยมีแฟนมาก่อนนะ... แม่ชาตินี้ถ้าไม่เคยผิดหวังก็เสียชาติเกิดเปลี่ยน..ชี..ชี
- 9-10. ก็ส่งเป็นปกติอยู่แล้วนะครับ ก็ครึ่งเหรอ... ถ้าเป็นเพื่อนที่มาจากไทยเมืองไทยเดียววันละ 3
ฉบับ ไม่ได้ตอบทุกฉบับหรอกครับ เพราะบางคนน่ากลัวในความคิด ไม่กล้าจะตอบ
11. เพื่อนแท้ออนไลน์น่าจะมีจริงนะครับ... เพราะเราน่าจะอ่านความคิดของคนอื่นจากการเขียนได้ไม่
ยากนะครับ แล้วก็มีโอกาสจะเลือกตอบ เลือกคนได้อีกด้วย
12. จริงแล้วตัวเองก็ไม่ได้มีแบบว่าจะต้องเป็นแบบนี้หรือแบบนั้นนะ.. ก็อ่าน ๆ คุยก็จะก่อ
ตอบ ไม่น่าตอบก็ไม่ตอบ แค่นั้นแหละ
13. ง่ายที่สุด ก็อ่านจากบทความของเด้านั้นแหละ
14. เพื่อนนะครับ.. หาง่าย แต่ถ้าจะให้ถูกใจมาก เพราะฉะนั้นถ้าเจอกันที่ถูกใจคุยก็ได้ เป็นกำลัง
ใจให้กันได้ ก็ไม่เสียหายไม่ใช่เหรอครับ (ไม่ได้ซื้อจะหน่อย)

15. ปกติที่คุยกันตลอดก้อห้าหกคนกะ
16. แนวช่วยเสริมให้เรามีโอกาสได้เพื่อนมากกว่าจะมีคู่ค่ะ
17. การหาคู่บนเน็ตเกิดขึ้นได้ก้อ เพราะใจตรงกัน คุยกันรู้เรื่อง ประมาณข่าวบวกเจอข่าวลบเหละคะ
18. ไม่น่าจะมีผลสะท้อนทางวัฒนธรรมอะ ไม่มากนายนะคะ เพราะบางคนแค่คุยกันแค่นั้นเอง
19. ไม่คิดอะ ไม่คิดอะ...หาคู่ทางเน็ต ได้คือก้อดีไปอยู่ที่คนจะเลือกคน ออยู่ที่ตัวเราเท่านั้นคะ
20. การหาคู่ไม่เห็นจำเป็นต้องเป็นที่ไหนเลย จริงแล้วคุยกันทางเน็ตอาจจะดีกว่าด้วยซ้ำ เพราะไม่ต้องเสียอะ ไม่มากนายนะ คุยกันแสดงความคิดเห็น แสดงความอ่อนอาทรกันแค่นั้น
21. ไม่น่าจะทำลายจาริคประเพณีอะ ไร ถ้าค่าหาง่ายค่าต่างจริงใจต่อ กันจะ
22. สมัยคุณแม่หาคู่กันที่...งานวัดมั้ง..
23. อีติกับป้าๆบัน ไม่น่าแตกต่างกันมาก

คุณ GINGLEW เพศหญิง อายุ 18 ปี

1. คุณเล่นอินเทอร์เน็ตวันละกี่ชั่วโมง เล่นเวลาไหน ส่วนใหญ่เล่นที่ไหน
ans วันละ 3-5 ชั่วโมง เล่นช่วง 15.00 เป็นต้นไป บางครั้งก้อ ช่วง 22.00-02.00 ส่วนใหญ่เล่นที่บ้าน
2. ปกติใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำอะไร
ans ก้อ เช็ค และค้นหาข้อมูลทางด้านต่างๆ เช่นการศึกษา ข่าว เป็นต้น
3. คุณรู้จักเว็บไซต์นี้ จากที่ไหนหรือใครแนะนำ
ans จากเพื่อนที่เคย เช็ค ด้วยกันทาง tv3
4. ทำไม่ถึงสนใจเว็บไซต์นี้
ans คิดว่าจะน่าจะ ได้รู้จักเพื่อนใหม่ และหากหลาย สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้
5. บุคลากรอะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจเป็นสมาชิกไทยเมท
ans อยากจะมีเพื่อนคุยกางอินเทอร์เน็ต แล้วก้ออยากมีเพื่อนเยอะๆสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นต่างๆได้
6. คุณประทับใจส่วนไหนของเว็บไซต์นี้
ans ก้อคงจะเป็นการป่องกันข้อมูลของแต่ละบุคคล แล้วก้อการทำการทำติดต่อ ระหว่างกันของทางไทยเมท
7. เว็บไซต์นี้มีอะไรที่โอดเด่นและแปลกบ้าง
ans ก้อคงจะเป็นเว็บไซต์เฉพาะทางเลยมั้ง เพราะจะเกี่ยวกับการจัดหาคู่ แล้วก้อเพื่อนทางอินเทอร์เน็ต

8. ก่อนที่คุณจะเป็นสมาชิกไทยเมท คุณมีเพื่อน หรือคนรักมาก่อนหรือไม่ และคุณเคยผิดหวังมาก่อนหรือไม่
 ans เคยมี แต่ที่มาเป็นสมาชิก เพราะเพื่อนแนะนำ ไม่ได้เพราะผิดหวังแต่อย่างใด
9. คุณเคยส่งอีเมลให้คนอื่นแล้วกี่ครั้ง เป็นรายหรือหกถึง ส่งให้พากษาเพื่ออะไร
 ans ก็ส่งบ่อยนะ จำไม่ได้ว่ากี่ครั้งที่ส่งก็ เพราะว่าอยากรู้มีเพื่อนใหม่ ที่สามารถคุยกันได้ ให้เราหายเหงาในบางเวลา ส่วนใหญ่ก็จะทั้งชายและหญิง แต่จะเป็นชายมากกว่า
10. คุณเคยได้รับอีเมลแล้วกี่ครั้ง เป็นชายหรือหญิง เข้าส่งมาเพื่ออะไร
 ans บ่อยมากส่วนใหญ่จะเป็นชายนะ ที่จะส่งมาทาง ไทยเมท เข้าส่งมาคงเพื่ออยากรู้จักกับเราระยะมากกว่า
11. เพื่อนแท้ ออนไลน์ มีจริงหรือไม่
 ans คิดว่ามีนะ แต่น้อยมาก เพราะส่วนใหญ่แล้วจะห่วงแค่คุยเพื่อสนุกทางเน็ตเท่านั้น
12. คุณประทับใจ พากษาตรงๆ ในหน้าบ้าน ก่อนที่จะรับ- ตอบอีเมล
 ans ก็คงจะเป็นเพื่อความเคียดyaจะทำความรู้จักกับเรา เรา ก็อยากรู้จักเค้าบ้าง ก็อย่าเท่านั้น
13. คุณมีเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกคบหาหรือไม่คบหาอย่างไร
 ans คุณภาพ คำสอนทนา แล้วก็ข้อมูลในตัวเค้าประกอบกันนั่นว่าพ่อจะคนได้ไหม
14. คุณคิดจะคบกับพากษา ไปเรื่อยๆ หรือไม่
 ans ก็เคยนะ เพราะการที่เราจะมีเพื่อนซักคนนึง ก็ต้องการที่จะคบกันให้นานๆ และมีความจริงใจต่อกัน
15. คุณติดต่อกับสมาชิกทาง หน้าบ้าน นอกจากผ่านเว็บ ไทยเมท
 ans ก็ทางเมลส่วนตัว บางที ก็ icq
16. ปัจจุบันคุณมีเพื่อนใน ไทยเมท กี่คน
 ans ประมาณ40 กว่าคน ได้แต่ส่วนใหญ่แล้วเค้าจะเป็นฝ่ายคิดต่อมากกว่า
17. คุณคิดว่าอินเทอร์เน็ตช่วยเสริมให้คุณ ได้มีโอกาสได้มีคู่หรือเปล่า
 ans ไม่แน่ใจ เพราะยังไม่เคยคิดจะหาคู่ทางเน็ต เพราะกลัวจะไม่จริงใจต่อกัน ถ้าคิดก็คงจะต้องคบและคุยกันให้นานๆ
18. คุณคิดการหาคู่บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้น ได้อย่างไร
 ans ไม่ทราบ
19. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ต จะสะท้อนผลอะไรในทางวัฒนธรรม
 ans คงจะคบคนและเรื่องคนง่ายเกิน ไปทำให้ผลร้ายด่างๆ ตามมาโดยไม่คาดคิด
20. คิดอย่างไรกับการหาคู่บนอินเทอร์เน็ต

ans ก่อตัวจริงใจคือกันจริงๆก็ไม่มีปัญหา แต่ก็ต้องพิจารณาให้ดี

21. การหาคู่ทำเป็นต้องระบุให้มว่า ต้องเป็นที่ไหน

ans ไม่ ไม่จำเป็น

21. ล้านส่วนใหญ่ในชนบทกว่า 90% ของไทยจะเป็นอย่างไร

ans เชื่อคนง่าย ไม่พิจารณาให้รอบคอบนัก

22. คุณรู้ให้มว่าในอดีตมีการหาคู่กันที่ไหน

ans น่าจะเป็นวัด

23. การหาคู่ในปัจจุบันแตกต่างจากอดีตอย่างไร

ans ปัจจุบันจะมีสื่อหลากหลายที่ช่วยให้คนหาคู่ได้ง่ายขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต บริษัทจัดหาคู่เป็นต้น

24. ปัจจุบันนี้ยังคงเพื่อน หรือเพื่อนที่เชื่อกันบนอินเทอร์เน็ตหรือไม่

ans คงอยู่แต่จะคงเฉพาะคนที่คุยกันเรื่องแล้วก็จริงใจ

25. อะไรที่ทำให้คุณตัดสินใจว่าคนนี้เหมาะสมใช่เลย

ans น่าจะเป็นระยะเวลา แล้วก็อนิสัยส่วนตัว

26. คุณคิดจะนัดพบกันกับพากษาหรือไม่

ans ต้องคุยก่อน ตอนนี้ยังไม่รู้

27. คุณจะใช้สถานที่ใดในการนัดพบครั้งแรก

ans สถานที่ที่มีความเยยะ และปลอดภัย

28. คุณจะพาไปปีดวยในการนัดเชօครั้งแรก เหตุผลคุณคิดจะนัดพบกันกับพากษาหรือไม่

ans พาเพื่อนที่ไว้ใจได้ไปด้วย

29. คุณไว้ใจพากษาเหล่านี้มากน้อยแค่ไหนในการนัดเชօกันครั้งแรก

ans 50,50

30. อะไรที่ทำให้คุณไว้ใจเขา ในการนัดเชօกันครั้งแรก

ans น่าจะการวางแผนตัว แล้วก็ถักยณะทำทาง

31. การเจอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจขอแต่งงานได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอตัว

ans ไม่น่าจะเป็นเช่นนั้น

32. การเจอกันครั้งแรกบนอินเทอร์เน็ต กับการเจอกันครั้งแรกบนโลกแห่งความจริง แบบไหนจะนี

ส่วนปรับเปลี่ยนความรู้สึกที่ดีกว่า

ans เจอกันในโลกความจริงดีกว่า

33. การหาคู่บนอินเทอร์เน็ตนี้ส่วนเต็มเต็มอะไรให้กับชีวิตคุณบ้าง

ans ความเหงา ความรู้สึกโศกเดียว

34. การที่เราสนใจครสัคคนบนอินเทอร์เน็ต และขอเข้าแต่งงานดูเป็นเรื่องเบลกหรือไม่
ans ไม่เบลกนะ ถ้าเป็นความจริงใจ

35. การเชอกันบนอินเทอร์เน็ต สามารถตัดสินใจขอแต่งงานได้หรือไม่ โดยไม่ขอนัดเจอตัว
ans ไม่ได้หรอ กค





ເຕັມ ໂພນທະບຽນ

ลำดับ	ผู้มีหลักประกันคุ้มครองต้องยังคงให้ไว้มาในเดือนพฤษภาคม						
	ชื่อและนามสกุล	ชื่อและนามสกุล	อายุ	เพศ	การศึกษา	อาชีพ/พ.ร.ภ.	ผู้มีผลประโยชน์
1	TAWEETHA	สาวน้อย	15	ชาย	ม.3	นศ	กบ
2	JEJEOONZ000	เจน	16	ชาย	ม.4	นศ	LORD ZART@MSN.COM
3	NGIKE	ตั๊ว	17	ชาย	ม.6	นศ	กบ
4	ROMA10	เจอก	18	ชาย	ป.ตรี	นศ	กบ
5	HONJOKUN03	แม็ง	20	ชาย	ป.ตรี	นศ	กบ
6	LOVE_BG	เน็ท	14	หญิง	ม.3	ฯลฯครรภ์ รักษา	พิษณุโลก HABG LOVE @HOTMAIL.COM
7	SITHI	จิตฟ	14	หญิง	ม.3	นศ	กบ PAEWSI@THAIMAIL.COM
8	GINGLEW	เน็ตกาญจน์ (Nattakarn)	18	หญิง	ป.ตรี	นศ	ภาคกลาง NCHAICHOMPOO@YAHOO.COM 094875170
9	090827	แรม	19	หญิง	ป.ตรี	นศ (ภาษาญี่ปุ่น)	ปริญญาตรี 032223161
10	AKIKOGIRL19	จอย	20	หญิง	ป.ตรี	ศูนย์ฯ ปี2	กบ PCT 028601588 กบ 8 092391727
11	AEKGVD	แจ็ก	24	ชาย	ป.ตรี	เหตุผลชอบ	ปากเกร็ง 068955159
12	SARAT9	เย่	25	ชาย	ป.ตรี	นักดนตรี	ปทุมธานี 091596049
13	SUPATTRA	ปูก	30	ชาย	ป.ตรี	หนังงาน	SUPATTRU@AIS900.COM 013115253
14	PSYBUSTER	แม็ป	23	ชาย	ป.ตรี	มหาชนศาสตร์ สังสิต	
15	MARK_P	ตั๊ม	25	ชาย	ม.6	นักดนตรี	กบ
16	1324BJ	โน้ก	21	หญิง	ป.ตรี	นศ	กบ
17	BHUNYIKA	ไม้ฟ้า	24	หญิง	ป.ตรี	นางแบบ M.V. นายนิหร์	AUNYARAT_S@HOTMAIL.COM 065636170
18	ONEFOUR	เม็ด	32	หญิง	ป.ตรี	พนักงาน	แพร ARUNEE_KK@HOTMAIL.COM 096332203
19	ALA2002	ใจซ์	26	หญิง	ป.ตรี	พนักงาน	เหน็จ 015959206
20	PUKKAKARU	แพทตี้	28	หญิง	ป.โท	ชาญาร์	PATTYSRI@CHAIYOO.COM 012887523

ลำดับ	ภูมิหลังของคุณต่อไปนี้มาในเว็บไซต์								
	ชื่อและนามสกุล	ชื่อผู้ใช้ภาษาไทย	อายุ	เพศ	การศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา	อีเมล	โทรศัพท์
21	PORNTEP THITIPORN	พนัสนิภาณ์ พนัสนิภาณ์	46	ชาย	บ.พิ.	ราชภานิพัทธ์	กรุงเทพฯ	THITIPORNK@YAHOO.COM	090529898
22	NAT	นัท	43	ชาย	ป.ตรี	พนักงาน	กรุงเทพฯ		
23	BODOB	บีบี	48	ชาย	ป.ตรี	ลูกน้อง	ปากเกร็ด	THANES_DECH@YAHOO.COM	029801393
24	PER14765	เด็กสาว	50	ชาย	ป.ตรี	ลูกน้อง			
25	PICHETP	เพ็ชร์	50	ชาย	ป.ตรี	ลูกน้อง			
26	A2002	จิตา	40	หญิง	ป.ตรี	ลูกน้อง	เมือง	KEMIKA@TECFUJIKURA.CO.TH	015956806
27	ORA111	แม่	40	หญิง	ป.ตรี	พนักงาน	เชียงใหม่	ORAPANK@HOTMAIL.COM	
28	CITIAN	นิภา	40	หญิง	ป.ตรี	พนักงาน	เชียงใหม่		069798542
29	CATT2001	ดา	41	หญิง	ป.ตรี		กรุงเทพฯ		
30	AUEAREE02	น้ำดยุก	44	หญิง	ป.ว.ท.	ลูกน้อง	กรุงเทพฯ	AUEAREE_02@HOTMAIL.COM	069152976
31	AMAN43	รุ่งสุขสิริพันธุ์	45	ชาย	ป.ตรี	กademที่ดิน	กรุงเทพฯ	ทีทำงาน 02-2994360-1	
32	SAONUY	พญานาคปิยะภาณี	38	หญิง	ป.ตรี	กademป้าแม่	กรุงเทพฯ		
33	MACHCHA	กนกนัน্দี กองแสงวงศ์	33	ชาย	ป.ตรี	ลูกน้อง	กรุงเทพฯ		
34	PRINCESS_MOOK	นิษฐ์ พรนสนธิ์	35	หญิง	ป.ตรี	ลูกน้อง	กรุงเทพฯ		
35	SSYYNN	ธิดาพร พพนิจ	24	หญิง	ป.ตรี	ลูกน้อง	กรุงเทพฯ		
36	ANNA	แอน	14	หญิง	ม.3	น้อง	กรุงเทพฯ	CHATROOM	
37	BE FAIR	ชา	18	หญิง	ป.ตรี	นศ	ยะลา	CHATROOM	
38	นิดา	หน่อย	22	หญิง	ป.ว.ท.	พนักงาน	ยะลา	CHATROOM	
39	สาวนิมิตรรุ๊	นัม	24	ชาย	ป.ตรี	พนักงาน	กรุงเทพฯ	CHATROOM	
40	ชาyanika(ป้อ)	ฟาย	25	ชาย	ป.ตรี	พนักงาน	กรุงเทพฯ	CHATROOM	

ตารางแสดงผู้คนที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการชุมชนใน Virtual and Real Community

ลำดับ	ชื่อผู้ใช้งาน	ชื่อจริง	เพศ	อายุ	สถานะ	จำนวนผู้ติดตามใน Virtual	จำนวนผู้ติดตามใน Real	หมายเหตุ
1	HONEYNOOK	30 VIRGO18	หญิง	27	ไทย	จีเมส	1 เดือน	6 เดือน
2	PATRICKB	39 ENYA	ชาย	38	ไทย	จีเมส	1 เดือน	5 เดือน
3	SPEED2000	29 BELONG	หญิง	25	ไทย	จีเมส	1 เดือน	6 เดือน
4	TEAP	38 LLIM	ผู้ชาย	32	พัฒนา	จันทร์	2 เดือน	10 เดือน
5*	AMAN43	45 SAONUY	หญิง	38	ไทย	จีเมส	1 เดือน	17 เดือน
6	CH-V	35 FORAONE	ชาย	34	ไทย	จีเมส	2 เดือน	15 เดือน
7	WAZ	28 JEABBB	ชาย	26	ไทย	จีเมส	2 เดือน	15 เดือน
8	BMBMAN	36 SMILEGIRL	ชาย	28	ไทย	จีเมส	3 เดือน	21 เดือน
9	HURRICANE	26 SSYYNN	ชาย	24	ไทย	จีเมส	1 เดือน	29 เดือน
10*	MACHCHA	33 PRINCESS_MOOK	ชาย	35	ไทย	จีเมส	4 วัน	6 เดือน 26 วัน

การร่วมกันผลักดัน การร่วมกันอนุรักษ์

Thaimate.com

**Home**

สมัครสมาชิกใหม่
แก้ไขข้อมูลสมาชิก
ผู้นำเพื่อน
ติดต่อเพื่อน
เรื่องน่าสนใจ
เพื่อนช่วยเพื่อน
หนังเมียนمار

[Logout](#)

สัมบูรณ์ไทยมาสเตอร์
ตัวอย่างการสมัครเป็น
สมาชิกใหม่

S thaimate

อ่านเรื่องราว ความรักที่
ประทับใจ พร้อมแสดง
ความคิดเห็นของคุณ



<<	ธันวาคม 2002	>>				
S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

- ขอเชิญเพื่อนๆ ร่วมอวยพรให้กับคู่แต่งงานสมาชิกไทย เมษาุรีที่ 9 ..อ่านต่อ
- ประกาศผลโหวตประจำสัปดาห์ (13 ธ.ค.) เป็นสมาชิก พิเศษฟรี ..อ่านต่อ
- ถ้าหากคุณปล่อยให้เวลาผ่านไปเรื่อยๆ โดยที่ไม่ทำอะไรให้เกิดประโยชน์ คุณค่าของคุณก็จะลดลงไปด้วย ..อ่านต่อ
- คุยกันก่อน ตอน: "ปล่อยปลายกีทีเขื่อนแก่งกระจาน (10 ธ.ค.)" ..อ่านต่อ
- หากคิดจะช่วยเหลือผู้อื่น จงเริ่มต้นจากการคิดทุกอย่าง ในแบบเสมอ ..อ่านต่อ
- อ้อมกอดของพ่อ ...ดูเหมือนจะอบอุ่นน้อยไปกว่าอ้อมกอดของผู้ชายคนนั้น ..อ่านต่อ
- คุยกันก่อน ตอน: "ขอศีลได้ใหม่ (20 พย.)" ..อ่านต่อ
- ความจริง อาจไม่เหมือนกับ สิ่งที่เห็น แต่สรวทชาเท่านั้น ที่จะทำให้คุณเชื่อว่า ผลลัพธ์จะออกมาดีเสมอ ..อ่านต่อ
- จะมีสักกี่คนที่เห็นคุณค่าของการศึกษา เท่ากับ อันนี้ แต่ก็ยังคงเป็นเรื่องท่องคนติดศาสตร์โลลินปีค.ศ. 1997 ..อ่านต่อ
- ผู้ชายใช้กฎหมายอะไรในการเลือกผู้หญิงมาเป็นภรรยา ..อ่านต่อ
- การที่จะเปิดใจรับโครงสร้างเข้ามาเป็น "เพื่อน" อาจต้องเปิดใจรับสิ่งที่สวยงามและไม่สวยงาม ซึ่งกันและกัน ..อ่านต่อ
- ปี ถ้าอยากรู้เพื่อนส่ง sms มาหา โดยที่เพื่อนก็ไม่รู้เบอร์โทรศัพท์ของเรา กรอกเบอร์โทรศัพท์ของคุณได้แล้ว วันนี้ ..อ่านต่อ
- แฟ้มเพลง Mariah Carey ร่วมสนุกชิงรางวัลได้อารีเล่ม ส้าย พร้อม CD แผ่นดัด ที่รับรองว่าไม่มีคนอื่น ..อ่านต่อ

LOVE of the day

ล้าน้ำความรักประจำวันนี้

250



Reulis

member login *

login: _____

password: _____

submit *

tell a friend
ป้อนอีเมลของเพื่อน

submit *





"EASY TO BE REAL WEBMASTER"
มีค่าธรรมเนียมรับสมัครสมาชิก ลดกันกี่ 2,000 บาท
พิเศษ สมัคร 2 คน ใช้เดียวกันได้ 1 คน **WS**



THAIMATE.COM



เข้าสู่ระบบ

Login:

Password:

Submit

ลืมรหัสผ่าน

Email:

Submit



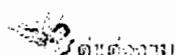
หมู-ปูน



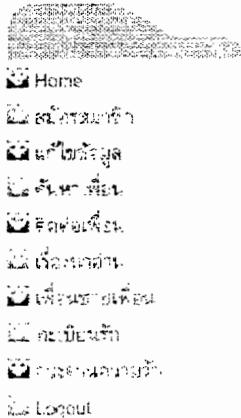
บุก-กอล



นก-ห้อง



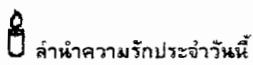
What's New



- > สมอของเรามีเป็นสิ่งที่เข้าใจยากมาก บางครั้งมันก็เชื่อฟังเรา บางครั้งมันก็ไม่เชื่อฟัง ..อ่านต่อ
- > ขอเชิญเพื่อนๆ ร่วมอวยพรให้กับคุณแต่งงานสมاشิกไทยเมทครุ๊กที่ 11 ..อ่านต่อ
- > อายุคนใช้รัก ถ้ามัน "ไม่ใช่ ก็ไม่มีประโยชน์อะไร ที่จะคงไว้ลักษณะเพียงเพราะอยากรู้มีความสำคัญ ..อ่านต่อ
- > คุยกันก่อน ตอน: "เข้าห้องรับแขกแล้ว ไปทางเดิมกว่า (10 มี.ค.)" ..อ่านต่อ
- > ทุกครั้งที่เราได้ยินเรื่องไม้แผ่นอนกีบวันเพื่อน ผู้ใกล้ชิด หรือคนที่เรารัก เรายิ่งรักลั่นการเรื่องราวนั้นอย่างไร ..อ่านต่อ
- > ประกาศผลการให้หัวขวัญใจไทยมาที่ ไม่ดีแค่เพียงความรัก.. อ่านต่อ
- > สำหรับคนที่ชอบสิ่งของอย่างเกิดขึ้นกับคุณ คุณอาจต้องลองทำสิ่งแมกกาซีนที่ 1 ครั้ง ..อ่านต่อ
- > ผู้คนมากมายผ่านไปผ่านมาในชีวิตของเรา เราจะรู้ได้อย่างไรว่า คนไหนคือคนที่ "ใช่" ..อ่านต่อ
- > ทุกคนมีเวลาคนละ 24 ชั่วโมงทากัน แนวโน้มจะบวกรเวลาให้ติดกัน ..อ่านต่อ
- > กีร์รังแล้วที่คุณปล่อยให้โลกที่ผ่านมาข้าม หลุดลอยไป เมื่อรู้สึกได้ทิ้งก้ามดีอกคนนั้นแล้ว ..อ่านต่อ
- > คุณไม่ต้องการเป็นแค่ "เพื่อน" แต่คุณถูก吸引เข้าไปที่จะบอก ..อ่านต่อ
- > เรายังทำงานได้กินความคาดหมายในสายตาผู้อื่น แต่ก็ยังห่วงใยได้ท่ากวนเป้าหมาย ในสายตาของนายเรา เช่นเดียว ..อ่านต่อ
- > ถ้าอยากรู้เพื่อนส่ง sms มาหา โดยที่เพื่อนก็ไม่รู้เบอร์โทรศัพท์ของเรา กรอกเบอร์โทรศัพท์ของคุณได้แล้ววันนี้ ..อ่านต่อ

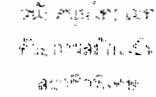
บ่าวพาก...

- > ไม่เยี่ยมนักการค้าในปีของคุณ ได้แล้ววันนี้ที่ Entertainment Mweb ..อ่านต่อ



ทุกอย่างยังคงไม่เที่ยงแท้แน่นอน เพราเวลักษณ์หนึ่งคนที่เรารักอาจจะกลับเป็นคนแปรเปลี่ยน ทิว่าจำต้องอยู่ด้วยกันตลอดชีวิต

Thaimate คืออะไร แหล่งรวมหาเพื่อน มือใหม่



หมู-ปูน บ่าวพาก
คือ การค้าในปีของคุณ

ล่าคำความรักประจำวันนี้

<< มิถุนายน 2003

S M T W T F S

1

2 3 4 5 6 7 8

9 10 11 12 13 14 15

16 17 18 19 20 21 22

23 24 25 26 27 28 29

30 31

Thaimate.Com เป็นเว็บไซต์ ที่ให้บริการสำหรับคนไทยเท่านั้น เพื่อให้คุณไทย สามารถค้นหาเพื่อน หรือคนรัก บนอินเทอร์เน็ต โดยสามารถระบุคุณสมบัติ (Spec.) ของเพื่อน หรือคนรัก ที่เราต้องการได้ เช่น ล่าสุด อายุ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา ภูมิลำเนา เป็นต้น สามารถสามารถติดต่อผู้คุยกัน โดยผ่านทางอีเมล, ICQ หรือ SMS ของสมาชิกเอง ได้อย่างปลอดภัย บริการนี้ จึงเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยเราปัจจุบัน ช่วยให้คุณไทยรักกันมากขึ้น สามารถแลกเปลี่ยนทัศนะคิดเห็น และค้นหาคนรู้สือได้ง่ายยิ่งขึ้น

Thaimate.com มีระบบพัฒนาความสามารถปลดล็อกภัยขั้นสูงสุด

- > ไม่มีความสามารถรู้ได้ว่า คุณเป็นใคร ถ้าคุณไม่เปิดเผยข้อมูลของตัวคุณเอง
- > คุณไม่สามารถรู้ได้ว่า คุณของคุณเป็นใคร ถ้าหากเขายังไม่ได้คุย เขายังรู้ไม่บอกคุณ
- > ข้อความสนทนาจะหายคุณและคุณของคุณ จะเป็นความลับเฉพาะคนสองคน คนอื่นไม่อาจรู้ได้
- > ข้อมูลเฉพาะของสมาชิก เช่น ชื่อ ท้อง อีเมล วันเกิด เมล์โทรศัพท์ จะไม่ถูกเปิดเผยไม่ว่ากรณีใดๆ



มา...เป็น.....

ระบบจัดอันดับ
ในสังคมไทย
ขนาดนี้

THAIMATE.COM



ผู้ใช้งานคนล่าสุด [SCHEHL]

Logout เมื่อเลิกใช้งาน

Home

ผู้ใช้งานทั้งหมด

ผู้ใช้งานที่มีสูญเสีย

อายุ 16-25

อายุ 26-35

อายุ 36-45

อายุ 46-55

อายุ 56-65

อายุ 66+

ผู้ชาย

Logout

ข้อมูล Profile ของสมาชิกที่ JEJE000NZ000 Offline <คลิกส่องข้อความ

คิดต่อถ้า Thaimate.Com ครั้งถูกทำหาย: วันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 เวลา 00:18

ชาย อายุ 16 ปี ต้องการคุณรัก (เพื่อนที่คุณห่วงจะแต่งงานด้วยในอนาคต) อายุระหว่าง - ถึง 15 ปี

คำแนะนำด้วย JEJE000NZ000 :

00000000

ข้อมูลของ JEJE000NZ000:

ภูมิลำเนา: ไม่เปิดเผย

เชื้อชาติ: ไทย, จีน

ศาสนา: พุทธ

รูปร่าง: สมส่วน

ส่วนสูง: 165 ซม.

การศึกษา: ไม่เปิดเผย

อาชีพ: กำลังศึกษาอยู่

การสูบบุหรี่: ไม่สูบ

การดื่มสุรา: ไม่ดื่ม

สถานะภาพการแต่งงาน: ไม่เคยแต่งงาน

ความต้องการบุตร: ไม่เปิดเผย

สถานะของ ICQ: ไม่ระบุหมายเลข ICQ



รูปของ JEJE000NZ000

นำร่องขอให้ดู



สนใจ คุณ JEJE000NZ000
ต้องการคุณรัก
อายุ 16 ปี

เพื่อนสมาชิกที่ JEJE000NZ000 ต้องการ:

ภูมิลำเนา: กรุงเทพฯ หรือบริเวณ thereof, ภาคกลาง, ภาคเหนือ, ภาคอีสาน, ภาคตะวันออก, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เชื้อชาติ: ไม่ระบุ

ศาสนา: พุทธ

รูปร่าง: สมส่วน, เจ้าเนื้อเจ้าตัว

ส่วนสูง: ระหว่าง 160 ถึง 165 ซม.

การศึกษา: ไม่ระบุ



253

THAIMATE.COM



ผู้ใช้งานคนต่อ [SCHEHL]

Logout เมื่อเลิกใช้งาน

- Home
- ผู้ใช้งานของฉัน
- บัญชีในส่วนตัว
- จัดการข้อมูล
- ติดตามเพื่อน
- เรื่องราวของฉัน
- เพื่อนและเพื่อน
- กลุ่มของฉัน
- ตรวจสอบรายการค้นหา
- Logout

ข้อมูลของสมาชิก AKIKOGIRL19

Offline

เดินทางกับ Thaimate.Com ครั้งสุดท้าย: วันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2546 เวลา 13:17

อายุ 20 ปี ต้องการเพื่อนมากที่สุด (กินข้าว ดูหนัง พักผ่อน ห้องที่พัก ฯลฯ) อายุระหว่าง 20 ถึง 26 ปี

คำแนะนำด้วย AKIKOGIRL19 :

คนเรียนเขียนและอยากรู้จักตัวตนก็เมื่มำคุยกันได้นะ(=^_^=)

ข้อมูลของ AKIKOGIRL19:

ภูมิลำเนา: กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

เชื้อชาติ: ไทย, จีน

ศาสนา: คริสต์

รูปร่าง: สมส่วน

ตัวน้ำหนัก: 150 กก.

การศึกษา: ปริญญาตรี

อาชีพ: กำลังศึกษาอยู่

ภาษาอื่นๆ: ไม่มี

การเดินทาง: ไม่เดินทาง

สถานะภาพการแต่งงาน: ไม่เคยแต่งงาน

ความต้องการบุตร: ไม่เป็นเมย



รูปของ AKIKOGIRL19

น่ารักขอไหว้ดู



นายแบบท่องเที่ยว
ตัวต่อของคุณเป็น
อย่างไรกันบ้าง

เพื่อนสมาชิกที่ AKIKOGIRL19 ต้องการ:

ภูมิลำเนา: ไม่ระบุ

เชื้อชาติ: ไม่ระบุ

ศาสนา: ไม่ระบุ

รูปร่าง: ไม่ระบุ

ตัวน้ำหนัก: ระหว่าง - กิโล - กิโล

การศึกษา: ไม่ระบุ

อาชีพ: ไม่ระบุ

ประวัติผู้วิจัย



นายวิชัย รักอี้มสะօด สาขา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ เลขทะเบียน 4493 – 0046 - 7
ที่อยู่ 5/497 ประชาชนวิเศษ 2 ระยะ 3 ช. 12 ต. สามัคคี ต. บางคลาด อ. ปากเกร็ด จ. นนทบุรี 11120
E-mail aomkoi28@yahoo.com

การศึกษา

* พ.ศ. 2533 จบปริญญาตรีรัฐศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์ทำงาน

* พ.ศ. 2535 - 2544 ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายการบัญชี
ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรกิจต่างประเทศ
ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายการธนาคาร ตามลำดับ