

พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังและการนำเสนอตัวตน ของเยาวชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

Communication Behavior, Expectations and Identity of the Youth Presentation to Heterosexual Relationships on Social Networks Like Facebook.

ทัศนีย์ คำเกิงศักดิ์*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 3. เพื่อศึกษาการนำเสนอตัวตนต่อสังคมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และ 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังและการนำเสนอตัวตนของเยาวชนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จำนวนทั้งสิ้น 425 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังและการนำเสนอตัวตนของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการสื่อสารและใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และยังเป็นช่องทางให้เกิดการสื่อสารสมัยใหม่

การนำเสนอตัวตนผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กจึงเป็นช่องทางหนึ่งของเยาวชนในยุคปัจจุบัน โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้พฤติกรรมของเยาวชนในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญของเทคโนโลยี เยาวชนชายหญิงสามารถสร้างความสัมพันธ์กันได้อย่างอิสระมากขึ้น และมีรูปแบบการสื่อสารโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ ทำให้เกิดการสื่อสารที่รวดเร็วขึ้น สามารถแสดงออกถึงความชื่นชอบกับสิ่งต่างๆรอบตัวได้อย่างเปิดเผย

เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่จะให้ความสนใจหรือใช้ชีวิตที่สัมผัสกับโลกโซเชียลกันอย่างกว้างขวาง แสดงให้เห็นว่าเยาวชนชายหญิงสามารถในการเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่งแตกต่างจากสังคมไทยสมัยก่อน ดังนั้นโลกของสังคมออนไลน์หรือโซเชียลนั้นจึงเป็นพื้นที่สำหรับเยาวชนที่จะตอบสนองความคาดหวังของตนเองได้ดีกว่าโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งหนึ่งคนเป็นเพียงหนึ่งอัตลักษณ์ (One Body, One Identity) แต่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ คนหนึ่งคนสามารถมีหลายตัวตนในเวลาเดียวกัน (One Body, Multiple Identity) โดยไม่มีข้อจำกัดและตัวตนในสังคมนี้เยาวชนสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้เรื่อยๆตามความต้องการ

ความคาดหวังจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เยาวชนจะแสดงออกตามความต้องการและอารมณ์ โดยใช้ระบบสัญลักษณ์หรือรูปภาพต่างๆ เช่นการกดไลค์(Like) ทดแทนการแสดงออกด้วยคำพูดของเพื่อน

* อาจารย์ประจำสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

สมาชิกในเฟซบุ๊ก เพื่อให้เพื่อนสมาชิกคนอื่นๆในเฟซบุ๊ก สามารถรับรู้สัมผัสตัวตนที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ ได้มากที่สุด และเข้าใจว่าตรงกับตัวตนที่แท้จริงในโลกแห่งความเป็นจริง

Abstracts

This research is a survey research. The purposes are : 1.) to study the communication behavior of the youth on social networking 'Facebook'. 2.) to study the expectations of the youth on social networking 'Facebook'. 3.) to study the presentation of Identity of the youth to social and to build relationships with Heterosexual friends on social networking 'Facebook', and 4.) to study the relationship between communication behaviors, the expectations and identity of the youth whom using social networking 'Facebook'. , total amount 428 persons. The research methods was a questionnaire, statistics (used in the research were percentage, mean and the correlation coefficient.), processed using statistical program. The results of the research Communication behavior, the expectation and the presentation of Identity of the youth on social networking 'Facebook', the youth samples use the Internet as a medium for communication and use the computer as a tool for communication. It is also a channel for modern communication.

The presenting identity through social media 'Facebook' is a channel of youth on nowadays, by using modern technology. The behavior of youth in Thai society is changing as technology advances. Young men and women can relate freely. And there is a type of communication using the Internet is connecting between their relationships, brings faster communication. It can express the passion around things openly.

For cyber world, the studying youth will pay attention or live life to touch the cyber world widely. It shows that the young men and women can be in thought leadership, unlike previous Thai society. The online or cyberspace is a place for youth to meet their expectations than the real world.

In the real world, one person is the one identity (One Body, One Identity). But in social networks it is possible that one person can have multiple identities at the same time (One Body, Multiple Identity) without any restrictions. Identity in this society youth can change their needs all the time, such as today is presenting themselves as a sweet and healthy girl, tomorrow may be change the hip-hop looks to watch concerts with their friends.

Expectations from social networking, youth will express themselves according to their needs and emotions. By using the symbol or images, such as press the button 'Like' to replace the expression of the words of Facebook Friends, To let other Facebook members can recognize identity expressed in different ways as possible. And understand that it is the true identity in the real world.

บทนำ

การสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศในปัจจุบันสามารถทำได้อย่างอิสระมากกว่าในอดีตจึงเกิดช่องทางใหม่ที่เปิดโอกาสให้ชายและหญิงได้ใช้เป็นช่องทางทำความรู้จัก กระชับความสัมพันธ์ผ่านสื่อ โดยเรียกความสัมพันธ์แบบนี้ว่า “ ความสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่” ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ของหนุ่มสาวในยุคปัจจุบัน ซึ่งความสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษที่สามารถทำการสื่อสารได้ครั้งละจำนวนมาก การสนทนาเป็นไปอย่างมีอิสระเสรีเกี่ยวกับการใช้ข้อความสนทนา ทำให้คู่สนทนาไม่ประหม่าในการสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารเป็นการพิมพ์ข้อความโดยการโต้ตอบกัน คู่สนทนาสามารถทำความรู้จักกันได้โดยไม่ต้องเห็นหน้าตาหรือไม่เคยรู้จักกันมาก่อนไม่มีปัจจัยเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้คู่สนทนายังไม่สามารถรู้ได้ว่าคู่สนทนาของตนเป็นเพศใด บุคลิกลักษณะภายนอกที่ปรากฏเป็นอย่างไร คู่สนทนาต้องจินตนาการและตีความด้วยความรู้สึกของตนเองว่ามีความชอบและต้องการจะปฏิสัมพันธ์กับคู่สนทนาคนไหน การสร้างสัมพันธ์ภาพในอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นคล้ายกับการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลในบริบทชีวิตจริง คือสัมพันธ์ภาพแบบเพื่อนทั่วไป โดยอาจจะเพียงเข้ามาสนทนาแล้วสัมพันธ์ภาพก็ยุติลง รวมทั้งความสัมพันธ์ที่สามารถพัฒนากลายเป็นเพื่อนในชีวิตจริง หรือพัฒนาความไว้วางใจที่ระดับหนึ่ง กลายเป็นคู่รักหรือแต่งงานกันก็ได้ ซึ่งเป็นเหตุการณ์หรือรูปแบบที่มีในชีวิตจริงของสังคม (สายใจ ลีลาขจรจิต, 2545)

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามปลายปิด (Close – Ended Questionnaire) ซึ่งได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 5 ตอนซึ่งแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้
2. ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาและวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
4. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังจากการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
5. ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
3. เพื่อศึกษาการนำเสนอตัวตนต่อสังคมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังและการนำเสนอตัวตนของเยาวชนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร ทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) แนวคิดการนำเสนอตัวตน (Social Presence) แนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook) แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication) แนวคิดเกี่ยวกับสัญญวิทยา (Semiology) แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการหาคู่ของหญิงชาย ทฤษฎีไซเบอร์เฟมินิสต์ (Cyberfeminism) แนวคิดเรื่องตัวตนที่ถูกจ้องมอง (Gazed) และการรื่นเรึงสวมหน้ากาก (Masquerade) แนวคิดเกี่ยวกับตัวตน (Self Concept) และอัตลักษณ์ (Self Identity) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการศึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 425 คน แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิงที่มีช่วงอายุ 13-15 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา (มหาวิทยาลัย) มากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทมากที่สุด

2. พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook แต่ละสัปดาห์มากที่สุดคือ 5-6 วันต่อสัปดาห์และใช้ระยะเวลาในการใช้บริการในแต่ละวันมากที่สุดคือ 3 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์ในด้านความบันเทิงมากที่สุด

3. พฤติกรรมการสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีพฤติกรรมการสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) ระดับต่ำโดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนแต่ละข้ออยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน โดยมีพฤติกรรมการสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ การกดถูกใจ (Like) ให้กับเพื่อน เพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์ การโพสต์รูปถ่ายส่วนตัวในเฟซบุ๊ก โดยคาดหวังว่าจะมีคนทั่วไปชื่นชมว่าสวยและกดไลค์ให้ท่าน และคาดหวังว่าหวังการสนทนาบนเฟซบุ๊กจะมีการนัดหมายกับเพื่อนต่างเพศเพื่อพบหน้ากัน

4. ความคาดหวังในการสื่อสารเพื่อการนำเสนอตัวตน กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการนำเสนอตัวตนเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือการโพสต์รูปถ่ายส่วนตัวในเฟซบุ๊ก จะมีคนทั่วไปชื่นชมว่าสวยและกดไลค์ให้ คาดหวังว่า ตัวจริงกับคู่สนทนาในเฟซบุ๊กจะเป็นภาพคนเดียวกัน และ คาดหวังว่าเพื่อนต่างเพศบนเฟซบุ๊กจะสร้างความสัมพันธ์ จนถึงขั้นเป็นคนพิเศษ (แฟน) ของกันและกัน

5. การนำเสนอตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำเสนอตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยมีการนำเสนอตัวตนเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือมีการนำเสนอตัวตนเกี่ยวกับความชื่นชอบในการ

ท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ดูหนัง ฟังเพลง ดูคอนเสิร์ต เดินห้างสรรพสินค้า เป็นต้น มีการนำเสนอตัวตนผ่านภาพที่แสดงถึงการรักการท่องเที่ยว / ทำอาหาร/ทานอาหารและเครื่องดื่มที่ชื่นชอบและมีการนำเสนอตัวตนผ่านภาพการบอกตำแหน่งที่อยู่ (Check In) ณ สถานที่ปัจจุบัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์ต่อความคาดหวังของเยาวชนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผลการทดสอบสมมติฐาน 1 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของเยาวชนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันแต่อยู่ในระดับสูง

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผลการทดสอบสมมติฐาน 2 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผลการทดสอบสมมติฐาน 3 ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่อยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับต่ำ แต่ยังมีพฤติกรรมการสื่อสารด้วยการกดถูกใจ (Like) เพื่อเป็นแรงเสริมต่อความสัมพันธ์มากกว่าพฤติกรรมการสื่อสารด้วยวิธีการอื่น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Peirce (1931) ในทฤษฎีสัญญาวิทยาที่ว่า สัญญาต้องมีรูปธรรม ซึ่งอาจเป็นภาพ เสียง อักษร วัตถุ หรือสิ่งอื่น ๆ ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าของมนุษย์

สอดคล้องกับขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) ใน 2 ประเด็นที่ว่ารูปแบบของกระบวนการเกิดพฤติกรรมการสื่อสารซึ่งเป็นพฤติกรรมการเปิดเผย (Over behavior) ที่สามารถสังเกตได้จากภายนอกเกิดจากกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์เหตุการณ์หรือสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อม อันเป็นผลที่ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารปรากฏออกมาในรูปแบบที่สามารถเห็นได้ สอดคล้องกับการกลดไลต์ดังกล่าว และรูปแบบของบริบทแห่งพฤติกรรมการสื่อสารโดยพฤติกรรมการสื่อสารของคนเรานั้นมิได้หยุดความคิดไว้กับตนเองเพียงลำพัง สภาพการณ์ทางสังคมมีส่วนผลักดันให้คนเราปรารถนาที่จะกระทำการเปลี่ยนข่าวสารกับคนอื่น ๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญญาหรือสัญลักษณ์ เป็นรหัสในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

สอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร จิตรไคร์ครวญ (2553) พฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ของกลุ่มตัวอย่างคือการกระทำหรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นเครื่องสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภนิสา ทดลา (2542) ที่ว่าการสร้างสัญลักษณ์ร่วมกันในการสื่อสารเพื่อใช้แทนอารมณ์ความรู้สึกของผู้สนทนา เป็นการสร้างระเบียบแบบแผนใหม่ในสังคมภายใต้ชุมชน

จำลอง เช่น พิมพ์ว่า “55555555” เป็นวิธีการสื่อสารที่แทนเสียงหัวเราะพฤติกรรมดังกล่าวเป็นการยอมรับถึงการแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกของผู้สนทนา

2. ความคาดหวังต่อการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนในเรื่องของการโพสต์รูปถ่ายส่วนตัวในเฟซบุ๊ก และหวังว่าจะมีคนทั่วไปชื่นชมว่าสวยและกดไลค์ให้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Peirce (1931) ในทฤษฎีสัญญาวิทยาที่ว่า สัญญาเหมือนซึ่งจะใช้ รูปถ่ายจริง ภาพตนเองเพื่อเป็นการนำเสนอตัวเองผ่านทางรูปถ่ายในอิริยาบถต่างๆ กัน ไป ซึ่งแต่ละรูปที่นำเสนอจะอยู่บนพื้นฐานของความชื่นชอบของตัวเองและความดูดี ดูสวยของรูปถ่ายนั้น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของอีแวนส์ Evans (1962) ได้ให้คำอธิบายว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำอะไรจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการจะทำ นอกจากนี้มนุษย์มีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายใน แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. การนำเสนอตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำเสนอตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ในด้านของความชื่นชอบในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ดูหนัง ฟังเพลง ดูคอนเสิร์ต เดินห้างสรรพสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Eckartz (2007) ในทฤษฎีการนำเสนอตัวตน ที่ว่าความรู้สึกถึงความสัมพันธ์ (Relational presence) อธิบายถึงความรู้สึกทางด้านอารมณ์ที่ตอบสนองกัน หรือการรับรู้ถึงความสัมพันธ์ได้อย่างเด่นชัด สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตัวตนหรืออัตลักษณ์ ที่ว่า “ฉันคือใคร” ในสายตาผู้อื่น (อ้างอิง อภิญา เพ็ญฟู 2543) กล่าวว่่า ต้องมอง

อัตลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของภาพตัวแทน สมาชิกเฟซบุ๊กจึงต้องแสดงความเป็นตัวตนที่อยากให้อีกฝ่ายรู้จักหรือให้คนอื่นรับรู้มากที่สุด เพื่อความชัดเจนในการสร้างจุดสนใจให้เกิดแก่เพศตรงข้ามหรือกลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายของการสร้างความสัมพันธ์ผ่านช่องทางนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Biocca และ Biocca et al.(2001) ที่สร้างความเข้าใจของแนวคิดการนำเสนอตัวตนต่อสังคม (Social presence) ว่าคือ “ความรู้สึกที่อยู่ร่วมกับผู้อื่น” และมีความรู้สึกผูกพันกับผู้อื่น (Sense of engagement with the other) ไม่ได้อยู่เพียงลำพังหรือแยกตัวอยู่คนเดียว และมีการสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการหาคู่ของหญิงชาย (อ้างในมงคล หวังสุขใจ และชมพู โกติรัมย์ 2538) สังคมสมัยใหม่เปิดโอกาสให้หญิงชายเลือกคู่ครองกันเองโดยเสรีโดยทั่วไปมักใช้ความรัก และความพึงพอใจส่วนตัวเป็นหลักในการพิจารณา เช่น นิสัย ทัศนคติ รสนิยม หรือ ค่านิยมตรงกัน และมีความรักชอบพร้อมกัน

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์ต่อความคาดหวังของเยาวชนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผลการทดสอบสมมติฐาน 1 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของเยาวชนในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยระดับความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์จึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

จากผลการวิจัยที่พบว่าสอดคล้องกับยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ในทฤษฎีและแนวคิดความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยแนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ นั้น โดยเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใด

จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วนี่คือสิ่งที่ต้นต้องการจะทำ สอดคล้องกับแนวคิดของฟิลลิป วี เลวิส (Phillip V. Lewis, 1987) ที่กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวัง (Expectations Theory) ว่ามาจากพื้นฐานของแรงจูงใจที่ถูกกำหนดโดยความคาดหวังของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นส่วนประกอบให้บุคคลนั้นเลือกที่จะปฏิบัติเช่นใดในเวลานั้น ในการติดต่อสื่อสาร ผู้รับสารต่างคาดหวังและคาดคะเนซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร

และสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภนาฏ บัวบางพลู (2546) ที่ว่ามนุษย์เป็นผู้มีสติปัญญา สามารถวางแผนในการจัดพฤติกรรมของตน พฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย (Goal Oriented) พฤติกรรมการสื่อสารก็เช่นกัน เมื่อมนุษย์คาดคะเนหรือคาดหวังว่าจะได้รับอะไรบ้างหรือสื่อจะสนองต่อประโยชน์ส่วนตนอย่างไรบ้าง การใช้สื่อของมนุษย์ก็จะดำเนินไปตามความคาดหวังนั้นๆ

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผลการทดสอบสมมติฐาน 2 พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

จากผลการวิจัยพบว่าสอดคล้องกับภาสกร จิตไคร์ครวญ (2533) ที่ว่าการสื่อสารออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ความเป็นส่วนตัว และเทคโนโลยีของสื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเทคโนโลยีของสื่อใหม่ รวมทั้งระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

และสอดคล้องกับแนวคิดของ Michel Foucault (1984) เกี่ยวกับอัตลักษณ์บนไซเบอร์สเปซ (Identity & Cyberspace) ที่ว่าไซเบอร์สเปซเป็นเวที

ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือผู้แสดงทุกคนสามารถต่อรองปรับเปลี่ยน และสร้างอัตลักษณ์ของตนและของกลุ่มตามที่ต้องการได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับวรรณิ วีรศิริรัตน์ รุ่งเรือง (2547) โซเชียลสเปซเป็นชุมชนรูปแบบใหม่ที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อชีวิตผู้คนอีกใน และมีปฏิสัมพันธ์กันตามคุณค่าและความสามารถที่แต่ละคนมีทำให้อาจพบความสัมพันธ์บนโซเชียลสเปซในระดับค่อนข้างสูง

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมของเยาวชนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ผลการทดสอบสมมติฐาน3 ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 และมีความสัมพันธ์เชิงบวกหมายความว่าเยาวชนมีความคาดหวังจากการสื่อสารมากก็จะมีกรนำเสนอตัวตนต่อสังคมมากตามไปด้วย และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

สอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร จิตรไคร์ครวญ(2553)ที่วาระระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคม(Social Presence) ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นการรับรู้ถึงผู้อื่นจากการมีปฏิสัมพันธ์และที่เป็นผลมาจากความชื่นชอบอันเกิดมาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นความรู้สึกร่วมกัน

(Co- Presence)และความรู้สึกร่วมกัน (Relational Presence)ในเชิงบวก

สอดคล้องกับงานวิจัยของสายใจ ลีลาขจรจิต (2545) การสร้างสัมพันธ์ภาพในอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นคล้ายกับการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลในบริบทชีวิตจริง คือสัมพันธ์ภาพแบบเพื่อนทั่วไป รวมทั้งความสัมพันธ์ที่สามารถพัฒนากลายเป็นเพื่อนในชีวิตจริง หรือพัฒนาความไว้วางใจที่ระดับหนึ่ง กลายเป็นคู่รักหรือแต่งงานกันก็ได้ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของเพื่อนในอินเทอร์เน็ตในระดับสูงเช่นเดียวกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณิ วีรศิริรัตน์รุ่งเรือง (2547) ที่ว่าการนำเสนอตัวตนของผู้หญิง

ในเว็บไซต์มีการจัดหน้า ข้อความ ภาพ ตัวอักษร ที่สดใ้อ่านง่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับเพื่อนในเว็บไซต์และมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และเนื้อหาตลอดเวลาเพื่อแสดงความเป็นตัวตนให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. จากผลการศึกษาพบว่าเยาวชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์Facebook โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจเข้ามาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook)ทุกวัน วันละ 3 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่เข้าไปทำการกดไลค์(Like) มากที่สุด ดังนั้นนักสื่อสารการตลาดขององค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ควรเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์(Facebook) เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ทางการตลาดในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าหรือสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

2. จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีการนำเสนอตัวตนเกี่ยวกับความชื่นชอบในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ดูนั่ง ฟังเพลง ดูคอนเสิร์ต เดินห้างสรรพสินค้า ดังนั้นนักสื่อสารการตลาดสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการออกแบบสารเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ธุรกิจต่างๆที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต (Life Style) ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนได้

3. ผู้สอนด้านนิเทศศาสตร์สามารถนำผลการวิจัยไปบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องอาทิเช่น วิชาพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์พฤติกรรมและความคาดหวังในการนำเสนอตัวตนของผู้บริโภคที่เป็นเยาวชน และวิชาการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด สามารถนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เฟซบุ๊กซึ่งเป็นการตลาดยุคใหม่ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษา พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังและการนำเสนอตัวตนของเยาวชนเพื่อ

สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงปริมาณ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษา และการศึกษาค้นคว้าไม่ได้แยกกลุ่มเยาวชนที่ประกอบอาชีพขณะกำลังศึกษาอยู่ จึงทำให้ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังและการนำเสนอตัวตนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กค่อนข้างต่ำ หากต้องการทราบเหตุผลว่าทำไมจึงเป็นเช่นนี้ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจำเป็นต้องมีการ

ศึกษาในเชิงคุณภาพเข้ามาร่วมด้วย เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือวิธีการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการสื่อสารและการนำเสนอตัวตนของบุคคลทั่วไป เนื่องจากจากลักษณะประชากรที่แตกต่างกันออกไป จะมีประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม ความต้องการและความคาดหวังแตกต่างกันออกไป เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาวางแผนการออกแบบสารการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติ กันภัย. (2543). *การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). *สื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม, วารสารนิเทศศาสตร์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี งามประเสริฐ. (2541). *การแอบมองและจ้องดูที่ปรากฏในภาพยนตร์*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี (2545). *การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- นันทา วีรวิทยานุกูล. (2544). *“สตรีกับอัตลักษณ์.” สตรีศึกษา: ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ,
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์* กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- พิสิษฎ์ นาสิ (2554). *การนำเสนอตัวตนของนักศึกษาปริญญาตรี ผ่านการบริโภคสินค้าประดิษฐ์กาย*. สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาสกร จิตไคร์ครวญ (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534. *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*, กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณิ ศิริรัตน์รุ่งเรือง (2547). *ตัวตนและการนำเสนอตัวตนของผู้หญิงในเว็บไซต์หาคู่*. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.
- ศุจิภา ดวงมณี (2539). *การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน WWW ของสื่อมวลชนไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ศุณิสสา ทดลา (2542). *รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ศุภนาฏ บัวบางพลู. (2546) พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ภาษาอังกฤษ

BarztA. E. (1999) . Basic Statistical Concepts. New Jersey: Prentice –Hall.

Bloom, Benjamin S, Thomas J. and Madaus F. (1971) . Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: McGraw-Hill Book Company.

Friendster Valued At Just \$26.4 Million In Sale (Online) .Available from: <http://www.techcrunch.com/2009/12/15/friend-valued-at-just-26-4-million-in-sale/> (2010,December)

Klapper,Joseph T. (1960) . The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press.

Mccomb, Maxwell and Becker.Le. (1979) . Using mass Communication Theory. New York: Prenticehall.

Mcquail,Denis. (2005) . Mass Communication Theory.5th ed.London: SAGE Publications.

Palmgreen, P., Wenner, L.A., & Rayburn, J.D. (1981) . Gratification discrepancies and news program choice. Communication Research, 8, 451-478.

Rayburn, J.D., Palmgreen, P., & Acker, T. (1984) . Media gratifications and choosing a morning news program. Journalism Quarterly, 61, 149-156.

Rayburn, J.D., Palmgreen, P., & Acker, T. (1984) . Media gratifications and choosing a morning news program. Journalism Quarterly,

Roger. EM. (1976) . Communication and Development: The passing of dominant paradigm, Communication Research.

Schramm Wiblur. (1973) . Men Message and Media: A look at Mass Communication. New York: Harper and Roe Pulisher.

Shannon,Chaud E. And Weaver. The Mathermatcal.Theory, of Communication Virbra
