

การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บน
โทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)

วรยุทธ พายพายูห์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2561

การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บน

โทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักรชาย (เกย์)

วรยุทธ พายพายุห์

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

ศาสตราจารย์..........อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(พัชนี เขจรรรยา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

รองศาสตราจารย์..........ประธานกรรมการ
(ดร.อัสวิน เนตร โพธิ์แก้ว)

รองศาสตราจารย์..........กรรมการ
(ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

ศาสตราจารย์..........กรรมการ
(พัชนี เขจรรรยา)

ศาสตราจารย์..........คณบดี
(ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

มิถุนายน 2562

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)
ชื่อผู้เขียน	นายวรยุทธ พายพายุห์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2561

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) รวมทั้งศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย และศึกษาความคาดหวังการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย รวมถึงเพื่อศึกษาภาพสะท้อนคนรักเพศเดียวกันในสังคมที่ปรากฏในแอปพลิเคชัน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเกณฑ์พิจารณาจากการคัดเลือกจากเพศชายรักชาย จำนวน 10 คน โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการทำงานแอปพลิเคชันจริง มีอายุระหว่าง 20-35 ปี และเข้าทำงานมากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไปต่อวัน ส่วนใหญ่ทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัท นักศึกษา และประกอบอาชีพอิสระ ตามลำดับ

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อนำมาอธิบายปรากฏการณ์วิเคราะห์ข้อมูลและเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและกรอบการวิจัยในการศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เพื่อนำไปสู่องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณภาพด้านประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) มีดังนี้ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy Theory) ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-Disclosure Theory) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Theories of Motivation) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham H. Maslow (Maslow's Hierarchy of Need) ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Theory of Interpersonal Communication) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Uses-and-Gratification) ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(4)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่มีความคาดหวังอื่นใดจากแอปพลิเคชันหาคู่ให้มีบริการนอกเหนือจากปัจจุบัน เพราะตอนนี้ตอบโจทย์ความต้องการอย่างครบครันเนื่องจากเป็นเพียงสื่อเบื้องต้นที่ทำให้กลุ่มชายรักชายได้รู้จักกันเท่านั้น เมื่อรู้จักกันจนสนิทสนมจะแลกเปลี่ยนสื่ออื่นเป็นสื่อหลัก ซึ่งมีปัจจัยการเขาใจงานอยู่ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในที่เกี่ยวกับตัวบุคคลและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ ด้านแรงจูงใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่เกิดจากมีพื้นที่เปิดรับเฉพาะกลุ่มชายรักชายได้อย่างอิสระ ไม่ต้องกังวลเรื่องความไม่เข้าใจของสังคมบางส่วนที่ยังไม่เปิดรับและยังมีพื้นที่ได้พูดคุยสื่อสารกับเพศเดียวกัน มีกิจกรรมทำร่วมกัน หรือมีสังคมย่อยในออนไลน์ไว้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ 24 ชั่วโมง ส่วนคุณลักษณะของกลุ่มสนทนามีการคัดเลือกรูปภาพประจำตัวโดยคุณภาพลักษณะภายนอกเป็นลำดับแรก ส่วนด้านประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ คือ การทำความรู้จัก (หาเพื่อน หาคู่นอน) การสานความสัมพันธ์ การคบหาคู่สนทนาเป็นคนรัก การอำนวยความสะดวก และมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากต่อแอปพลิเคชันที่มีช่องทางการสื่อสารเฉพาะกลุ่มที่เป็นมากกว่าสื่อกลางการพูดคุย

ABSTRACT

Title of Thesis	Study of Benefits and Satisfaction of Using Dating Applications on Mobile Phone of Gay
Author	Mr. Worayut Phaiphayu
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2018

This study has a purpose for benefits and satisfaction of using dating applications on mobile phone of gay. Also Include factors using dating applications on mobile phone. And study the expectations of using the dating application of content theme of the gay group. Selected a purposive sampling, based on the selection criteria of 10 gays. By selecting key informants from used real applications, between 20 - 35 years old and more than 2 hours of use per day. Most of them work as employees, students, and freelancers.

This research uses qualitative research methodology, the researcher has reviewed the theories including the knowledge to use for describing phenomena, data analysis, and guidelines for creating theoretical frameworks and research frameworks for study of benefits and satisfaction of using dating applications on mobile phone of gay such as Maslow's Hierarchy of Need, Self-disclosure theory, Theories of Motivation, Uses-and-gratification, Expectancy Theory, Information about the dating application of gay, And related research.

The research found that, The key informant has no other expectation from the dating app to offer beyond the current service. This is the answer to the needs of the full because it is the only basic media that makes gay groups known only. When you know each other, they will exchange media as the main media. There are two factors, the internal factors related to the person and the external factors related to the application. The motivation for using the dating app is because there is an open space for gay freedom. Do not worry about the lack of understanding of the society that is not open, and there is talk area with same sex. Have activities together. The members' features

(6)

are selected from the image by looking at the external image first. The benefit and satisfaction of using the dating app is to getting to know friend or find sex, relationship, love, and facility. It's very satisfying to applications with more than just a communication channel.

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำแนะนำ ปรึกษา ดูแลเอาใจใส่พร้อมทั้งเป็นกำลังใจและเสียสละเวลาในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัยครั้งนี้ ทำให้วิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพยิ่ง และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิจัยทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความรู้ จนผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการทำงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังขอขอบพระคุณคณาจารย์สมัยปริญญาตรีที่ให้การสนับสนุนชี้แนะให้ผู้วิจัยได้ศึกษาต่อปริญญาโท คอยเป็นห่วงสอบถามการเรียนการทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง เป็นผู้มีส่วนสำคัญทำให้ผู้วิจัยได้พบแสงสว่างแห่งการเรียนรู้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด คุณค่าของวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดามารดา บุรพจารย์ทุกท่าน ขอยกคุณงามความดีให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิจัยฉบับนี้ตลอดไป

วรยุทธ พายพายุห์

กุมภาพันธ์ 2562

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาของการวิจัย	12
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	12
1.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา	12
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	18
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	19
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy Theory)	21
2.2 ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure Theory)	23
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Theories of Motivation)	25
2.4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham H. Maslow (Maslow's Hierarchy of Need)	27
2.5 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Theory of Interpersonal Communication)	31
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Uses-and-Gratification)	35
2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักรักชาย	37

2.8	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	46
3.1	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	46
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
3.3	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย	48
3.4	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
3.5	ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
3.6	การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล	50
บทที่ 4	ผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ	51
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	51
4.2	ความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันหาหุ่นโทรศัพท์มือถือ	52
4.3	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันหาหุ่นโทรศัพท์มือถือของ กลุ่มชายรักชาย	54
4.4	แรงจูงใจการใช้แอปพลิเคชันหาหุ่นโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย	57
4.5	คุณลักษณะคู่สนทนา	59
4.6	ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันหาหุ่นโทรศัพท์มือถือ ของกลุ่มชายรักชาย	60
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	65
5.1	วิธีการศึกษา	65
5.2	แหล่งข้อมูล	65
5.3	การวิเคราะห์ข้อมูล	66
5.4	สรุปผลการวิจัย	66
5.5	อภิปรายผล	70
5.6	ข้อเสนอแนะทั่วไป (เพื่อการประยุกต์ใช้)	78
5.7	ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งถัดไป	79
	บรรณานุกรม	80
	ประวัติผู้เขียน	84

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตัวแปรที่กระทบต่อกระบวนการงูใจ	30

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงจำนวนประชากรรักร่วมเพศในปัจจุบัน	2
1.2 แสดงภาพอันดับจำนวนประชากรรักร่วมเพศในแต่ละประเทศ	2
1.3 Blued Application	13
1.4 Hornet Application	14
1.5 Jack'd Application	15
1.6 Guyspy Application	16
1.7 Grindr Application	17
2.1 ความต้องการของมนุษย์ในทฤษฎีของ Maslow	28
2.2 การสนองความต้องการของมนุษย์ในการทำงาน	29
2.3 แอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย (Blued)	41

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เริ่มแรกชีวิตของคนเรานั้น ไม่ว่าจะได้รับการสั่งสอนโดยบุคคลหรือการเรียนรู้ของตนเองก็ตาม เรื่องของการกำหนดเพศจะมีก็เพียงแค่สองเพศ ก็คือ เพศชายและเพศหญิง ซึ่งธรรมชาติได้จัดแบ่งมนุษย์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ โดยมีความแตกต่างกันด้วยลักษณะทางเพศ ทั้งสรีระ กิริยาท่าทาง และน้ำเสียงที่ถูกกำหนดโดยฮอร์โมนเพศ อีกทั้งด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางสังคมกำหนดให้มีเพศสถานะ (Gender) ที่แตกต่างกัน ทำให้เพศชายต้องคู่กับเพศหญิงเสมอมา เพื่อจะได้มีเพศสัมพันธ์และมีการสืบเผ่าพันธุ์ของมนุษย์แต่ละคน ยังคงมีรายละเอียดของแต่ละชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ความผิดปกติบางประการของอวัยวะภายใน สภาพของจิตใจ และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ต่างมีส่วนผลักดันให้มีการพัฒนาการทางเพศของมนุษย์ที่แตกต่างกันออกไปจากเดิมที่เกิดมากลายเป็น “รักร่วมเพศ” (สิตลา ประดิพัทธ์กุลชัย, 2551) ดังเช่นสถิติจำนวนภาพรวมของประชากรรักร่วมเพศในปัจจุบัน ที่มีจำนวนทั้งโลกรวมกันทั้งหมดกว่า 4 ล้านคน โดยประเทศที่มีประชากรชายรักชายเข้าใช้งาน โซเชียลเน็ตเวิร์ค มากที่สุดคือ อินเดีย (3 ล้านคน) สหรัฐอเมริกา (760,000 คน) และอียิป (640,000 คน) ตามลำดับ ดังภาพที่ 1.1-1.2 แสดงจำนวนประชากรรักร่วมเพศในปัจจุบัน



ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรรักร่วมเพศในปัจจุบัน
แหล่งที่มา: จิซัง, ม.ป.ป.



ภาพที่ 1.2 แสดงภาพอันดับจำนวนประชากรรักร่วมเพศในแต่ละประเทศ
แหล่งที่มา: จิซัง, ม.ป.ป.

กลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศทั้งประเภทชายรักชาย และหญิงรักหญิง จัดเป็นวัฒนธรรมย่อยในสังคม ที่มีความแตกต่างไปจากสังคมทั่วไปในด้านของรสนิยมและการฝึกฝนทางเพศ กลุ่มคนเหล่านี้จะมีความคิดและความรู้สึกทางเพศต่อบุคคลซึ่งเป็นเพศเดียวกัน จากการศึกษาพฤติกรรมทางเพศแบบบรักร่วมเพศได้ประเมินไว้ว่า 10% ของผู้ชายมีพฤติกรรมบรักร่วมเพศ โดยสังคมไทยเริ่มมีการกล่าวถึงเรื่องบรักร่วมเพศมากขึ้น บทบาทเกย์เริ่มมีมากขึ้นในวงการศิลปะ แฟชั่น และบันเทิง แต่อย่างไรก็ตามสังคมไทยยังคงมองกลุ่มบรักร่วมเพศเป็นปัญหาของสังคมอยู่ ก่อให้เกิดศีลธรรมอันดีงามเสื่อมถอยลง ซึ่งแตกต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้วที่มองพฤติกรรมดังกล่าวว่าเป็นทางเลือกของชีวิต เนื่องจากสังคมไทยยังมีกรอบประเพณีและแนวความคิดที่ยังไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก ดังที่การเลือกปฏิบัติไม่ได้รับบุคคลที่มีพฤติกรรมผิดเพศเข้ามาศึกษาในสถาบันการศึกษา เพราะเกรงว่าจะเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีให้กับบุคคลอื่น ๆ ในอนาคต หรือการที่ไม่เห็นด้วยกับการนำนักกีฬา ซึ่งเป็นชายรักชายทั้งทีมออกอากาศทางโทรทัศน์ เพราะเกรงว่าคนที่ชมรายการจะถือเป็นแบบอย่างได้ ต่อมาได้มีการนำเหตุการณ์ดังกล่าวมาสร้างเป็นภาพยนตร์นำเสนอต่อสายตาคนทั่วไป แต่ผลที่ออกมาสังคมกลับเปิดโอกาสต้อนรับภาพยนตร์ดังกล่าวเป็นอย่างดี สามารถสร้างรายได้แก่ผู้สร้างเป็นอย่างมาก แม้จะมีทั้งผู้คัดค้านและสนับสนุนก็ตาม (เจริญวิทย์ ฐิติวารักษ์, 2544)

พฤติกรรมโฮโมเซ็กชวลในสังคมของชายไทยจึงถูกปกปิดซ่อนเร้น รับรู้กันเฉพาะพื้นที่ส่วนตัวเท่านั้น และการที่ผู้ชายไทยมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายด้วยกันยังเป็นเรื่องของ การ “อยากลอง” หรือ การเปลี่ยนรสนชาติ ซึ่งในสังคมของผู้ชายถือว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ ประเด็นนี้ Jackson อธิบายว่าพฤติกรรมโฮโมเซ็กชวลเป็นความหลากหลายของการแสดงออกทางเพศของผู้ชาย หรือเป็นความหลากหลายของ “เพศวิถี” (Sexuality) ของผู้ชาย ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีพฤติกรรมแบบบรักร่วมเพศเท่านั้น หากแต่ผู้ชายอาจมีเพศสัมพันธ์กับชายอื่นด้วยเหตุผลที่ต่างกันไป แต่เมื่อสังคมไทยเริ่มนำคำว่า “เกย์” มาใช้เรียกอัตลักษณ์ของชายรักชายในช่วงทศวรรษ 1960 พฤติกรรมดังกล่าวก็ถูกพูดอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ โฮโมเซ็กชวลที่ยังปกปิดซ่อนเร้นจึงจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงการถูกกล่าวหาว่าเป็นเกย์ เพราะกลัวเสียหน้า หรือเสียภาพพจน์ของความเป็นชาย (Jackson, 1997, p.178)

การศึกษาของ Jackson ยังพูดถึงการเกิดขึ้นของอัตลักษณ์เกย์ในสังคมไทยว่า เกิดขึ้นท่ามกลางฐานความคิดแบบ Sex/Gender Category ที่แยกเพศสรีระออกเป็น 2 เพศ คือ เพศชายกับเพศหญิง และแยกเพศสภาพเป็น 3 แบบ คือ ผู้ชาย ผู้หญิง และกะเทย ทำให้การอธิบายเพศสภาพของเกย์จะต้องยึดเอา “ความเป็นชาย” เป็นตัวแบบ และทำให้เกย์ถูกจัดให้มีเพศสภาพเดียวกับ “ผู้ชาย” สังคมไทยจึงไม่แยกความแตกต่างระหว่าง “ผู้ชาย” กับ “เกย์” แต่จะแยกพฤติกรรมชายรักชายออกจากชายรักหญิง แต่พฤติกรรมชายรักชายคือพฤติกรรมที่ล่อแหลมต่อการถูกประณามทางสังคม ดังนั้นผู้ชายที่มีจิตใจรักเพศเดียวกันจึงต้องปกปิดตัวเอง อย่างไรก็ตาม เกย์ที่มาจากกลุ่มชนชั้น

กลางในกรุงเทพฯ คือคนกลุ่มแรก ๆ ที่แสดงตัวว่าเป็นเกย์ในพื้นที่ของสถานบริการ เช่น บาร์ ชานา และผับ “อัตลักษณ์เกย์” ทำให้ผู้ชายไทยจำนวนมากที่มีความรู้สึกชอบเพศเดียวกันหันมาเปิดเผยตัวและแยกตัวจากบุคคลที่แสดงตัวแบบกะเทย และใช้ความเป็นชายเพื่อแสดงความแตกต่างจากกะเทย เกย์ไทยกับผู้ชายไทยจึงดำรงอยู่ในกลุ่มที่ใช้เพศสภาวะ “ความเป็นชาย” (Masculinity) ร่วมกัน

เมื่อเกย์กับผู้ชายดำรงอยู่ในเพศสภาพเดียวกัน ทำให้การกีดกันหรือการควบคุมเกย์ในสังคมไทยต่างไปจากตะวันตก กล่าวคือ เกย์ไทยสามารถดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันได้เหมือนกับผู้ชายทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงาน การเรียน และการเข้าสังคม เกย์ไทยสามารถเข้าสังคมได้ง่ายกว่ากะเทย Jackson กล่าวว่า ด้วยเงื่อนไขดังกล่าวนี้ทำให้เกย์ดำรงอยู่ได้อย่างปกติ ไม่ถูกลงโทษหรือถูกล้อเลียนเหมือนกับกะเทย เรื่องที่สำคัญก็คือ “ความเป็นชาย” ของเกย์เป็นเรื่องที่เปิดเผยและทำให้เขามีพื้นที่ทางสังคม แต่พฤติกรรมทางเพศของเขาจะไม่ถูกพูดถึงในพื้นที่สาธารณะ เกย์ไทยจึงไม่กังวลในเรื่องเพศสภาพ (Gender) แต่กังวลเรื่องพฤติกรรมทางเพศ (Sexual Activities) และความปรารถนาทางเพศวิถี (Sexuality) แจ็คสันมองว่า โครงสร้างความคิดคู่ตรงข้ามชาย-หญิงที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทย จะไม่ยอมรับพฤติกรรมไฮโมเช็กชวล เพราะบุคคลที่มีพฤติกรรมนี้จะถูกมองว่า “ไม่ใช่ผู้ชาย” การใช้ชีวิตของเกย์ไทยจึงต้องระวังตัวต่อการถูกเปิดเผยในพฤติกรรมทางเพศ (Jackson, 1997, p. 184)

การศึกษาเพศวิถีและอัตลักษณ์ของไฮโมเช็กชวลในโลกตะวันตก วางอยู่บนข้อถกเถียงที่ต่างกันสองแบบ คือ การแสวงหาความจริงแท้ (Essentialism) กับการผลิตสร้างทางสังคม (Social Constructionism) ซึ่งข้อถกเถียงแบบคู่ตรงข้ามนี้ถูกวิพากษ์วิจารณ์จากกระบวนทัศน์หลักเพศวิทยาในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา เมื่อกลับมาดูการศึกษาเกย์ในสังคมไทยก็จะพบว่ามีการใช้กรอบความคิด หรือกระบวนทัศน์ที่ต่างกัน สามแบบ คือ กระบวนทัศน์ปฏิฐานนิยม (Positivism), กระบวนทัศน์สัมพัทธนิยม (Relativism), และกระบวนทัศน์หลักเพศวิทยา (Queer)

1) กระบวนทัศน์ปฏิฐานนิยม (Positivism) แผงเร้นอยู่ในคำอธิบายที่พยายามแยกขั้วระหว่างสังคมรักต่างเพศกับสังคมรักเพศเดียวกัน เพื่อที่จะทำให้เห็นว่าเกย์ถูกสังคมรังเกียจอย่างไร สังคมควรให้โอกาสและเห็นใจเกย์อย่างไร ขณะเดียวกันเกย์ควรจะปฏิบัติตัวเป็นคนดีเพื่ออยู่ในสังคมร่วมกับคนอื่น ๆ อย่างไร การมองในแนวนี้นพบได้ในการศึกษาของสุพร เกิดสว่าง (2546) และสิทธิพัฒน์ เฉลิมยศ (2551) ซึ่งเชื่อในบรรทัดฐานจารีตประเพณีและระบบศีลธรรม ลึก ๆ แล้วการศึกษาในแนวนี้นมองว่าการเป็นคนดีมีแก่นแท้ที่ชัดเจน หากเกย์เป็นคนดีก็จะทำให้ได้รับการยอมรับจากสังคม รวมทั้งมองว่าการที่เกย์สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมรักต่างเพศได้ถือเป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด นอกจากนั้น ยังพบในการศึกษาทางนิเทศศาสตร์ที่สนใจการสื่อสารในชุมชนเกย์

ซึ่งพบในการศึกษาของภัทราวดี พันธุ์จันทร์ (2548) สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และพจนา รูปแก้ว (2549) ที่มองว่าองค์กรเกย์คือพื้นที่สำหรับสร้างความมั่นใจให้กับเกย์และจะเป็นปากเสียงในการต่อสู้เพื่อสิทธิให้กับเกย์คนอื่น ๆ รวมถึงงานของไซโย นิธิอุบัติ (2546) ที่มองว่าอัตลักษณ์เกย์จะปรากฏอยู่ในการสื่อสารทางสังคม การศึกษาในสายนิเทศศาสตร์นี้มักจะมองว่าตัวตนทางเพศมีอยู่ในร่างกายตามธรรมชาติ และจิตสำนึกที่ปรากฏอยู่ในตัวคน จิตสำนึกนี้จะถูกปลดปล่อยออกมาเมื่อมีสถานการณ์ที่เอื้ออำนวย นอกจากนั้นยังมองว่าตัวตนทางเพศเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการปลดปล่อย เชื่อว่ามีความจริงเกี่ยวกับเพศที่รอการแสดงออก หรือเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงขับภายใน และเพศจะต้องมีการจัดแบ่งเป็นกลุ่ม เป็นประเภทต่าง ๆ และคนที่มีเพศภาวะ เพศวิถีแบบเดียวกัน จะต้องมารวมตัว ซึ่งนำไปสู่การสร้างกลุ่มสังคมทางเพศ จะเห็นว่าการอธิบายเกย์ในงานศึกษาเหล่านี้ ยังเชื่อในการแบ่งแยกขั้วเพศวิถีระหว่าง “รักต่างเพศ” และ “รักเพศเดียวกัน” ซึ่งเป็นฐานคิดแบบเหตุผลนิยม และสารัตถะนิยม (Essentialism) ความคิดเหล่านี้มาจากตรรกะแบบวิทยาศาสตร์ที่เชื่อในโลกวัตถุและความจริงตามธรรมชาติ ที่พยายามจัดสิ่งต่าง ๆ เป็นคู่ตรงข้าม ทำให้ความเข้าใจเกี่ยวกับเพศวิถีของเกย์ในการศึกษาในกระบวนทัศน์นี้เป็นเพศวิถีของสิ่งที่มีแก่นแท้แน่นอน ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในการศึกษาทางวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์

2) กระบวนทัศน์สัมพัทธนิยม (Relativism) ในการศึกษาริบทประวัติศาสตร์ที่พบในงานของ Jackson (1995, 1997, 1999) และนฤพนธ์ ด้วงวิเศษ (2553) ซึ่งให้เห็นบริบททางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์เกย์ไทยที่ต่างไปจากเกย์ในตะวันตก โดยเฉพาะเกย์ไทยจะแสดงบทบาทผู้ชายในพื้นที่สาธารณะ และแสดงบทบาทเกย์ในพื้นที่ส่วนตัว รวมทั้ง ช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เกย์แต่ละยุคสมัยจะมีวิธีการแสดงตัวตนที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม การศึกษาในแนวประวัติศาสตร์ไม่เชื่อในความเป็นสากลของเกย์ แต่มองว่าวัฒนธรรมเกย์ในแต่ละที่มีการหิบบียมความความรู้ท้องถิ่นและสากลมาใช้ในสถานการณ์ที่ต่างกัน เบ้าหลอมวัฒนธรรมเกย์จึงไม่ได้มีเบ้าหลอมเดียวกัน ในแง่หนึ่ง การศึกษาริบทประวัติศาสตร์ช่วยขยายความเข้าใจเรื่องเพศภาวะและเพศวิถีของคนในท้องถิ่น ทำให้เห็นว่าวิถีคิดและการแสดงออกเกี่ยวกับพฤติกรรมรักเพศเดียวกันในวัฒนธรรมไทยต่างไปจากวัฒนธรรมอื่น ๆ แต่ในอีกแง่หนึ่ง ก็เป็นการมองหา “ลักษณะเฉพาะ” ของอัตลักษณ์เกย์ไทย ซึ่งเชื่อว่าบริบทท้องถิ่นจะหล่อหลอมให้เกย์ไทยมีตัวตนขึ้นมา การย้อนกลับไปหาลักษณะเฉพาะ จึงเสมือนการต่อต้านความเป็นสากลและกระแสโลกาภิวัตน์ ในงานของ Jackson ส่วนใหญ่มักจะนำความท้องถิ่นของเกย์ไทยเพื่อไปวิพากษ์ทฤษฎีตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการศึกษากายในสังคมอื่น ๆ Jackson มองว่ามีข้อจำกัดทางแนวคิดทฤษฎีของตะวันตกในการทำความเข้าใจวิถีชีวิตของเกย์ในที่อื่น ๆ แต่ในขณะที่เดียวกันก็เชื่อในระบบทุนนิยมและวัฒนธรรมบริโภคที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์และแบบแผนการดำเนินชีวิต

ของเกย์ไทย ในการศึกษาของนฤพนธ์ คิ้วงวิเศษ (2553) ได้ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมบริโศกกับวิถีคิดเรื่องเพศในชุมชนเกย์ไทยที่ส่งผลให้เกย์ไทยแสดงอัตลักษณ์ผู้ชายและอัตลักษณ์เกย์ในบริบทที่ต่างกัน การมองหาลักษณะเฉพาะของเกย์ไทยจากการศึกษาของปีเตอร์และนฤพนธ์ คิ้วงวิเศษ (2553) ได้ข้อค้นพบประการหนึ่งคือ เกย์ไทยนำเอาเพศภาวะ “ผู้ชาย” มาใช้แสดงออกในพื้นที่สาธารณะเพื่อไม่ให้สังคมมองว่า “ไม่ใช่ผู้ชาย” นอกจากนี้ สิ่งที่ควรมีการตั้งคำถามและอธิบายเพิ่มเติมในการศึกษาเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ก็คือ การทำความเข้าใจเรื่องอารมณ์ปรารถนาและรูปแบบการแสดงออกของเกย์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาและเงื่อนไข การศึกษาคควรชี้ให้เห็นว่าอารมณ์ความรู้สึกของเกย์ไม่ได้มีเพียงแบบเดียว เกย์แต่ละยุคไม่ได้ใช้ชีวิตภายใต้บริบทเดียวกัน การชี้ให้เห็นความแตกต่างของอารมณ์เหล่านี้จะทำให้เห็นว่าเกย์ในปัจจุบันมีวิถีคิดและพฤติกรรมต่างไปจากเกย์ในอดีตอย่างไร เช่น การแสดงความรัก การมีเซ็กส์ การสร้างสัมพันธ์ทางสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ แม้แต่เกย์ที่มีชีวิตร่วมอยู่ในยุคสมัยเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องแสดงออกในแบบเดียวกัน เพราะเกย์แต่ละคนมีพื้นฐานและความเป็นมาต่างกัน ทั้งฐานะทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และแบบแผนการดำเนินชีวิต

3) กระบวนทัศน์ลัทธิเพศวิทยา (Queer) ช่วยให้เข้าใจว่าญาณวิทยาในการศึกษาเกย์ในสังคมไทยยังคงเชื่อเรื่องการปลดปล่อยเกย์ออกจากสังคมที่เป็นรักต่างเพศ กล่าวคือ ความรู้กระแสหลักเป็นการสร้างคู่ตรงข้ามระหว่างรักต่างเพศกับรักเพศเดียวกัน หรือเพศธรรมชาติกับเพศผิดธรรมชาติ (Turner, 2000, p. 34) ลึก ๆ แล้วเป็นการอธิบายด้วยความคิดแยกขั้วนี้ยังเชื่อในความจริงแบบแก่นแท้ เกย์จะถูกสร้างให้เป็นมนุษย์อีกกลุ่มหนึ่งที่ถูกละเลยหรือเป็นคนที่อยู่ชายขอบ ซึ่ง Warner (1993) เรียกว่า Marginal Styles of Embodiment หรือ ความมีตัวตนในแบบชายขอบ สิ่งนี้เมื่อถูกอธิบายในพื้นที่สาธารณะ จะกลายเป็นสัญลักษณ์ของความจริง การทำให้เกย์กลายเป็นคนอีกกลุ่มหนึ่งคือการจัดประเภทและสร้างความแตกต่าง กระบวนทัศน์ลัทธิเพศวิทยาพยายามที่จะก้าวข้ามไปจากวิถีคิดนี้ โดยการเริ่มต้นวิพากษ์หรือ “รื้อสร้าง” สิ่งที่เรียกว่า ความรู้และความจริงเกี่ยวกับเพศของมนุษย์ เช่น ถามว่าทำไมจึงมีการแบ่งแยกอารมณ์ความรู้สึกทางเพศเป็นคู่ตรงข้าม และการแบ่งประเภทนี้คือความจริงเกี่ยวกับเพศใช่หรือไม่ Adam (2002) อธิบายให้เห็นว่า กระบวนทัศน์ลัทธิเพศวิทยาพยายามตรวจสอบความรู้และความจริงโดยไม่มองว่าเกย์เป็นคนกลุ่มน้อยทางเพศ แต่มองว่าเป็นผลผลิตของวิถีคิดของการจัดแบ่งประเภท เช่น แยกความเป็นชายออกจากความเป็นหญิง และนำไปสู่การอ้างความเป็นชายในวัฒนธรรมเกย์ (Adam, 2002, p. 19) การยึดในการแบ่งแยกประเภทส่งผลให้เกิดการสร้างความจริงเกี่ยวกับโฮโมเซ็กชวลในหลายรูปแบบ เช่น เชื่อในสิทธิเสรีภาพของเกย์ และการปลดปล่อยเกย์จากสังคมรักต่างเพศ เป็นต้น ถึงแม้ว่าลัทธิเพศ

วิทยาจะช่วยให้เห็นปัญหาของวิถีคิดการแบ่งแยกประเภท อย่างไรก็ตามการศึกษาที่วิพากษ์สังคมและวัฒนธรรมเกย์ยังพบน้อยมากในไทย

การศึกษาของนฤพนธ์ ค้วงวิเศษ (2553) ซึ่งให้เห็นว่าการเคลื่อนไหวของเกย์ในสังคมไทยต่างไปจากเกย์ตะวันตก เพราะสังคมเกย์ไทยเติบโตมาภายใต้วัฒนธรรมบริโกลในทศวรรษ 2520 ซึ่งอาศัยสินค้าและบริการทางเพศเป็นเครื่องบ่งบอกถึงอัตลักษณ์เกย์ ทำให้การเคลื่อนไหวของเกย์ไทยเน้นวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ซึ่งเกย์แต่ละคนจะปลดปล่อยตัวตนในพื้นที่ส่วนตัว เช่น บาร์ ผับ ซาวน่า และดิสโก้เทค พื้นที่ส่วนตัวนี้ทำให้เกย์ปลอดภัยจากการดูหมิ่นเหยียดหยาม แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้เกย์สนใจเรื่องเซ็กส์และกามรมณ์ และใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมที่สำคัญสองอย่าง คือ การเดินพาเหรดและการทำงานด้านสุขภาพทางเพศ นฤพนธ์ ค้วงวิเศษ (2553) ซึ่งให้เห็นว่าปฏิบัติการทั้งสองนี้ สะท้อนภาพการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมที่ชาวเกย์ไทยพยายามแสดงตัวตนในพื้นที่สาธารณะ โดยการต่อรองกับสังคมภายนอกผ่านการให้ความหมายและกระบวนการทัศน์เกี่ยวกับการเป็น “เกย์ที่ดี” เป็นเกย์ที่ทำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น

นอกจากนั้น อัตลักษณ์ของเกย์ไทยเป็นอัตลักษณ์ทับซ้อน (Multiple Identity) ซึ่งเกิดจากเกย์แต่ละคนเลือกที่จะนำความเป็นหญิงและความเป็นชายมาแสดงออก ทำให้อัตลักษณ์ไม่มีเอกภาพ เช่น เป็นเกย์สาว เกย์แมน เกย์รูก เกย์รับ เกย์ที่รูกและรับ (เกย์โบท) เกย์สาวที่เป็นรูก (สาวเสียบ) หรือเกย์แมนที่เป็นรับ อัตลักษณ์ทับซ้อนเหล่านี้ทำให้เกย์สามารถยืดหยุ่นต่อการสร้างความสัมพันธ์ทางเพศกับคนรัก หรือคู่นอน รวมทั้งอัตลักษณ์เกย์ไทยมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ (Situating Identity) ซึ่งเกย์จะแสดงอัตลักษณ์ผู้ชายเมื่ออยู่กับครอบครัวหรือในที่สาธารณะ และจะแสดงอัตลักษณ์เกย์กับเพื่อนสนิทและในพื้นที่ส่วนตัว

การศึกษาของสุธรรม ธรรมรงค์วิทย์ (2548) ใช้การศึกษาจากประสบการณ์ชีวิตของเกย์ 3 คน เพื่อทำความเข้าใจการต่อรองกับอำนาจที่สังคมสร้างขึ้นเพื่อควบคุมบุคคลที่เป็นเกย์ ซึ่งอำนาจนี้มาจากสังคมที่ใช้บรรทัดฐานของรักต่างเพศเป็นเกณฑ์ สุธรรมอธิบายว่าเกย์แต่ละคนจะมีวิธีต่อรองต่อต้าน ขัดขืนในแบบที่ต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ชีวิต สภาพแวดล้อมในครอบครัว ในโรงเรียน ที่ทำงาน และในสถานการณ์ทางสังคม แต่สิ่งที่เกย์มีส่วนร่วมคือการปกปิดซ่อนเร้นตัวเอง หรือการแอบซ่อนความเป็นเกย์มิให้ใครรู้ การปิดบังนี้ทำให้เกย์สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้ เช่น การแสดงความเป็นชาย อยู่ในกลุ่มเพื่อนผู้ชาย แกล้งทำเป็นชอบผู้หญิง จีบผู้หญิงหรือเที่ยวผู้หญิง เพื่อให้คนอื่น ๆ มองว่าเขาไม่ใช่เกย์ แต่ในกรณีที่เลวร้ายที่สุดคือการปฏิเสธความเป็นเกย์ของตัวเอง ในกรณีหลังนี้เกย์จะพยายามนำตัวออกห่างจากสังคมเกย์และทดแทนด้วยการทุ่มเทให้กับงาน นอกจากนั้น เกย์ในสังคมไทยระมัดระวังตัวต่อการเสียภาพพจน์เป็นอย่างมาก เพราะเกย์ไม่

ต้องการให้คนอื่นมองว่าเขา “ไม่ใช่ผู้ชาย” การควบคุมตัวเองของเกย์ คือภาพสะท้อนของอำนาจทางสังคมที่พยายามสร้างระบบความหมายทางเพศ ซึ่งเกย์ได้รับเอามาใช้กับตัวเอง

แต่ขณะเดียวกันสังคมบางส่วนเริ่มยอมรับกลุ่มรักร่วมเพศมากขึ้น แต่อีกมุมมองหนึ่งก็มองว่ารักร่วมเพศเป็นเรื่องที่ผิดปกติ ไม่สมควรยอมรับ โดยเฉพาะจากเหตุการณ์ที่กรมประชาสัมพันธ์ได้ส่งหนังสือเวียน ลงวันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2542 ขอความร่วมมือกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ทุกช่อง โดยไม่ให้บุคคลที่มีความผิดปกติทางเพศ ออกรายการโทรทัศน์ โดยให้เหตุผลว่าอาจเกิดการลอกเลียนแบบ โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะประเด็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและประเด็นการจำกัดเสรีภาพของสื่อ นอกจากนี้ก็กลุ่มชายรักชายในประเทศไทยก็มีความเคลื่อนไหวและรวมตัวกันเพื่อจัดกิจกรรมสม่ำเสมอ ตลอดจนกิจกรรมการพบปะเฉพาะกลุ่มชายรักชายในสถานที่ต่าง ๆ และมีการดำเนินการเรียกร้องและสนับสนุนให้มีการออกกฎหมายรองรับสิทธิของการจดทะเบียนสมรสของชายรักชายขึ้น ซึ่งทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากสังคมไทยยังมองว่าครอบครัวที่สมบูรณ์ต้องประกอบไปด้วยพ่อแม่และลูก แต่การที่ชายรักชายแต่งงานกันไม่สามารถผลิตหรือสร้างสมาชิกใหม่ให้สังคมได้ และการออกกฎหมายเกี่ยวกับกลุ่มรักร่วมเพศ ก็ไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์และยังส่งผลกระทบต่อกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดด้วย (สิตลา ประดิพัทธ์กุลชัย, 2551)

จะเห็นได้ว่าสังคมไทย มีการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชายอย่างมีอคติและเป็นไปได้แง่ลบ ที่กล่าวถึงสถานภาพของชายรักชายที่นำเสนอมักเป็นรูปแบบของการเหมารวม เป็นพวกกระตุงกระตึ่ง ชอบเที่ยวกลางคืน ชอบนินทา และมีวิถีทางของการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งจากบริบทดังกล่าวจึงทำให้กลุ่มชายรักชายในสังคมหลายคนรู้สึกอับอาย และลำบากใจต่อการเปิดเผยและแสดงตนออกมาต่อสังคม เพราะพวกเขากลัวถูกปฏิเสธและกลายเป็นตัวตลก อีกทั้งยังไม่ให้การยอมรับความเป็นรักร่วมเพศของตน มีเพียงส่วนน้อยที่กล้าเปิดเผยตัวเอง ทำให้กลุ่มบุคคลดังกล่าวมีสังคมอีกสังคมหนึ่ง ซึ่งเป็นสังคมที่อยู่ในโลกไซเบอร์ ที่มีการนำเทคโนโลยีและระบบโทรคมนาคมมาเชื่อมโยงกับระบบคอมพิวเตอร์ จนทำให้เกิดเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เรียกว่าอินเทอร์เน็ต ซึ่งการเกิดขึ้นของเครือข่ายดังกล่าวนี้ไม่ใช่เพียงแค่เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่ยังเกิดเครือข่ายทางสังคมอีกด้วยโดยลักษณะของเครือข่ายทางสังคมนั้น เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะของสัมพันธ์ต่าง ๆ ของเพื่อน ผู้ร่วมงาน เป็นชุมชน ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายที่กว้างที่สุด (กิ่งรัก อิงคะวัต, 2552)

หากย้อนกลับไปในยุคโบราณของอียิปต์ กรีก และโรมัน พฤติกรรมแบบชายรักชายเกิดขึ้นมานานแล้วหลายศตวรรษ ดังจะปรากฏในหลักฐานต่าง ๆ ทางวรรณกรรม ภาพวาด และภาพ

แกะสลักมากมาย อีกทั้งบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ต่างก็มีพฤติกรรมดังกล่าวอย่างแพร่หลาย แม้แต่นักปราชญ์อย่าง อริสโตเติล ยังเขียนถึงความรักที่เขามีต่อเด็กหนุ่ม โดยไม่เกรงกลัวต่ออะไรทั้งสิ้น ในยุคของจักรวรรดิโรมัน ก็มีโสเภณีขายบำเรอความสุขอย่างแพร่หลาย จูเลียส ซีซาร์เอง ก็เป็นที่กล่าวถึงว่าชอบมีความสัมพันธ์กับองครักษ์หนุ่ม นอกจากนี้ยังมีบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีพฤติกรรมดังกล่าวมากมาย อาทิเช่น พระเจ้าเฟรเดอริคมหาราช ไมเคิล แองเจโล เพลโต ลีโอนาโด ดา วินชี เซกสเปียร์ มาร์โล ไชคอฟสกี ออสการ์ ไวลด์ เป็นต้น (เจริญวิทย์ ฐิติวารักษ์, 2544) แต่ด้วยความทันสมัยที่เข้ามาจึงส่งผลทำให้พฤติกรรมของคนภายในสังคมเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญของเทคโนโลยี อีกทั้งมีการเลือกคู่ได้อิสระมากขึ้น ไม่ถูกคลุมถุงชนเหมือนสมัยก่อน และมีช่องทางต่อการหาคู่เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะรูปแบบของการสื่อสาร โดยอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารมีความรวดเร็วมากขึ้น และเนื้อหาของการพูดคุยและสนทนากัน ก็เป็นอิสระมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนั้น ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของทุกคนมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะคุณลักษณะพิเศษบนสมาร์ตโฟนที่มีต่อรูปแบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เรียกว่าแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายได้ทุกที่ ทุกเวลา จะทำให้สามารถช่วยย่นระยะเวลาของการส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้เร็วยิ่งขึ้น (ชยกัทร จินดาเลิศ, 2552)

พัฒนาการการหาคู่ครองของคนไทยสมัยโบราณเริ่มจากหนุ่มสาวไปเจอกันในงานวัด หรือเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เมื่อถูกใจก็เกี่ยวพาราสักกันจนเป็นที่พอใจกันทั้งสองฝ่าย ฝ่ายชายจึงให้ผู้หญิงไปคู่ขอฝ่ายหญิงมาเป็นแม่เรือน มิเช่นนั้นก็ต้องพึ่งพาแม่สื่อแม่ชักเป็นผู้ทำหน้าที่จับคู่ให้หนุ่มสาวได้พบ นัดเที่ยว และคบหาคุยกัน ล่วงเข้าสู่ยุคสมัยที่มีสื่อสิ่งพิมพ์ คนก็เริ่มหาคู่ผ่านคอลัมน์จับคู่ เช่น คอลัมน์มาลัยเสียวรัก โดยลุงหนวด ที่ส่งรูปและข้อมูลส่วนตัวไปลงหนังสือพิมพ์ เพื่อหาเพื่อนใจที่มีความสนใจใกล้เคียงกัน พัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ ทันสมัยขึ้นมาหน่อยก็ไปหาคู่กันในสถานที่เที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่เที่ยวยามค่ำคืน และรู้จักดีว่าเป็นได้เพียงเพื่อนเที่ยวเพื่อนกินกันชั่วครั้งชั่วคราวเท่านั้น เมื่อโลกาภิวัตน์พาระบบอินเทอร์เน็ตมาถึง กระบวนการการหาคู่ก็ง่ายดายนขึ้นมาก โดยพัฒนามาจากโปรแกรมแชตบนคอมพิวเตอร์ เช่น ไอซีคิว เพิร์ช เว็บบอร์ดต่าง ๆ เว็บไซต์คู่ มาจนถึงเอ็มเอสเอ็น โปรแกรมแชตของสอตเมลที่มีคนนิยมใช้กันทั่วโลก เพียงแค่ดาวน์โหลดโปรแกรมมาไว้ในคอมพิวเตอร์ และกรอกยูสเซอร์เนมและพาสเวิร์ดเท่านั้นก็เข้าไปคุยกับเพื่อนได้ทั่วโลกแล้ว การพัฒนาจากการคุยกันจนไว้นื้อเชื่อใจแล้วจึงนัดออกไปพบกันในโลกความเป็นจริง จึงเกิดขึ้นได้ และทำให้หลายคู่ได้แต่งงานกันเพราะโปรแกรมแชตก็มีเยอะแล้ว แต่ที่ถูกหลอกไปทำมิติมิร้ายหรือหลอกหลวงขโมยทรัพย์สินก็คงมีพอกัน แต่คงไม่ค่อยมีใครอยากเป็นข่าวร้าย ๆ สักเท่าไร ต่อมาเว็บโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง Hi5 เริ่มเกิดขึ้น โดยผู้พัฒนาเขียนโปรแกรมให้มีการส่ง

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปเชิญคนมาสมัครเป็นสมาชิก เมื่อสมัครสมาชิกเสร็จ ก็มีคำสั่งให้ส่งจดหมายออกไปเชิญชวนเพื่อนในลิสต์มาสมัครต่อ ๆ กัน ไปอีกกลายเป็นโซเชียลเน็ตเวิร์กที่คนเล่นเว็บเดียวกัน สามารถมาทำความรู้จักตัวตนของกันและกันผ่านรูปถ่ายและโปรไฟล์บนเว็บโซเชียลเหล่านั้นได้ ซึ่งภายหลัง Facebook ของซัคเกอร์เบิร์กก็มาแรงแซงเว็บโซเชียลอื่น ๆ ขึ้นแทนโซเชียลเน็ตเวิร์กอันดับ 1 สำเร็จ จนทำให้หลายคนต้องมีแอกเคานต์ Facebook อย่างน้อยคนละ 1 แอกเคานต์ คนจึงเปลี่ยนมาทำความรู้จักกันผ่าน Facebook เพราะได้คุย ได้แสดงความเห็น แบ่งปันสิ่งที่สนใจร่วมกัน จนกระทั่งถึงยุคของเทคโนโลยีของสมาร์ตโฟนที่สามารถรองรับโซเชียลเน็ตเวิร์กได้อย่างไร้ขีดจำกัดมากขึ้น โดยอาศัยเทคโนโลยีระบุพิกัด GPS ซึ่งมีมากับสมาร์ตโฟนทุกเครื่อง จึงทำให้เราหาเพื่อนใหม่ง่ายดายแบบที่แทบจะเดินไปหาได้ในทันที หากกำลังออนไลน์แอปพลิเคชันเดียวกันอยู่ในขอบเขตใกล้ ๆ กัน แอปพลิเคชันประเภท “หาคู่” ช่วยเยียวยาอาการโสดเดี่ยวของคนเมืองได้ ยิ่งได้รับความนิยมก็ยังมีคนพัฒนาออกมาหลากหลายยี่ห้อ และมีลักษณะเจาะจงเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เพื่อให้สังคมมีทางเลือกหลากหลาย จากที่มีวัตถุประสงค์ในการหาเพื่อนคุยปกติธรรมดา ก็กลายเป็นโปรแกรมที่นำมาใช้หาคู่

จากการเปลี่ยนแปลงบทบาทของอินเทอร์เน็ตและรูปแบบของการทำงานดังกล่าว ทำให้การสื่อสารของอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือในปัจจุบัน โดยเฉพาะการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันเพื่อการสนทนาและการทำความรู้จักกันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น คู่สนทนากล้าเปิดเผยความรู้สึกนึกคิดมากขึ้น แต่ทว่าเมื่อพิจารณาจากอีกแง่มุมหนึ่งจะพบว่า การสื่อสารในอินเทอร์เน็ตนั้น ก็ช่วยให้คู่สนทนามีโอกาสได้ปิดบังความจริงหรือเรื่องราวจากชีวิตจริงของตนเองได้มากขึ้นเช่นกัน เพราะว่าการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตก็เป็นเพียงการสื่อสารที่ไม่ต้องเห็นหน้าคู่สนทนา ไม่ต้องเผชิญหน้ากับคู่สนทนา อากัปกริยา ท่าทาง อวัจนภาษา เสียง สีหน้า การเคลื่อนไหวของร่างกาย และลักษณะที่ปรากฏให้เห็นภายนอก ที่สามารถเห็นได้จากการสนทนาแบบเผชิญหน้า หรือแม้แต่การคุยทางโทรศัพท์ ภาษากายทั้งหมดนี้ดูเหมือนจะขาดหายไป แต่การสื่อสารผ่านสื่อกลางผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือชุมชนออนไลน์กลับได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นและมีบทบาทมากขึ้นในสังคมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสังคมเมือง และการขยายตัวสู่ทุกส่วนที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นที่น่าสนใจว่า จากจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นนั้น จะมีสัดส่วนของชายรักชายจำนวนเท่าใด ที่มีการสนทนาผ่านชุมชนออนไลน์ดังกล่าว แม้ว่าจะยังไม่มีสถิติที่สามารถยืนยันข้อมูลและบทบาท ตลอดจนพฤติกรรมของชายรักชายในการใช้สื่อชุมชนออนไลน์สมัยใหม่ในประเทศไทย เนื่องเพราะการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้สื่อสารมองไม่เห็นร่องรอยเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ตัวผู้สื่อสารหมดโอกาสที่จะเห็นการแสดงออกทางสีหน้า และท่าทางอื่น ๆ ของผู้สื่อสาร ซึ่งทำให้ชาย

รักชายใช้เป็นช่องทางของการแสวงหา แสดงออกถึงตัวตนที่แท้จริงของตนเองได้มากกว่าจะแสดงให้ปรากฏในสังคมอื่น ๆ (กิ่งรัก อิงคะวัต, 2552)

แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมโยงชายรักชายเข้าไว้ด้วยกัน ได้รับการยอมรับในฐานะของสื่อสมัยใหม่ที่ดำรงอยู่ผ่านอินเทอร์เน็ต และถือเป็นตัวเล็อกหนึ่งในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเป็นช่องทางของการสื่อสารที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวและเป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งมีเนื้อหาและพื้นที่สำหรับการใช้ในการสื่อสารสร้างสัมพันธ์ สนองความต้องการของตนเอง และการถูกมองว่าแอปพลิเคชันออนไลน์เพื่อใช้ในการสนทนา ตลอดจนการเชื่อมสัมพันธ์ของกลุ่มชายรักชายเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม เป็นแหล่งรวมของสิ่งที่สังคมรังเกียจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามเข้ามาควบคุม จัดระเบียบ และดูแลอย่างเข้มงวดใกล้ชิด แต่ขณะเดียวกัน จำนวนผู้เข้าใช้งานก็ยังคงมีแนวโน้มมากขึ้น (นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ, 2553)

การตรวจสอบถึงประโยชน์การใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย ตลอดจนความคาดหวังของปฏิสัมพันธ์ของชายรักชายบนพื้นที่สาธารณะดังกล่าว สามารถเข้าถึงได้จากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยและของโลก นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อการศึกษาวิจัย เนื่องจากจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงประโยชน์ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของกลุ่มชนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีตัวตนและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ, 2553) สอดคล้องกับสิ่งที่เจริญวิทย์ ฐิติวรารักษ์ (2544) เคยทำการศึกษาเกี่ยวกับ การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทยที่พบว่าสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทยมีความหมายรูปแบบของการนำเสนอที่ต่อยอดภาพสรูปแบบเหมารวมของชายรักชาย กล่าวคือ สังคมและสื่อกระแสหลักเป็นผู้สร้างให้ นอกจากนี้ยังพบว่าชายรักชายได้สร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนแบบใหม่ของชายรักชายขึ้นมาในพื้นที่อินเทอร์เน็ตอีกด้วย โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะมีความต้องการจากภายใน กล่าวคือต้องการแสดงออกถึงความเป็นรักรวมเพศของตน

ดังนั้นปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชายดังกล่าว จึงเป็นการสื่อสารของกลุ่มชายรักชายจำนวนมากที่มีการปฏิสัมพันธ์และสานต่อความสัมพันธ์ในหลากหลายด้านด้วยกัน ซึ่งการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าวไม่ได้มีเฉพาะเรื่องราวสำหรับชายรักชายแต่เพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สาธารณะที่ใครก็สามารถเข้ามาชมได้ เป็นอีกสังคมหนึ่งที่ซึ่งกลุ่มชายรักชายชอบเข้ามาใช้พื้นที่ดังกล่าว แสวงหาและสนองความต้องการจากสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในแอปพลิเคชันดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะทำการศึกษาเกี่ยวกับ “ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)” ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่ช่วยให้สามารถรับรู้ วิเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของการสื่อสาร ความต้องการ และความคาดหวังของการรวมกลุ่มและบริบทอื่น ๆ ในกลุ่มชายรักชายดังกล่าว ซึ่งจะทำให้สังคม

ได้ทราบและตระหนักถึงความรู้ความเข้าใจที่มีต่อชายรักชายเป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง

1.2 ปัญหาของการวิจัย

- 1) ความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เป็นอย่างไร
- 2) ปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย (เกย์) เกิดจากปัจจัยใดบ้าง
- 3) ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

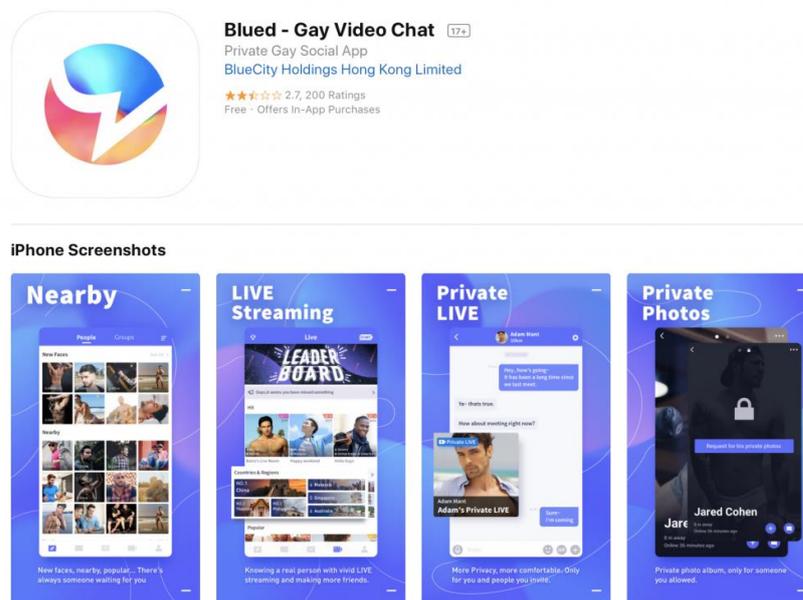
- 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย (เกย์)
- 3) เพื่อศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)

1.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ครั้งนี้ ซึ่งการเปิดใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ครั้งแรกจะต้องเข้าสู่ระบบโดยต้องทำการสมัคร ID ก่อนหรือสามารถลิงก์กับทาง Facebook ได้เลย ซึ่งเริ่มต้นก็จะต้องใส่รายละเอียดเกี่ยวกับ โพรไฟล์ของเราให้ครบ การจัดการเกี่ยวกับ โพรไฟล์ของตนเองสำคัญมาก ต้องบอกเกี่ยวกับตัวตนให้สมาชิกผู้ใช้แอปพลิเคชันได้รู้จัก ลงรูปภาพ รสนิยมทางเพศ การทำงานของแอปพลิเคชันหาคู่จะใช้การระบุตำแหน่งของผู้ใช้ภายในรัศมีแบบเรียลไทม์ และแสดง โพรไฟล์ของคนที่ผ่านมาในรัศมีดังกล่าวบนหน้าแอปพลิเคชันหาคู่ของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ จากนั้นก็แล้วแต่ผู้ใช้งานจะคัดเลือกการคนที่ชื่นชอบเข้ามาคุย

ในแอปพลิเคชันหาคู่จะมี “ระบบการคัดกรองคน” ที่ละเอียดในแอปพลิเคชันหาคู่มีจำนวนผู้ใช้งานเป็นล้าน ๆ คน ซึ่งหากขึ้นชื่อว่าหาคู่แล้วทุกคนย่อมอยากได้คนที่คิดว่าใช่ แต่จะหาอย่างไรในจำนวนขนาดนี้แอปพลิเคชันจะค้นหาคนที่มีความชอบ ความสนใจอย่างเดียวกันมาลองคุยกัน เชื่อว่าหากคนทั้งสองมีความชอบเหมือนกันแล้วมักจะไปได้ดีกว่าคนที่มีความชอบไม่เหมือนกัน ดังนั้นมันจะมีคำว่า “Match” หมายถึง ข้อมูลความต้องการของเราและอีกฝ่ายมีความสอดคล้องกัน (ส่วนมากเอาข้อมูลจากการกด Like ใน Facebook) แอปพลิเคชันหาคู่จะเลือกคนนั้นมานำเสนอให้เห็นว่าคนนี้มี ความชอบเหมือนกันช่วยเพิ่มโอกาสหาคนที่ใช่มากขึ้นนั่นเอง โดยจะดำเนินการศึกษาจากแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย จำนวน 5 แอปพลิเคชันที่มีความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ ดังนี้ 1) Blued Application 2) Hornet Application 3) Jack’d Application 4) GuySpy Application 5) Grindr Application

1) Blued Application



ภาพที่ 1.3 Blued Application

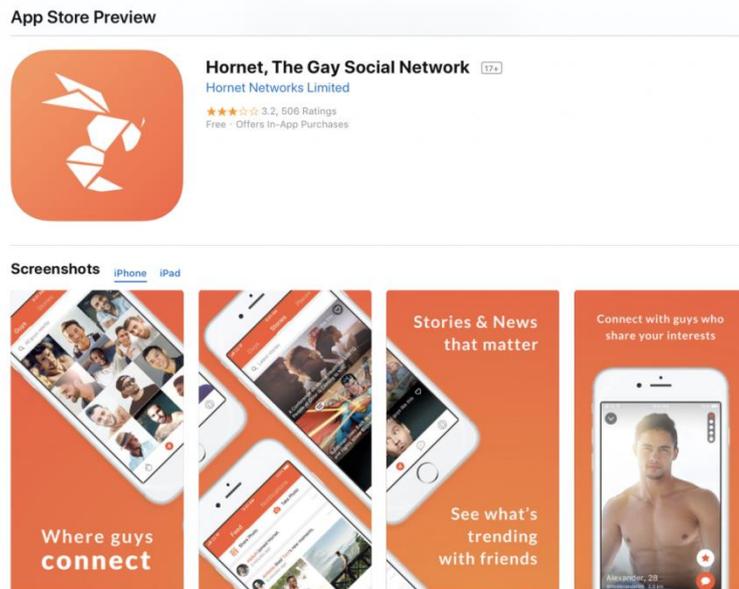
แหล่งที่มา: เทพประทาน เหมเมือง, ม.ป.ป.

Blued (บลู-ดี) คือแอปพลิเคชันสำหรับชายรักชายที่ไม่ได้ถูกใช้สำหรับแค่หาคู่ออนไลน์ แต่ตัวแอปพลิเคชันนี้สามารถตอบโจทย์ในการหาเพื่อนได้อย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การที่ Profile ของตัวเองเป็นเสมือนหน้า Wall ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้สามารถ Post รูป ข้อความ หรือวิดีโอ และผู้ใช้งาน

อื่น ๆ สามารถที่จะเข้าสู่โปรไฟล์และกด Follow ได้ ในการแชทก็มีสติ๊กเกอร์ให้เลือกใช้เหมือนในโปรแกรม LINE นอกจากนี้ Blued (บลู-ดี) ยังมีฟังก์ชัน Group ทำให้สามารถรวมกลุ่มกับคนที่ชอบอะไรเหมือน ๆ กันได้ เช่น ชอบเที่ยว ชอบถ่ายรูป ชอบดูหนัง เป็นต้น ยิ่งสำหรับคนชอบเที่ยว Blued (บลู-ดี) ก็มีฟังก์ชันที่ชื่อว่า “Gay Map” ที่จะเป็นตัวช่วยแนะนำสถานที่ที่กลุ่มชายรักชายควรจะแวะชม อาจจะเป็น สปา ผับ บาร์ หรือ โรงแรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นอกเหนือจากนี้ Blued (บลู-ดี) ยังมีฟังก์ชันอื่น ๆ อีกมากมายที่รองรับการเป็น Social Community App เต็มตัว ที่สำคัญที่สุด แอปพลิเคชันนี้ให้ใช้งานได้ฟรีครบทุกฟังก์ชันไม่มีการแยกระบบ Premium หรือ Extra ที่ผู้ใช้ต้องยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อใช้ Feature อื่น ๆ เพิ่มเติม เหมือนที่แอปพลิเคชันต่าง ๆ นิยมทำกันอยู่ ซึ่งการที่พยายามผันตัวมาเป็น Social Community บ้างนั้น แสดงให้เห็นถึงนัยยะสำคัญอีกนัยหนึ่งว่าปัจจุบัน คนกลุ่มนี้ไม่ได้ต้องการใช้เพื่อการเจอกัน หรือ จับกัน เท่านั้น แต่แอปพลิเคชันเหล่านี้ต้องเป็นช่องทางที่ให้คนกลุ่มนี้ได้ติดต่อ พบปะ แบ่งปันและช่วยเหลือกันในกลุ่มคนที่มีความหลากหลายเพศให้หลายคนที่ไม่มีพื้นที่ในชีวิตจริง ได้มีพื้นที่ยืนท่ามกลางกลุ่มคนที่เข้าใจกัน

2) Hornet Application



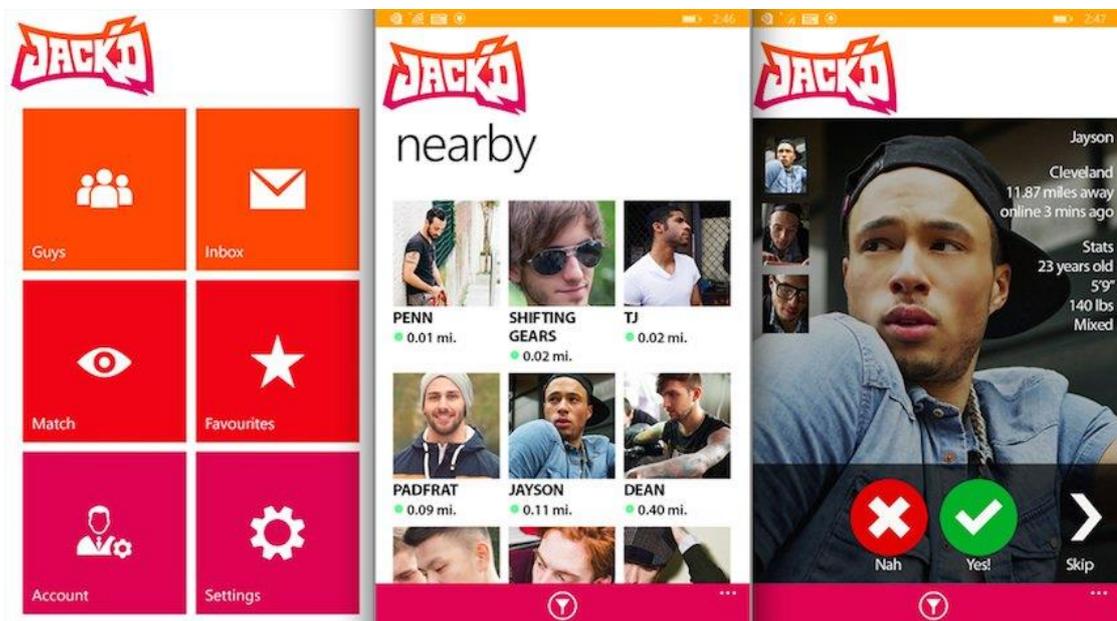
ภาพที่ 1.4 Hornet Application

แหล่งที่มา: เทพประทาน เหมเมือง, ม.ป.ป.

ด้วยจำนวนผู้ใช้ 25 ล้านคน Hornet คือสังคมชายรักชายขนาดใหญ่ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อกับผู้ที่มีความสนใจคล้ายคลึงกันเพื่อการพบปะ สร้างมิตรภาพ หรือแม้แต่การหาเพื่อนในสถานที่ใหม่ ๆ ผู้ใช้สามารถสร้างส่วนกำหนดค่าแบบโต้ตอบ Hornet สร้างขึ้นโดยเพศชายรักชายเพื่อสร้างชุมชนออนไลน์

Hornet เป็นแอปพลิเคชันที่มีหลายระดับ ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง ค้นหาเป้าหมายชาวเราที่ต้องการได้ แคมมีเนื้อหาข่าวสารอื่น ๆ ให้เลือกแบบไม่มีโฆษณาจกใจก็ได้ มีทั้งแบบจ่ายเงินและเล่นฟรี สามารถซ่อนภาพของเราได้หรือปล่อยให้ใครเห็นก็ได้ มีการบอกระยะของชาวเราที่เล่นด้วยกันในรัศมีที่ตั้งค่าได้ หากอยากรู้ว่าใครส่งเราบ้างก็ต้องเสียเงินเพิ่ม เป็นอีกสังคมที่คนนิยมกันเยอะ (เทพประทาน เหมเมือง, ม.ป.ป.)

3) Jack'd Application



ภาพที่ 1.5 Jack'd Application

แหล่งที่มา: เทพประทาน เหมเมือง, ม.ป.ป.

Jack'd คือแอปเฉพาะทางที่มีกลุ่มชายรักชายมาติดต่อพูดคุยแบ่งปันและพบปะกัน ทุกคนมีรูปร่างความคิดเห็นและรสนิยมที่ต่างกัน การเริ่มใช้งานได้เร็วขึ้นด้วยการเข้าสู่ระบบผ่าน Facebook คุณและแชทกับชายรักชายใกล้ตัวคุณและจากทั่วโลก ที่มีรูปโปรไฟล์มากมาย ส่งรูปภาพได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเปิดเผยตัวตนให้มากขึ้นด้วยการแชร์รูปส่วนตัวใน โปรไฟล์ บอกเล่าเรื่องราวส่วนต่าง ๆ ใน โปรไฟล์ที่กำหนดเองได้ และมีตัวกรองหลายตัวจะช่วยมองหาคนที่ใช่ง่ายขึ้น

และ Jack'd ยังมีฟีเจอร์แบบโปรคือไม่มีโฆษณาในหน้าจอ เพิ่มการเห็นสมาชิกในตารางมากกว่าเดิมเป็น 2 เท่า ดูว่าใครสนใจคุณด้วยรายชื่อสมาชิกที่เข้ามาดู ไม่จำกัดจำนวนครั้งการจับคู่ ใช้ส่งรูปภาพสูงสุด 18 รูปในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้แล้วจำกัดวงการค้นหาให้แคบลงอีกด้วยตัวกรองที่มากขึ้น

4) GuySpy Application



ภาพที่ 1.6 Guyspy Application

แหล่งที่มา: เทพประทาน เหมเมือง, ม.ป.ป.

Guyspy นั้นเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ GPS บนมือถือเพื่อการจับ การเชื่อมสัมพันธ์ทางสังคม เพศสัมพันธ์รวดเร็ว เดทเกย์หรือสัมพันธ์ระยะยาว แอปพลิเคชันนี้เป็นแอปพลิเคชันเกย์ฟรี Guyspy มีฟีเจอร์ฟรีในการค้นหาหนุ่ม ๆ ด้วยความสามารถในการอัปโหลดรูปภาพได้ บันทึกและรับข้อความเสียงทักทายและแลกเปลี่ยนข้อความแบบวิดีโอ ทำให้ GuySpy เป็นแอปพลิเคชันที่ขอดี

สำหรับการพบปะกับเกย์ เฟลิดเฟลิน ไปด้วยการสนทนากับเกย์และจับคู่กับเกย์ที่ชื่นชอบสุด ๆ ได้ (<http://www.guyspy.com/user-agreement>)

5) Grindr Application



ภาพที่ 1.7 Grindr Application

แหล่งที่มา: เทพประทาน เหมเมือง, ม.ป.ป.

แอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในกลุ่มชายรักชายในปัจจุบัน โดยแอปพลิเคชันหาคู่ที่ได้รับความนิยมอย่าง Grindr เป็นแอปพลิเคชันเซ็กส์อีกหนึ่งตัวที่มีการทำงานที่ครบครันไม่ว่าจะเป็นการส่งรูป วิดีโอ ข้อความ ไฟล์เพลงก็สามารถส่งได้ ที่พิเศษคือ Grindr สามารถตรวจเช็คได้ว่าคนที่ใช้แอปพลิเคชันนี้อยู่ในรัศมีอยู่ตรงไหน โดยจะแสดงบนแผนที่บนแอปพลิเคชัน อีกทั้งแอปพลิเคชันดังกล่าวยังสามารถคุยกันง่าย สะดวกมากขึ้น แค่เข้าใช้งานมาก็รู้แล้วว่ารอบ ๆ ตัวผู้ใช้งานมีใครบ้างหน้าตาอย่างไร หุ่นแบบไหน ไหล่สไลด์ยังไงจึงเป็นเรื่องง่ายต่อการทดลองคุยกัน ต่อมาถ้าคุยแล้วชอบก็แลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์เพื่อนัดหมายกันไป

Grindr เป็นโปรแกรมเซ็กส์ที่ใช้เทคโนโลยีระบุพิกัด GPS ในการค้นหาและเชื่อมต่อสมาชิกที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน โดยผู้ใช้จะต้องลงโปรแกรมบนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตในระบบปฏิบัติการไอโอเอส, แอนดรอยด์ และแบล็กเบอร์รี่ ซึ่งมีทั้งแบบให้เล่นฟรีและเสียเงิน เมื่อผู้ใช้งานลงทะเบียนโดยกรอกประวัติและใส่รูปภาพแล้ว จะสามารถล็อกอินเข้าสู่โปรแกรมเพื่อส่งข้อความถึงสมาชิกที่กำลังออนไลน์อยู่ได้ โดยที่แอปพลิเคชันจะค้นหาคนที่อยู่รอบ ๆ ตัวในรัศมี

ประมาณ 5 กิโลเมตรที่กำลังออนไลน์ขึ้นมา ซึ่งแอปพลิเคชันนี้เป็นที่นิยมสำหรับชาวเกย์ไทย Grindr ก็ติดอันดับ 4 ของแอปพลิเคชัน iPhone ที่ทำรายได้สูงสุดในหมวด Social Networking แล้ว และยังมีความหมายว่าเป็นชุมชนชาวเกย์สังคมใหญ่ที่มีผู้ใช้มากกว่า 3 ล้านคนใน 192 ประเทศอีกด้วย

แอปพลิเคชันหาคู่สำหรับชายรักชายที่นิยมเล่นกันทั่วโลก จะค้นหาเพื่อนในรัศมีที่ใกล้เคียงจนไปถึงห่างออกไปถึงซีกโลกได้เพียงแค่อีกหมุดในโปรไฟล์สามารถระบุสนิมทางเพศไลฟ์สไตล์และความต้องการส่วนตัว มีการตั้งค่ารูปลับส่วนตัวได้ด้วย และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างชายรักชาย จำนวน 10 คน ที่เข้าใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย ที่มีการใช้งานเป็นประจำ อย่างน้อยวันละ 2 ชั่วโมงขึ้นไป อายุระหว่าง 20-35 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

แอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย (เกย์) หมายถึง แอปพลิเคชันที่มีการออกแบบและนำเสนอเพื่อกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ชายรักชาย สามารถตอบสนองกับความต้องการและมีความเป็นพื้นที่สาธารณะ เช่นเดียวกับแอปพลิเคชันหาคู่ปกติทั่วไป แต่โดยปกติแล้วบุคคลที่เข้าใช้งานจะมีปฏิสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชายจะเป็นบุคคลที่รักและชอบเพศเดียวกัน เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ จะเชื่อมโยงถึงความเป็นตัวตน และกลุ่มของชายรักชายได้

รัศมี หมายถึง จุดเชื่อมต่อระหว่างจุดศูนย์กลางของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ไปยังเส้นรอบวงเป็นวงกลม ลักษณะเหมือนเรดาร์รอบจุดศูนย์กลางทำให้ทราบผู้ใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ที่อยู่ใกล้เคียง

รักร่วมเพศ หมายถึง บุคคลที่มีความคิดและความรู้สึกทางเพศต่อบุคคลที่เป็นเพศเดียวกัน แบ่งได้เป็นชายรักชาย และหญิงรักหญิง

ชายรักชาย (เกย์) หมายถึง ผู้ชายที่มีความพึงพอใจและรู้สึกทางเพศกับบุคคลที่เป็นเพศชายด้วยกัน โดยไม่ได้หมายถึงการปฏิบัติภารกิจเสมอไป แต่อาจเป็นความพึงพอใจที่หยุดตรงแค่นี้พบหน้า อยู่ใกล้ พูดคุย หรือสัมผัสกับคนที่ตนเองรักชอบ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะคัดเลือกเฉพาะชายรักชายที่เข้าใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ หรือมีปฏิสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันหาคู่เท่านั้น

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หมายถึง ชายรักชายจำนวน 10 คน ที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ตั้งแต่ 2 ชั่วโมงขึ้นไปใน 1 วัน ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้จะไม่ใช้ชื่อจริงในการอ้างอิงจะเรียกผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญแทน

แรงจูงใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวัง หรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้ถึง พลังผลักดัน ให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูง จะ ใ้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อ การใช้บริการต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลต่อแอปพลิเคชันหาคู่บน โทรศัพท์มือถือของชายรัก ชาย

การใช้ประโยชน์ หมายถึง ผลที่ได้ตามต้องการ สิ่งที่เป็นผลดีหรือเป็นคุณ สิ่งที่มีผลใช้ได้ หลังการใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของผู้ให้ข้อมูลสำคัญและได้รับการ ตอบสนองด้วยดีจากแอปพลิเคชันหาคู่

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชัน หมายถึง องค์ประกอบของสาเหตุที่ทำให้เกิดผลของ การใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เพื่อนำเสนอผลการศึกษานี้แก่ผู้ที่มีบทบาทและเกี่ยวข้องให้ตระหนักถึง ความสำคัญของการนำเสนอสารสนเทศ และภาพตัวแทนของชายรักชายให้เหมาะสม และสร้างการ ยอมรับในบทบาทของสื่อสมัยใหม่

2) เพื่อขยายเนื้อหาของการศึกษาด้านสารสนเทศไปสู่สื่อเฉพาะกลุ่ม โดยนำแนวคิดเรื่อง การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนมาพิจารณา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับ “การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย รวมทั้งศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย และศึกษาความคาดหวังการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชายครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อนำมาอธิบายปรากฏการณ์วิเคราะห์ข้อมูลและเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและกรอบการวิจัยในการศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เพื่อนำไปสู่องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณภาพด้านประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy Theory)

2.1.1 ความหมายของความคาดหวัง

2.1.2 ลักษณะความคาดหวัง

2.1.3 การกำหนดความคาดหวัง

2.2 ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure Theory)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Theories of Motivation)

2.4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham H. Maslow (Maslow's Hierarchy of Need)

2.5 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Theory of Interpersonal Communication)

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Uses-and-Gratification)

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

2.8.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy Theory)

2.1.1 ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งมีได้จำเพาะเจาะจงที่การกระทำอย่างเดียวแต่จะรวมไปถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมอีกด้วย ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังต่อไปนี้

Getzels, Jackson, and Philip (1968, pp. 45-47) และ Oxford University (1989, p. 281) ให้ความหมายของความคาดหวังไปในทิศทางเดียวกันว่า เป็นสภาวะทางจิตใจซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดหรือเป็นความคิดเห็นบางอย่างที่มีวิจารณ์ญาณของบุคคลที่คาดคะเนหรือคาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้นเพราะคนเราต่างมีความคิดและความต้องการแตกต่างกัน พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันออกไปด้วย ในขณะที่ Son (1988, p. 281) และ Clay (1988, p. 252) ได้ศึกษาว่าความคาดหวังเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตและเชื่อว่าบางสิ่งบางอย่างจะเกิดขึ้นหรือเป็นความเชื่อว่าจะบางสิ่งบางอย่างจะเกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีมุ่งหวังไว้ ส่วน De Cecco (1967, pp. 80-82) ได้ศึกษาและทำวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง โดยได้ให้ความสนใจในเรื่องของความคาดหวังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยสิ่งนั้น ๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้

และก็มีนักวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ ดังนี้

สุณีย์ ธีรดากร (2542, น. 208) กล่าวว่า ความคาดหวัง คือ ความคาดหวังว่าพฤติกรรมนั้นจะเป็นสาเหตุให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

พิสิฐ มหามงคล (2546, น. 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่จะรวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติและค่านิยมด้วย

ชิษณุกร พรภาณวิษณุ (2540, น. 6) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความหรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

Vroom (1970) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นการที่บุคคลรับรู้ถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมตามบทบาทของตนเองและรับรู้ถึงบทบาทของบุคคลอื่น และความคาดหวังจะเป็นตัวบอกว่าบุคคลจะต้องปฏิบัติอย่างไร เมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ

Bandura (1982) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

Porter and Lawler (1968) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึงความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งหนึ่งว่าน่าจะเป็นอย่างใดที่คิดไว้

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความคิด ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวัง หรือความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล การกระทำหรือเหตุการณ์เป็นต้น จึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดตามที่ตนคิดไว้ ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการและเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

2.1.2 ลักษณะความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นตัวบ่งชี้แห่งความสำเร็จซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคนในการเลือกการกระทำไว้ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะ และความแตกต่าง ของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ที่จะทำให้ความคาดหวังนั้นเป็นจริงขึ้นมาได้ ดังนั้นจึงมีผู้ให้ความหมายของลักษณะความคาดหวังไว้หลายท่าน ดังนี้

Vroom (1970) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความคาดหวังว่า ลักษณะของความคาดหวังนั้นเปรียบเหมือนกับ “การเล่นละครเวที” กล่าวคือ จะต้องมิใช่แสดง ผู้ชม และมีบทบาทสำคัญสำหรับผู้แสดง กล่าวคือ

1) ความคาดหวัง หมายถึง ภาวะความเป็นจริงต่าง ๆ ทางสังคม จะสามารถเปรียบเทียบได้ เช่นกับละคร ซึ่งประกอบด้วยตำแหน่งต่าง ๆ ทางสังคมมากมาย โดยมีบรรทัดฐานเป็นตัวกำหนดว่า บุคคลควรจะมีพฤติกรรมเช่นใดในสังคม กิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ทางสังคมจะถูกจัดระบบ และควบคุมโดยบรรทัดฐานที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์และเงื่อนไขของสังคมที่แตกต่างกันไป

2) ความคาดหวังจากผู้ร่วมแสดงคนอื่น ๆ หมายถึง การที่สังคมมีบรรทัดฐานซึ่งเปรียบเหมือนสคริปต์ที่จะกำหนดบทบาทของบุคคลในความสัมพันธ์กันทางสังคม ดังกล่าวแล้ว บุคคลในสังคมจึงต้องมีการสวมบทบาทซึ่งกันและกัน เพื่อให้บุคคลจะได้คาดหวังพฤติกรรมของ

บุคคลอื่นในสังคมที่แสดงออกและสามารถปฏิสัมพันธ์ที่ถูกต้องได้ตามความคาดหวังของสังคม และบุคคลอื่น ๆ

3) ความคาดหวังจากผู้ชมเป็นความคาดหวังของบุคคลในสังคมที่อยู่ในสภาพต่าง ๆ กันซึ่งจะต้องคาดหวังและสวมบทบาทของบุคคลอื่นที่เป็นเครื่องนำทางไปสู่การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างถูกต้อง และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เป็นความคาดหวังร่วม

2.1.3 การกำหนดความคาดหวัง

สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540, น. 12) ได้สรุปความคาดหวังไว้ว่า การที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของคนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ด้วย ทั้งนี้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิด และคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้น ๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม ก็ได้ความรู้สึกนึกคิด หรือคาดการณ์นั้น ๆ จะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเอง เป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็นการให้ต่อสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือนามธรรม ชนิดเดียวกัน ก็อาจจะแตกต่างกันไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้น ๆ

2.2 ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure Theory)

ทฤษฎีการเปิดเผยตนเองนับเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของมนุษย์นับเป็นการสื่อสารในบุคคลในสภาวะการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยมีการเปิดเผยตนเองด้วยการสื่อสาร

โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ข้อจำกัดความหรือกล่าวไว้ดังนี้

โรเจอร์ส (Rogers, n.d., อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2548, น. 377-380) กล่าวว่า เป้าหมายของการสื่อสารคือความเข้าใจที่ตรงกันของตัวเองและผู้อื่นซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อได้มีการสื่อสารกันและกันด้วยความจริงใจ

เจอร์ราด (Jourard, n.d., อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2548, น. 377-380) กล่าวว่า ข้อกำหนดสำคัญเพื่อการดำรงอยู่ของมนุษย์ คือ ความเปิดเผย/การเปิดโอกาสหรือความโปร่งใส หมายถึง การเปิดเผยให้กับทุกสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกรวมไปถึงเปิดเผยตนเองให้ผู้อื่นได้มีโอกาสในการเข้าถึงและรับรู้ในความเป็นตัวตนของตนเองด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการยอมให้ผู้อื่นได้เข้ามามีโอกาสร่วมประสบการณ์กันกับตนเองอย่างเต็มที่ และเปิดเผยตนเองให้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าใจประสบการณ์ของผู้อื่นด้วยเช่นกัน

เดอวิตโต (DeVito, 1978, อ้างถึงใน บุญบา สุธีธร, 2548, น. 377-380) กล่าวว่า การเปิดเผยตนเอง หมายถึง กระบวนการเปิดเผยแสดงให้ผู้อื่นหรือให้กลุ่มได้รับทราบบางเรื่องราวเกี่ยวกับตัวท่านเอง ซึ่งเป็นที่รู้เฉพาะตัวไม่เป็นที่เปิดเผยสำหรับผู้อื่นทั่วไป

การตระหนักในตนเองและการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน (บุญบา สุธีธร, 2548, น. 378-380) ดังนี้

1) ส่วนเปิด หมายถึง ข้อมูลทั้งหมดในส่วนที่เป็นพฤติกรรม ทักษะคติ ความรู้สึก ความต้องการ แรงจูงใจ ความคิดเห็น ฯลฯ เป็นที่รับรู้ทั้งของผู้อื่นและของตัวเอง การเปิดนี้จะขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์ ความใกล้ชิดของบุคคล

2) ส่วนบอด หมายถึง ส่วนที่ผู้อื่นรู้แต่ตนเองไม่รู้ในส่วนพฤติกรรม กิริยาการ แสดงออกที่คนอื่นสังเกตเห็นโดยเจ้าตัวไม่รู้ วิธีลดส่วนบอดโดยการหาข้อมูลในส่วนที่ไม่รู้จากผู้อื่น ด้วยการสร้างความไว้วางใจ และความจริงใจในการสื่อสารระหว่างกัน

3) ส่วนปิดบังซ่อนเร้น หมายถึง ส่วนที่เจ้าตัวรู้แต่ผู้อื่นไม่รู้เป็นส่วนที่เจ้าตัวต้องการปกปิด ไม่อยากให้คนอื่นรู้

4) ส่วนไม่รู้ หมายถึง ส่วนที่ไม่มีใครรู้แม้แต่เจ้าตัวเองก็ตาม ทั้งที่เป็นเชิงบวกหรือในเชิงลบ

เดอวิตโต (DeVito, 2000, pp. 81-85 อ้างถึงใน บุญบา สุธีธร, 2548, น. 381) สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดเผยตน ดังนี้

1) ขนาดของกลุ่ม การเปิดเผยตนเองจะเกิดในกลุ่มเล็กมากกว่ากลุ่มใหญ่ กลุ่มสองคนเป็นบริบทที่เกิดการเปิดเผยตนเองได้มากที่สุด เพราะคู่สื่อสารสามารถฟังและแสดงปฏิกิริยาตอบสนองป้อนกลับได้ทันที

2) ความชอบ การเปิดเผยตนเองกับผู้ที่รู้สึกชอบหรือรัก มีแนวโน้มเปิดเผยมากขึ้นกับคนที่ไว้วางใจ จะไม่เปิดเผยตนเองกับคนที่ไม่ชอบและมีแนวโน้มที่จะรักหรือชอบคนที่เปิดเผยกับตัวเอง

3) อายุ พบว่าโอกาสที่จะเปิดเผยตนเองจะมีมากขึ้น เมื่อคู่สื่อสารอยู่ในวัยใกล้เคียงกัน

4) บุคลิกภาพ คนที่มีบุคลิกภาพชอบกิจกรรมทางสังคมสูงหรือคนที่มีลักษณะเปิดเผยจะมีการเปิดเผยตนเองมากกว่าคนเก็บตัว

5) ประเด็นการเปิดเผย การเปิดเผยมักเป็นประเด็นทางบวกหรือเป็นประเด็นทั่วไปมากกว่าประเด็นที่เป็นส่วนตัวมาก ๆ

6) วัฒนธรรม สังคมที่แตกต่างกันเป็นส่วนกำหนดให้มีการเปิดเผยตนเองและเรื่อง

เปิดเผยแตกต่างกัน

7) เพศชายมีการเปิดเผยตนเองน้อยกว่าเพศหญิง แสดงให้เห็นว่าบทบาททางเพศมีอิทธิพลต่อการเปิดเผยตนเองมากกว่าความแตกต่างในด้านชีวภาพ

การเปิดเผยตนเองเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการนำตัวเองเข้าสู่สังคมและเป็นปัจจัยสำคัญช่วยทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีทั้งข้อดีข้อจำกัดของการเปิดเผย ดังนี้

1) ข้อดี การเปิดเผยตนเองช่วยทำให้เรารู้จักและเข้าใจพฤติกรรมของตนเอง จากปฏิกิริยาของบุคคลที่เรามีการสื่อสาร มีความสัมพันธ์เป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ จากการได้รับการตอบสนองในทางบวกจากผู้อื่นทำให้เกิดความมั่นใจในตัวเองมากยิ่งขึ้น และพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสารที่ใช้เปิดเผยตนเอง เพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจและเข้าใจผู้อื่น รวมทั้งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล

2) ข้อจำกัด คือการเปิดเผยตนเองอาจทำให้เกิดผลที่ไม่พึงประสงค์หรืออาจทำให้เกิดความคับข้องใจหากปฏิกิริยาจากผู้อื่นที่มีต่อการเปิดเผยตนเองนั้นไม่เป็นไปอย่างที่คาดหมาย

สรุปได้ว่า ทฤษฎีการเปิดเผยตนเอง คือ การสื่อสารข้อมูลในการเปิดเผยตนเองให้ผู้อื่นหรือให้กลุ่มได้รับทราบเรื่องราวของตัวเองในส่วนของความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งเป็นเรื่องราวเฉพาะตัวใน 4 ส่วน คือ ส่วนเปิดเผย ส่วนบอกรับรู้ ส่วนปิดบังซ่อนเร้น และส่วนไม่รู้ ในด้านอุปนิสัย ลักษณะส่วนรวมของตนและบทบาทของผู้ใช้แอปพลิเคชันหาคู่เพื่อนำมาศึกษาประโยชน์ ความพึงพอใจ และความคาดหวังจากการใช้งาน ดังนั้นการเปิดเผยตนเองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ที่มีแต่ชายรักชายที่เข้าใจตัวตนที่เป็นอยู่เป็นอย่างดี ทำให้รู้จักและเข้าใจการเป็นชายรักชายสามารถนำมาประกอบการศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงพฤติกรรมการสื่อสารในแอปพลิเคชันหาคู่โดยเฉพาะ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Theories of Motivation)

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Motive แปลว่า เคลื่อนที่ แรงจูงใจจะทำให้เกิดพฤติกรรมหนึ่งขึ้นมาอย่างต่อเนื่องและมีเป้าหมาย และการจูงใจ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Motivation โดยทั่วไป หมายถึง ดังนี้ (สิริอร วิชชาวุธ, 2547, น. 225)

1) สภาวะที่อินทรีย์ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อบรรลุสู่จุดหมายปลายทาง (Goal) ที่ตั้งไว้

2) พฤติกรรมที่สนองความต้องการของมนุษย์ และเป็นพฤติกรรมที่นำไปสู่จุดหมายปลายทาง

3) พฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นโดยแรงขับ (Drive) ของแต่ละบุคคล มีแนวโน้มไปสู่จุดหมายปลายทางใดอย่างหนึ่ง และร่างกายอาจจะสมประสงค์ในความปรารถนาอันเกิดจากแรงขับนั้น ๆ ได้

เมื่อร่างกายเกิดความต้องการ (Need) ขึ้น ก็จะเกิดแรงขับ ซึ่งทำให้เกิดความตึงเครียดขึ้น มนุษย์และสัตว์จะต้องดิ้นรนหาทางบำบัดความต้องการนี้ แรงขับแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1) แรงขับปฐมภูมิ (Primary Drives) หรือ แรงขับทางด้านสรีระ (Physiological Drives) เป็นแรงขับที่เกิดมาพร้อมกับการเกิดของคน ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ มีต้นกำเนิดมาจากความต้องการของร่างกาย หรือสภาวะในร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความอบอุ่นและความหนาว ความต้องการหลีกเลี่ยงจากความเจ็บปวด ความต้องการพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการอากาศออกซิเจน ความต้องการขับถ่าย

2) แรงขับทุติยภูมิ (Secondary Drives) หรือแรงขับทางสังคม (Psychological Drives) เป็นแรงขับที่สลับซับซ้อน โดยทั่วไปเกิดจากการเรียนรู้เป็นส่วนใหญ่ เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมเป็นส่วนใหญ่ เช่น ความต้องการผูกพันกับผู้อื่น ความต้องการฐานะ ความต้องการอำนาจ ความต้องการได้รับยกย่อง เป็นต้น

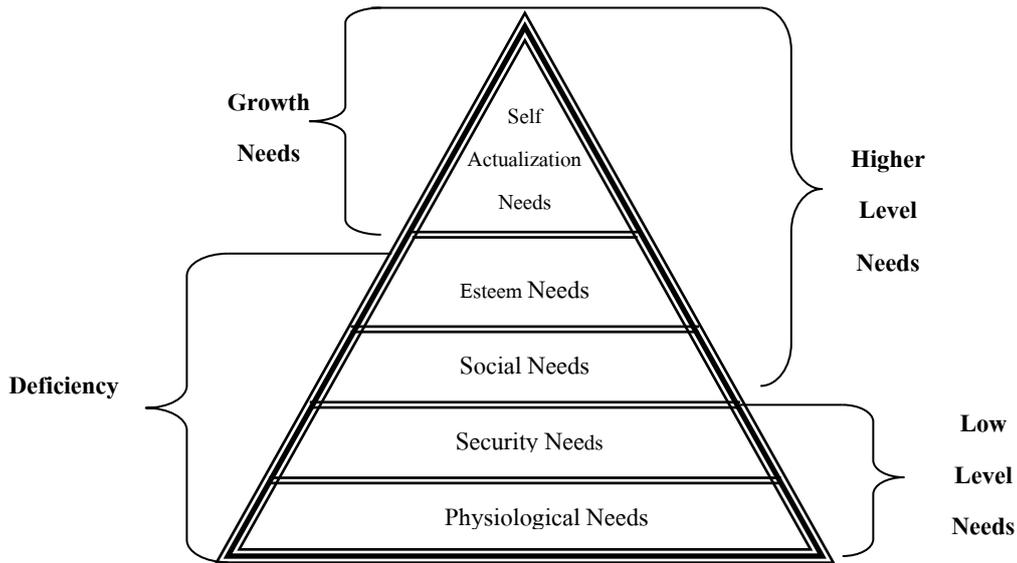
จากแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ กล่าวได้ว่า แรงจูงใจ คือ พลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูง จะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรม หรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย เช่นเดียวกันกับผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญที่มีแรงจูงใจผลักดันให้เกิดพฤติกรรมต้องการสื่อสารกับเพศชายรักชายด้วยกัน ด้วยบริบทของครอบครัว สังคม และการทำงานไม่สามารถที่จะเปิดเผยตัวตนได้อย่างอิสระ ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ ผู้วิจัยจะนำมาเชื่อมโยงถึงแรงจูงใจ และเหตุผลในการใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย (เกย์) ต่อไป

2.4 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Abraham H. Maslow (Maslow's Hierarchy of Need)

หากจะสรุปความต้องการของมนุษย์ให้เป็นไปตามลำดับจากต่ำไปหาสูงสามารถพิจารณาได้จากแนวคิดและทฤษฎีความต้องการของ Maslow ซึ่งได้วางหลักไว้ว่าผู้ปฏิบัติงานจะต้องถูกจูงใจหรือกระตุ้นให้ปฏิบัติงาน เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างที่อยู่ภายในทฤษฎีนี้จะตั้งอยู่บนสมมติฐานสำคัญ 3 ประการ คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2543)

- 1) มนุษย์มีความต้องการและความต้องการจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ เฉพาะความต้องการที่ยังไม่ได้ตอบสนองความพอใจเท่านั้น จึงจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
- 2) ความต้องการของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะถูกจัดลำดับความสำคัญจากความต้องการเบื้องต้น ไปจนกระทั่งถึงความต้องการที่มีความซับซ้อน
- 3) บุคคลที่มีความต้องการในลำดับต่อไปก็ต่อเมื่อความต้องการในระดับที่ต่ำกว่าได้รับการตอบสนองความพอใจตามสมควรแล้ว

Maslow เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในการศึกษาค้นคว้า เรื่องความต้องการของมนุษย์ (Human Needs) ในทฤษฎีความต้องการหรือทฤษฎีการจูงใจนี้ เขาได้เสนอความต้องการด้านต่างๆ กัน ของมนุษย์เรียงลำดับความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอด (Basic Physiological Survival Needs) ไปจนถึงความต้องการทางสังคม (Social Needs) และความต้องการการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่า (Needs For Self-esteem) และการพัฒนาตนเองไปสู่จุดสูงสุด (Self Actualization) Maslow ถือว่าความต้องการที่จัดเรียงนี้มีความสำคัญ โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูงๆ เมื่อความต้องการขั้นต้นได้รับการตอบสนอง ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ความต้องการของมนุษย์ในทฤษฎีของ Maslow

แหล่งที่มา: ชงชัย สันติวงษ์, 2543.

จากทฤษฎีความต้องการของ Maslow สามารถอธิบายได้ดังนี้ (ชงชัย สันติวงษ์, 2543)

1) ความต้องการขั้นพื้นฐานหรือความต้องการทางร่างกาย (Basic Needs of Physiological Need) ได้แก่ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ปฏิกิริยา ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิต ถ้ามนุษย์ยังไม่สามารถสนองความต้องการในขั้นนี้ได้ จะไม่มีความต้องการในขั้นถัดไป เพราะมนุษย์จะไม่มีเวลาคิดถึงความอื่น จะคิดเฉพาะสิ่งที่มาสนองความต้องการในขั้นนี้เท่านั้น

2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Security and Safety Needs) มนุษย์มีความต้องการที่จะให้ตนมีความมั่นคงในการเอาชีวิตรอดอยู่รอด ถ้าทำงานต้องการให้ตนมีความมั่นคงในสถานภาพการทำงาน มีความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ

3) ความต้องการเป็นเจ้าของ (Belonging Need) สิ่งที่มนุษย์มีความต้องการในขั้นนี้คือ ความรัก ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ดังนั้นผู้บริหารสามารถสนองตอบด้วยการจัดการบริหารแบบมีส่วนร่วม จัดกลุ่มควบคุมคุณภาพ จัดการบริหาร โดยยึดวัตถุประสงค์ได้

4) ความต้องการการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) ความต้องการการยอมรับนับถือสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ

(1) การยอมรับนับถือจากบุคคลทั่วไป เช่น การได้รับการเอาใจใส่ การได้รับเกียรติยกย่อง

(2) การยอมรับนับถือตนเอง เช่น ความปรารถนาที่จะไปสู่ความสำเร็จ (Achievement) ความเป็นตัวของตัวเอง (Independence) ความเชื่อมั่นในตัวเอง (Confidence) และ ความมีอิสระ (Freedom) โดยปกติบุคคลทั่วไปจะวัดความสำเร็จจากการทำงาน เช่น การเลื่อนขั้น การเพิ่มกำไรให้บริษัท การได้รับผลประโยชน์อื่น ๆ ในการปฏิบัติงาน

5) ความต้องการที่จะรู้จักตนเอง หรือความต้องการแสวงหาความก้าวหน้าให้แก่ตนเอง (Self-actualization) ความต้องการในขั้นนี้มนุษย์จะมีความสุขในการทำงาน มีความพึงพอใจที่จะสร้างความสมบูรณ์ให้แก่ชีวิตมีความต้องการให้กิจการที่ทำอยู่ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

ความต้องการขั้นที่ 1-4 Maslow เรียกว่า “ความต้องการขั้นต่ำ ที่ร่างกายยังขาดอยู่ (Deficiency Needs)” ดังนั้น มนุษย์จะพยายามทุกวิถีทางที่จะให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าว เมื่อความต้องการขั้นที่ 1-4 ได้รับการตอบสนองแล้วจะแสวงหาความต้องการระดับสูงขึ้นไป คือ ขั้นที่ 5 ความต้องการขั้นสูงนี้ Maslow เรียกว่า “ความต้องการพัฒนาตนเองให้เจริญงอกงาม (Growth Needs)” ความต้องการชนิดนี้เป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์ใฝ่หา ซึ่งไม่ได้เป็นไปได้เนื่องจากการขาดหรือบกพร่องแต่อย่างใด ผู้บริหารในองค์กรต่าง ๆ สามารถระดมสรรพกำลังด้านบุคคลให้ร่วมแรงร่วมใจกันปฏิบัติงานโดยอาศัยแนวคิดในทฤษฎี Maslow ได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 2.2

SELF – ACTUALIZATION
ESTEEM NEEDS (promotion, titles, company cars, expense accounts)
BELONGING NEEDS (group contacts at work, friendships, etc.)
SECURITY NEEDS (unions, workers' compensation and superannuation)
PHYSIOLOGICAL NEEDS (salary)

ภาพที่ 2.2 การสนองความต้องการของมนุษย์ในการทำงาน

แหล่งที่มา: ชงชัย สันติวงษ์, 2543.

นอกจากนี้ สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2546) ได้กล่าวว่า ถึงแม้ว่าทฤษฎีการจูงใจ ก่อให้เกิดความเข้าใจที่สำคัญ แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะใช้ในการอธิบายกระบวนการทั้งหมด จะต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย

- 1) ลักษณะของบุคคลแต่ละคน (Individual Characteristics)
- 2) ลักษณะของงาน (Characteristic of Job)
- 3) ลักษณะของสิ่งแวดล้อมในงาน (Characteristic of Work Environment)

ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตัวแปรที่กระทบต่อกระบวนการจูงใจ

สิ่งแวดล้อมที่กระตุ้น	บุคคล	พฤติกรรม
ลักษณะของสิ่งแวดล้อมในงาน	ความสนใจ	การปฏิบัติงาน
สิ่งแวดล้อม โดยตรงเกี่ยวกับงาน	ทรงสนะต่อ	ความพยายาม
- ผู้ที่อยู่ในระดับเดียวกัน	- ตนเอง	
- ผู้ควบคุมงาน	- งาน	
บรรยากาศขององค์กร	สถานการณ์เกี่ยวกับงาน	
- ระบบรางวัล	ปัจจัยที่สามารถทำได้	
- การสนับสนุน ฯลฯ	- ความสามารถ	
	- สติปัญญา	
ลักษณะของงาน	ทักษะความต้องการ	
- งานต่างๆ	- ความมั่นคง	
- Feedback	- สังคม	
- ความเป็นตัวของตัวเอง	- ความสำเร็จ	
- รางวัลที่แท้จริง		
- ตำแหน่ง		

แหล่งที่มา: สร้อยตระกูล อรรถมานะ, 2546.

2.5 ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Theory of Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน ตั้งแต่ 2 คน (Two-person) ขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่องสามารถแสดงและรับรู้ ปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลให้เกิดขึ้นระหว่างกันทั้ง 2 ฝ่ายและเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกัน

ลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล

- 1) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 คน ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด การสื่อสารระหว่างบุคคลไม่จำกัดว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลทุกกรณีไปต้องพิจารณาถึงลักษณะของปฏิสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ระหว่างกัน
- 2) เป็นการสื่อสารซึ่งเน้นปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากัน ระหว่างคู่สื่อสาร
- 3) เป็นกระบวนการการสื่อสาร ซึ่งคู่สื่อสารทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไปตลอดกระบวนการ
- 4) เป็นการสื่อสารซึ่งมีความเป็นส่วนตัว (Personal) และมีลักษณะไม่เป็นทางการ (Informal) สูงกว่าการสื่อสารแบบอื่น
- 5) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นทันทีทันใด ตามสถานการณ์และบริบทของการสื่อสาร
- 6) เป็นการสื่อสารซึ่งเอื้อให้เกิดปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันในปริมาณสูงและรวดเร็ว (High and Immediate Feedback)
- 7) เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้ยึดถือรูปแบบ / ไวยากรณ์ที่เคร่งครัดชัดเจนเหมือนการสื่อสารประเภทอื่น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

- 1) การสื่อสารระหว่างบุคคลคือเครื่องมือสำคัญของมนุษย์ในการสนองความต้องการของตนและคนอื่นเกิดความเข้าใจและได้รับการตอบสนอง
- 2) เป็นเครื่องมือสำคัญในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารของบุคคลที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ด้วยและข้อมูลต่าง ๆ ในสังคมแวดล้อมรอบตัว
- 3) การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนสำคัญในการสร้างธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน
- 4) การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนสำคัญในการบ่งบอกและการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร เช่น สถานะความสัมพันธ์ของคู่สื่อสาร

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับการเปิดเผยตนเอง

- 1) บุคลิกภาพ (Personality) เปิดหรือเก็บตัว
- 2) การประเมินความเสี่ยงในการเปิดเผยตนเอง (Risk Evaluation) การประเมินความเสี่ยงหายจากการเปิดเผยข้อมูล ความรู้สึกให้คู่สนทนารับรู้
- 3) ความไว้วางใจ (Trust) ไว้วางใจสูงจะเปิดเผยมาก

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนสองคน เป็นการสื่อสารที่มี Feedback ซึ่ง Feedback นี้จะมีอิทธิพลอย่างมากในการสื่อสาร โดยสามารถแบ่งได้เป็น

- 1) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face) เป็นการที่ผู้รับผู้ส่งสารเห็นหน้ากันพูดคุยกัน
- 2) การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีสื่อกลาง (Interposed Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยการใช้สื่อเป็นตัวกลาง อาจจะเป็นจดหมาย โทรศัพท์ วิทยุสื่อสาร (ผากจิต ปาตินทร ลากิจิตร, 2556)

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อความหมายของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เช่น การพูดคุย อภิปราย โต้เถียง การประชุมสัมมนา การเรียนการสอน การสั่งงาน ตลอดจนการติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ในชีวิตประจำวัน การสื่อสารลักษณะนี้ถือว่าเป็นการสื่อสารที่สมบูรณ์และมีโอกาสบรรลุจุดประสงค์ได้ดีที่สุด ผู้สื่อสารสามารถแสดงปฏิกริยาตอบสนองต่อกัน ความหมายของการสื่อสารโดยทั่วไป หมายถึงการสื่อสารประเภทนี้

การสื่อสารส่วนบุคคลแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

- 1) การสื่อสารแบบสองต่อสองหรือเผชิญหน้า (Face to Face or Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองคน เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน การสื่อสารแบบนี้ทั้งสองฝ่ายจะร่วมกันกระทำการสื่อสารตอบโต้กัน ผลัดเปลี่ยนบทบาทในการเป็นผู้ส่งและผู้รับกันไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งบรรลุจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร ซึ่งจะบรรลุได้ก็ต่อเมื่อทั้งสองเตรียมตนเองให้พร้อมที่จะส่งสาร นอกจากนั้นยังมีปัจจัยด้านความคิด ความเชื่อ เจตคติ ทักษะ สังคมและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

- 2) การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคล (Group Communication) สามารถแยกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรก คือการสื่อสารกลุ่มย่อยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ตั้งแต่สองคนขึ้นไป ซึ่งร่วมกันกระทำกิจกรรมอย่างเดียวกัน และสามารถติดต่อกันได้ทั่วถึงทันที ซึ่งแต่ละคนพยายามที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นภายในตัวเองด้วย การสื่อสารลักษณะนี้มีความยุ่งยาก

สลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบสองต่อสอง ลักษณะที่สองคือการสื่อสารกลุ่มใหญ่เป็นการสื่อสารที่เพิ่มความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น เช่น การสื่อสารภายในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ และวิธีการสื่อสารจะต้องใช้สื่อต่าง ๆ เข้ามาช่วยมีลักษณะเป็นทางการมากขึ้น และอาจจะเป็นการสื่อสารทางเดียวมากขึ้น สมาชิกของกลุ่มไม่สามารถมีปฏิริยาย้อนกลับและตอบโต้ทันที

3) การสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) นักวิชาการสื่อสารบางคนจัดให้การสื่อสารประเภทนี้อยู่ในการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ แต่ความเป็นจริงแล้วการสื่อสารแบบนี้มีลักษณะแตกต่างไปในแง่ที่ว่า ผู้รับสารประกอบด้วยบุคคลหลายประเภท และหลายลักษณะแตกต่างกันไป แต่มารวมกันในการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การปาฐกถา การกล่าวสุนทรพจน์ การปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งของนักการเมือง เป็นต้น แบบนี้อาจมีการติดต่อสองทางเกิดขึ้นได้แต่ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ส่งไม่ทราบปฏิริยาย้อนกลับได้ทันที ผู้ส่งสารจึงต้องใช้หลักการสังเกต การคาดคะเนจากปฏิริยาท่าทางของผู้รับสาร ซึ่งอาจตรงหรือไม่ตรงความจริงได้ แต่อย่างน้อยผู้ส่งสารยังพอมีโอกาสปรับการสื่อสารของตนได้ (อรุณีประภา หอมเศรษฐี, 2530)

การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารตัวต่อตัว หรือการสื่อสารปัจเจกชน (Interpersonal Communication or Face-to-face Communication) การสื่อสารประเภทนี้มีการนำไปใช้และได้รับการศึกษาค้นคว้าอย่างแพร่หลายมาก การศึกษาวิชาการสื่อสารส่วนมากมักจะเน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชนควบคู่กันไป หรือไม่ก็เลือกเน้นการสื่อสารประเภทใดประเภทหนึ่ง Interpersonal Communication หมายถึงกระบวนการของการติดต่อสื่อสารหรือการแสดงปฏิริยาโต้ตอบ (Reciprocal Interaction) ระหว่างบุคคลสองคน (Dyadic) หรือมากกว่านั้นขึ้นไปอาจเป็นสามคน (Triadic) หรือกลุ่มย่อย (Small-group) แล้วแต่จำนวนคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละสถานการณ์ จำนวนคนที่เกี่ยวข้องนี้เป็นมาตรการสำคัญอย่างหนึ่งที่แยกระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) นับว่าเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบและกระบวนการทำงานของระบบการสื่อสารโดยทั่วไป การสื่อสารระดับระหว่างบุคคลนี้มีองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารครบถ้วนซึ่งอาจจำแนกออกได้อย่างชัดเจนนับตั้งแต่ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิริยาสนองตอบ (Feedback) นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นกระบวนการทำงานของการสื่อสารได้ชัดเจน รวมทั้งชี้ให้เห็นกลไกบางอย่างซึ่งยากจะประเมินได้จากการสื่อสารมวลชน และสื่อสารประเภทอื่น เช่น ผล (Effect) และปฏิริยาสนองตอบ (Feedback)

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) นี้ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) และเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Person-to-person) หรือเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้ากันและกันได้ ในขณะที่ทำการสื่อสารกัน และสามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงกันข้ามได้โดยตรงและทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ บางครั้งผู้ส่งกับผู้รับก็ไม่ได้ทำการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน เช่น การพูดคุยกันทางโทรศัพท์ เป็นต้น

การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีที่คน 2 คน ทำการสื่อสารกัน เช่น การเขียนจดหมายโต้ตอบกัน การพูดคุยหรือการสนทนากันระหว่าง 2 คน การพูดโทรศัพท์กัน ในขณะเดียวกันการสื่อสารระหว่างบุคคลอาจจะมีจำนวนคนมากกว่า 2 คนก็ได้ ถ้าคนเหล่านั้นสามารถทำการสื่อสารกันได้ และผู้ส่งสารกับผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้โดยตรง และเป็นแบบตัวต่อตัวหรือแบบเผชิญหน้า จากลักษณะดังกล่าวนี้ย่อมจะเป็นการจำกัดจำนวนคนที่ทำการสื่อสารประเภทนี้ไปด้วยในตัว คือ คงจะต้องมีจำนวนไม่มากจนเกินไปนัก เพราะถ้าหากมากเกินไป ลักษณะของการแลกเปลี่ยนข่าวสาร โดยตรงกับการสื่อสารแบบตัวต่อตัวจะหมดไป ทำให้การสื่อสารนั้นไม่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อไป แต่จำนวนของคนที่ร่วมทำการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีมากกว่า 2 คนนั้น มิสามารถกำหนดลงไปได้ตายตัวว่าจะเป็นเท่าไร อาจจะพอสรุปได้แต่เพียงว่า เป็นการสื่อสารในลักษณะกลุ่มย่อย (Small Group) เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การบรรยาย หรือการเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น คือ ในขณะที่คนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ ก็จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร และผู้รับสารกับผู้ส่งสารสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้โดยตรงแบบตัวต่อตัวเหมือนกัน แต่จะช้ากว่าการสื่อสารแบบ 2 คน เพราะฉะนั้นเหตุการณ์ใดหรือปรากฏการณ์ใดก็ตามที่มีลักษณะดังที่อธิบายข้างต้นนี้สามารถเรียกว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Tanakon Karapun, 2557)

จากทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล กล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ย่อมต้องสื่อสารกันไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรือการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ล้วนต้องสื่อสารกันในชีวิตประจำวันกันทั้งนั้น และการสื่อสารก็ต้องมีกลุ่มเป้าหมายหรือคู่สนทนาที่ต้องสื่อสารโต้ตอบระหว่างกัน หากมองให้ลึกกลงไปนั้นเมื่อต้องการคัดเลือกคู่สนทนาที่บางบริบทไม่สามารถเปิดเผยตัวตนในโลกแห่งความเป็นจริงได้นั้นก็ย่อมต้องมีสื่อที่ช่วยคัดกรองคู่สนทนาที่มีความคล้ายคลึงกันให้ได้ทำความรู้จักกัน ดังนั้นแล้วทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้วิจัยจะนำมาเชื่อมโยงถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นชายรักชาย และเหตุผลในการใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย (เกย์) ต่อไป

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค (Uses-and-Gratification)

แนวคิดนี้อยู่ในกลุ่มทฤษฎีที่มองผู้ใช้สื่อเป็นสิ่งสำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) แนวคิดนี้จะให้ความสนใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้บริการแก่ผู้ใช้สื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ต้องการอะไร สื่ออะไร และสาระอะไรจึงจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ผู้รับสาร คือตัวจักรในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้ (Smock, Ellison, Lampe, & Wohn, 2011)

- 1) ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจ
- 2) ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
- 3) ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อเหล่านั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
- 4) ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชิน

จากแนวคิดนี้ทำให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคจะเลือกรับสื่อตามความพึงพอใจของตน ดังนั้นสื่อจึงต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นจะเห็นว่าตามแนวคิดนี้ สื่อไม่ได้เป็นทั้งพระเอกขี้น้ำขาว และไม่ได้เป็นทั้งผู้ช่วยผู้ร้ายหรือผู้ร้าย เพราะสื่อไม่ได้มีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร แต่ผู้รับสารต่างหากที่เป็นผู้กำหนดวาระให้กับสื่อ ดังนั้นบทบาทหน้าที่ที่แท้จริงของสื่อก็คือการเป็นผู้ตอบสนองต่อสังคมนั่นเอง

ทฤษฎีนี้เกิดจากความเชื่อที่ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง การศึกษาในเรื่องนี้ส่วนใหญ่จะเน้นที่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเนื้อหาสารของผู้ใช้ ผลการศึกษาของ (Katz et al. อ้างถึงใน อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม, 2537, น. 21) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารที่มีสภาวะแวดล้อมทางสังคมและสภาวะทางจิตใจแตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างกันนี้ก่อให้เกิดการคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภท จะตอบสนองความพอใจของตนต่างกัน ส่งผลให้มีลักษณะการใช้สื่อและความพึงพอใจ

ที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน นอกจากนี้ (Kippax and Murray อ้างถึงใน อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม, 2537, น. 23) ยัง ได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณสมบัติของสื่อพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณสมบัติของสื่อและจากประเภท ของสื่อที่ศึกษาพบว่าโทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่คนสนใจ และกลุ่มเป้าหมายมีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณ ประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

เดวิสสัน (Davision อ้างถึงใน พัทณี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2538, น. 199-200) เป็น อีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของคาสซ์โดยให้ข้อคิดว่า บุคคลทุก ๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม

แม็คเควล (MacQuail, 1975 อ้างถึงใน พัทณี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2538, น. 199-200) ได้ชี้ให้เห็นของการศึกษาเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจของสื่อไว้ 2 ประการคือ

- 1) เพื่อให้เข้าใจความสำคัญและความหมายของการเลือกใช้สื่อ
- 2) เพื่อเสนอแนะตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ในการวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อ

นอกจากนี้แม็คเควลยังสรุปว่า การศึกษาในแนวทางการใช้และความพึงพอใจต่อสื่อยังอยู่ในขอบเขตจำกัด เนื่องจากงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่สามารถแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนได้ว่า การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อ หรือข่าวสารนั้น เป็นเพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมในสังคมที่สร้างความต้องการดังกล่าวนี้ ให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยหลายงานที่สนับสนุนความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความ พึงพอใจจากสื่อมวลชนในลักษณะต่าง ๆ กับ เช่น การแสวงหาความรู้จากรายการข่าว การเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงต่อปัญหาในชีวิตประจำวัน ความโดดเดี่ยว ความวิตกกังวล ความเครียด หรือเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง เพื่อแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม

เมอร์รี่ และคิปแพคซ์ (Morray & Kippax, 1979, อ้างถึงใน พัทณี เขยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540, น. 23) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า บุคคลจะให้ความสนใจ รับรู้ และจดจำข่าวสารที่จะให้ความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนองความต้องการของตน บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเท่าที่เขาคิดว่ามีประโยชน์หรือสนองความพอใจของเขาได้ และความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลนั้น เป็นผลมา

จากปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมของแต่ละบุคคลเช่น แรงจูงใจ ค่านิยม เป็นต้น บุคคลจะเลือกใช้สื่อหรือเนื้อหาข่าวสาร เพื่อสนองประโยชน์ส่วนตน จากความหลากหลายของความต้องการหรือประโยชน์ของสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผู้ทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเพื่อจัดประเภทของความต้องการของผู้รับสื่อมวลชน พบว่า ความต้องการมี 4 ประการ คือ

- 1) ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตน
- 2) ความต้องการมีการติดต่อทางสังคม
- 3) ความต้องการสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิง
- 4) ความต้องการข้อความจริงและความรู้เกี่ยวกับโลก

Katz et al. (1974) ได้กล่าวถึงตรรกะที่อยู่เบื้องหลังการพิจารณาตรวจสอบถึงเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจไว้ดังนี้ เรื่องนี้เกี่ยวกับจุดกำเนิดทางสังคมและจิตวิทยาของความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ซึ่งยังให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่รูปแบบต่าง ๆ กันของการมีโอกาสดำเนินการจากสื่อมวลชน (หรือการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอย่างอื่น ๆ) อันก่อให้เกิดผลลัพธ์คือ การได้รับความพึงพอใจสนองความต้องการจำเป็นและผลที่ตามมาอื่น ๆ อีก ซึ่งบางทีก็เป็นผลที่ไม่ได้เจตนาเลยเป็นส่วนใหญ่

Brown (1975) ในการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากโทรทัศน์ของเด็ก ๆ ซึ่งให้เห็นความสำคัญของสื่ออื่น ในแง่ที่เป็นสื่อซึ่งมีการหน้าที่หลายอย่าง และในแง่ที่ให้ความพึงพอใจรูปแบบต่าง ๆ แก่เด็กส่วนใหญ่ เช่น ช่วยให้เด็กรู้ว่า คนอื่น ๆ มีชีวิตอยู่อย่างไร และให้เรื่องราวบางอย่างซึ่งเด็กอาจนำไปพูดคุยกับเพื่อน ๆ ได้ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นนี้ ผู้วิจัย ได้นำกรอบความคิด ของ เมอร์รีย์ และ คิปแพคซ์ (Murray & Kippax, 1979) มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ จากเครือข่ายทางสังคมออนไลน์อย่างแอปพลิเคชันหาคู่ของกลุ่มชายรักชาย และเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย

ย้อนไปในสมัยยุค MSN เชื่อว่าคงเป็นจุดเริ่มต้นแรก ๆ เลขของการตามหา “คู่ออนไลน์” จนทุกวันนี้ก็เข้าสู่ยุคของ LINE และ Facebook แทน แต่สองโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันดังกล่าว ยังไม่เหมาะสำหรับหาคู่ออนไลน์เท่าที่ควร เนื่องด้วยระบบการคัดกรองเพื่อน (Add friend) และการยืนยันคนที่เข้มงวดนี้เอง จึงเป็นเหตุให้มีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับหาคู่แยกต่างหาก เพื่อให้คนโสดได้สมหวังในความรัก (นิตยสาร Comtoday)

หลังจากที่สมัครและกรอกข้อมูลไปไม่นานแอปพลิเคชันหาคู่ก็จะแจ้งเตือนขึ้นมาทันทีว่ามีสมาชิกใครบ้างที่แวะเข้ามาเยี่ยมชมโปรไฟล์ของเรา โดยแอปพลิเคชันหาคู่จะแจ้งข้อมูลคร่าว ๆ ว่า คนที่เข้ามาอายุเท่าไร อาศัยอยู่ที่ไหน ซึ่งถือว่าเป็นข้อมูลเบื้องต้นช่วยการตัดสินใจสานสัมพันธ์ต่อได้เป็นอย่างดี และเมื่อโปรไฟล์ถูกใจก็สามารถแตะเข้าไปดูแล้วทักแชทไปหาได้ทันที ซึ่งสมาชิกที่คุยด้วยก็จะถูกย้ายมายังห้องแชทส่วนตัวทันทีทำให้ไม่ต้องไปเสียเวลาค้นหาเพื่อนคนนี้ในภายหลัง

และถ้าหากต้องการค้นหาเพื่อนใหม่ด้วยตัวเอง ก็ให้เข้าไปดูที่ห้องหน้าแรกของแอปพลิเคชันหาคู่ ในนั้นจะแสดงรูปโปรไฟล์ให้ได้ชมพร้อมปุ่มสถานะสีเขียวที่แสดงว่าคนนี้กำลังใช้งาน แอปพลิเคชัน ดังนั้นถ้าอยากให้มีคนสนใจการเลือกรูปโปรไฟล์ก็เป็นส่วนสำคัญอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีห้อง “สนใจ” ที่แสดงรูปโปรไฟล์สมาชิกเช่นเดียวกัน แต่มีปุ่มให้กดถูกใจเพิ่มขึ้นมา เพื่อให้สมาชิกคนนั้นได้รู้ว่าได้ถูกใจชื่นชอบ เป็นการสื่อสารสัมพันธ์เริ่มต้นก่อนการแชทส่วนตัวได้เป็นอย่างดี

ส่วนสุดท้ายคือ “ข่าวสาร” เปรียบเสมือนห้องแชทรวมที่เข้าไปแชร์รูป หรือเรื่องราวและข้อความตามที่ต้องการ สักพักก็จะเริ่มมีคนมาแสดงความคิดเห็น พูดคุย แต่ถ้าหากพบสมาชิกคนไหนคุยลามกพูดจาไม่ดีไม่ให้เกียรติกัน ก็ตัดทิ้งหรือรายงานไปยังแอปพลิเคชันหาคู่เพื่อทำการปิดการใช้งานสมาชิกคนดังกล่าวได้เลย (Potatotechs, 2560)

ทุกวันนี้ไม่ว่าจะไปไหนทำอะไร ทุกอย่างรวดเร็วทันใจไปเสียหมดอยากทานอะไรแค่เข้าไปแอปพลิเคชันก็มีคนมาส่ง หรืออยากซื้ออะไรเข้าแอปพลิเคชันซื้อของ แล้วก็แถมด้วยแอปพลิเคชันโอนเงินก็เป็นอันเสร็จสิ้นภารกิจ นี่คงเป็นนิยามของคำว่า ‘ประเทศ 4.0’ ตามที่ท่านผู้หลักผู้ใหญ่หลาย ๆ คนต้องการจะให้เป็น

อันที่จริงแล้วหากอ่านตามหัวข้อเรื่องคือ ‘เพศศึกษาในโลก 4.0’ มันก็คงเป็นอะไรที่อ่านแล้วเข้าใจยาก แต่ถ้าหากเปรียบเทียบกับสภาพสังคมปัจจุบันที่ไม่ว่าจะทำอะไรล้วนแล้วแต่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยี ซึ่งแน่นอนว่าต้องรวมถึงเรื่อง ‘เพศ’ ที่โลกสมัยใหม่มีส่วนช่วยทำให้ง่ายและเข้าถึงได้มากขึ้น

หากกล่าวถึงประเด็นเรื่องเพศที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีก็คงจะไม่พ้นแอปพลิเคชันจำพวก ‘หาคู่’ ‘นัดเดท’ หรืออาจจะมากกว่านั้นก็ว่ากันไป เป็นเรื่องส่วนตัวของแต่ละคน แต่ก็ต้องยอมรับว่าแอปพลิเคชันพวกนี้ไม่ได้มาพร้อมกับยุค 4.0 หรือยุคเทคโนโลยีก้าวหน้าแบบทุกวันนี้ หากมองกลับไปแล้วเราจะพบว่าโปรแกรมจำพวกนี้นับสิบปีแล้ว กล่าวจริงคือมีมาตั้งแต่ยุคอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามายังชุมชน กลายเป็นอินเทอร์เน็ตบ้านแทนที่จะเป็นอินเทอร์เน็ตออฟฟิศหรือโรงเรียน

ฉะนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้แอปพลิเคชันหาคู่ หรือการนัดพบออนไลน์ได้รับความนิยมและทำให้กลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ แต่ก็มีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น วิถีชีวิตแบบเมือง ทุนนิยม

กระแสการเรียกร่องสิทธิทางเพศและอื่น ๆ อีกมากมายที่ทำให้เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่ดูอันตราย น้อยลง แต่จากประเด็นนี้นับได้ว่าเป็นก้าวหนึ่งที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอะไรอีกหลายต่อหลาย อย่างในวิถีชีวิตคนเมือง ซึ่งการตระหนักถึงการมีสิทธิเสรีภาพเหนือร่างกาย

ในประเด็นนี้แอปพลิเคชันหาคู่จึงเป็นเพียงหนึ่งในตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าสภาพสังคมใน ทุกวันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่เพียงแต่ปัจจัยภายนอกที่มองเห็นได้ด้วยตาเท่านั้นแต่ยัง ค่อย ๆ เปลี่ยนระบบความคิด ทักษะคิด และค่านิยมเดิมอย่างมากมาย ฉะนั้นในฐานะที่เป็นคนรุ่นใหม่ 'การเลือก' กระทำสิ่งใดก็แล้วแต่สิทธิและเสรีภาพอยู่ที่ตัวของเรา เราเป็นผู้กระทำ เราเป็นผู้ตัดสินใจ คุณค่าของการกระทำ แต่ต้องไม่ลืมว่าการกระทำใด ๆ ก็ตามที่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น ไม่อาจเป็นการ กระทำของปัญญาชนได้ (Minimore, 2560)

วิวัฒนาการเปลี่ยน “สังคมใหม่ของผู้รักชาย” การมีแอปพลิเคชันคุยกันเฉพาะกลุ่มเป็น เทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนในสังคมสมัยใหม่ซึ่งไม่ใช่เรื่องผิด การหาคู่ก็มีมาทุก ยุคทุกสมัย แต่ที่ต้องคำนึงถึงก็จะเป็นในเรื่องของความที่สะดวกจนเกินไป แอปพลิเคชันที่ช่วย “หา คู่” ช่วยคลายเหงาของผู้รักชายที่โดดเดี่ยวทำให้ได้รับความนิยมใช้แอปพลิเคชันมากขึ้นและยังมีคน นิยมการพัฒนาจึงออกมาหลากหลายรูปแบบแอปพลิเคชันมีการเจาะจงเฉพาะกลุ่มมากขึ้นเพื่อให้ สังคมมีทางเลือกหลากหลาย

จากที่มีวัตถุประสงค์ในการหาเพื่อนคุยปกติธรรมดา ก็กลายเป็นแอปพลิเคชันที่นำมาใช้ในการ หาคู่ลามไปยันการมีเพศสัมพันธ์กัน ทำให้กลายเป็นเรื่องธรรมดาในสังคมสมัยนี้ไปแล้ว

แค่เลื่อนปิดหน้าจอแล้วกดหัวใจส่งไปหากฝ่ายตรงข้ามก็กดหัวใจให้เหมือนกัน ก็ถือเป็นการ ชื่นชอบตรงกัน เท่านั้นที่สามารถนัดไปทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้ไม่ยาก

แอปพลิเคชันหาคู่ที่ขยายสังคมสำหรับเพศทางเลือกให้ได้เจออีกหนึ่งโลกที่ยอมรับในตัว ตนของเขาได้ เพราะสังคมถึงแม้จะมีการพัฒนาเปิดกว้างมากขึ้นแต่เชื่อว่าจะยอมรับได้ทั้งหมด ร้อยเปอร์เซ็นต์ สมัยก่อนคุณก่อนข้างยากว่าใครมีความชอบในเพศเดียวกัน แต่ปัจจุบันมีสื่อตัวนี้ เหมือนเป็น “ตัวกลาง” ให้ได้เปิดเผยตัวตนให้กล้าแสดงออก แต่ก่อนคนจะเล่นเพื่อ “หาเพื่อน” แต่ เดียวนี้เหมือนจะเล่นเพื่อหา “คู่นอน” เสียมากกว่าไม่ใช่ไม่ต้องการความรักแบบคู่รัก แต่ด้วยความที่ “ไม่กล้าจะผูกมัดเลยเลือกจะหาความสุขแค่เพียงข้ามคืน”

ข้อดีของการที่มีสื่อตัวนี้เกิดขึ้นก็คงเป็นในเรื่องของการพบเจอสังคมอีกสังคมหนึ่งได้มี พื้นที่ยื่นได้เจอคนแบบเดียวกัน แต่ในส่วนข้อเสียก็เริ่มจากที่ตัวคนที่เล่นด้วยเพราะหลาย รูปแบบของการ แสดงออกมีทั้งมาหลอกเอาเงินบ้างหลอกเอาตัวบ้าง เยอะไปหมดในสังคมก็ต้อง ระวัง

หากนัดกันเพื่อไปมี “เพศสัมพันธ์” ก็ยากที่จะรู้เท่าทันเพราะไม่มีทางรู้ว่าคนที่พบเจอเป็นใครมีโรคติดต่ออะไรบ้างแม้แต่การป้องกันตนเอง หลายคนก็ยังมีสมาธิที่น้อยมาก ส่วนใหญ่คิดว่าสวมถุงยางอนามัยอย่างเดียวก็น่าเพียงพอแล้ว จะให้คืออย่าลืมหมั่นตรวจเช็คผลเลือดกันอยู่เสมอ ๆ คำนึงถึงความปลอดภัยของตัวเองให้มาก เพราะแอปพลิเคชันหาคู่นั้นมีมากมายเสรีให้เลือกโหลดใช้ อย่าให้อารมณ์เปลี่ยวเหงาชั่ววูบมาทำให้กลายเป็นฝันร้ายไปตลอดกาล (นภัสสร คุณธรรมถักดี, 2561)

Sex in the Digital Age ในโลกที่เทคโนโลยีออนไลน์ทำให้การสื่อสารแสนจะง่ายไปทุกอย่างเพียงปลายนิ้ว ไม่ว่าจะเป็นการเดท ตกหลุมรัก เลิกลากัน ออกหัก ทุกอย่างเกิดขึ้นและจบลงได้อย่างรวดเร็วมาก

ในยุคหนึ่งที่โทรศัพท์มือถือยังไม่เพียงพอพวกเขา Dating Website จะมีอิทธิพลต่อไลฟ์สไตล์แบบดังกล่าวมาก จนกระทั่งถึงยุคที่สมาร์ตโฟนเข้ามามีบทบาทกับชีวิต และก่อกำเนิดแอปพลิเคชันที่กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เรื่องพวกนี้มันง่ายแสนจะง่ายขึ้นกว่าเดิม

ถ้าเราจะกล่าวถึงเฉพาะแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชายที่กลายเป็นแอปพลิเคชันหาคู่ยอดนิยมระดับโลกขณะนี้ไม่พ้น Grindr, Jack'D หรือ Hornet ที่ชาวเกย์รู้จักดี ซึ่งคนส่วนใหญ่มักจะมีความคิดว่าแอปพลิเคชันประเภทนี้ถูกใช้เพื่อหาคู่นอน ทั้งประเภท One Night Stand หรือ Mr. Right Now กันเท่านั้น แต่ผลสำรวจล่าสุดจากกลุ่มเกย์ในฝั่งยุโรปยืนยันว่า 47% ของผู้ใช้ Hook up App พวกนี้มักจะได้เพื่อนสนิทมาแทนหาได้แค่คู่นอนไม่ เหตุที่เป็นเช่นนั้นอธิบายได้ไม่ยาก เพราะยุคนี้มนุษย์เราทุกเพศที่ปรากฏตัวบนโลก ต้องการการสื่อสารที่มากกว่าการนัดมีเซ็กซ์ทั่วไป ถ้าจะให้เห็นภาพง่าย ๆ ก็คงยกตัวอย่างว่าทำไม Line ถึงได้รับความนิยมมากกว่า WhatsApp เพราะฟังก์ชันของ Line นอกจากจะทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลแล้ว ยังสามารถจัดแบ่งกลุ่มตามที่ต้องการได้ อาทิ กลุ่มเพื่อนที่ทำงาน ครอบครัว หรือหาเพื่อนใหม่ตามกลุ่มที่มีความชอบเหมือนกัน เช่น กลุ่มคนรักหนัง เป็นต้น

และนี่คือสาเหตุที่ว่าทำไม แอปพลิเคชันหาคู่ชายรักชายอย่าง (เกย์) Blued (บลู-ดี) ถึงได้รับความนิยมจนมีจำนวนผู้ใช้มากที่สุดในโลกมากกว่า 15 ล้านคน

Blued (บลู-ดี) คือแอปพลิเคชันสำหรับเกย์ที่ไม่ได้ถูกใช้สำหรับแค่หาคู่นอน แต่ตัวแอปฯ สามารถตอบโจทย์ในการหาเพื่อนได้อย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การที่ Profile ของตัวเองเป็นเสมือนหน้า Wall ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้สามารถ Post รูป ข้อความ หรือวิดีโอ และผู้ใช้คนอื่น ๆ สามารถที่จะเข้าดูโปรไฟล์ของเราและกด Follow เราได้ ในการแชทก็มีสติ๊กเกอร์ให้เลือกใช้เหมือนในโปรแกรม LINE นอกจากนี้ Blued (บลู-ดี) ยังมีฟังก์ชัน Group ทำให้เราสามารถรวมกลุ่มกับคนที่ชอบอะไรเหมือน ๆ กันได้ เช่น ชอบเที่ยว ชอบถ่ายรูป ชอบดูหนัง เป็นต้น ยิ่งสำหรับคนชอบเที่ยว Blued (บลู-

ดี) ก็มีฟังก์ชันที่ชื่อว่า “Gay Map” ที่จะเป็นตัวช่วยแนะนำสถานที่ที่กลุ่มเกย์ควรจะไปแวะชมด้วยตัวเองบ้าง อาจจะเป็น สปา คับ บาร์ หรือ โรงแรม ทั้งในและประเทศต่าง ๆ

นอกเหนือจากนี้ Blued (บลู-ดี) ยังมีฟังก์ชันอื่น ๆ อีกมากมายที่รองรับการเป็น Social Community App เต็มตัวที่สำคัญที่สุด แอปฯ นี้ให้ใช้งานได้ฟรี ๆ ครอบคลุมฟังก์ชันไม่มีการแยกระบบ Premium หรือ Extra ที่ผู้ใช้งานต้องจ่ายเงินเพิ่มเพื่อใช้ Feature อื่น ๆ เพิ่มเติม เหมือนที่แอปฯ Hook up ต่าง ๆ นิยมทำกันอยู่ ซึ่งการที่ Hook Up App พยายามผันตัวมาเป็น Social Community บ้างนั้น แสดงให้เห็นถึงนัยยะสำคัญอีกนัยหนึ่งว่าปัจจุบัน คนกลุ่มนี้ไม่ได้ต้องการใช้เพื่อการเจอกัน หรือจีบกันเท่านั้น แต่แอปฯ เหล่านี้เป็นช่องทางที่ให้คนกลุ่มนี้ได้ติดต่อพบปะแบ่งปันและช่วยเหลือกันใน กลุ่มคนที่มีความหลากหลายเพศ (ที่เปิดเผยมากขึ้นในปัจจุบัน) ให้หลาย ๆ คนที่ไม่มีพื้นที่อื่น (ไม่ใช่ไม่มีแต่อาจไม่พร้อมจะมี) ในชีวิตจริงได้มีพื้นที่อื่น ทามกลางกลุ่มคนที่เข้าใจกัน (Bluethailand, 2560)



ภาพที่ 2.3 แอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชาย (Blued)

แหล่งที่มา: Bluethailand, 2560.

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

กิ่งรัก อิงคะวัต (2552) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างชายรักชาย (เกย์) มีรูปแบบการดำเนินชีวิต 6 รูปแบบ คือ รูปแบบ Homey Gay Lifestyle รูปแบบ Night Going Gay Lifestyle รูปแบบ Obviously Gay Lifestyle รูปแบบ Trendy Gay Lifestyle รูปแบบ Conservative Gay Lifestyle และรูปแบบ Healthy Gay Lifestyle อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างชายรักชาย (เกย์) มีการใช้จ่ายเงิน และมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการในหมวดแฟชั่น และบันเทิงท่องเที่ยวสูง และกลุ่มตัวอย่างชายรักชาย (เกย์) มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับสูง ซึ่งขอบข่ายการทางโทรทัศน์ คอลัมน์หนังสือพิมพ์ และนิตยสารประเภทบันเทิงในระดับสูง มีการเปิดรับข้อมูลด้านกิจกรรมเกย์หรือสถานบันเทิงเกย์ จากสื่อประเภทบุคคล และกลุ่มตัวอย่างชายรักชาย (เกย์) มีความตระหนัก และระมัดระวังต่อประเด็นเอดส์สูง

นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ (2553) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน กรณีศึกษา : นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พบว่า ส่วนใหญ่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 24-26 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท

นอกจากนี้ ส่วนมากเคยมีประสบการณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1-3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์โดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท ยี่ห้อโทรศัพท์ที่นิยมใช้งานคือ Nokia ระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้คือ Symbian OS และมีความถี่ในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ครั้งต่อวัน ส่วนมากให้ความสำคัญกับเลือกใช้แอปพลิเคชันให้ตรงต่อความต้องการ และต้องการความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา

2.8.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ

Tong, & Van De Wiele (2014) การทำลายพรมแดน: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อ Grindr แอปพลิเคชันหาคนที่อยู่ใกล้เคียง (PNAs) เป็นรูปแบบซอฟต์แวร์หนึ่งทำงานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Ubiquitous Computing) ซึ่งเชื่อมต่อผู้ใช้งานตามข้อมูลสถานที่ที่ใช้งาน ยกตัวอย่างเช่น Grindr เป็นแอปพลิเคชัน PNA ยอดนิยม ที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อกัน

ระหว่างกลุ่มเกย์และชายรักร่วมเพศ ในการใช้วิธีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาขึ้นมา 2 ฉบับ ในการศึกษาฉบับแรก ผู้ใช้งาน 63 ราย รายงานแรงบันดาลใจในการใช้ Grindr ด้วยการให้คำอธิบายแบบปลายเปิด ในการศึกษาฉบับที่สอง คำอธิบายข้างต้นได้นำมาแปลงเป็น 26 รายการ ซึ่งมีผู้ใช้ Grindr ตอบแบบสอบถามจำนวน 525 ราย การวิเคราะห์ปัจจัยเผยให้เห็นว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ 6 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์ทางเพศ ความสัมพันธ์ฉันเพื่อน ความบันเทิง ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก และใช้ในการค้นหาสถานที่ โดยมีผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม 2 ประเภท ซึ่งศึกษา 1) ผลกระทบทางภูมิศาสตร์ (เช่น เขตเมือง vs. ชานเมือง/ชนบท) ต่อผู้ใช้ Grindr เพศชาย และ 2) การใช้ Grindr โดยมีความเกี่ยวข้องกับเปิดเผยข้อมูลของตนเอง ผลการศึกษาเน้นให้เห็นว่าการมีโหมคผสมผสานของเทคโนโลยี PDA อาจเปลี่ยนพรมแดนทางพื้นที่ออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งการที่เกย์และชายรักร่วมเพศ ใช้ในการค้นหาเส้นทาง

Wagner (2011) ความขัดแย้งและการไร้คู่: ทฤษฎีการหลอกลวงตัวเอง ในการเดทออนไลน์ ในปัจจุบันการสื่อสารโดยใช้สื่อคอมพิวเตอร์ไม่ได้เพียงแค่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเท่านั้นแต่ยังเริ่มมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวัน การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ศึกษาปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่เป็นการหลอกลวงกันอันเกิดขึ้นในการออกเดทออนไลน์ งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นที่คำถาม 4 ข้อ ได้แก่ 1) คุณลักษณะใดแสดงให้เห็นว่าผู้ออกเดทออนไลน์หลอกลวง 2) แรงคลใจใดที่ทำให้ผู้ออกเดทออนไลน์หลอกลวงผู้อื่น 3) ผู้ออกเดทออนไลน์รับรู้เกี่ยวกับผู้ออกเดทอื่น ๆ อย่างไร และ 4) การหลอกลวงส่งผลกระทบต่ออย่างไรต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักที่พบกันจากการเดทออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสำรวจออนไลน์ โดยเป็นคำถามปลายเปิด 15 ข้อ ประชากรในการศึกษาทั้งหมด 52 คน มีอายุตั้งแต่ 21-37 ผลการศึกษาพบว่าผู้ออกเดทออนไลน์ส่วนใหญ่พิจารณาตนเองและผู้อื่นว่ามีความตรงไปตรงมาในการนำเสนอตัวตน ผู้ออกเดทออนไลน์เหล่านั้นที่ไม่ได้หลอกลวงได้รับแรงคลใจ จากความต้องการที่จะดึงดูดสมาชิกเพศตรงข้ามและส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ของตนเองในแง่บวก ผู้ออกเดทพร้อมที่จะมองข้ามการหลอกลวงของผู้อื่นหากพบว่าสิ่งที่ไม่เป็นจริงนั้น เป็นเพียงการกล่าวเกินจริงเพียงเล็กน้อยหรือไม่ได้ส่งผลต่ออีกฝ่ายมากนัก แม้ว่าจะมีการหลอกลวงขึ้น ประชากรในการศึกษานี้ยังเชื่อว่าการออกเดทออนไลน์สามารถพัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักที่ดีได้

Schrock (2000) MySpace หรือ Ourspace : มุมมองการพึงพิงระบบสื่อที่มีต่อ MySpace โดย MySpace เป็นเว็บไซต์สังคมออนไลน์ประเภทหนึ่ง ที่ผู้คนได้พบ ปฏิสัมพันธ์ และสร้างมิตรโดยวิธีที่สมาชิก MySpace ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเยาวชน มีปฏิสัมพันธ์กันทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการย้ำให้เห็นการสื่อสารว่ามีการเปลี่ยนแปลง การพึงพิงระบบสื่อเผยให้เห็นว่าผู้คนพึ่งพาสื่อในชีวิตประจำวัน

เนื่องจากต้องการบรรลุวัตถุประสงค์พื้นฐานของมนุษย์ การฟังฟังนี้นำไปสู่การใช้ซ้ำ ๆ การฟังฟังระบบสื่อที่ใช้ในการศึกษานี้เพื่ออธิบายว่าเหตุใดและวิธีการใดที่ผู้คนกลายมาเป็นผู้ใช้งาน MySpace ทั้งนี้ประชากรที่ศึกษาคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาที่มหาวิทยาลัยเซนต์ฟลอริดา จำนวน 401 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยสมาชิกกล่าวว่าการฟังฟัง MySpace มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการใช้งาน MySpace และใช้งานเว็บไซต์โดยเฉลี่ย 1.3 ชั่วโมงต่อวัน ผลการศึกษาพบว่าสมาชิกใช้ MySpace เพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อการปฏิสัมพันธ์ การใช้งาน MySpace มีความสัมพันธ์กับจำนวนเพื่อนใน MySpace “จำนวนเพื่อนที่เพิ่มขึ้น” มีความสัมพันธ์กับการฟังฟัง MySpace ขณะที่ผู้คนหันกลับมาปฏิบัติสัมพันธ์กับเพื่อนของตนเอง โดยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้มีการฟังฟัง MySpace โดยปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ได้แก่ สถิติประชากร ปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต และปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน MySpace

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ MySpace การเข้าสังคม และการเปิดเผยตัวตน มีความสัมพันธ์กับระดับความรุนแรงในการฟังฟัง อิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตมีบางส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์มากนักกับการฟังฟัง MySpace ขณะที่ความวิตกกังวลจากการใช้คอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะกับการฟังฟัง MySpace ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่สัมพันธ์กับการฟังฟัง MySpace นอกจากนี้พบความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญระหว่างเพศ ในทุก ๆ การฟังฟัง การเข้าสังคม การเปิดเผยตนเอง ความวิตกกังวลจากการใช้งานคอมพิวเตอร์ และความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ผลที่ได้นำไปสู่หลักฐานที่ว่าสมาชิก MySpace มีบางข้อจำกัดที่เกิดจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต แต่คิดเว็บไซต์เหล่านี้ด้วยเหตุผลคล้าย ๆ กันกับความสัมพันธ์ในชีวิตจริง อาจกล่าวได้ว่า MySpace เป็นแค่เว็บไซต์หนึ่งจากแหล่งออนไลน์ขนาดใหญ่มากมาย ที่ทรงอิทธิพลทางสังคม เช่น อีเมล กระดานข้อความ และการสนทนาออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเทคโนโลยีนี้ สมาชิก MySpace ใช้สื่อสังคมใหม่ อื่น ๆ บ่อยครั้งกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก แต่อย่างไรก็ตาม สมาชิกก็ใช้สื่อสังคมที่ไม่ใช่เพื่อเข้าสังคมมากขึ้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสมาชิก MySpace เป็นกลุ่มเทคโนโลยีกลุ่มใหญ่กว่าที่ประมาณการไว้หรือบางทีก็อาจอยู่ในประเภทเดียวกันกับผู้รับนวัตกรรม

จากการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) รวมถึงการทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถเข้าใจได้ว่าปัจจัยที่สำคัญในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) คือสังคมของเพศชายรักชายที่มีพื้นที่ในการมี

ตัวตนโดยการสื่อสารนั้นจะผ่านสื่อออนไลน์เป็นสังคมชายรักชายที่มีเครือข่ายไม่จำกัดพรมแดน การสื่อสาร เป็น โลกอีกใบหนึ่งที่ทำให้กลุ่มที่มีรสนิยมเหมือนกันรวมตัวกัน มีกิจกรรมทำร่วมกัน เป็นสื่อที่ทำให้ชายรักชายมีความรู้จักกันเปรียบเสมือนคนกลางที่แนะนำให้ทั้ง 2 ฝ่ายได้เจอกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)” ครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลในด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาหัวข้อวิจัยในครั้งนี้อย่างละเอียด ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะมีความลึกและครอบคลุมประเด็นที่สำคัญและมีรายละเอียดซึ่งเป็นผลโดยตรงจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) แบบตัวต่อตัวเพื่อเปิดเผยถึงประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเตรียมคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวนอกจากจะนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางด้านประโยชน์และความพึงพอใจ รวมทั้งคามคาดหวังต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ โดยรายละเอียดขั้นตอนระเบียบวิธีวิจัย มีดังต่อไปนี้

- 3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษานี้เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเกณฑ์พิจารณาจากการคัดเลือก คือ เพศชายรักชาย จำนวน 10 คน โดยมีอายุของผู้ให้ข้อมูลสำคัญระหว่าง 20-35 ปี ส่วนใหญ่ทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัท, นักศึกษา, และอาชีพอิสระ ดังนี้

- 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1 อายุ 32 ปี นักศึกษาปริญญาเอก ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน
- 2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2 อายุ 27ปี นักศึกษาปริญญาโท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน
- 3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3 อายุ 34 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 3 ชั่วโมงต่อวัน
- 4) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4 อายุ 30 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 12 ชั่วโมงต่อวัน
- 5) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5 อายุ 30 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน
- 6) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6 อายุ 25 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 3 ชั่วโมงต่อวัน
- 7) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7 อายุ 24 ปี งานอิสระ ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 7 ชั่วโมงต่อวัน
- 8) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8 อายุ 30 ปี งานอิสระ ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 2 ชั่วโมงต่อวัน
- 9) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9 อายุ 33 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 3 ชั่วโมงต่อวัน
- 10) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10 อายุ 24 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้สำหรับกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (Methodology) ครั้งนี้ โดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นั้น โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลจากการค้นคว้าทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อีกแนวทางหนึ่งนั้น ได้แก่แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีการออกแบบ

โครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างอันเป็นแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่มีความชัดเจนตายตัว โดยเป็นแต่เพียงการกำหนดแนวข้อคำถามแบบเปิดกว้างหรือเป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีผลทำให้ข้อคำถามมีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง โดยเทคนิคของการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นเป็นเทคนิคและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

- 1) ผู้วิจัยเตรียมการในด้านความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน
- 2) ผู้วิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา และการขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีวิจัย อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะศึกษาให้มากที่สุด
- 3) แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยการศึกษาประเด็นคำถาม จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Form) โดยสร้างเป็นคำถามให้มีครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยอันเป็นสิ่งที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ มีการเรียงลำดับคำถาม เนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด
- 4) อุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ เครื่องบันทึกเสียงขนาดเล็ก สมุดบันทึก ปากกา

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data)

- 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data)

ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูล และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น เอกสารทางวิชาการ นิตยสาร เอกสารการประชุม วารสาร หนังสือพิมพ์ บทความต่าง ๆ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสร้างแนวคำถามใน

การสัมภาษณ์ พร้อมทั้งกำหนดขอบเขตของเนื้อหา เพื่อให้ชัดเจนและตรงตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data)

(1) ก่อนเริ่มการทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียง ระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระและมีการทศสอบคำถามและคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการถามคำถามต่อไป โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสัมภาษณ์แต่ละรายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่าข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ โดยการอิ่มตัวของข้อมูล อาจเกิดจากข้อมูลที่รวบรวมมาได้มีลักษณะแบบแผนเป็นอย่างเดียวกัน (Emergence of Regularities) หรืออีกนัยหนึ่งคือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ส่วนใหญ่มีลักษณะทับซ้อนสาระในประเด็นเดียวกัน (องอาจ นัยพัฒน์, 2548)

(2) ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้การสังเกตปฏิบัติการตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูลสำคัญและการจดบันทึกสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญ และเมื่อจบการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกลักษณะน้ำเสียง ตามความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก หรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้วิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล

(3) ข้อมูลถูกนำมาทำการบันทึกและถอดเทปรายวัน เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และข้อมูลที่ได้นำมาผู้ทำการวิจัยได้นำมาถอดเทปคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยการ ฟังเทปบันทึกเสียงซ้ำ

3.5 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้นำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness)

1) ผู้สัมภาษณ์สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้วิจัยซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและเป็นจริงของข้อมูล

2) ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

3) การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้ทำการวิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit Trial) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้อาจไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

4) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Traingulation) การเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ข้อมูลจากตำราวิชาการ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวมทั้งการจดบันทึก การสังเกตการณ์ต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกัน

3.6 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

สำหรับกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ อันได้แก่การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) หรือแบบแผนหลัก (Major Pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดจากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major Themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1) นำข้อมูลที่ได้ออกจากการถอดเทปและการบันทึกภาคสนามมาสรุปและตีความหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้อ่าน และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ

2) นำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้งโดยละเอียดทุกบรรทัด และจึงตีความพร้อมทำการดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิทยานิพนธ์

3) นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกันโดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่

4) ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแอปพลิเคชันหาหุ่นยนต์ที่มีมือถือในกลุ่มชายรักชาย

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)” การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย รวมทั้งศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย และศึกษาความคาดหวังการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย ปรากฏรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 4.2 ความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย
- 4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย
- 4.4 แรงจูงใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย
- 4.5 คุณลักษณะคู่สนทนา
- 4.6 ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยในการศึกษาครั้งนี้ มีผู้ที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชายทั้งหมด 10 ท่าน โดยมีอายุของผู้ให้ข้อมูลสำคัญระหว่าง 20-35 ปี ส่วนใหญ่ทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัท, นักศึกษา, และอาชีพอิสระ ดังนี้

- 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1 อายุ 32 ปี นักศึกษาปริญญาเอก ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน
- 2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2 อายุ 27 ปี นักศึกษาปริญญาโท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน

- 3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3 อายุ 34 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 3 ชั่วโมงต่อวัน
- 4) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4 อายุ 30 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 12 ชั่วโมงต่อวัน
- 5) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5 อายุ 30 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน
- 6) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6 อายุ 25 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 3 ชั่วโมงต่อวัน
- 7) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7 อายุ 24 ปี งานอิสระ ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 7 ชั่วโมงต่อวัน
- 8) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8 อายุ 30 ปี งานอิสระ ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 2 ชั่วโมงต่อวัน
- 9) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9 อายุ 33 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 3 ชั่วโมงต่อวัน
- 10) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10 อายุ 24 ปี พนักงานบริษัท ใช้เวลาออนไลน์บนโทรศัพท์ 5 ชั่วโมงต่อวัน

4.2 ความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือ

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ผู้ที่เข้าใช้งานจากแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย ที่มีการใช้งานเป็นประจำอย่างน้อยวันละ 2 ชั่วโมงขึ้นไป ที่บรรลุนิติภาวะแล้วมีอายุระหว่าง 20-35 ปี เกี่ยวกับความคาดหวัง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์รายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ และนำเสนอประเด็นสาระสำคัญที่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากการสัมภาษณ์ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ตามประเด็น ดังนี้

4.2.1 ความต้องการให้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือมีบริการอื่นนอกเหนือจากปัจจุบัน

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ไม่มีความต้องการให้แอปพลิเคชันหาคู่มีบริการนอกเหนือจากปัจจุบัน เพราะในตอนนี้อันตรายต่อสุขภาพจิตความต้องการอย่างครบครันเนื่องจากแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือเป็นเพียงสื่อเบื้องต้นที่ทำให้กลุ่มชายรักชายได้รู้จัก

กันเท่านั้น ต่อจากนั้นจะเป็นการแลกเปลี่ยนช่องทางอื่นเพื่อสนทนากัน เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม, และเบอร์โทรศัพท์ เป็นต้น ถ้าอยากเพิ่มเติมคืออยากให้พัฒนาตำแหน่งของกลุ่มสนทนาที่ขึ้นตรงตามระยะทางจริงในขณะที่เข้าใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ในขณะนั้น เพราะบางครั้งตำแหน่งที่ตั้งของกลุ่มสนทนาที่มีความคลาดเคลื่อน

“ปัจจุบันที่มีอยู่มันก็ได้อยู่แล้วนะ เพียงพอต่อการใช้งาน แทบไม่ต้องการอะไรเพิ่มเติม” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

“บริการด้านใดบ้าง สำหรับเราเราว่าไม่ต้องแล้วนะ เอาขอแค่ Location เนี่ยขอให้มันตรง ๆ สักรอบแค่นั้น” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2561)

4.2.2 ความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่โปร่งใสไม่มีการนำข้อมูลส่วนตัวไปเผยแพร่

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่โปร่งใสไม่มีการนำข้อมูลส่วนตัวไปเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นช่องทางใด ๆ ก็ตาม เพื่อไม่ให้กระทบต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

“ก็ดีนะ ที่ไม่เอาข้อมูลส่วนตัวของเราไปเปิดเผย เรื่องพวกที่ทำงาน พวกอะไรี่ มันเกี่ยวกับสังคมโลกอื่นที่ไม่ได้อยู่เฉพาะในแอปพลิเคชัน บางทีมันก็มีโลกแห่งความเป็นจริงมาเกี่ยวข้องด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

เนื่องจากการคุยกันอาจมีการส่งข้อความที่เป็นความลับ อาทิเช่น ภาพแอบหวี ภาพไปเปลือยต่าง ๆ ที่คู่สนทนาส่งมา หรือ ที่เราส่งให้แก่คู่สนทนา ก็ควรเก็บเป็นความลับเพื่อเป็นการรับประกันความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการที่ไว้วางใจใช้บริการ และคาดหวังว่าควรมีการห้ามกดบันทึกภาพหรือวิดีโอที่ส่งคุยในทางช่องทางการสนทนาทุกทาง หรือหากมีการอนุญาตให้บันทึกภาพหรือวิดีโอได้ ควรมีการแจ้งเตือนแก่เจ้าของภาพหรือวิดีโอว่ามีคนต้องการกดบันทึกภาพหรือวิดีโอของท่าน ถ้าวิดีโอที่เราพอใจที่จะให้เขาบันทึกไปได้ เราก็กดยกอนุญาตให้บันทึกได้ไป

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญก็จะมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางคนที่มีแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือเพื่อไว้ส่งคนที่อยู่ใกล้เคียงแต่ไม่เป็นฝ่ายเริ่มต้นเข้าไปทักทายหรือสนทนากับสมาชิกก่อน จะเป็นเพียงรอให้สมาชิกเข้ามาทักทายถึงจะตอบกลับเท่านั้น และยังมีสมาชิกบางส่วนในแอปพลิเคชันหาคู่ไม่มีการแสดงรูปใบหน้าตนเองให้สมาชิกคนอื่นเห็น จะแสดง

รูปเฉพาะตั้งแต่ลำคอดลงมา มีทั้งถอดเสื้อบ้างและใส่เสื้อบ้าง ซึ่งสาเหตุหลัก ๆ มาจากไม่ได้เปิดเผยตัวตนอย่างแท้จริงว่าเป็นชายรักชาย เพราะกลัวเจอคนรู้จัก ปิดบังฐานะทางครอบครัว ฐานะทางสังคม และด้วยหน้าที่การทำงานจึงไม่สามารถแสดงตนเองได้ ส่วนการไม่ทักทายก่อนเป็นเพราะไม่ทราบว่าจะเริ่มต้นคุยอย่างไร หากเมื่อมีสมาชิกเข้ามาทักทายก็จะสามารถพูดคุยได้ตามปกติ

นอกจากนี้ยังพบเห็นธุรกิจที่เกิดขึ้นในแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือ นั่นคือ “ธุรกิจการบริการนวด” มีทั้งนวดในสถานที่และนวดนอกสถานที่ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะตกลงกัน การให้บริการนั้นจะให้บริการเป็นรายชั่วโมงอัตราค่าขึ้นอยู่กับการตกลงทั้ง 2 ฝ่าย ไม่รวมค่าเดินทางของผู้ให้บริการ หากมีบริการนอกสถานที่หรือมีค่าห้องพักเมื่อทั้ง 2 ฝ่ายไม่สะดวกเรื่องสถานที่ หากมีบริการที่นอกเหนือจากการนวดก็จะคิดราคาพิเศษขึ้นอยู่กับตกลงกันทั้ง 2 ฝ่ายอีกเช่นกัน และคิดค่าบริการเป็นรอบ ซึ่งผู้ให้บริการบางคนมีอาชีพประจำอยู่แล้วแต่ให้บริการนวดเป็นอาชีพเสริม และบางคนก็ยึดเป็นอาชีพหลักเนื่องจากผลตอบแทนได้รับมากกว่างานประจำ โดยผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลูกค้ามากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับการให้บริการหรือขึ้นอยู่กับหน้าตาและหุ่น

4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ที่เลือกใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือเพราะเป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกได้ทุกที่ทุกเวลา และตอบโจทย์ความต้องการทั้งค้นหาเพื่อนและค้นหาคู่นอน นอกจากนี้ยังมีอีกปัจจัยคือในแอปพลิเคชันหาคู่จะมีแต่กลุ่มชายรักชายเท่านั้นที่เข้ามาใช้บริการ สามารถพูดคุยในรสนิยมเดียวกันได้อย่างสนิทใจ ส่วนช่วงเวลาที่ผ่านมาใช้บริการจะเป็นช่วงที่เกิดความรู้สึกเหงาที่ต้องการเพื่อนที่เข้าใจสักคนในการพูดคุยสนทนากัน

ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์รายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ และนำเสนอประเด็นสาระสำคัญที่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังปรากฏบทสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็น 2 ปัจจัยดังนี้

4.3.1 ปัจจัยภายใน

หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งเกิดจากอารมณ์ ความรู้สึก หรือความต้องการบางสิ่งบางอย่าง โดยใช้แอปพลิเคชันหาคู่เป็นสื่อกลางให้ตอบสนองความต้องการนั้น เช่น เหงา ต้องการเพื่อนสนทนา อยากมีสังคมที่ยอมรับ อยากมีแฟน อยากมีเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

“เกิดบางครั้งที่รู้สึกว่ายู่คนเดียวเหงา ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2560)

“อยากหาเพื่อนคุย เพราะว่ารู้สึกว่าจะอาจจะเป็นช่วงที่เหงา เข้าไปก็ก็ได้เพื่อนคุยสักคนสองคนก็รู้สึกดี” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2560)

“เหตุผลหลักเลยจะเป็นการนัด Sex” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7, สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2561)

“ความต้องการเรื่องเพศ นัด Sex อย่างเดียว” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเมื่อมีความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยว หรือต้องการใครสักคนที่เป็นเพื่อนคุยที่ไม่ใช่เพื่อนในกลุ่มที่สนิทกันหรือเพื่อนร่วมงาน เพราะผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางคนไม่ได้เปิดเผยสถานะตัวตนที่แท้จริงกับสังคม จึงมีความต้องการที่จะคุยกับเพื่อนในโลกออนไลน์มากกว่าคนอื่น

4.3.2 ปัจจัยภายนอก

หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณสมบัติแอปพลิเคชันหาคู่ที่แตกต่างจากอดีตเป็นอย่างมาก เนื่องจากก่อนมีแอปพลิเคชันหาคู่ผู้ใช้จะใช้ MSN (Microsoft Network) ในการสื่อสารกับชายรักชายเพราะจะมีห้องที่แยกประเภทผู้สื่อสารออกจากกันอย่างชัดเจนให้สมาชิกแต่ละคนได้สื่อสารกันอย่างอิสระ ซึ่งขั้นตอนการเปิดรับคู่สนทนาจะมีความยุ่งยากกว่าปัจจุบันเนื่องจากในยุคนั้นต้องใช้คอมพิวเตอร์เข้าเว็บไซต์เพื่อหาสมาชิกของ MSN ที่โพสต์ไว้ และต้องไปคัดลอกเมลของคู่สนทนาที่เราสนใจมาใส่ในระบบของ MSN เพื่อจะมีพื้นที่ในการส่งข้อความหากัน และก็มีข้อจำกัดหากต้องการจะคุยกับคู่สนทนาคนเดิมต้องนัดหมายเวลาในการคุยกัน เพื่อที่เวลาออนไลน์พร้อมกันจะได้พบคู่สนทนาที่เราต้องการจะคุย

ในปัจจุบันก็เข้าสู่ยุค Line และ Facebook แทน แต่สองโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันดังกล่าวยังไม่เหมาะสำหรับหาคู่ออนไลน์เท่าที่ควร เนื่องด้วยระบบการคัดกรองเพื่อน (Add Friend) และการยืนยันตนที่เข้มงวดนี้เอง จึงเป็นเหตุให้มีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันหาคู่แยกต่างหาก โดยจะมีระบบพอสื่อต่าง ๆ เช่น ระบบช่วยค้นหาคนที่ใช่ โดยอิงจากความสนใจส่วนตัวของผู้ใช้ หรือค้นหาจากคนที่อยู่รอบ ๆ ตัว เป็นต้น จากนั้นระบบจะเรียงชื่อและหน้าตามาให้พิจารณาคัดเลือก หากเจอแล้วที่เหลือก็ขึ้นอยู่กับเทคนิคของผู้ใช้แต่ละคนในการสื่อสารกัน

เนื่องจากแอปพลิเคชันหาคู่ในปัจจุบันเพียงแค่ดาวน์โหลดไว้บนโทรศัพท์มือถือและกรอกข้อมูลส่วนตัว พร้อมกับลงรูปภาพเป็นรูปประจำตัวเท่านั้นก็สามารถที่จะหาเพื่อนคุยหรือหาคู่ได้ทันที ไม่ต้องเสียเวลาออกไปเจอใคร ๆ ที่ไม่รู้ว่าจะเข้ากันได้หรือเปล่า เพราะแอปพลิเคชันหาคู่เหล่านี้จะทำให้ได้ทำความรู้จักกันก่อนที่จะมาเจอกัน ถ้าไม่ถูกใจกันตั้งแต่แรกก็จะได้ไม่ต้องเสียเวลาและเสียความรู้สึกทั้งสองฝ่าย เป็นการอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีการสื่อสาร

นอกจากนี้แอปพลิเคชันหาคู่ยังทราบดีว่ามีคู่สนทนาที่อยู่รอบตัวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบ 360 องศา ทำให้มีโอกาสได้คัดเลือกคู่สนทนาตามความชอบส่วนตัวได้อย่างเต็มที่ และมีคู่สนทนาออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง

“ที่ชื่นชอบและประทับใจ ก็คือรู้ว่าแถวนี้ว่าเป็นไง เราสามารถหาคนคุยได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2560)

“มันให้เลือกเยอะมาก มีคนให้เลือกคุยมากมายแล้วส่วนใหญ่ก็ใกล้ ๆ ที่เรายู่ รั้วรั้วเพศ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9, สัมภาษณ์, 19 มีนาคม 2561)

“เมื่อก่อนรู้สึกว้าวมั้ยยังไม่มีแอปฯ นี้รู้สึกว่าจะมีแค่โปรแกรมที่เป็นเหมือนแบบพวก MSN พวกไร้งี้ เดี่ยวนี้พอมันมีสมาร์ตโฟนแอปพลิเคชันพวกนี้มันทำให้เราสะดวก มัน Search คนที่ขึ้นจาก Location แบบใกล้ ๆ เราได้” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

ฉะนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้แอปพลิเคชันหาคู่ หรือการนัดพบออนไลน์ได้รับความนิยมและทำให้กลายเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นมีปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น วิถีชีวิตแบบเมืองทุนนิยม กระแสการเรียกร้องสิทธิทางเพศ และอื่น ๆ อีกมากมายที่ทำให้เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่ดูอันตรายน้อยลง แต่จากประเด็นนี้นับได้ว่าเป็นก้าวหนึ่งที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอะไรอีกหลายต่อหลายอย่างในวิถีชีวิตคนเมือง ซึ่งการตระหนักถึงการมีสิทธิเสรีภาพเหนือร่างกาย

ในประเด็นนี้แอปพลิเคชันหาคู่จึงเป็นเพียงหนึ่งในตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าสภาพสังคมในทุกวันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่เพียงแต่ปัจจัยภายนอกที่มองเห็นได้ด้วยตาเท่านั้นแต่ยังค่อย ๆ เปลี่ยนระบบความคิด ทักษะคิด และค่านิยมเดิมอย่างมากมาย ฉะนั้นในฐานะที่เราเป็นคนรุ่นใหม่ 'การเลือก' กระทำสิ่งใดก็แล้วแต่ สิทธิและเสรีภาพอยู่ที่ตัวของเรา เราเป็นผู้กระทำ เราเป็นผู้

ตัดสินคุณค่าของการกระทำ แต่ต้องไม่ลืมว่าการกระทำใด ๆ ก็ตามที่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น ไม่อาจเป็นการกระทำของปัญญาชนได้

4.4 แรงจูงใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ผู้ที่เข้าใช้งานจากแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย ที่มีการใช้งานเป็นประจำอย่างน้อยวันละ 2 ชั่วโมงขึ้นไป ที่บรรลุนิติภาวะแล้วมีอายุระหว่าง 20-35 ปี เกี่ยวกับแรงจูงใจ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์รายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ และนำเสนอประเด็นสาระสำคัญที่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากการสัมภาษณ์ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ตามประเด็น ดังนี้

4.4.1 สื่อสารกับชายรักชาย

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความต้องการเพื่อนเหมือนเพศทั่วไป แต่จะมีความต่างกันตรงที่อยากจะสื่อสารกับชายรักชายเท่านั้น จึงมองหาช่องทางการสื่อสารที่มีความสะดวกนั้นคือ แอปพลิเคชันหาคู่ที่ตอบโจทย์ความต้องการได้เป็นอย่างดีมากกว่าเดิม เพราะแอปพลิเคชันหาคู่จะอยู่บนโทรศัพท์มือถือ สามารถเข้าใช้บริการได้ตลอดเวลา และมีสมาชิกเข้าใช้งานค่อนข้างมาก หากคู่สนทนาไม่ได้ออนไลน์ในเวลาเดียวกันเมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่งข้อความไปยังคู่สนทนาจะมีการแจ้งเตือนไปยังคู่สนทนาปลายทางให้ได้รับทราบว่าใครเป็นผู้ส่งข้อความเข้ามา นอกจากนั้นยังค้นหาเพื่อนได้อัตโนมัติโดยไม่ต้องใช้เมลเข้าสู่ระบบเพิ่มเพื่อนแต่อย่างใด พร้อมกับรัศมีของคู่สนทนาที่อยู่รอบข้าง

“บางทีเราเจอเขาในแอปฯ อะเราอยากจะทักเขาไป เราเจอเขาในแอปฯ เหมือนเราเข้าถึงเขาได้ง่ายกว่า” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

“เป็นคนขี้เหงาใช้ถูกต้อง เราอยากมีเพื่อนคุย” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2561)

รองลงมาอีกปัจจัยที่ทำให้ต้องสื่อสารกับชายรักชายในแอปพลิเคชันหาคู่ คือ ต้องการตอบสนองอารมณ์ทางเพศในการค้นหาคู่ที่สนทนาผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ซึ่งเป็นสื่อกลางในการหาคนที่มีความต้องการทางด้านเพศเช่นเดียวกัน

“มันสามารถเข้าแล้วมาเจอได้เยอะ มีให้เราเลือกว่าจะนัดเจอกับคนไหน สามารถไปจ่ายตลาดได้เลือกตามความชอบ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561)

4.4.2 กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่จะมีความสนใจกับคู่สนทนาที่โชว์รูปถอดเสื้อให้เห็นกล้ามเนื้อท่อนอก หรือเป็นการโชว์รูปร่างที่ใส่ชุดชั้นในตัวเดียวเพื่อสร้างความสนใจแก่สมาชิกที่เข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ ส่งผลกระตุ้นพฤติกรรมต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความสนใจที่จะทำความรู้จักหรือเข้าไปทักทายกับคู่สนทนาที่โชว์รูปร่างดังกล่าวข้างต้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ เช่น แลกรูปร่างที่มีอวัยวะเพศ สำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง นัดหมายมีเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

“อาจจะมีส่วนใหญ่ที่สามารถกระตุ้นเราได้ ก็จะมีแค่รูปภาพที่เขาแบบพรีเซนต์ออกมาให้เราเห็น ณ ตอนนี้อะที่เราเข้าไปในแอปฯ อะ เรามีความรู้สึกอยากจะมีเซ็กซ์ อย่างนี้ทำให้มีความอยากอยู่ในระดับนึงละ แล้วเมื่อเข้าไปเจอคนที่ถูกใจอะ แล้วเขามี Reaction กลับมาความอยากนั้นมันเลยเพิ่มขึ้น สามารถทำให้ Mission เราได้” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2561)

และมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งเมื่อพบเห็นคู่สนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่แล้วเกิดพฤติกรรมอยากจะทำควมรู้จักกับคู่สนทนาในรูปแบบของการเรียนรู้ศึกษาซึ่งกันและกันเพื่อพัฒนาเป็นคนรักในอนาคต

4.5 คุณลักษณะคู่สนทนา

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ผู้ที่เข้าใช้งานจากแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เกี่ยวกับคำถามเรื่องคุณลักษณะคู่สนทนาผู้วิจัยได้สังเคราะห์รายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ และนำเสนอประเด็นสาระสำคัญที่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากการสัมภาษณ์ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ตามประเด็น ดังนี้

4.5.1 การคัดเลือกคุณลักษณะคู่สนทนา

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ลักษณะของคู่สนทนาที่ผ่านแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะคัดเลือกจากหน้าตาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือสีผิว และหุ่นที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งสมาชิกในแอปพลิเคชันหาคู่แต่ละคนจะแสดงรูปภาพตัวตนให้สมาชิกคนอื่นได้เห็น เพื่อเริ่มต้นการสื่อสารและถือว่าเป็นสิ่งแรกที่จะเริ่มทำความรู้จักกัน

“ถ้าสิ่งที่ชอบจริง ๆ เขาเป็นว่าถ้าเกิดคนที่ผมทักจริง ๆ ก็คือ คัดเลือกจากหุ่นจะต้องหุ่นดี”
(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2560)

“มันก็ดูได้แค่หน้าคือดูแล้วถูกใจโอเค” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2560)

“ดูโอเคคือเห็นหน้าตาแล้วเฮ้ย ถูกชะตาเราน่าจะพอคุยได้ คุยรู้เรื่อง” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

“เราเลือกที่จะคุยกับเขาส่งแรกต้องดูดีก่อน หุ่นก็ต้องดูดีด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2561)

นอกจากนี้จะมีส่วนน้อยที่จะแสดงเป็นรูปภาพวิวาททัศน์ด้วยเหตุผลที่มีอยู่ว่าป้องกันไม่ให้คนรู้จักได้รับรู้ตัวตนที่แท้จริงว่าเป็นเพศชายรักชายด้วยเหตุผลดังนี้ ปิดบังครอบครัวทางบ้าน, ฐานะทางสังคม, ตำแหน่งหน้าที่การงาน, และอาชีพ เป็นต้น แต่ในลักษณะนี้จะเริ่มต้นการสื่อสารโดยเข้าไปทักทายกับสมาชิกในแอปพลิเคชันหาคู่ที่ตนเองชื่นชอบก่อน พร้อมกับแนะนำตัวและส่งรูปภาพ

ของตนเองเข้าไปในบทสนทนา เมื่อเริ่มต้นการสนทนาจนสร้างความรู้จักกันแล้ว จากนั้นสมาชิกถึงจะพัฒนาความสัมพันธ์สูงขึ้นถัดไป

4.5.2 การสนทนากับคู่สนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ลักษณะการเริ่มต้นการทักทายหรือบทสนทนาส่วนใหญ่แล้ว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่มีขอบเขตการสื่อสารที่ตายตัว ขึ้นอยู่กับคู่สนทนาที่สอบถามเข้ามาหากเป็นคู่สนทนาที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความชื่นชอบหรือประทับใจก็จะไม่มีขอบเขตในการตอบคำถามที่คู่สนทนาสอบถามมา

“เอาเป็นว่าไม่ค่อยมีขอบเขตแต่จะดูลักษณะคนที่ทักมาก่อน ถ้าคุณทักด้วยคำที่แรงมาหรือว่าคำที่ไม่ค่อยสุภาพผมก็อาจจะเล่นกลับ โดยในสิ่งที่คุณต้องการ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 15 พฤษภาคม 2560)

“ถามมาตอบไป ตอบได้หมด ไม่มีขอบเขตเลย” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

“ที่ผ่านมามีการตั้งขอบเขต คือถามมาตอบไป” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2561)

“อ้อ ไม่มีครับ คุยได้ทุกเรื่อง” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

4.6 ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

4.6.1 การทำความรู้จัก

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า สมาชิกที่เข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่สิ่งที่ได้รับประการแรกคือการทำความรู้จักกับคู่สนทนาโดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคนก็จะมีวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการมีเพียง 2 วัตถุประสงค์หลัก ๆ คือการหาเพื่อน และการหาคู่นอน และสถานที่ในการนัดพบก็เป็นสถานที่สาธารณะหรือไม่ก็สถานที่ส่วนตัว

4.6.1.1 การหาเพื่อน เป็นการสื่อสารตามปกติทั่วไป ซึ่งแอปพลิเคชันหาคู่เป็นสื่อกลางแนะนำให้คน 2 คนมาพบกัน โดยลักษณะของการสื่อสารก็จะเหมือนกับบุคคลทั่วไปที่เริ่มทำความรู้จักกันเป็นการสอบถามข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้น หากเป็นข้อมูลที่เจาะลึกจะไม่นิยมสอบถามกันเมื่อตอนเริ่มคุยกัน โดยเฉพาะเรื่องครอบครัว จะใช้เวลาการสื่อสารไปสักพักถึงจะแลกเปลี่ยนแอปพลิเคชันเป็นสื่อลำดับถัดไปในการสานต่อความสัมพันธ์ ซึ่งแอปพลิเคชันหาคู่เป็นเพียงสื่อเริ่มต้นของการทำความรู้จักกัน

4.6.1.2 การหาคู่นอน เป็นการสื่อสารเพื่อตอบสนองอารมณ์ทางเพศในช่วงเวลานั้น เพื่อค้นหาคู่นอน จะไม่มีขอบเขตที่ชัดเจนโดยส่วนมากจะสอบถามถึงประเภทของรสนิยมทางเพศ สถานที่นัดหมาย หรือบางครั้งก็สอบถามขนาดอวัยวะเพศและส่งรูปภาพอวัยวะเพศให้กับคู่สนทนาได้เห็นผ่านแอปพลิเคชันหาคู่เพื่อกระตุ้นอารมณ์ทางเพศมากยิ่งขึ้น หรือให้รับชมก่อนการตัดสินใจนัดมีเพศสัมพันธ์กัน เนื่องจากคู่สนทนามีความชื่นชอบขนาดที่แตกต่างกัน

“ที่ไปนัดเจอมาก็คือตามร้านกาแฟก็มี แล้วไปที่ห้องก็มี” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2560)

“ถ้าไม่ห้างสรรพสินค้า ก็อาจจะห้องเช่า ส่วนมากถ้าเกิดเหมือนนัดมาห้างหรืออะไรแบบนี้ ผมจะชอบชวนมาดูหนัง ส่วนไปที่ห้องเช่าอันนั้นเหมือนจะคุยกันแล้วเหมือนมีจุดประสงค์ที่มุ่งหมายทั้งคู่” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2560)

“ต้องดูก่อนว่าจุดประสงค์ไหนถ้านัดยืมก็ห้องผู้ชาย ถ้านัดดูตัวก็ห้าง” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4, สัมภาษณ์, 3 มกราคม 2561)

“ห้างก็จะได้มีอะไรทำต่อ พูดคุยกินข้าว หากเป็นที่ห้องก็จะนัดมาเอากัน มันก็ขึ้นอยู่กับว่าคนที่เราคุยเขาถูกใจเราไหม เรามีอารมณ์ไหม หรือเราแค่ต้องการเพื่อนหรือคู่นอน” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561)

ผู้ข้อมูลสำคัญมักจะนัดพบกันในสถานที่สาธารณะเป็นสถานที่แรกในการพบเจอ อาทิ ห้างสรรพสินค้า, โรงภาพยนตร์, ร้านอาหาร, ร้านกาแฟ, สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น เพื่อดูรูปพรรณสัณฐานก่อนที่จะทำการนัดพบกันในสถานที่ส่วนตัว ซึ่งจะทำให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เริ่มเรียนรู้และสังเกตพฤติกรรมของคู่สนทนาได้ง่าย จากการคุยแบบเผชิญหน้า การทานข้าว การเลือก

ชมภาพยนตร์ และทำการตัดสินใจที่จะเลือกสานต่อความสัมพันธ์ในรูปแบบไหนก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของทั้ง 2 ฝ่าย และจะมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกกลุ่มที่มีรูปแบบการนัดพบในสถานที่ส่วนตัว เพื่อความสัมพันธ์ทางเพศ เมื่อเสร็จแล้วก็จะจบความสัมพันธ์นี้ลงหรือนัดพบกันเพื่อมีเพศสัมพันธ์กันอีกครั้งถัดไปขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในขณะมีเพศสัมพันธ์ และความไม่ก้าวท้าวกันในเรื่องส่วนตัวจะนัดกันเฉพาะตอนมีความต้องการทางเพศเท่านั้น

4.6.2 สถานความสัมพันธ์

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนเมื่อสนทนากันสักระยะจนเกิดความชื่นชอบพอใจกันมีความสนใจซึ่งกันและกัน ลำดับถัดมาจะนัดพบเพื่อเจอตัวจริงกัน เหตุการณ์นัดพบนี้เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญมาก โดยทั้ง 2 ฝ่ายจะเตรียมตัวแต่งกายเพื่อให้อีกฝ่ายประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่พบเห็น

“ถ้าเราสนใจเขาเราชื่นชอบเขาเราก็ต้องการที่จะนัดเจอเขาเป็นเรื่องปกติ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2560)

“ก็เคยนัดนะแต่ไม่ได้นัดทางเพศเราแค่นัดกินข้าวคือเหมือนเราไปดูตัวก่อน” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7, สัมภาษณ์, 19 มีนาคม 2561)

“ก็แล้วแต่โอกาส จะมีบ้างแต่ไม่ได้นัดทุกครั้งไร้” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

เป็นเรื่องพบเห็นได้ทั่วไปสำหรับชายรักชายเมื่อพบเจอตัวจริงบางครั้งสิ่งที่พบเห็นตรงหน้าอาจจะไม่ตรงกับรูปภาพในแอปพลิเคชันหากู้ สิ่งที่ไม่ตรงกันส่วนมากจะเป็นการใช้โปรแกรมตกแต่งรูปภาพให้ออกมาดีจนเกินความเป็นจริงที่เป็นอยู่ จึงทำให้หลายคนก็เลือกที่จะจบความสัมพันธ์ในวันนั้น โดยที่ไม่คุยไม่ติดต่อกันอีกเลย หรือทำการบล็อกคู่สนทนาเพื่อไม่ให้พบเจอกันในโลกออนไลน์ ที่หนักกว่านั้นคือรูปภาพกับตัวจริงเป็นคนละคนยิ่งทำให้คู่สนทนาไม่พอใจและทำการแจ้งเตือนให้แอปพลิเคชันหากคนที่อยู่ใกล้เคียงทราบว่าเขาแอบอ้างเป็นคนอื่น ซึ่งทางแอปพลิเคชันหากคนที่อยู่ใกล้เคียงก็จะมีมาตรการจัดการกับเรื่องประเภทนี้ แต่ถ้าพึงพอใจกันทั้ง 2 ฝ่ายก็จะสานความสัมพันธ์กันต่อเนื่องเป็นมิตรภาพที่แน่นแฟ้นยาวนานหรือจบแค่ชั่วข้ามคืนก็ขึ้นอยู่กับความต้องการในขณะนั้น

“มีการนัดเจอกันและมันจะมีบางอย่างถ้าสมมติหน้าตาดี หุ่นดีแบบนี้ เราก็จะชวนไปที่ลับ เป็นห้องเขามากกว่าห้องเรา” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561)

“มีนัดเจอแต่ยังไม่ยิ้มกันส่วนใหญ่เขาอยากแต่เราไม่ไม่ได้ยิ้มก่อน พักก่อนใจเย็น เพราะบางทีรูปกับตัวจริงคนละเรื่อง รูปเอ๊ยยพระเจ้านำรักมากแต่งแอปมาเป็นร้อยแอปฯ พอเจอตัวจริง หืออ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2561)

4.6.3 การคบหาคู่สนทนาเป็นคนรัก

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่จะคบหาคนรักกับคู่สนทนาที่รู้จักผ่านแอปพลิเคชันหากคู่แต่จะใช้เวลาในการศึกษาซึ่งกันและกันนานหลายเดือนหรือเป็นปีกว่าจะตกลงเป็นคนรัก

“ผ่านมามี 2-3 คน ก็คบกันยาวนานเป็นปีอยู่” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2560)

“เออ...เคยครับ คบ 2 คนก็ถ้าเฉลี่ยก็ นานที่สุดหรือ ถ้านานที่สุดคือ 2 ปี” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2561)

“เคยนะแต่คุยกันแบบสั้น ๆ คุยกันเหมือนเขาให้ความสนใจกับเรามาก เขาแบบ เขาเทคแคร์ดูแลโดยที่แบบไม่มีเรื่องเพศอะไรมานี่เลย รับไปกินข้าว รับไปดูหนัง ไปทำอะไรก็ตาม ก็แล้วแต่ที่เราอยากไป” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2561)

“ประมาณ 3 คน คบกันไม่ถึงปี แต่ก็เกือบ ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2561)

4.6.4 อำนวยความสะดวก

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่สำหรับการใช้แอปพลิเคชันหาคู่นี้สามารถช่วยให้กลุ่มชายรักชายมีสังคมเพิ่มมากขึ้น สามารถเลือกสรรคู่สนทนาที่จะคุยหรือเพิ่มโอกาสการหาคนคุยเพื่อสานต่อความสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต เช่น นัดเจอกันไปดูหนัง ฟังเพลง ทานข้าว หรือสังสรรค์เฮฮา เป็นการผ่อนคลายอีกทางหนึ่งที่ได้ไปเที่ยวไหนมาไหนกับคนที่ฟัง

พอใจสักคน แอปพลิเคชันหาคู่ นับเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีสำหรับคนที่แทบไม่มีเวลาออกมาเจอใคร เหมาะสำหรับคนที่ไม่ได้รู้จักคนมากมาย อาจจะชิวๆ ในการจีบตรง ๆ แต่สามารถคุยผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ไปก่อน เป็นการลดความเขินอายเวลาที่มาพบกัน หรือถ้าความสัมพันธ์นั้นไปไม่รอดจริง ๆ ก็ยังสามารถเปลี่ยนมาเป็นเพื่อนคุย หรือที่ปรึกษากันได้เช่นกัน

“ด้วยที่เดี๋ยวนี้โลกออนไลน์มันก็ มันก็เจอกันได้ง่าย แค่ว่ารูปมันก็เจอได้หลากหลายคนถ้าเราเจอตามท้องถนน เจอที่ทีวีอะไรอย่างเงี้ย มันก็จะอาจจะไปกว่าจะได้เข้าไปพูดคุยเข้าไป ทักทายจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่หลายขั้นตอน กว่าจะได้แบบพาไป แล้วมันแสดงว่าแอปฯ มัน เป็นเครื่องมือที่ช่วยเหลือเราให้ติดต่อกับคนได้ง่ายขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10, สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2561)

“ถามว่าคิดยังไงมันก็โอเค เพราะว่าเขาเรียกไรนะ การหาคนคุยหรือหาแม่่ว่าจะเป็นคนคุย หาแฟนในชีวิตจริงมันหายาก มันไม่ได้แบบหาได้ง่าย ๆ เสียเธอเป็นเกย์หรือ บางทีเราก็ไม่รู้ปะ ก็เลยใช้แอปฯ เหมือนเป็นการแบบ เขาเรียกว่าไร เปิดโลกจะเรียกว่าเปิดโลกมันก็ไม่เชิงแต่ว่าเรียกว่าไรว่าเหมือนเป็นการเพิ่มโอกาสอะ ในการคุยกับคนอื่นได้มากขึ้น เพราะว่าชีวิตจริงเราคงแบบไม่รู้ว่คนนี่เขาเป็นเกย์หรือเปล่าคนนี่เขาอะไรยังไงหรือเปล่าไรเงี้ย” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2561)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)” การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์และความพึงพอใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย รวมทั้งศึกษาปัจจัยการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชาย และศึกษาความคาดหวังการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย ด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชาย

5.1 วิธีการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการวิเคราะห์

5.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ทั้งจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 ท่าน เป็นข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการประโยชน์ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของการใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือในกลุ่มชายรักชาย ซึ่งรวบรวมได้จากรายงานวิจัยรวมทั้งอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

5.4 สรุปผลการวิจัย

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 คน มีด้านรูปแบบเนื้อหาของกลุ่มชายรักชายปรากฏรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

มีผู้ที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชายทั้งหมด 10 ท่าน โดยมีอายุของผู้ให้ข้อมูลสำคัญอยู่ระหว่าง 20-35 ปี ส่วนใหญ่ทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัท, นักศึกษา, และประกอบอาชีพอิสระ ตามลำดับ

5.4.2 ตอนที่ 2 ความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือ

ความคาดหวังที่มีต่อแอปพลิเคชันเมื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเชิงลึกแล้วสามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้

5.4.2.1 ความต้องการให้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือมีบริการอื่นนอกเหนือจากปัจจุบัน

กลับพบข้อมูลที่ว่าไม่มีความต้องการให้แอปพลิเคชันหาคู่มีบริการนอกเหนือจากปัจจุบัน เพราะในตอนนี้อ่อนข้างตอบโจทย์ความต้องการอย่างครบครัน เนื่องจากแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือเป็นเพียงสื่อเบื้องต้นที่ทำให้กลุ่มชายรักชายได้รู้จักกันเท่านั้น ถ้าเพิ่มเติมได้คืออยากให้พัฒนาตำแหน่งของคู่สนทนาที่ขึ้นตรงตามระยะทางจริงในขณะที่ใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ในขณะนั้น เพราะบางครั้งตำแหน่งที่ตั้งของคู่สนทนามีความคลาดเคลื่อน

5.4.2.2 ความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่โปร่งใสไม่มีการนำข้อมูลส่วนตัวไปเผยแพร่

ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนต้องการความโปร่งใสไม่มีการนำข้อมูลส่วนตัวไปเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นช่องทางใด ๆ ก็ตาม เพื่อให้ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการค้าในชีวิตในปัจจุบัน

5.4.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักรชาย

เป็นการตอบ โจทย์ความต้องการทั้งค้นหาเพื่อนและค้นหาคู่นอน นอกจากนี้ยังมีอีกปัจจัยคือในแอปพลิเคชันหาคู่จะมีแต่กลุ่มชายรักรชายเท่านั้นที่เข้ามาใช้บริการ และนำเสนอประเด็นสาระสำคัญที่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังปรากฏบทสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็น 2 ปัจจัยดังนี้

5.4.3.1 ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลซึ่งเกิดจากอารมณ์ ความรู้สึก หรือความต้องการบางสิ่งบางอย่าง โดยใช้แอปพลิเคชันหาคู่เป็นสื่อกลางให้ตอบสนองความต้องการนั้น เช่น เหงา ต้องการเพื่อนสนทนา อยากมีสังคมที่ยอมรับ อยากมีแฟน อยากมีเพศสัมพันธ์

5.4.3.2 ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันหาคู่ที่อำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทราบดีมีระยะห่างระหว่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญและคู่สนทนาที่อยู่รอบตัวแบบ 360 องศา ทำให้มีโอกาสได้คัดเลือกคู่สนทนาตามความชอบส่วนตัวได้อย่างเต็มที่ และมีคู่สนทนาออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง

5.4.4 ตอนที่ 4 แรงจูงใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักรชาย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 คน ต่างมีความต้องการอยากจะมีพื้นที่เปิดรับกลุ่มชายรักรชายได้อย่างอิสระ ไม่ต้องกังวลเรื่องความไม่เข้าใจของสังคมบางส่วนที่ยังไม่เปิดรับ นอกจากนี้แล้วยังต้องการมีพื้นที่ได้พูดคุยสื่อสารกับเพศเดียวกัน มีกิจกรรมทำร่วมกัน หรือมีสังคมย่อยในออนไลน์ไว้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ สามารถแบ่งปันประเด็นได้ดังนี้

5.4.4.1 สื่อสารกับชายรักรชาย เป็นแรงจูงใจหลักที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเข้าใช้งานแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือ นั่นคือความสะดวกสบายมากกว่าช่องทางอื่น ๆ ที่ผ่านมา เพราะแอปพลิเคชันหาคู่จะอยู่บนโทรศัพท์มือถือสามารถเข้าใช้บริการได้ตลอดเวลา และมีสมาชิกเข้าใช้งานค่อนข้างมากและมีผู้ใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง หากคู่สนทนาที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้คุยมาก่อนหน้าและไม่ได้ออนไลน์ในเวลาเดียวกัน เมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการจะสนทนาก็สามารถพิมพ์ข้อความไปยังคู่สนทนาจึงจะมีการแจ้งเตือนคู่สนทนาปลายทางให้ได้รับทราบว่าใครเป็นผู้ส่ง

ข้อความเข้ามา นอกจากนั้นยังค้นหาเพื่อนได้อัตโนมัติโดยไม่ต้องใช้เมลเข้าสู่ระบบเพิ่มเพื่อนแต่อย่างใด พร้อมกับรหัสของกลุ่มสนทนาที่อยู่รอบข้าง

5.4.4.2 กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม เมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นกลุ่มสนทนาโซเชียลมีเดียให้เห็นกล้ำหน้าห้อง หรือเป็นการโซว์รูปภาพที่ใส่ชุดชั้นในตัวเดียวเพื่อดึงดูดความสนใจแก่สมาชิกที่เข้ามาใช้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ ส่งผลกระตุ้นพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความสนใจที่จะทำความรู้จักหรือเข้าไปทักทายกับกลุ่มสนทนาที่โซว์รูปภาพดังกล่าวข้างต้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ เช่น แลกรูปภาพที่มีอวัยวะเพศ สำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง นัดหมายมีเพศสัมพันธ์ และมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งเมื่อพบเห็นกลุ่มสนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่แล้วเกิดพฤติกรรมอยากจะทำความรู้จักกับกลุ่มสนทนาในรูปแบบของการเรียนรู้ศึกษาซึ่งกันและกันเพื่อพัฒนาเป็นคนรักในอนาคต

5.4.5 ตอนที่ 5 คุณลักษณะกลุ่มสนทนา

คุณลักษณะของกลุ่มสนทนาที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคัดเลือกในการสนทนาผ่านแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือมีรายละเอียด ดังนี้

5.4.5.1 การคัดเลือกคุณลักษณะกลุ่มสนทนา

ส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะคัดเลือกภาพลักษณ์ภายนอกจากรูปที่ตั้งเป็นรูปภาพประจำตัวนั้นคือหน้าตาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือสีผิว และหุ่นที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชื่นชอบ ซึ่งสมาชิกในแอปพลิเคชันหาคู่แต่ละคนจะแสดงรูปภาพตัวตนให้สมาชิกคนอื่นได้เห็น เพื่อเริ่มต้นการสื่อสารและถือว่าเป็นสิ่งแรกที่จะเริ่มทำความรู้จักกัน

และมีส่วนน้อยที่จะแสดงเป็นรูปภาพวิวทิวทัศน์ด้วยเหตุผลที่มีอยู่ว่าป้องกันไม่ให้คนรู้จักได้รับรู้ตัวตนที่แท้จริงว่าเป็นเพศชายรักชายด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ ปิดบังครอบครัวทางบ้าน, ฐานะทางสังคม, ตำแหน่งหน้าที่การงาน, และอาชีพ

5.4.5.2 การสนทนากับกลุ่มสนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่

ส่วนใหญ่ไม่กำหนดขอบเขตของการสื่อสารกับกลุ่มสนทนา เป็นการสนทนาแบบทั่วไปหากกลุ่มสนทนาสอบถามมาก็จะตอบทุกคำถาม เพราะการคุยกันในครั้งแรกก็จะไม่ได้สอบถามข้อมูลเชิงลึกเป็นการสอบถามชื่อหรือแนะนำตัวคร่าว ๆ อาทิ ชื่อ ทำเลที่พักอาศัย หน้าที่การงาน เป็นต้น เมื่อมีการคุยกันมากขึ้นหรือบ่อยขึ้นก็จะค่อย ๆ สอบถามเหมือนการทำความรู้จักกันทั่วไปที่ไม่ได้ผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ รองลงมาคือการไม่พูดคุยเรื่องส่วนตัว ไม่สอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว

5.4.6 ตอนที่ 6 ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้ออปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

5.4.6.1 การทำความรู้จัก สามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณี ดังนี้

1) การหาเพื่อน เป็นการพูดคุยกันในแอปพลิเคชันหาคู่เพื่อต้องการเพื่อนคุยยามเหงา หรือต้องการคนที่รับฟังเรื่องราวของตนเอง ซึ่งบางครั้งไม่สามารถถ่ายทอดให้กับคนในครอบครัวหรือเพื่อนร่วมงานได้ โดยที่เพื่อนในแอปพลิเคชันหาคู่นี้จะค่อนข้างเข้าใจซึ่งกันและกัน หากเป็นการพูดคุยในสถานะเพื่อนก็สามารถพูดคุยพร้อมกันได้หลายคนในเวลาเดียวกัน

2) การหาคู่นอน เป็นการใช้ออปพลิเคชันหาคนคู่เพื่อหาคู่นอนในการตอบสนองความต้องการทางเพศเท่านั้น เมื่อเสร็จสิ้นความต้องการก็จะเปลี่ยนคู่นอนไปเรื่อย ๆ เมื่อเจอคู่สนทนาที่พึงพอใจและมีความต้องการในทิศทางเดียวกัน หรือหากถูกใจคู่สนทนาที่สร้างความพึงพอใจทางเพศก็จะนัดคู่สนทนาคนเดิมมาพบปะกันอีกครั้งเพื่อมีเพศสัมพันธ์กันเป็นครั้งที่ 2 หรือมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับความสะดวกและความต้องการทางเพศในขณะนั้น

5.4.6.2 สถานความสัมพันธ์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนเมื่อสนทนากันสักระยะจนเกิดความชื่นชอบพอใจกันมีความสนใจซึ่งกันและกัน ลำดับถัดมาก็จะนัดพบเพื่อเจอตัวจริงกันเหตุการณ์นัดพบนี้เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญมากโดยทั้ง 2 ฝ่ายจะเตรียมตัวแต่งกายเพื่อให้อีกฝ่ายประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่พบเห็น และสถานที่ในการนัดพบกันหากเป็นการหาเพื่อนก็จะนัดพบกันในที่สาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร ฟิตเนส เป็นต้น แต่หากนัดเพื่อหาคู่นอนสถานที่ที่นัดพบกันจะเป็นสถานที่ส่วนตัวหรือสถานที่ปิดเพื่อมีเพศสัมพันธ์กัน

5.4.6.3 การคบหาคู่สนทนาเป็นคนรัก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการคบหาคนรักกับคู่สนทนาที่รู้จักผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ แต่จะใช้เวลาในการศึกษาซึ่งกันและกันนานหลายเดือนหรือเป็นปีกว่าจะตกลงเป็นคนรัก เหมือนกับคนรักเพศชายหญิงทั่วไปที่ต้องใช้เวลาในการศึกษาจนแน่ใจ ซึ่งแอปพลิเคชันหาคู่เปรียบเหมือนสื่อบุคคลที่แนะนำให้คนทั้ง 2 คน ได้รู้จักกัน

5.4.6.4 อำนวยความสะดวก

สามารถช่วยให้กลุ่มชายรักชายมีสังคมเพิ่มมากขึ้น สามารถเลือกสรรคู่สนทนาที่คุยหรือเพิ่มโอกาสการหาคนคุยเพื่อสานต่อความสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต เช่น นัดเจอกันไปดูหนัง ฟังเพลง ทานข้าว หรือสังสรรค์เฮฮา เป็นการผ่อนคลายอีกทางหนึ่งที่ได้ไปเที่ยวไหนมาไหนกับคนที่พึงพอใจสักคน แอปพลิเคชันหาคู่นับเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีสำหรับคนที่แทบไม่มีเวลาออกมาเจอใคร เหมาะสำหรับคนที่ไม่ได้รู้จักคนมากมาย อาจจะขี้อายในการจีบตรง ๆ แต่สามารถคุยผ่านแอป

พลิกผันหาคู่ไปก่อน เป็นการลดความเขินอายเวลาที่มาพบกัน หรือถ้าความสัมพันธ์นั้น ไปไม่รอดจริง ๆ ก็สามารเปลี่ยนมาเป็นเพื่อนคุย หรือที่ปรึกษากันได้เช่นกัน

5.5 อภิปรายผล

5.5.1 ความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือ

5.5.1.1 ความต้องการให้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือมีบริการอื่นนอกเหนือจากปัจจุบัน สามารถสรุปได้ว่าจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 10 คน ต่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังให้แอปพลิเคชันหาคู่ให้มีบริการอื่นนอกเหนือจากปัจจุบันไปในทิศทางเดียวกันนั่นคือ ไม่ต้องการอะไรเพิ่มเติม เพราะปัจจุบันนี้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของชายรักชายมีบริการที่ตอบโจทย์ครบทุกความต้องการอยู่แล้ว

สอดคล้องกับ Bandura (1982) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

สอดคล้องกับ Porter and Lawler (1968) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึงความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งหนึ่งว่าน่าจะเป็นอย่างที่เกิดไว้

5.5.1.2 ความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่โปร่งใสไม่มีการนำข้อมูลส่วนตัวไปเผยแพร่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนต่างคาดหวังต่อข้อมูลส่วนตัวที่ไม่อยากเปิดเผยออกไปในที่สาธารณะด้วยกรอบทางสังคมหรือหน้าที่การงาน หรือเหตุผลส่วนตัวบางอย่าง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะให้บทสนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่เป็นสิ่งที่รู้กันเพียง 2 คน หรือในกลุ่มเฉพาะเท่านั้น ไม่อยากให้อปพลิเคชันนำข้อมูลไปเปิดเผยไม่ว่ากรณีใด ๆ ก็ตาม

สอดคล้องกับ Jourard (n.d.) กล่าวว่า ข้อกำหนดสำคัญเพื่อการดำรงอยู่ของมนุษย์คือ ความเปิดเผย/การเปิดโอกาสหรือความโปร่งใส หมายถึง การเปิดตนเองให้กับทุกสรรพสิ่งที่เกิดขึ้นในโลก รวมไปถึงเปิดตนเองให้ผู้อื่นได้มีโอกาสในการเข้าถึงและรับรู้ในความเป็นตัวตนของตนเองด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีย่อมเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการยอมให้ผู้อื่นได้เข้ามามีโอกาสร่วมประสบการณ์กันกับตนอย่างเต็มที่ และเปิดเผยตนเองให้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าใจประสบการณ์ของผู้อื่นด้วยเช่นกัน

สอดคล้องกับ DeVito (1978) กล่าวว่า การเปิดเผยตนเอง หมายถึง กระบวนการเปิดเผยแสดงให้ผู้อื่นหรือให้กลุ่มได้รับทราบบางเรื่องราวเกี่ยวกับตัวตนเอง ซึ่งเป็นที่รู้เฉพาะตัวไม่เป็นที่เปิดเผยสำหรับผู้อื่นทั่วไป

5.5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

5.5.2.1 ปัจจัยภายใน เกี่ยวข้องกับตัวของบุคคลทั้งหมดที่มีอารมณ์ ความรู้สึก ต้องการหาคู่สนทนาหรือความต้องการบางสิ่งบางอย่าง โดยใช้แอปพลิเคชันหาคู่เป็นสื่อกลางให้ตอบสนองความต้องการนั้น

สอดคล้องกับแนวคิดของฟากจิต ปาลินทร ลากจิตร (2556) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนสองคน เป็นการสื่อสารที่มี Feedback ซึ่ง Feedback นี้จะมีอิทธิพลอย่างมากในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีสื่อกลาง (Interposed Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยการใช้สื่อเป็นตัวกลาง

5.5.2.2 ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันหาคู่ที่อำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเฉพาะกลุ่มที่ตอบสนองความต้องการเพื่อหาคู่สนทนาที่เหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบัน

สอดคล้องกับบทความจาก (Minimore, 2560) หากกล่าวถึงประเด็นเรื่องเพศที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีก็คงจะไม่พ้นแอปพลิเคชันจำพวก 'หาคู่' 'นัดเดท' หรืออาจจะมากกว่านั้นก็ว่ากันไป เป็นเรื่องส่วนตัวของแต่ละคน แต่ก็ต้องยอมรับว่าแอปพลิเคชันพวกนี้ไม่ได้มาพร้อมกับยุค 4.0 หรือยุคเทคโนโลยีก้าวล้ำแบบทุกวันนี้ หากมองกลับไปเราจะพบว่ามิโปรแกรมจำพวกนี้มานานนับสิบปีแล้ว กล่าวจริงคือมีมาตั้งแต่ยุคอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามายังชุมชน กลายเป็นอินเทอร์เน็ตบ้านแทนที่จะเป็นอินเทอร์เน็ตออฟฟิศหรือโรงเรียน

5.5.3 แรงจูงใจการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

5.5.3.1 สื่อสารกับชายรักชาย

การมีแอปพลิเคชันหาคู่เปรียบเสมือนมีเพื่อนอยู่ข้างกายได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ก็จะมีกลุ่มชายรักชายใช้บริการ จึงทำให้ได้รู้จักเพื่อนต่างสถานที่ได้ง่ายขึ้น เป็นสื่อที่รวมกลุ่มชายรักชายเข้าไว้ด้วยกัน คือสร้างความสัมพันธ์ให้สนิทสนมกันเสียก่อน ก่อนที่จะนัดมาพบปะหรือเจอกันเพื่อเป็นการลดความเขินอาย เนื่องจากบางครั้งการที่เราจะนัดเจอใครอาจทำให้เราไม่เป็นตัวของตัวเอง แต่เมื่อเราคู่กับใครสักคนหนึ่งจนเกิดเป็นความผูกพันหรือความเคยชินแล้วตอนที่นัดเจอกันก็จะทำให้ต่างฝ่ายต่างเป็นตัวของตัวเองได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังต้องการให้ตอบสนองทางเพศเมื่อมีความต้องการเกิดขึ้นแต่ก็ถือว่าขึ้นอยู่กับเฉพาะตัวบุคคล

สอดคล้องกับแนวคิดของ Tanakon Karapun (2557) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) นี้ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) และเป็นการ

สื่อสารแบบตัวต่อตัว (Person-to-person) หรือเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้ากันและกันได้ในขณะที่ทำการสื่อสารกัน และสามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงกันข้ามได้โดยตรงและทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ บางครั้งผู้ส่งกับผู้รับก็ไม่ได้ทำการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน เช่น การพูด คุยกันทางโทรศัพท์

5.5.3.2 กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

การเกิดพฤติกรรมนั้นขึ้นอยู่กับทั้ง 2 ฝ่ายว่ามีการเสนอและสนองกันในรูปแบบใด เช่น เมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการหาเพื่อนแต่คู่สนทนากับต้องการหาเพื่อนทำให้ความต้องการของทั้ง 2 ฝ่ายไม่สอดคล้องกันก็จะเกิดพฤติกรรมที่จะไม่คุยกับคู่สนทนาคนนี้หรือทำการบดบังคู่สนทนาคนนี้ไป แต่หากความต้องการสอดคล้องตรงกันก็จะเกิดพฤติกรรมที่ไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการหาเพื่อนและคู่สนทนามีความต้องการเช่นเดียวกัน ก็จะทำการส่ง Location หรือรูปภาพ อยุ่วะเพศ หรือนัดหมายกันในวันและเวลาที่ทั้งคู่สะดวกเพื่อมีเพศสัมพันธ์กัน

สอดคล้องแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของสิริอร วิชชาวุธ (2547, น. 225) กับเมื่อร่างกายเกิดความต้องการ (Need) ขึ้น ก็จะเกิดแรงขับ ซึ่งทำให้เกิดความตึงเครียดขึ้นมนุษย์และสัตว์จะต้องดิ้นรนหาทางบำบัดความต้องการนี้ แรงขับแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1) แรงขับปฐมภูมิ (Primary Drives) หรือ แรงขับทางด้านสรีระ (Physiological Drives) เป็นแรงขับที่เกิดมาพร้อมกับการเกิดของคน ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ มีต้นกำเนิดมาจากความต้องการของร่างกาย หรือสภาวะในร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความอบอุ่นและความหนาว ความต้องการหลีกเลี่ยงจากความเจ็บปวด ความต้องการพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการอากาศออกซิเจน ความต้องการขับถ่าย

2) แรงขับทุติยภูมิ (Secondary Drives) หรือ แรงขับทางสังคม (Psychological Drives) เป็นแรงขับที่สลับซับซ้อน โดยทั่วไปเกิดจากการเรียนรู้เป็นส่วนใหญ่ เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมเป็นส่วนใหญ่ เช่น ความต้องการผูกพันกับผู้อื่น ความต้องการฐานะ ความต้องการอำนาจ ความต้องการได้รับยกย่อง

5.5.4 คุณลักษณะคู่สนทนา

5.5.4.1 การคัดเลือกคุณลักษณะคู่สนทนา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือการสื่อสารชนิดใด หรือที่พัฒนาเป็นแอปพลิเคชันในปัจจุบัน และแม้กระทั่งสื่อบุคคลเองก็ตามที่แนะนำให้ทั้ง 2 ฝ่าย รู้จักกันต่างก็ต้องคัดเลือกคู่สนทนาจากความชอบส่วนตัวทั้งนั้น เช่น อายุ สีผิว บุคลิกภาพภายนอก ลักษณะทางเพศ ที่เป็นกายภาพนั้น แท้จริงแล้วสื่อไม่ได้เป็นผู้ตัดสินคัดเลือกบุคคลนั้นมาเป็นคู่

สนทนา แต่ตัวผู้ใช้งานต่างหากที่เป็นผู้ระบุความชอบส่วนตัวให้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือทำหน้าที่ค้นหาแนะนำเสนอให้ผู้ใช้งานเลือกคุย ถือเป็นเรื่องปกติทั่วไปที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะคัดเลือกรายชื่อจากหน้าตาที่สมาชิกในแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือได้ตั้งเป็นรูปภาพประจำตัว

สอดคล้องกับแนวคิดของสิริอร วิชชาวุธ (2547, น. 225) แรงขับทุติยภูมิ (Secondary Drives) หรือแรงขับทางสังคม (Psychological Drives) เป็นแรงขับที่สลับซับซ้อน โดยทั่วไปเกิดจากการเรียนรู้เป็นส่วนใหญ่ เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมเป็นส่วนใหญ่ เช่น ความต้องการผูกพันกับผู้อื่น ความต้องการฐานะ ความต้องการอำนาจ ความต้องการได้รับยกย่อง เป็นต้น

5.5.4.2 การสนทนากับคู่สนทนาในแอปพลิเคชันหาคู่

คนเราทุกคนย่อมล้วนแต่ต้องมีการสื่อสารระหว่างกันด้วยกันทั้งนั้น แต่สิ่งที่แตกต่างกันไปนั่นคือวิวัฒนาการของช่องทางการสื่อสาร ในปัจจุบันนี้มีแอปพลิเคชันหาคู่เป็นช่องทางใหม่ให้กลุ่มชายรักชายให้มีพื้นที่แสดงออกทางตัวตน และไม่ว่าจะผ่านมานานแค่ไหนบนบทสนทนา ก็จะเริ่มจากการทักทายแนะนำตัวเองให้แก่คู่สนทนาได้รู้จักเบื้องต้น แต่ก็จะไม่มีการตั้งขอบเขตการสนทนาไว้ว่าหากถามเจอบางคำถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะไม่ตอบกลับหรือไม่สนทนาต่อ

สอดคล้องกับงานวิจัย Tong and Van De Wiele (2014) การทำลายพรหมแดน: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อ Grindr แอปพลิเคชันหาคู่ (PNAs) เป็นรูปแบบซอฟต์แวร์หนึ่งที่ทำหน้าที่ทำงานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Ubiquitous Computing) ซึ่งเชื่อมต่อผู้ใช้งานตามข้อมูลสถานที่ที่ใช้งาน ยกตัวอย่างเช่น Grindr เป็นแอปพลิเคชัน PNA ขอดนิยามที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อกันระหว่างกลุ่มเกย์และชายรักร่วมเพศ ในการใช้วิธีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาขึ้นมา 2 ฉบับ ในการศึกษาฉบับแรก ผู้ใช้งาน 63 ราย รายงานแรงบันดาลใจในการใช้ Grindr ด้วยการให้คำอธิบายแบบปลายเปิด ในการศึกษาฉบับที่สอง คำอธิบายข้างต้นได้นำมาแปลงเป็น 26 รายการ ซึ่งมีผู้ใช้ Grindr ตอบแบบสอบถามจำนวน 525 ราย การวิเคราะห์ปัจจัยเผยให้เห็น ว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ 6 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์ทางเพศ ความสัมพันธ์ฉันเพื่อน

สอดคล้องกับงานวิจัย เจริญวิทย์ จิตวิวารักษ์ (2544) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทย พบว่า สารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในออนไลน์ไทยมีความหมาย รูปแบบในการนำเสนอที่ตอกย้ำภาพสรวบแบบเหมารวม (Stereotype) ของชายรักชายที่สังคมและสื่อกระแสหลักเป็นผู้สร้างให้ นอกจากนี้ยังพบว่าชายรักชายได้สร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนแบบใหม่ของชายรักชายขึ้นมาในพื้นที่ของออนไลน์อีกด้วย นอกจากนี้อุดมการณ์ทางเพศของเว็บมาสเตอร์นั้นมีส่วนกำหนดกระบวนการสร้างสารเกี่ยวกับ

ชายรักชายในแต่ละเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุดมการณ์ทางเพศของแต่ละคนที่ต้องการนำเสนอประเด็นเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไปตามที่ตนเองต้องการ ทั้งนี้คุณลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นมีส่วนต่อการสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชาย โดยเอื้อให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นรักร่วมเพศของตนได้มากกว่าการสื่อสารในลักษณะอื่น ๆ ในขณะที่สังคมปกติชายรักชายไม่สามารถกระทำได้

5.5.5 ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย

5.5.5.1 การทำความรู้จัก

1) การหาเพื่อน เมื่อมีการสนทนากันมาสักระยะหนึ่งใจในกลุ่มสนทนาและต่างฝ่ายต่างมีความพร้อมที่จะพบบัน สถานที่นัดพบจะเป็นสถานที่สาธารณะที่ทั้ง 2 ฝ่ายสะดวกในการเดินทางมาพบกันทั้งคู่ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ สถานที่ออกกำลังกาย และเหตุผลในการนัดพบเพื่อดูรูปพรรณสัณฐานตรงตามความชื่นชอบที่ได้เห็นรูปเมื่อครั้งแรกในการสนทนาหรือไม่ และเป็นการศึกษานิสัยใจคอกันจริงจังมากขึ้น เนื่องด้วยในแอปพลิเคชันนี้ยังไม่สามารถเจอเจกันจะไม่สามารถสังเกตอวัจนภาษาของกลุ่มสนทนาได้ จึงไม่สามารถคาดเดาหรือตัดสินกลุ่มสนทนาได้อย่างแท้จริง

สอดคล้องกับบทความ (Potatotechs, 2560) เกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชายแอปพลิเคชันคู่ที่ขยายสังคมสำหรับเพศทางเลือกให้ได้เจออีกหนึ่งโลกที่ยอมรับในตัวตนของเขาได้ เพราะสังคมถึงแม้จะมีการพัฒนาเปิดกว้างมากขึ้นแต่เชื่อว่ายอมรับได้ทั้งหมด ร้อยเปอร์เซ็นต์ สมัยก่อนคุณก่อนข้างยากว่าใครมีความชอบในเพศเดียวกัน แต่ปัจจุบันมีสื่อตัวนี้เหมือนเป็น “ตัวกลาง” ให้ได้เปิดเผยตัวตนให้กล้าแสดงออก แต่ก่อนคนจะเล่นเพื่อ “หาเพื่อน”

สอดคล้องกับเมอร์รีย์ และคิปแพคซ์ (Morray & Kippax, 1979, อ้างถึงใน พัทธนี เษยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540, น. 23) ได้ อธิบายเพิ่มเติมว่า บุคคลจะให้ความสนใจรับรู้ และจดจำข่าวสารที่จะให้ความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนองความต้องการของตน บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเท่าที่เขาคิดว่ามีประโยชน์หรือสนองความพอใจของเขาได้ และความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมของแต่ละบุคคลเช่น แรงจูงใจ ค่านิยม เป็นต้น บุคคลจะเลือกใช้สื่อหรือเนื้อหาข่าวสาร เพื่อสนองประโยชน์ส่วนตน จากความหลากหลายของความต้องการหรือประโยชน์ของสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผู้ทำการวิเคราะห์ห่อจ้กประกอบเพื่อจัดประเภทของความต้องการของผู้รับสื่อ มวลชน พบว่า ความต้องการมี 4 ประการ คือ 1) ความ

ต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตน 2) ความต้องการมีการติดต่อทางสังคม 3) ความต้องการสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิง 4) ความต้องการข้อความจริงและความรู้เกี่ยวกับโลก

2) หาก่อนนอน เมื่อวัตถุประสงค์เป็นการหาเพื่อนจะไม่ต้องใช้ระยะเวลาในการทำความรู้จักกันมากเหมือนการหาเพื่อน เพราะวัตถุประสงค์หลักของการหาเพื่อนคือการตอบสนองความต้องการทางเพศเท่านั้น จึงจะคัดเลือกจากรูปภาพประจำตัวเป็นลำดับแรกเมื่อถูกใจสมาชิกคนใดและสมาชิกคนนั้นมีความต้องการทางเพศอยู่ในขณะนั้นเหมือนกันก็จะทำการนัดหมายไปสถานที่ส่วนตัวของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เช่น บ้าน คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ หอพัก หรือหากทั้ง 2 ฝ่ายไม่สะดวกเรื่องสถานที่ส่วนตัวก็จะทำการตกลงกันไปเปิดห้องพักรายวันหรือโรงแรมในการมีเพศสัมพันธ์กัน

สอดคล้องกับบทความ (Potatotechs, 2560) เกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ของชายรักชายแอปพลิเคชันคู่จืดที่ขยายสังคมสำหรับเพศทางเลือกให้ได้เจออีกหนึ่งโลกที่ยอมรับในตัวตนของเขาได้ เพราะสังคมถึงแม้จะมีการพัฒนาเปิดกว้างมากขึ้นแต่เชื่อว่าจะยอมรับได้ทั้งหมด ร็อยเปอร์เซ็นต์ สมัยก่อนคู่ก่อนข้างยากว่าใครมีความชอบในเพศเดียวกัน แต่ปัจจุบันมีสื่อตัวนี้เหมือนเป็น “ตัวกลาง” ให้ได้เปิดเผยตัวตนให้กล้าแสดงออก แต่ก่อนคนจะเล่นเพื่อ “หาเพื่อน”

สอดคล้องกับเดวิสสัน (Davision อ้างถึงใน พัทณี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และฉิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538, น. 199-200) เป็น อีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของคาทอลิกโดยให้ข้อคิดว่า บุคคลทุก ๆ คนมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม

5.5.5.2 สถานความสัมพันธ์ ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่มนุษย์ทุกเพศทุกวันมีอยู่ด้วยกันทุกคน มีความชื่นชอบ ความสนใจ และต้องการพบเจอใครสักคนเป็นเรื่องปกติโดยทั่วไป ซึ่งไม่ต่างกับเพศชายรักชายทุกคนเช่นกันที่มีความรู้สึกนี้ แต่สิ่งที่แตกต่างจากทั่วไปคือการชื่นชอบสนใจ และต้องการนัดพบเจอกับคู่สนทนาที่คุยกับผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ที่ไม่ทราบว่าเป็นหน้าหรือหุ่นที่แท้จริงนั้นตรงตามรูปภาพประจำตัวในออนไลน์หรือไม่ ถือเป็นเรื่องที่ต้องระวังกับคู่สนทนาเช่นกัน

สอดคล้องกับเดวิสสัน (Davision อ้างถึงใน พัทณี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนากุล และฉิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538, น. 199-200) เป็น อีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของคาทอลิกโดยให้ข้อคิดว่า บุคคลทุก ๆ คนมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม

สอดคล้องกับ Katz et al. (อ้างถึงใน อรพินท์ สักดิ์เอี่ยม, 2537, น. 21) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารที่มีสภาวะแวดล้อมทางสังคมและสภาวะทางจิตใจแตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างกันนี้ก่อให้เกิดการคาดคะเนว่าสื่อ แต่ละประเภท จะตอบสนองความพอใจของคนต่างกัน ส่งผลให้มีลักษณะการใช้สื่อและมีความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน นอกจากนี้ (Kippax & Murray อ้างถึงใน อรพินท์ สักดิ์เอี่ยม, 2537, น. 23) ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและจากประเภท ของสื่อที่ศึกษาพบว่าโทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนสนใจ และกลุ่มเป้าหมายมีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดหมายและเข้าใจถึงคุณ ประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

5.5.5.3 การคบหาคู่สนทนาเป็นคนรัก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนเมื่อสนทนากันสัก ระยะเวลาเกิดความชื่นชอบพอใจกันมีความสนใจซึ่งกันและกัน ลำดับถัดมาก็จะนัดพบเพื่อเจอตัวจริง กัน เหตุการณ์นัดพบนี้เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญมากโดยทั้ง 2 ฝ่ายจะเตรียมตัวแต่งกายเพื่อให้อีกฝ่าย ประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่พบเห็น เป็นเรื่องพบเห็นได้ทั่วไปสำหรับชายรักชายเมื่อพบเจอตัวจริง การคบหาคู่สนทนาในลักษณะคนรัก จะคบหาคนรักกับคู่สนทนาที่รู้จักผ่านแอปพลิเคชันหาคู่แต่จะ ใช้เวลาในการศึกษาซึ่งกันและกันนานหลายเดือนหรือเป็นปีกว่าจะตกลงเป็นคนรัก เหมือนกับคน รักเพศชายหญิงทั่วไปที่ต้องใช้เวลาในการศึกษาจนแน่ใจ ซึ่งแอปพลิเคชันหาคู่เปรียบเหมือนสื่อ บุคคลที่แนะนำให้คนทั้ง 2 คนได้รู้จักกัน

สอดคล้องกับบงกชสร คุลยธรรมถักดี (2561) วิวัฒนาการเปลี่ยน “สังคมใหม่ของชาย รักชาย” การมีแอปพลิเคชันคุยกันเฉพาะกลุ่มเป็นเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนใน สังคมสมัยใหม่ซึ่งไม่ใช่เรื่องผิด การหาคู่ก็มีมาทุกยุคทุกสมัย แต่ที่ต้องคำนึงก็คงจะเป็นในเรื่องของ ความที่สะดวกจนเกินไป แอปพลิเคชันที่ช่วย “หาคู่” ช่วยคลายเหงาชายรักชายที่โดดเดี่ยวทำให้ ได้รับความนิยมนำใช้แอปพลิเคชันมากขึ้นและยังมีคนนิยมการพัฒนาจึงออกมาหลากหลายรูปแบบ แอปพลิเคชันมีการเจาะจงเฉพาะกลุ่มมากขึ้นเพื่อให้สังคมมีทางเลือกหลากหลาย

จากที่มีวัตถุประสงค์ในการหาเพื่อนคุยปกติธรรมดา ก็กลายเป็นแอปพลิเคชันที่ นำมาใช้ในการหาคู่ตามไปอันการมีเพศสัมพันธ์กัน ทำให้กลายเป็นเรื่องธรรมดาในสังคมสมัยนี้ไป เสียแล้ว

แค่เดือนปิดหน้าจอแล้วกดหัวใจส่งไปหากฝ่ายตรงข้ามก็กดหัวใจให้เหมือนกัน ก็ถือ เป็นการชื่นชอบตรงกัน เท่านั้นก็สามารถนัดไปทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้ไม่ยาก

แอปพลิเคชันหาคู่ที่ขยายสังคมสำหรับเพศทางเลือกให้ได้เจออีกหนึ่งโลกที่ยอมรับในตัวตนของเขาได้ เพราะสังคมถึงแม้จะมีการพัฒนาเปิดกว้างมากขึ้นแต่ไม่ว่าจะยอมรับได้ทั้งหมด ร้อยเปอร์เซ็นต์ สมัยก่อนคุณค่อนข้างยากว่าใครมีความชอบในเพศเดียวกัน แต่ปัจจุบันมีสื่อตัวนี้เหมือนเป็น “ตัวกลาง” ให้ได้เปิดเผยตัวตนให้กล้าแสดงออก แต่ก่อนคนจะเล่นเพื่อ “หาเพื่อน” แต่เดี๋ยวนี้เหมือนจะเล่นเพื่อหา “คู่นอน” เสียมากกว่าไม่ใช่ไม่ต้องการความรักแบบคู่รัก แต่ด้วยความที่ “ไม่กล้าจะผูกมัดเลยเลือกจะหาความสุขแค่เพียงข้ามคืน”

ข้อดีของการที่มีสื่อตัวนี้เกิดขึ้นก็คงเป็นในเรื่องของการพบเจอสังคมอีกสังคมหนึ่ง ได้มีพื้นที่ขึ้นได้เจอคนแบบเดียวกัน แต่ในส่วนของข้อเสียก็คงเริ่มจากที่ตัวคนที่เล่นด้วยเพราะหลายรูปแบบของการ แสดงออกมีทั้งมาหลอกเอาเงินบ้างหลอกเอาตัวบ้าง เยอะไปหมดในสังคมก็ต้องระวัง

หากนักกันเพื่อไปมี “เพศสัมพันธ์” ก็ยากที่จะรู้เท่าทันเพราะไม่มีทางรู้ว่าคนที่พบเจอเป็นใครมีโรคติดต่ออะไรบ้างแม้แต่การป้องกันตนเอง หลายคนก็ยังมีความเข้าใจน้อยมาก ส่วนใหญ่คิดว่าสวมถุงยางอนามัยอย่างเดียวก็น่าเพียงพอแล้ว จะให้ดื้อยาลืมหมั่นตรวจเช็กผลเลือดกันอยู่เสมอ ๆ คำนึงถึงความปลอดภัยของตัวเองให้มาก เพราะแอปพลิเคชันหาคู่นั้นมีมากมายเสรีให้เลือกโหลดใช้ อย่าให้อารมณ์เปลี่ยวเหงาชั่ววูบมาทำให้กลายเป็นฝันร้ายไปตลอดกาล

5.5.5.4 อำนวยความสะดวก สามารถช่วยให้กลุ่มชายรักชายมีสังคมเพิ่มมากขึ้น สามารถเลือกสรรคู่สนทนาที่จะคุยหรือเพิ่มโอกาสการหาคนคุยเพื่อสานต่อความสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต เช่น นัดเจอกันไปดูหนัง ฟังเพลง ทานข้าว หรือสังสรรค์เฮฮา เป็นการผ่อนคลายอีกทางหนึ่งที่ได้ไปเที่ยวไหนมาไหนกับคนที่พึงพอใจสักคน แอปพลิเคชันหาคู่นับเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีสำหรับคนที่แทบไม่มีเวลาออกมาเจอใคร เหมาะสำหรับคนที่ไม่ได้รู้จักคนมากมาย อาจจะขี้อายในการจับตรง ๆ แต่สามารถคุยผ่านแอปพลิเคชันหาคู่ไปก่อน เป็นการลดความเขินอายเวลาที่มาพบกันหรือถ้าความสัมพันธ์นั้นไปไม่รอดจริง ๆ ก็สามารถเปลี่ยนมาเป็นเพื่อนคุย หรือที่ปรึกษากันได้เช่นกัน

สอดคล้องกับ Tong, and Van De Wiele (2014) การทำลายพรหมแดน: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อ Grindr แอปพลิเคชันหาคนที่อยู่ใกล้เคียง (PNAs) เป็นรูปแบบซอฟต์แวร์หนึ่งที่ทำงานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Ubiquitous Computing) ซึ่งเชื่อมต่อผู้ใช้งานตามข้อมูลสถานที่ที่ใช้งาน ยกตัวอย่าง เช่น Grindr เป็นแอปพลิเคชัน PNA ยอดนิยมที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อกันระหว่างกลุ่มเกย์และชายรักร่วมเพศ ในการใช้วิธีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาขึ้นมา 2 ฉบับ ในการศึกษาฉบับแรก ผู้ใช้งาน 63 ราย รายงานแรงบันดาลใจในการใช้ Grindr ด้วยการให้คำอธิบายแบบปลายเปิด ในการศึกษา

ฉบับที่สอง คำอธิบายข้างต้นได้นำมาแปลงเป็น 26 รายการ ซึ่งมีผู้ใช้ Grindr ตอบแบบสอบถามจำนวน 525 ราย การวิเคราะห์ปัจจัยเผยให้เห็น ว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ 6 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์ทางเพศ ความสัมพันธ์ฉันเพื่อน ความบันเทิง ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก และใช้ในการค้นหาสถานที่ โดยมีการทำการวิเคราะห์เพิ่มเติม 2 ประเภท ซึ่งศึกษา 1) ผลกระทบทางภูมิศาสตร์ (เช่น เขตเมือง vs. ชานเมือง/ชนบท) ต่อผู้ใช้ Grindr เพศชาย และ 2) การใช้ Grindr โดยมีความเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลของตนเอง ผลการศึกษาเน้นให้เห็นว่าการมีโหมดผสมผสานของเทคโนโลยี PDA อาจเปลี่ยนพรมแดนทางพื้นที่ออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งการที่เกย์และชายรักร่วมเพศ ใช้ในการค้นหาเส้นทาง

5.6 ข้อเสนอแนะทั่วไป (เพื่อการประยุกต์ใช้)

1) ควรมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์รูปแบบคนรักที่เกิดจากการรู้จักผ่านแอปพลิเคชัน หากว่ามีจุดแตกต่างจากการรู้จักในรูปแบบอื่นอย่างไร รวมถึงการเปิดเผยให้บุคคลอื่นรับทราบ หรือไม่ว่าทั้งคู่รู้จักกันผ่านแอปพลิเคชันหาก

2) จากการสื่อสารกันในแอปพลิเคชันหากู้ทำได้ทราบว่ามีการบริการเกิดขึ้นในแอปพลิเคชัน นั่นคือธุรกิจบริการนวด ซึ่งมีแนวโน้มที่สมาชิกจะหันมาทำอาชีพเสริมในธุรกิจบริการนวดเพิ่มขึ้นเนื่องจากรายได้ดีและลงทุนน้อย แต่จะได้รายได้มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับหน้าตาและหุ่นของผู้ให้บริการ สิ่งที่เป็นกังวลคือความปลอดภัยทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ทั้งการโจรกรรมหรือโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

3) แอปพลิเคชันหากู้มีโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องเพศเป็นจำนวนมาก จึงอยากให้มีการจำกัดผู้เข้าใช้งานควรบรรลุนิติภาวะแล้ว หรือบริษัทผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรคัดกรองโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องเพศเพื่อไม่ให้เป็นที่รวมเรื่องเพศจนมากเกินไปจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของชายรักชายได้

5.7 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งถัดไป

1) ควรมีการศึกษาการเปิดใจและการยอมรับแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในครอบครัวที่มีบุตรหลานเป็นเกย์ เพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของคนในครอบครัว

2) ควรศึกษาผลเสียที่เกิดขึ้นจากผู้ใช้อุปกรณ์หาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เมื่อนำไปใช้ในทางที่ผิดต่อกฎหมายหรือศีลธรรม เพื่อถ่ายทอดผลเสียที่เกิดขึ้นมาเพื่อให้ผู้อ่านงานวิจัยทราบและตระหนักถึงปัญหาไม่ให้เกิดขึ้นอีก

3) ควรมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ใช้อุปกรณ์หาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เป็นการใช้เพื่อการพาณิชย์หรือเพื่อความบันเทิงส่วนตัว เพราะวัตถุประสงค์การใช้งานมีความแตกต่างกัน

4) ควรศึกษาผลตอบแทนของธุรกิจที่ใช้อุปกรณ์หาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) เป็นพื้นที่สื่อในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชายรักชาย

บรรณานุกรม

- กิ่งรัก อิงคะวัต. (2552). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของ กลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- จิซัง. (ม.ป.ป.). *อันดับประชากรเกย์ทั่วโลก*. สืบค้นจาก <https://board.postjung.com/814023>
- เจริญวิทย์ จิตติวารักษ์. (2544). การสร้างสารสนเทศและภาพตัวแทนของชายรักชายในเว็บไซต์ไทย. *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ชยกัทธ จินดาเลิศ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแนวชายรักชาย (YAOI) และวิถีทางเพศของวัยรุ่นไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ชิษณุกร พรภาณุวิชญ์. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารการบริการส่วนตำบล: กรณีศึกษาจังหวัดแพร่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- ไชโย นิธิอุบัติ. (2546). *การสื่อสารเพื่อการเปิดเผยตนเองของกลุ่มชายรักชาย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- เทพประทาน เหมเมือง. (ม.ป.ป.). *รวม “APP” นวัตกรรม ทางเลือกยอดนิยมของชาวสีรุ้งที่เติบโตอย่างเจียวๆ ในเมืองไทย*. สืบค้นจาก <http://genonline.co/2018/06/29/rainbows-app/>
- นฤพนธ์ ค้วงวิเศษ. (2553). การศึกษาเกย์ในสังคมไทย 5 ทศวรรษของการสร้างความรู้. *วารสารเพศวิถีศึกษา*, 2(2), 141-180.
- นภัสสร ดุขธรรมถักดี. (2561). *จะดีหรือ? แอปพลิเคชันเกย์ “นัดซั่ม” กันง่ายกว่า “ชื่อของออนไลน์”*. สืบค้นจาก <https://mgonline.com/live/detail/9610000002975>
- นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ. (2553). *พฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพมหานคร.

- บุญบา สุธีธร. (2548). ทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลและระหว่างบุคคล. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิติศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. หน่วยที่ 7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ฝากจิต ปาลินทร ลาภจิตร. (2556). *หลักการและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร*. เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการสื่อสารและการผลิตสื่อในงานส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พชันี เขจรธยา, เมตตา วิวัฒนากุล และฉรินันท์ อนวัชศิริวงศ์. (2538). *แนวคิดหลักนิติศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: ข้าวฟ่าง.
- พชันี เขจรธยา และประทุม ฤกษ์กลาง. (2540). *รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิสิฐ มหามงคล. (2546). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรวดี พันธุ์จันทร์. (2548). *กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องชายรักชายของสมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สมลักษณ์ เพชรช่วย. (2540). *ความคาดหวังในการเรียนการศึกษาสายสามัญ วิธีเรียนทางไกลของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- สิทธิพัฒน์ เถลิมาศ. (2551). *แนวทางในการผลักดันการสร้างมาตรการป้องกันแก้ไขปัญหาการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมของภัยในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร.
- สิริอร วิชาวุธ. (2547). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สีตลา ประดิพัทธ์กุลชัย. (2551). *การเปิดรับสื่อทัศนคติ และพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุณีย์ ชีรดากร. (2542). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ วิทยาลัยครูพระนคร.

- สุธรรม ธรรมรงค์วิทย์. (2548). *อำนาจและการจัดขึ้นชายรักชายในสังคมที่มีความสัมพันธ์ต่างเพศ เป็นใหญ่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุพร เกิดสว่าง. (2546). *ชายรักชาย*. กรุงเทพมหานคร: สมาคมนามัยเจริญพันธุ์.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร และพจนนา ชูปแก้ว. (2549). *การสื่อสารเพื่อการจัดการองค์การเกย์ในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2548). *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม. (2537). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. (2530). *การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Adam, B. D. (2002). From liberation to transgression and beyond. In D. Richardson & S. Steven (Eds.), *Handbook of lesbian and gay studies*. London: Sage.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bluethailand. (2560). ไลน์ [เฟซบุ๊ก เพจ]. สืบค้นจาก <http://www.facebook.com/bluedthailand>
- Clay, R. (1988). *Chambers English dictionary*. London: Bunay Suffolk.
- De Cecco, J. P. (1967). *The psychology of language, thought and instruction*. New York: Holt Runchart and Winston.
- Getzel, J. W., Jackson, M., & Philip, W. (1968). *Educational administration as a social process*. New York: Harper & Row.
- Jackson, P. A. (1995). *Dear uncle go: Male homosexuality in Thailand*. Bangkok: Bua Luang Books.
- Jackson, P. A. (1997). Kathoey <gay> <man>: The historical emergence of gay male identity in Thailand. In L. Manderson & M. Jolly (Eds.), *Site of desire, economies of pleasure* (pp.166-190). Chicago: The University of Chicago Press.

- Jackson, P. A. (1999). Tolerant but unaccepting: The myth of a Thai “Gay Paradise In P. A. Jackson & N. M. Cook (Eds.), *Genders & sexualities in modern Thailand* (pp.226-242). Bangkok: Silkworm Books.
- Minimore. (2560). แอปพลิเคชันหาคู่ ครูเพศศึกษาในโลกดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://minimore.com/b/p2EKL/2>
- Oxford University, (1989). *The oxford English dictionary* (2nd ed.). Oxford: Oxford University.
- Porter, L. W., & Lawler, E. E. (1968). *Managerial attitudes and performance*. Homewood, IL: R.D. Irwin.
- Postjung. (2561). เกย์. สืบค้นจาก <http://board.postjung.com>
- Potatotechs. (2560). 5 แอปหาคู่พิชิตความเหงาก่อนวาเลนไทน์ (Valentine’s). สืบค้นจาก <https://www.potatotechs.com/app-valentine/>
- Schrock, A. (2000). *MySpace or ourspace: A media system dependency view of myspace* (Unpublished master’s thesis). University of Central Florida, Florida.
- Son, W. (1988). *Essential English dictionary*. London: GlasGow Co.
- Tanakon Karapun. (2557). ทฤษฎีการสื่อสาร และแบบจำลองการสื่อสาร. สืบค้นจาก http://tanakonkarapun.blogspot.com/2014/08/blog-post_64.html
- Tong, S., & Van De Wiele, C. (2014). Breaking oundaries: The uses & gratifications of grindr. In *UbiComp 2014 - Proceedings of the 2014 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/264859510_Breaking_Boundaries_The_Uses_Gratifications_of_Grindr
- Turner, W. B. (2000). *A genealogy of queer theory*. Philadelphia: Temple University Press.
- Vroom, W. H. (1970). *Work and motivation*. New York: John Wiley and Sons.
- Warner, M. (1993). *Fear of the queer planet*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล

นายวรยุทธ พายพายุห์

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2556

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2556

พนักงานการตลาด

ธนาคารกสิกรไทย

พ.ศ. 2556-2560

หัวหน้างานสื่อสารองค์กร

บริษัท ยูนิซาร์ม (ประเทศไทย) จำกัด

พ.ศ. 2561-ปัจจุบัน

ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

บริษัท มณียา คอนเซพทส์ จำกัด