

การศึกษาเรื่อง การสร้างพื้นที่ความเป็นส่วนตัว ในพื้นที่สาธารณะของสังคมไทย กรณีศึกษา ส้วมสาธารณะและเว็บบอร์ดในไซเบอร์สเปซ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติต่อความเข้าใจพื้นที่ความเป็นส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะของสังคมไทย และ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการแสดงออกในความเป็นตัวตน บนพื้นที่ความเป็นส่วนตัวระหว่าง ส้วมสาธารณะ กับ เว็บบอร์ดในไซเบอร์สเปซ วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เป็นการเลือกส้วมสาธารณะ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่จำนวน 5 แห่ง และเว็บบอร์ดในเว็บบอร์ด 5 เว็บบอร์ด ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่อง พื้นที่ (Space) แนวคิดทฤษฎีเรื่องความเป็นตัวตน (Self) แนวคิดทฤษฎีจิตวิทยา และแนวคิดทฤษฎีเรื่อง การสื่อสาร

ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ส่วนตัว กับ พื้นที่สาธารณะในสังคมไทยแต่เดิม มีการแบ่งขอบเขตระหว่างพื้นที่อย่างชัดเจน การข้ามจากพื้นที่หนึ่งไปยังพื้นที่หนึ่ง ต้องมีการเปลี่ยนตนเอง เพราะในแต่ละพื้นที่นั้นจะมี กฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ ในการเข้าถึง เมื่อกาลสมัยเปลี่ยนไป ความเป็นพื้นที่เริ่มมีมิติทางกายภาพมากขึ้น กล่าวคือพื้นที่ที่บ่งบอกอาณาเขตได้อย่างแน่ชัด กลายเป็นพื้นที่ที่ไร้ขอบเขต ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ (Space) และเวลา (Time) หรือที่เรียกว่า พื้นที่เสมือนจริง (Cyberspace) ทำให้คนพยายามเข้าไปสร้างพื้นที่ส่วนตัว ให้กับตนเองในอีกมิติหนึ่ง แต่การไปสร้างพื้นที่ส่วนตัว ในพื้นที่สาธารณะที่ไร้ขอบเขตเช่นนี้ ทำให้เห็นได้ว่า พื้นที่ส่วนตัว กับพื้นที่สาธารณะในปัจจุบัน แทบจะไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาดเพราะคนเรายังเอาเรื่องความเป็นส่วนตัว ออกมาสู่พื้นที่สาธารณะอย่างเปิดเผย

ร่องรอยขีดเขียนในส้วมสาธารณะ และการแสดงความคิดเห็นของเว็บบอร์ดในเว็บบอร์ดนั้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวตนโดยผ่านข้อความที่เกิดขึ้น ผ่านช่องทางการสื่อสารคือ ส้วมสาธารณะและเว็บบอร์ด พบว่า ข้อความที่เกิดขึ้นในส้วมสาธารณะ มีลักษณะของการแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่รุนแรง และหยาบคายกว่าในเว็บบอร์ด เนื่องจาก พื้นที่ในส้วมสาธารณะ ไม่มีการควบคุม หรือกฎข้อบังคับในการแสดงออกของข้อความ การปรากฏของข้อความจึงเป็นไปอย่างเสรี ส่วนเว็บบอร์ดนั้น เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีการควบคุม มีกฎระเบียบที่จะต้องปฏิบัติตาม ในการที่จะแสดงความคิดเห็น จึงทำให้การแสดงความเป็นตัวตนในบริบทของส้วมสาธารณะ มีการแสดงออกได้เต็มที่กว่า บริบทของเว็บบอร์ดในไซเบอร์สเปซ

The purpose of this research is to study the attitude about understanding private space in the public space of Thai society and also to study and compare the self-expression embedded in the private space ; namely, this can be considered as a superimposition of private and public space occurring at public toilet and webboard in cyberspace. This independent study is the type of Qualitative Research. The primary data were collected by the purposive sampling of five public toilets in Muang district of Chiang Mai and five webboards on websites. Besides, the statistic analysis is done by descriptive research with the theory of space, self, psychology and communication.

The study shows that the private space and public space of Thai society in the past had the clear boundaries. When crossing over space and area, the modification would happen because each place had its own principles and regulations. As time changed, the space had developed itself to be more physical. That means the clear boundary had been changed to become non boundary and non restriction for space and time as called as "Cyberspace". People tried to create their own private space over others including public space. However, nowadays it's hard to distinguish between the private space and public space because people seem to describe themselves to public as if it was their private space.

The toilet writing and comment on the webboard in Cyberspace show how they express their attitude by the messages written throughout communication channels of public toilet and webboard. For the messages left at the public toilet, they seem to be the stronger emotion and ruder than the messages appearing on the webboard. That's because there is no control on the message by rule or regulation at the public toilet. It is a freedom in the creation and expression. In contrast, the webboard is the public space under the restriction. There are the regulations in creating any message as well as showing the expression. Consequently, it was found that the self-expression by message in the public toilet could convey more attitudes than the message written in the webboard.