

เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com



นางสาวแอนนिरา นีราช

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ONLINE SOCIAL NETWORK AND GUIDANCE OF THE USER LIFESTYLE IN
WWW.HI5.COM



MISS ANNIRA NIRACH

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิต
ของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com

โดย

นางสาว แอนนิตรา นิราช


สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อดิศักดิ์ วังศ์บ้านตุ๋)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

ศูนย์วิทยานิพนธ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แอนนิตา นีราซ : เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน
 ในเว็บไซต์ hi5.com (ONLINE SOCIAL NETWORK AND GUIDANCE OF THE USER
 LIFESTYLE IN WWW.HI5.COM) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ.ดร.กิตติ กัญภัย,
 160 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อวิเคราะห์กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตและการปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ระหว่างผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่ในเว็บไซต์ hi5.com เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้งานของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ตามลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งาน 5 กลุ่ม คือ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ กลุ่มชอบแสดงออก กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว อิทธิพล 4 ประการ ได้แก่ อิทธิพลต่อพฤติกรรม的开เผยตัวตน อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ อิทธิพลต่อการพฤติกรรมการใช้เวลา และอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม 2) บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน แบ่งเป็น 4 ประเภท คือบทบาทในการสร้างตัวตนและความเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล 3) การแนะแนวผู้ใช้งาน มี 5 ลักษณะคือ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล ลักษณะการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา ลักษณะการช่วยตัดสินใจ และลักษณะการตักเตือน 4) กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน มี 5 กระบวนการคือ การเลือกผู้ใช้งานเก่าที่น่าสนใจ การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ การเลือกเปิดรับ และการนำไปปรับใช้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
 สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
 ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนิสิต แอนนิตา นีราซ

ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก



5084777228 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : ONLINE SOCIAL NETWORK / GUIDANCE / LIFESTYLE / HI5.COM

ANNIRA NIRACH : ONLINE SOCIAL NETWORK AND GUIDANCE OF THE
USER LIFESTYLE IN WWW.HI5.COM. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. KITTI
GUNPAI, Ph.D., 160 pp.

A key objective of this research is to study how hi5.com influences their user daily activities. An analysis of how contents in the website guide day-to-day lifestyle to their users is performed. The lifestyle pattern guidance process is explored. A comparison between the existing and new users in how to adapt their way of life to a current situation is exhibited. The research methodology is based on a qualitative approach with semi-structure and in-depth interviews, along with focus group observation.

The research shows some interesting results. Firstly the user behaviors affect their life patterns in a five individual sample groups as follows 1) Sexual Identity Generating Network 2) Sexual Experience Seeking Network 3) Exhibitionist Network 4) Spiritual and Religion Believing Network and 5) Distinctive Network. As a result the website access manners affect four behavior perspectives; identity reveals self-interest, time spending and cultural change. Secondly the website provides their users day-to-day guidance in four roles. Those are 1) identity generating 2) social relationship building 3) entertaining and 4) information providing. Thirdly the website provides beneficial life-guidance information to their users in five ways as follows: 1) updated useful information, 2) information confirmation 3) life-problem solution 4) supporting decision and 5) real-life caution. Finally way-of-life guidance and real-life adapting processes are described as follows; existing user profiles selection, user relationship and interaction, real-world self-adaption, possible approach adoption, and real-life application.

Department : ... Mass Communication Student's Signature Annira Nirach
Field of Study : ... Mass Communication Advisor's Signature K. Gunpai
Academic Year : ... 2009

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กัณภัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ความเมตตากรุณา ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา และได้เคียงเวที ชี้แนะแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ จนงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ และจากหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา ที่อาจารย์ได้สอดแทรกไว้ตลอดการศึกษา ผู้วิจัยจะน้อมนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติตามตลอดชีวิต รวมทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ญาณัฐธัญ วังศ์บ้านคู ประธานการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำเพิ่มเติม ผู้วิจัยขอกราบขอบขอบคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบขอบคุณ คุณปรเมศวร์ มินศิริ กรรมการผู้จัดการบริษัท บัณฑิตเซ็นเตอร์ จำกัด ที่ได้ให้ความกรุณา และให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาเล่าเรียน ขอขอบคุณ คุณกฤษณา เบ็ญนุกุล ที่ได้ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา ทั้งการงาน และการเรียน และเพื่อน Kapook.com ทุกคน สำหรับความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เป็นอย่างดียิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ MC. 17 ทุกคน ที่ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมิตรภาพอันงดงามยิ่ง รวมถึงขอขอบคุณผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ hi5 ทุกท่าน ที่สละเวลาให้สัมภาษณ์ และบอกเล่าประสบการณ์ชีวิตแปลกใหม่ เปิดโลกให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้อย่างไม่สิ้นสุด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณโอภาส สุขวัฒนาวิทย์ ผู้เป็นแรงใจอันสำคัญ และอยู่เคียงข้างผู้วิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่ได้ให้ทุกสิ่งทุกอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นกำลังใจ และแรงผลักดันอันมีค่ายิ่ง ส่งให้ผู้วิจัยเดินทางมาพบความสำเร็จในวันนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
สารบัญแผนภาพ.....	ช
บทที่ 1.....	1
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามนำการวิจัย.....	10
1.3 วัตถุประสงค์.....	10
1.4 ขอบสันนิษฐาน.....	10
1.5 นิยามศัพท์.....	12
1.6 ขอบเขตของการศึกษา.....	13
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
บทที่ 2.....	15
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.1 ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology-Determinism).....	15
2.2 แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC - Computer Mediated-Communication).....	18
2.3 ทฤษฎีเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism).....	19
2.4 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network).....	24
2.5 แนวคิดเรื่องการแนะแนว (Guidance).....	28
2.6 แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle).....	30

2.7 แนวคิดเรื่องรูปแบบพฤติกรรม (Patterns of Behavior)	34
2.8 แนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation)	37
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
บทที่ 3.....	44
3. วิจัย.....	44
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล (Data and Source of Data).....	45
3.2 ตัวอย่าง (Samples), จำนวนตัวอย่าง (Sample size) และการเลือกตัวอย่าง (Sampling)	46
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
3.5 การนำเสนอผลการวิจัย.....	49
บทที่ 4.....	50
4. การใช้งานของผู้ใช้กับอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	50
4.1 ลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ hi5.com.....	51
4.1.1 กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ.....	55
4.1.1.1 ลักษณะการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ.....	56
4.1.1.2 ลักษณะการสร้างความนิยม หรือคุณค่าให้แก่ตนเอง.....	58
4.1.2 กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ.....	59
4.1.2.1 ลักษณะการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ.....	59
4.1.2.2 ลักษณะการแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ.....	60
4.1.2.3 ลักษณะการป้องกันตัวเอง.....	63
4.1.3 กลุ่มชอบแสดงออก.....	64
4.1.3.1 ลักษณะการชอบแสดงออก.....	65
4.1.3.2 ลักษณะการเรียกร้องความสนใจ.....	66
4.1.3.3 ลักษณะการระบายอารมณ์.....	67
4.1.4 กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา.....	69
4.1.4.1 ลักษณะการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนทางศาสนา และเผยแพร่ ความเชื่อ.....	69
4.1.4.2 ลักษณะการแลกเปลี่ยนประสบการณ์สิ่งลึกลับ.....	73

4.1.5	กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว.....	75
4.1.5.1	ลักษณะการสร้างเอกลักษณ์.....	75
4.1.5.2	ลักษณะการเรียกร้องความสนใจ.....	78
4.2	อิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์	
	hi5.com.....	79
4.2.1	อิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเปิดเผยตัวตน.....	80
4.2.2	อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ.....	85
4.2.2.1	ความอยากรู้อยากเห็น สนใจในเรื่องของผู้อื่น.....	85
4.2.2.2	ความสนใจ และกระตือรือร้นที่จะรู้จักกับเพื่อนใหม่.....	85
4.2.2.3	ความสนใจในเหตุการณ์รอบตัว.....	85
4.2.3	อิทธิพลต่อการพฤติกรรมกรรมการใช้เวลา.....	86
4.2.4	อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม.....	88
4.2.4.1	อิทธิพลต่อวัฒนธรรมการใช้อาษา.....	88
4.2.4.2	อิทธิพลต่อวัฒนธรรมการเปิดเผยเรื่องเพศ.....	90
4.3	บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	93
4.3.1	บทบาทในการสร้างตัวตน และความเป็นตัวของตัวเอง.....	93
4.3.2	บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม.....	96
4.3.3	บทบาทให้ความบันเทิง.....	97
4.3.4	บทบาทในการให้ข้อมูล.....	98
บทที่ 5	102
5.	กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน	102
5.1	ลักษณะของการแนะนำผู้ใช้งาน.....	102
5.1.1	ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่.....	103
5.1.1.1	การให้ข้อมูลใหม่เรื่องบันเทิง.....	103
5.1.1.2	การให้ข้อมูลใหม่เรื่องแฟชั่น และความสวยงาม.....	104
5.1.1.3	การให้ข้อมูลใหม่เรื่องธรรมะ.....	106
5.1.2	ลักษณะการยืนยันข้อมูล.....	107
5.1.3	ลักษณะการแนะนำทางแก้ไขปัญหา.....	108
5.1.4	ลักษณะการช่วยตัดสินใจ.....	110
5.1.5	ลักษณะการตัดเตือน.....	111

5.2	กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน.....	113
5.2.1	กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ.....	113
5.2.2	กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ.....	113
5.2.3	กลุ่มชอบแสดงออก.....	114
5.2.4	กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา.....	115
5.2.5	กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว.....	117
5.3	สรุปกระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และการปรับใช้ข้อเสนอแนะ ของผู้ใช้งาน.....	118
5.3.1	การเลือกผู้ใช้งานที่น่าสนใจ.....	118
5.3.2	การสร้างความสัมพันธ์สนมคุ้นเคย.....	118
5.3.3	การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์.....	118
5.3.4	การเลือกเปิดรับ.....	119
5.3.5	การนำไปปรับใช้แนะแนวทาง.....	119
บทที่ 6	120
6.	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	120
6.1	สรุปผลการวิจัย.....	120
6.1.1	การใช้งานของผู้ใช้กับอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	120
6.1.1.1	ลักษณะการใช้งานของผู้ใช้.....	121
6.1.1.2	อิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	122
6.1.2	บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	123
6.1.3	กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่....	125
6.1.3.1	ลักษณะการแนะแนวการดำเนินชีวิต.....	125
6.1.3.2	กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต.....	126
6.1.4	การปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน.....	127
6.2	อภิปรายผลการวิจัย.....	127
6.3	ข้อจำกัดในการวิจัย.....	132
6.4	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	133
	รายการอ้างอิง.....	134

ภาคผนวก.....	136
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	160



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 1.1	ความแตกต่างระหว่างเว็บ 1.0 และ 2.0.....	5
ตารางที่ 2.1	การเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ E. Rogers.....	17
ตารางที่ 2.2	การจำแนกตัวแปรย่อยในการพิจารณา กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions).....	30
ตารางที่ 2.3	แบบแผนพฤติกรรม ตามแนวคิดทฤษฎีหน้าต่างใจฮารี.....	35
ตารางที่ 3.1	เครื่องมือในการทำวิจัย.....	44
ตารางที่ 4.1	สรุปพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยตัวตน.....	83
ตารางที่ 4.2	การเปลี่ยนแปลงจากภาษาเขียนเป็นภาษาพูดใน hi5.....	90

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1.1	สถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2550.....	2
ภาพที่ 1.2	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2550.....	2
ภาพที่ 1.3	ปีที่เริ่มดำเนินการของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	4
ภาพที่ 1.4	หน้าโฮมเพจ (Homepage) ของเว็บไซต์ hi5.com ภาษาไทย.....	7
ภาพที่ 1.5	หน้าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก (Profile) เว็บไซต์ hi5.com.....	8
ภาพที่ 4.1	กลุ่มของผู้ใช้งานที่แสดงถึงรสนิยมทางเพศ	56
ภาพที่ 4.2	ข้อความแนะนำตัวของผู้ใช้งานที่แสดงอัตลักษณ์ทางเพศ.....	57
ภาพที่ 4.3	รูปภาพที่สื่อถึงการแสดงออกทางเพศ.....	57
ภาพที่ 4.4	เครือข่ายเพื่อน (Friends) ที่มีรูปแบบตัวสื่อถึงการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ... ..	59
ภาพที่ 4.5	รูปภาพในแกลลอรี่ (Gallery) ที่สื่อถึงการระบายอารมณ์ทางเพศ	60
ภาพที่ 4.6	ข้อความในข้อมูลส่วนตัวที่มีลักษณะเชิงขวนมีเพศสัมพันธ์	61
ภาพที่ 4.7	ข้อความท้าทายเพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ใหม่ๆ.....	62
ภาพที่ 4.8	ข้อความท้าทายที่ชักชวนมีเพศสัมพันธ์.....	62
ภาพที่ 4.9	การใช้อัลบั้มรูปตุ๊กตาไบลด์	65
ภาพที่ 4.10	การโชว์รูปถ่ายของตนเองผ่านอัลบั้มรูป.....	66
ภาพที่ 4.11	ความคิดเห็นในอัลบั้มรูป.....	66
ภาพที่ 4.12	ไฟล์เสียงธรรมะ.....	69
ภาพที่ 4.13	อัลบั้มรูปของร่างทรงท่านหนึ่ง.....	71
ภาพที่ 4.14	คลิปวิดีโอของผู้ใช้งานที่นับถือเทพ.....	72
ภาพที่ 4.15	ภาพแทนตัวและสถานะที่สื่อถึงความลึกลับ.....	73
ภาพที่ 4.16	อัลบั้มรวมภาพถ่ายผี และสิ่งลึกลับ.....	73
ภาพที่ 4.17	ส่วนหัว (Header) ของหน้า hi5 ที่ผู้ใช้งานทำขึ้นมาเอง.....	76

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 4.18	ส่วนของเพื่อน (Friends) ที่ผู้ใช้งานทำขึ้นมาเอง	76
ภาพที่ 4.19	ภาพแทนตัว (Avatar) และสถานะของทหารภาคใต้	76
ภาพที่ 4.20	ส่วนของเพื่อน (Friends) ในhi5 ของเจ้าหน้าที่ปอเต็กตึ๊ง	77
ภาพที่ 4.21	สมุดบันทึก (Journal) ที่มีการบรรยายตัวเองและเน้นสีเพื่อเรียกร้องความสนใจ	78
ภาพที่ 4.22	กลุ่ม (Group) ในหน้าเว็บไซต์ของผู้ใช้งาน hi5 ที่แสดงพฤติกรรมเปิดเผยตัวตน	80
ภาพที่ 4.23	สมุดบันทึก (Journal) ของผู้ใช้งาน hi5 ที่มีการระบายอารมณ์ของตนเอง	81
ภาพที่ 4.24	ภาพไฟว์ (Five)	96

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
แผนภาพที่ 2.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework).....	43
แผนภาพที่ 4.1	อิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดเผยตัวตน.....	84
แผนภาพที่ 4.2	อิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ.....	85
แผนภาพที่ 4.3	อิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เวลา.....	87
แผนภาพที่ 4.4	อิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม.....	91
แผนภาพที่ 4.5	อิทธิพลของการใช้งานของผู้ใช้ต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	92
แผนภาพที่ 4.6	บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน.....	99
แผนภาพที่ 5.1	กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของ ผู้ใช้งาน.....	119

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธรรมชาติของมนุษย์ชอบอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ดังเช่นที่ อริสโตเติล (Aristotle, 384-322 BC) นักปราชญ์ชาวกรีก ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์จึงต้องมีชีวิตอยู่ร่วมกันกับบุคคลอื่นๆ มีการติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างอิสระตามลำพังแต่ผู้เดียวได้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิด “สังคม” ขึ้น

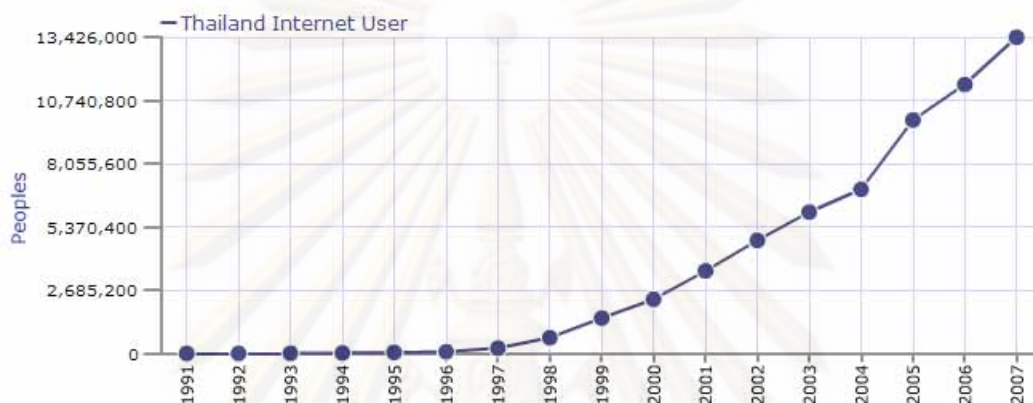
มนุษย์กับสังคมเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กันมาช้านาน สังคมมนุษย์มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีการรวมกลุ่มที่มีลักษณะเป็นระเบียบแบบแผน และมีระบบความสัมพันธ์อย่างละเอียดอ่อน มนุษย์มีการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เป็นสมาชิกของสังคมเดียวกัน รู้ว่าใครเป็นพวกของตน หรือใครไม่ใช่พวกของตน มีการแบ่งงานกันทำตามความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน ร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความคิด ความเชื่อ บรรทัดฐาน ค่านิยมคล้ายคลึงกัน

การมีกลุ่มทำให้มนุษย์ไม่รู้สึกละโดดเดี่ยวยามทุกข์หรือสุข มนุษย์จึงต้องการเพื่อน ต้องการกลุ่ม ต้องการสมาคม จึงกล่าวได้ว่า มนุษย์ทุกคนต้องการมีกลุ่มทางสังคม สังคมจึงมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในลักษณะของ “เครือข่ายทางสังคม”

“เครือข่ายทางสังคม” (Social network) หมายถึง ชุดของความเกี่ยวพัน (Knit) และผูกพัน (Ties) ระหว่างกันของบุคคล ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็น ครอบครั้ว เพื่อน และคนรู้จักกัน เป็นการเกี่ยวพันระหว่างกันของคนในสังคม แต่ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น บางครั้งคนที่มีเพื่อนมากอาจมีความผูกพันกับเพื่อนๆ อย่างผิวเผิน (Weak ties) แต่บางคนอาจจะมีเพื่อนน้อยแต่มีความผูกพันกับเพื่อนอย่างมั่นคง (Strong ties) ก็เป็นไปได้

ต่อมา เมื่อสังคมเปลี่ยนไป กลายเป็นสังคมของเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตได้ถือกำเนิดขึ้น ทำให้เกิดโลกอีกโลกหนึ่งที่เรียกว่า ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) เอื้อประโยชน์ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารกันได้เป็นกลุ่ม ต่างเวลา ต่างสถานที่ อีกทั้งยังสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด (Interactive) ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ที่เป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) และ

อินเทอร์เน็ตได้มีการพัฒนาจนมีความก้าวหน้าอย่างมากในปัจจุบัน โดยในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากสถิติของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2550 พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากในปีพ.ศ. 2534 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 30 คน จนถึงในปีพ.ศ. 2550 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 13.4 ล้านคน



ภาพที่ 1.1: แสดงสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2550
ที่มา: <http://internet.nectec.or.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2551)

Year	Total	Source
2007	13,416,000	NECTEC
2006	11,413,000	NECTEC
2005	9,909,000	NECTEC
2004	6,970,000	NECTEC
2003	6,000,000	NECTEC
2002	4,800,000	NECTEC
2001	3,500,000	NSO/NECTEC
2000	2,300,000	ISP Club/NECTEC
1999	1,500,000	ISP Club/NECTEC
1998	670,000	NECTEC/Internet Thailand
1997	220,000	NECTEC/Internet Thailand
1996	70,000	NECTEC
1995	45,000	NECTEC
1994	23,000	NECTEC
1993	8,000	NECTEC
1992	200	NECTEC
1991	30	NECTEC

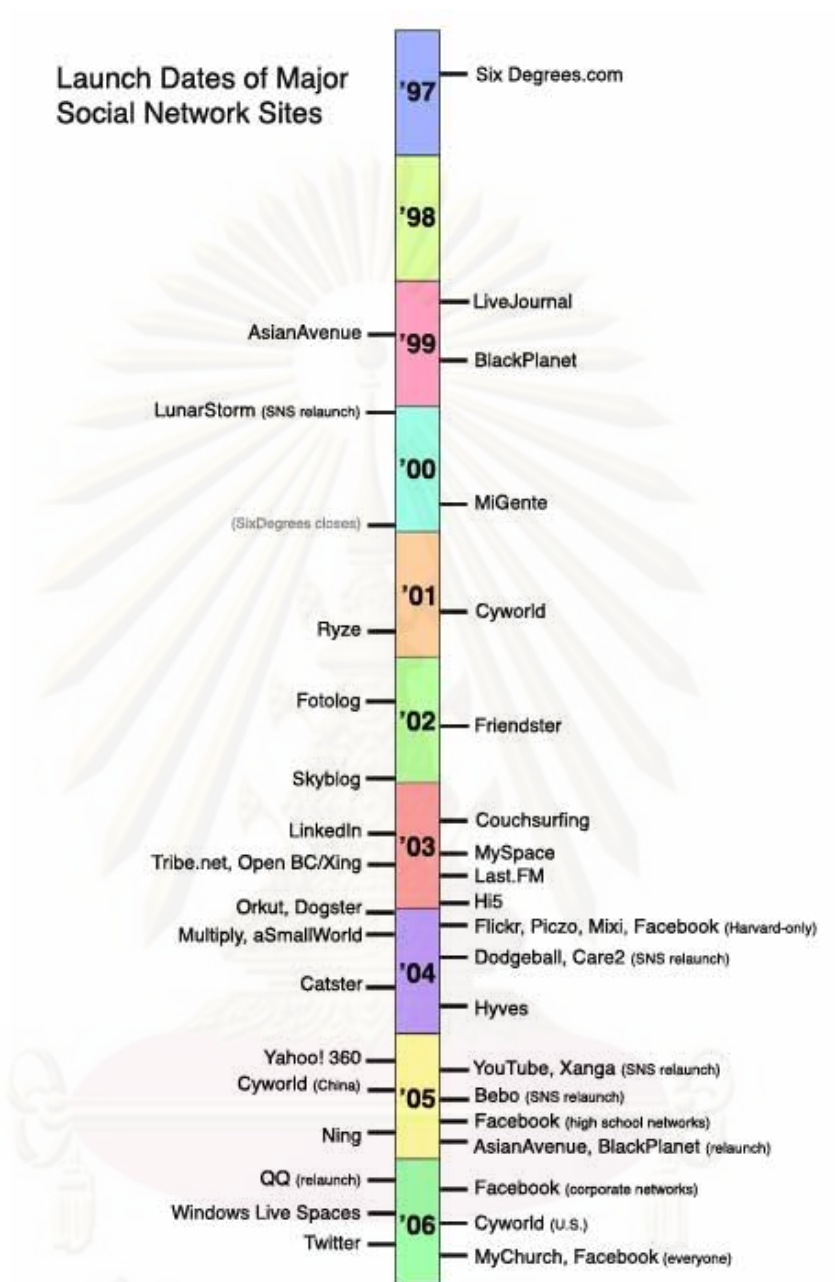
ภาพที่ 1.2: แสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2550
ที่มา: <http://internet.nectec.or.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2551)

เมื่อสังคมกลายเป็นยุคของโลกไร้พรมแดน ด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เครือข่ายทางสังคม จึงได้มีการขยายจากเครือข่ายในชีวิตจริง เข้ามาสู่เครือข่ายในโลกอินเทอร์เน็ต และมีการพัฒนามาเป็น “เครือข่ายทางสังคมออนไลน์” (Online Social Network) ในยุคปัจจุบัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) มีจุดเริ่มต้นมาจากเว็บไซต์ Classmates.com เมื่อปีค.ศ.1995 ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน เพื่อสร้างประวัติ ส่งข้อความ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนนักเรียน ต่อมา ในปีค.ศ.1997 เว็บไซต์ SixDegrees.com ได้เปิดตัวขึ้นเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งแรก ที่เปิดให้สมาชิกเข้ามาสร้างหน้าเว็บของตนเอง (Profile) และสามารถเพิ่มรายชื่อเพื่อนๆ ในเครือข่ายได้ ทั้งหมดจึงเป็นที่มาของเว็บไซต์ social networking ที่เกิดขึ้นตามมา เช่น Friendster MySpace Hi5 Facebook เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 1.3: แสดงปีที่เริ่มดำเนินการของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ – NECTEC (2551) ได้ให้คำอธิบายลักษณะของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่าได้รับการพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยีสถาปัตยกรรมและการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันยุคที่สอง (Web 2.0) หลังจากการให้บริการเว็บไซต์ยุคแรก (Web 1.0) เริ่มเสื่อมความนิยมลงไป เนื่องจากผู้ที่มีสิทธิเปลี่ยนแปลงแก้ไข หรือเพิ่มเติมข้อมูลบนเว็บไซต์คือเจ้าของเว็บไซต์เท่านั้น ขณะที่สาระหลักของเว็บ 2.0 คือ

การเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างสรรค์เนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์ ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการเว็บแอปพลิเคชันแก่ผู้ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต โดยเป็นการรวมเอาการทำงานและเทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ เข้าด้วยกัน กล่าวโดยสรุปเว็บไซต์ที่เข้าข่าย 2.0 นั้น จะต้องทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการเว็บแอปพลิเคชันแก่ผู้ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต มีข้อมูลเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์จำนวนมาก มีการสื่อสารโต้ตอบระหว่างข้อมูลภายในเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และมีเครือข่ายที่เกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในวงกว้าง

สรุปความแตกต่างระหว่างเว็บ 1.0 และ 2.0

Web 1.0	Web 2.0
ระบบปิด	ระบบเปิด
นำเสนอข้อมูลผ่านโฮมเพจ เจ้าของเว็บไซต์ เท่านั้นที่มีสิทธิ์เปลี่ยนแปลงข้อมูล	นำเสนอข้อมูลผ่าน Blog / Social Web ข้อมูลส่วนใหญ่เกิดจากผู้ใช้ร่วมกันสร้างและแบ่งปันข้อมูล
เทคโนโลยี HTML	เทคโนโลยี RSS, Atom, Ajax, XML

ตารางที่ 1.1: แสดงความแตกต่างระหว่างเว็บ 1.0 และ 2.0

การแสดงความคิดเห็นและตอบสนองต่อข้อมูลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในยุคแรกๆ จะดำเนินการในลักษณะของการจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลในข้อคิดเห็นต่างๆ ลงไปได้ ต่อมาได้มีการพัฒนากระดานถามตอบหรือเว็บบอร์ด (Webboard) เพื่อเป็นแนวทางในการตอบโต้ หรือพูดคุยระหว่างผู้จัดทำเว็บไซต์กับกลุ่มคนที่มีข้อคิดเห็นต่างๆ กัน ลักษณะเช่นนี้เองทำให้เกิดสังคมออนไลน์ตามมา ดังนั้น เว็บ 2.0 ได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์การรวมกลุ่มของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จนกระทั่งพัฒนาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการซอฟต์แวร์สังคมเครือข่าย (Social Software) เพื่อเป็นสื่อกลางของการสร้างสรรค์ชุมชนออนไลน์ อาทิเช่น บล็อก (Weblog หรือ Blog) และวิกิพีเดีย (Wikipedia)

“เครือข่ายทางสังคมออนไลน์” หรือ “เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม” คือบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายทางสังคมของตนเอง ผ่านเครือข่ายในอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงมีการเชื่อมโยงบริการต่างๆ เช่น อีเมลล์ (E-Mail) การส่งข้อความสั้น

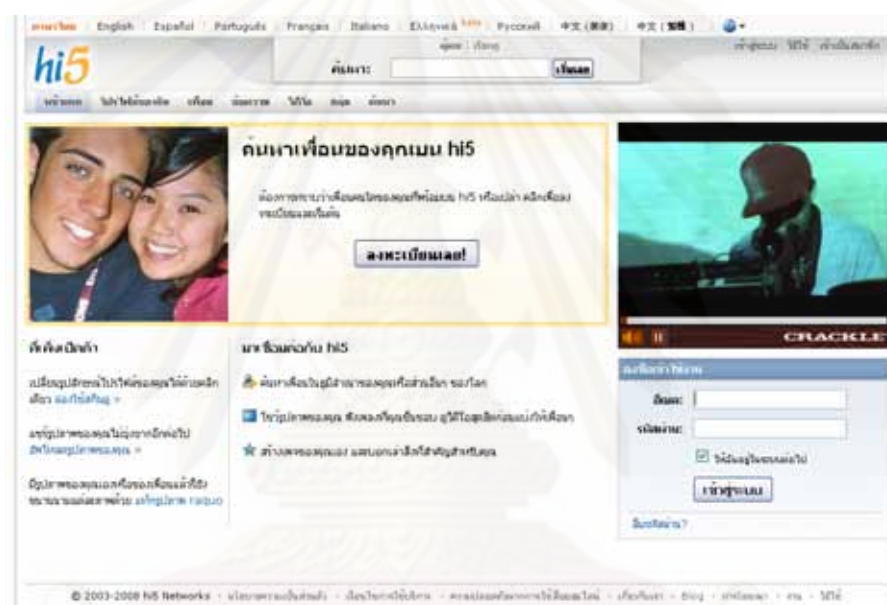
(Messenger) เว็บบอร์ด (Webboard) บล็อก (Blog) ฯลฯ เข้าด้วยกัน โดยบุคคลแต่ละคนต่างมีกลุ่มทางสังคมที่ซับซ้อน เช่น กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนที่ทำงานเก่า กลุ่มเพื่อนเรียนมหาวิทยาลัย กลุ่มเพื่อนสมัยมัธยม เพื่อนสนิทสมัยประถม เพื่อนเล่นเกมออนไลน์ เครือญาติ ไปจนถึงแฟนเก่า แฟนของเพื่อน ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่สนใจในเรื่องเดียวกัน และมี “การดำเนินชีวิต” ที่คล้ายคลึงกัน เช่น กลุ่มแฟนคลับศิลปิน กลุ่มผู้ชื่นชอบภาพยนตร์ กลุ่มตามหาร้านอาหารอร่อย กลุ่มคนรักรถ ฯลฯ

การดำเนินชีวิต หรือ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ พฤติกรรมการใช้ชีวิต ใช้เงิน และใช้เวลา ของบุคคลคนนั้น ซึ่งแสดงออกมาให้ปรากฏซ้ำๆ กันในมิติ คือ มิติทางด้านลักษณะประชากรที่ประกอบกันเข้าเป็นตัวคนคนนั้น (Demographics) กิจกรรมที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วม (Activities) ความสนใจที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Interest) และความคิดเห็นที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Opinion) มิติทั้ง 3 อย่างนี้ เรียกว่า AIO Demographics โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็นเสมือนแนวทางสำหรับกิจกรรมต่างๆ การตีความ ความคิดเห็น และสะท้อนค่านิยมของบุคคลผ่านมาจากกิจกรรม หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวบุคคล (Blackwell&Miniard, 1993) บุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีความชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และชื่อของที่คล้ายกัน (Solomon, 1994)

จากการสำรวจล่าสุดเกี่ยวกับ สื่อบนอินเทอร์เน็ต หรือ Social Media ของ บริษัท UniversalMcCANN ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อชั้นนำระดับโลก ระบุว่าจากผลการวิจัยชื่อ “Power to the People Social Media Tracker: Wave 3” ที่สำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า 57% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก เป็นสมาชิกของ เว็บไซต์ประเภท Social Network อย่างน้อย 1 เครือข่าย (UniversalMcCANN, มีนาคม 2008) จากผลการสำรวจ ยังพบว่า มีผู้เป็นสมาชิกเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ เพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2008 ได้มีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นจาก 27.3% เป็น 57.5%

hi5 (ไฮไฟว์) คือเว็บไซต์ประเภท “เครือข่ายทางสังคม” (Social Network) ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด 1 ใน 10 อันดับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของโลก ก่อตั้งโดยนายรามู ยาลามันชี ชาวอเมริกัน ศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ โดยชื่อ “hi5” มาจากประโยคทักทายที่ว่า “กิฟ มี ไฟฟ์ อัฟ” (Give me five up.) พร้อมกับยกมือขึ้นมาชู 5 นิ้ว มีความหมายว่า “สวัสดี”

hi5 เปิดพื้นที่ให้สมาชิกได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ไม่ว่าจะเพื่อนที่มีอยู่แล้ว หรือเพื่อนใหม่ที่เจอกันใน hi5 โดยให้พื้นที่ในการลงข้อมูลส่วนตัว (Profile) เช่น ข้อความแนะนำตัว (About me), ความสนใจส่วนตัว (Interest) รวมถึงสามารถฝากข้อความทิ้งไว้ได้ มีการใช้งานที่ง่าย และมีลูกเล่นมากมายให้เลือกที่ผู้ใช้แต่ละคนสามารถเลือกนำมาแต่งหน้า hi5 ของตนเอง เช่น การเปลี่ยนสีฉากหลัง (Skin) และอุปกรณ์เสริมที่เรียกว่า วิดเจ็ต (Widget) เช่น สไลด์รูปภาพ (Slide) คลิปวิดีโอ (Vdo Clip) เพลงออนไลน์ (Music Online) เกมส์แฟลช (Flash Game) และยังมี กลิตเตอร์ (Glitter) หรือ ภาพการ์ตูน “ตุ๊กตัก” ขยับได้ ที่ผู้ใช้นิยมส่งให้เพื่อนๆ กันอย่างแพร่หลาย



ภาพที่ 1.4: แสดงหน้าโฮมเพจ (Homepage) ของเว็บไซต์ hi5.com ภาษาไทย



ภาพที่ 1.5: แสดงหน้าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก (Profile) เว็บไซต์ hi5.com

เป็นที่น่าสนใจว่า ในประเทศไทย มีปรากฏการณ์การใช้เว็บไซต์ hi5.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภท Social Network เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และความนิยมได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน จนทำให้เว็บไซต์ hi5 มีการทำเวอร์ชันภาษาไทยออกมาในเดือนธันวาคม 2550 จากผลการสำรวจจากเว็บไซต์จัดอันดับ www.alexa.com พบว่าเว็บไซต์ hi5.com ได้เป็นเว็บไซต์ประเภท Social Network ที่คนไทยเข้ามากที่สุดในประเทศ และมีคนไทยเข้าใช้เป็นอันดับสองของโลก (Alexa.com, ตุลาคม 2008)

และจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ปี 2551 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) พบว่า การใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นกระแสที่กำลังได้รับความนิยมในการทำกิจกรรมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ hi5 โดยกิจกรรมที่นิยมทำระหว่างกลุ่มเพื่อน/

กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันทางอินเทอร์เน็ต คือ แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ต่างๆ (ร้อยละ 63.7) รองลงมาคือแลกเปลี่ยนรูปภาพและคลิปวิดีโอ (ร้อยละ 59.1) สำหรับเหตุผลหลักที่ทำให้ใช้บริการสังคมออนไลน์ คือ เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ รวมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ถึงวันนี้ hi5 มีสมาชิกกระจายอยู่ทั่วโลกราว 100 ล้านคน ในกว่า 200 ประเทศ มีสมาชิกคนไทยมากถึง เกือบ 3 ล้านคน โดยมีสมาชิกหลากหลายสาขาอาชีพ ตั้งแต่ นักเรียน แม่บ้าน ไปจนถึง ดารา ศิลปิน นักการเมือง ฯลฯ

ด้วยคุณลักษณะของเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีลักษณะพิเศษต่างจากเว็บไซต์ หรือชุมชนเสมือนอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ต กว่าที่เคยมีมา นั่นคือ เป็นเครือข่ายสังคมในชุมชนเสมือน ที่ได้ถือกำเนิดขึ้นใหม่ ในโลกของเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เน้นความมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน อย่างเป็นอิสระ และการสร้างสังคมที่สามารถขยายเครือข่ายได้ไม่จำกัด จึงทำให้เว็บไซต์ hi5.com เกิดความหลากหลายของผู้ใช้งาน ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้โดยอิสระ สามารถแสดงอัตลักษณ์ และปลดปล่อยตัวตนออกมาได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังสามารถสร้างเครือข่ายเพื่อนที่สนใจในการดำเนินชีวิตแบบเดียวกัน ขึ้นมาได้โดยไม่สิ้นสุด

ด้วยเหตุนี้ ในเว็บไซต์ hi5.com จึงเกิดการปรากฏตัวของบุคคลที่มีการดำเนินชีวิตหลากหลายรูปแบบ และเกิดการรวมตัวกันของกลุ่มคนทั้งกลุ่มใหญ่ กลุ่มย่อย รวมไปถึงมีกลุ่มที่มีการดำเนินชีวิตที่แปลกๆ เกิดขึ้นมากมาย ภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ ที่มีลักษณะซับซ้อน พัวพัน และโยงใยกันไปมา คล้ายเครือข่ายใยแมงมุมขนาดยักษ์

ในขณะที่คนไทยในยุคปัจจุบันหันมาให้ความสนใจ และใช้ชีวิตในเครือข่ายสังคมออนไลน์กันมากขึ้นเรื่อยๆ หากมองย้อนกลับไปยังสังคมไทยในอดีต จะเห็นว่า การดำเนินชีวิตของคนไทยมักถูกกำหนดโดยอิทธิพลของสถาบันศาสนา สถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันที่คอยกำหนด และปรับการดำเนินชีวิตของคนไทยตั้งแต่เด็กจนโต

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมา จึงเป็นที่น่าสนใจว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ hi5.com ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้ใช้งานคนไทยหรือไม่ อย่างไร โดยนำเสนอในลักษณะของการแนะแนวทาง (Guidance) การดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เพื่อมาศึกษารูปแบบพฤติกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ใช้ และประโยชน์ที่จะได้จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งผล

การศึกษาที่ได้จะก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่ออินเทอร์เน็ต ที่นับวันยิ่งมีบทบาทต่อวงการสื่อสารมวลชนมากขึ้น

1.2 คำถามนำการวิจัย

1.2.1 การใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ hi5.com มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานหรือไม่อย่างไร

1.2.2 เว็บไซต์ hi5.com มีบทบาทในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานอย่างไร

1.2.3 ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com มีการปรับการดำเนินชีวิตตามการแนะนำของผู้ใช้งานคนอื่นๆ อย่างไร

1.2.4 กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่ เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

1.3.2 เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์การปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ตามการแนะนำของผู้ใช้คนอื่นๆ

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่

1.4 ข้อเสนอพื้นฐาน

1.2.1 เว็บไซต์ hi5.com มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน เช่น ช่วยสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานมีการดำเนินชีวิตที่ชัดเจนขึ้น มีการแสดงออกถึงการดำเนินชีวิตของตนเองมากขึ้น มีการรวมกลุ่มของคนที่มีการดำเนินชีวิตแบบเดียวกัน รวมทั้งมีผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นเรื่อยๆ ภายใต้อิทธิพลของสังคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานแต่ละคน แต่ละกลุ่ม เข้าด้วยกัน

1.2.2 เว็บไซต์ hi5.com มีบทบาทในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้งานจะมีการรวมกลุ่มเป็นสังคมออนไลน์กับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่มีการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกัน โดยจะมีการแนะนำ

แนวทางการเลือกปฏิบัติกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ที่เชื่อมโยงไปถึงการดำเนินชีวิตในสังคมจริงระหว่างผู้ใช้งานด้วยกัน รวมถึงมีการสร้างเครือข่ายสังคมที่ขยายใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เมื่อมีผู้ใช้งานหน้าใหม่เข้ามารวมในเครือข่ายนี้ จะเกิดการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตที่เป็นไปในลักษณะคล้ายคลึงกันกับกลุ่มที่มีอยู่เดิม

1.2.3 หลังจากที่ได้เข้ามาใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ผู้ใช้งานจะมีการปรับการดำเนินชีวิตตามการแนะนำของผู้ใช้คนอื่นๆ ไปตามปัจจัยต่างๆ เช่น ผู้ใช้งานมีการดำเนินชีวิตที่น่าสนใจ มีความสนใจร่วมกัน มีความคิดเห็นคล้ายกัน มีอายุที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน มีรูปร่างหน้าตาของผู้ใช้งานที่ดึงดูดใจ และมีการพูดคุยกันผ่านทางข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในที่สุดแล้วผู้ใช้งานจะมีการปรับรูปแบบพฤติกรรมที่ต่างไปจากเดิมไม่มากนักน้อย เช่น มีการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่ให้การแนะนำมา มีพฤติกรรมอยากรู้ อยากเห็นมากขึ้น มีความต้องการให้ตนเองทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีพฤติกรรมการเสพติดการใช้ชีวิตในโลกเสมือนมากขึ้น เป็นต้น

1.2.4 ผู้ใช้งานเก่า หรือที่มีการดำเนินชีวิตโดดเด่น ชัดเจน หรือเป็นเจ้าของความรู้ ที่สามารถแนะนำแนวทางให้ผู้ใช้งานใหม่ได้ และมีการใช้งานที่มีความถี่สม่ำเสมอ จะมีการแนะนำ (Guidance) ผู้ใช้งานใหม่ หรือผู้ใช้งานที่เข้ามารับการแนะนำจากผู้ใช้งานเก่า ผ่านการเสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) ที่มีลักษณะของเพื่อนบอกเพื่อน เป็นการแนะนำของสมาชิกต่อสมาชิกต่อไปกันในลักษณะเครือข่ายใยแมงมุมที่ขยายใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ และมีความเชื่อมโยง และสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยผู้ใช้งานใหม่ จะมีการปรับพฤติกรรมไปตามกระบวนการการแนะนำ เช่น มีการเปิดรับข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานเก่า คล้อยตามการแนะนำของผู้ใช้งานเก่า นำข้อเสนอแนะนั้นไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตของตนเอง

1.5 นิยามศัพท์

เครือข่ายสังคมออนไลน์
(Online Social Network)

หมายถึง บริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายทางสังคมของตนเองผ่านเครือข่ายในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นโครงสร้างที่ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมโดยการใช้โหนดหรือ Node ซึ่งสัญลักษณ์เป็นวงกลม ซึ่งหมายถึงคน หรือ กลุ่มคน หรือองค์กร และมีเส้นเชื่อมต่อกันที่เรียกว่า Ties เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์กันในลักษณะเฉพาะต่าง ๆ กันไป เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว โดยบุคคลแต่ละคนจะมีกลุ่มทางสังคมที่ซับซ้อน รวมไปถึงกลุ่มที่สนใจในเรื่องเดียวกัน เช่น กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนสมัยมัธยม กลุ่มแฟนคลับศิลปิน กลุ่มผู้ชื่นชอบภาพยนตร์ ฯลฯ

การดำเนินชีวิต (Lifestyle)

หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิต แบบแผนของพฤติกรรม กิจกรรม ความสนใจ หรือการให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ และความคิดเห็นของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com

การแนะแนว (Guidance)

หมายถึง ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) ที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5.com ที่มีความหมายในเชิงที่แนะช่วยให้บุคคลรู้จัก เข้าใจตนเองและสิ่งแวดล้อม สามารถนำตนเองได้ แก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง พัฒนาตนเอง และปรับการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของตนเองได้

กระบวนการ

หมายถึง กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ที่มีขั้นตอนมากกว่าสองขั้นตอนที่สัมพันธ์กัน ต่างเวลา ใน 3 มิติ คือหน้าที่

	(Function) เนื้อหา (Content) และลีลา (Style) เช่น ขั้นตอนปรับปรุงตนเองให้ทันเหตุการณ์ ขั้นตอนการเปิดรับข้อเสนอแนะ ขั้นตอนการเลือกข้อเสนอแนะ และขั้นตอนการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน เว็บไซต์ hi5.com
ผู้ใช้งาน (User)	หมายถึง สมาชิก ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้ใช้งานอย่างสม่ำเสมอ และเป็นผู้ใช้ที่มีการลงบันทึกข้อเสนอแนะ (Comment) ให้ปรากฏอยู่ในหน้า Profile ของผู้ให้บริการท่านอื่นสม่ำเสมอเช่นกัน
ผู้ใช้งานเก่า	หมายถึง ผู้ใช้งาน hi5 ที่มีการดำเนินชีวิตโดดเด่นชัดเจน หรือเป็นเจ้าของความรู้ที่สามารถแนะแนวทางให้ผู้ใช้งานใหม่ได้
ผู้ใช้งานใหม่	หมายถึง ผู้ใช้งาน hi5 ที่เข้ามารับการแนะแนว (Guidance) จากผู้ใช้งานเก่า ผ่านการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) ในหน้า hi5 ของผู้ใช้งานเก่าคนนั้นๆ

1.6 ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาอิทธิพล และบทบาทในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com การปรับการดำเนินชีวิต รวมไปถึงกระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ แนวคิดเรื่องชุมชนเสมือน ทฤษฎีเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชน ทฤษฎีเครือข่ายสังคม แนวคิดเรื่องการแนะแนว แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต แนวคิดเรื่องรูปแบบพฤติกรรม และแนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม เป็นกระบวนการต้นในการศึกษา และจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเนื้อหาในเว็บไซต์ hi5.com และสมาชิกที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ในประเทศไทย โดยแบ่ง

สมาชิกออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้ใช้งานเก่า คือ ผู้ใช้งาน hi5 ที่มีการดำเนินชีวิตโดดเด่น ชัดเจน หรือเป็นเจ้าของความรู้ ที่สามารถแนะแนวทางให้ผู้ใช้งานใหม่ได้ และผู้ใช้งานใหม่ คือ ผู้ใช้งาน hi5 ที่เข้ามารับการแนะแนว (Guidance) จากผู้ใช้งานเก่า ผ่านการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) ในหน้า hi5 ของผู้ใช้งานเก่าคนนั้นๆ โดยผู้ใช้งานทั้ง 2 กลุ่มนี้ต้องมีคุณสมบัติเป็นผู้ใช้งาน hi5 อย่างสม่ำเสมอ นับตั้งแต่วันที่ได้สมัครเป็นสมาชิก hi5

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เข้าใจกระบวนการในการแนะแนวการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ภายในเว็บไซต์ hi5.com ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ว่ามีบทบาท และมีอิทธิพลต่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และผสมผสานการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาถึงการดำเนินชีวิต (Lifestyle) รูปแบบพฤติกรรม (Patterns of Behavior) และการดำเนินชีวิตของมนุษย์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการในการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC)

1.7.2 เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าใจบทบาทและความสำคัญของอินเทอร์เน็ต ในฐานะเป็นเทคโนโลยีที่จะมาเป็นตัวกำหนด และปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของคนไทย แทนที่สถาบันดั้งเดิมอื่นๆ ในสังคมที่ในเคยมีอิทธิพลในการกำหนดการดำเนินชีวิตของคนไทยมาก่อน เช่น ศาสนา วัด ครอบครัว โรงเรียน ฯลฯ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานใน
เว็บไซต์ hi5.com” (Online Social Network and Guidance of the User Lifestyle in
www.hi5.com) ได้นำแนวคิดและทฤษฎีมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)
- 2.2 แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC - Computer - Mediated Communication)
 - 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเสมือน (Cyberspace)
- 2.3 ทฤษฎีเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism)
- 2.4 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)
- 2.5 แนวคิดเรื่องการแนะแนว (Guidance)
- 2.6 แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
- 2.7 แนวคิดเรื่องรูปแบบพฤติกรรม (Patterns of Behavior)
- 2.8 แนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation)
- 2.9 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด มีแนวคิดพื้นฐานที่เชื่อว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวสาเหตุหลัก ในการสร้างผลกระทบ และขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับระดับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคล ซึ่งแยกการวิเคราะห์ตามแนวคิดของนักทฤษฎีได้ ดังนี้

McLuhan แห่งสำนัก Toronto (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้กล่าวไว้ว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมายจนราวกับว่า ทำให้คนจำนวนมากสามารถจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (Space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (Time) พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคทางด้านระยะทางและกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไป หรือแนวคิดที่

สำคัญเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อที่ว่า “Medium is the Message” ซึ่งหมายความว่าแค่เปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็สร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว

E. Rogers (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ก็ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ (New Media) ที่จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคม ใน 3 ประการ คือ

1. ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้องกับ ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail Computer – conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปมาก
2. ลักษณะ Individualize/Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงแม้วันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่นเครื่องออดิโอเทปการดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกรายการดูได้เอง (Pay per View) แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนได้ด้วยตัวเอง ในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ไหนก็ได้ เป็นต้น
3. ลักษณะ Asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกออกเป็นส่วนๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่นลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นเรื่องกันยาวๆ ที่เดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถจะแยกชิ้นเป็นส่วนๆ แล้วค่อยๆ มาประกอบ มาเพิ่มเติมภายหลังได้ นอกจากนี้ยังหมายความถึง

ศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารแบบระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (สื่อระหว่างบุคคลมีเครื่องมือช่วย)	สื่อสารมวลชน
1. การไหลของข่าวสาร	จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับ 2-3 คน	จากผู้ส่งหลายคนสู่ผู้รับหลายคน	จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับจำนวนมาก
2. ความรู้ที่แหล่งผู้ส่งมีต่อผู้รับสาร	ผู้ส่งมีความรู้ต่อผู้รับสารในฐานะปัจเจกคนหนึ่ง	ผู้ส่งสารมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับสารเนื่องจากระบบ Interactive	ผู้ส่งสารที่ทำงานอยู่ในองค์กรสื่อแทบจะไม่มีความรู้เรื่องผู้รับสารเลย
3. การแบ่งประเภทผู้รับสาร	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	ต่ำ (เพราะข่าวสารเดียวกันจะถูกถ่ายทอดให้ทุกคน)
4. ระดับการตอบโต้	สูง	สูง	ต่ำ
5. ปฏิกริยาป้อนกลับ	มีมากและฉับพลัน	มีบ้างแต่ก็ยังมีข้อจำกัด อาจจะไม่ฉับพลันหรือต้องรอ	มีข้อจำกัดมากและล่าช้ามาก
6. ศักยภาพที่จะเก็บรักษาข่าวสาร	ต่ำ	ส่วนใหญ่จะสูงมาก	บางสื่ออาจจะต่ำ เช่น วิทยู แต่บางสื่อก็สูง เช่น หนังสือ
7. ประเภทของเนื้อหา	เน้นหนักไปทางเรื่องสังคม - อารมณ์	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม - อารมณ์ แต่จะเน้นเรื่องการทำงาน	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม - อารมณ์
8. ลักษณะอวัจนภาษา	มีการใช้อวัจนภาษาอย่างมาก	สื่อใหม่บางชนิดจะจัดให้มีการใช้อวัจนภาษาค่อนข้างมาก	สื่อมวลชนประเภทที่มองเห็นภาพจะมีการใช้อวัจนภาษามาก แต่ถ้าเป็นสื่อ

			เสียงอย่างเดียวก็จะไม่มี
9. การควบคุมการไหลของการสื่อสาร	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้รับสารไม่สามารถจะควบคุมการสื่อสารได้
10. ลักษณะความเป็นส่วนตัว	ต่ำ	ตามปกติต่ำ	สูง

ตารางที่ 2.1: แสดงการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ E. Rogers

จากทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้เข้าใจถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ Hi5.com ว่ามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com อย่างไร

2.2 แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC - Computer - Mediated Communication) และแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเสมือน (Cyberspace)

Donna L. Hoffman and Thomas P Novak (1995) (อ้างถึงในเพ็ญทิพย์, 2539) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ และให้คำนิยามอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับ CMC ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับการแจกจ่ายข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และมีข้อมูลหลากหลาย การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งใหม่ในสังคมที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ (Social Oriented) ความไม่เจาะจงในการสื่อสารในรูปแบบ CMC ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่าการสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสารหรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Social Emotional) ซึ่งไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นกันเอง คือไม่เข้าอารมณ์และไม่เจาะจงผู้รับสาร ซึ่งผู้ร่วมสื่อสารแบบ CMC จะต้องการปรับสภาพตัวเองเพื่อให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

Joseph B Walther (อ้างถึงในกิตติ กัณภัย, 2543) ให้ความหมายของ CMC เอาไว้อย่างกว้างๆ ว่า คือการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (Computer Conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลา (asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text message) ซึ่งจะถูกลำเลียง (relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

Sproull, Kiesler & Zubrow (1984, อ้างถึงในศุภนิสา ทดลา, 2542) มีความเห็นว่าการศึกษารื่องการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ส่วนใหญ่จะศึกษาในแนวเทคโนโลยีที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารมากกว่าที่จะศึกษาโครงสร้างสภาพแวดล้อม มีงานวิจัยไม่มากนักที่ศึกษาการสื่อสารในรูปแบบนี้ในแง่มนุษย์และสังคม ซึ่งจะศึกษาบทบาทเฉพาะบุคคลในรูปแบบพฤติกรรมที่แสดงออกในการสื่อสาร และเป็นที่น่าสังเกตว่าการศึกษาในแง่มนุษย์และสังคม จะมีประโยชน์และสามารถเข้าใจถึงผลกระทบของเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ที่มีต่อพฤติกรรมของมนุษย์และการติดต่อซึ่งกันและกัน

CMC ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อถึงกันได้หลายทิศทาง (Multi-User-Dimension) จากลักษณะในการสื่อสารในโลกของ "Cyberspace" ที่มีสมาชิก มีการปฏิสัมพันธ์กัน และมีการเกี่ยวข้องกัน ทำให้เกิดเป็นชุมชนขึ้น แต่เป็นลักษณะที่เป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) และเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นในรูปแบบการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์

จากแนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ และแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเสมือน ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบในการทำความเข้าใจถึงการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ รวมถึงบริบทของสังคมในเว็บไซต์ hi5.com

2.3 ทฤษฎีเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism)

Lasswell (อ้างถึงในรัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542) ได้สรุปหน้าที่หลักพื้นฐานของสื่อมวลชนว่าต้องเป็นไปตามระบบใหญ่ คือ อารงรักษาเสถียรภาพของสังคม โดยแบ่งหน้าที่ดังนี้

1. คอยสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม (Surveillance of the environment) สื่อมวลชนมีหน้าที่ตรวจตรา ติดตามเหตุการณ์ว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้าง เพื่อจะได้มีปฏิกิริยาโต้ตอบได้ถูกต้อง
2. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้กับสังคม (Correlation of the parts of the society) เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม เป็นหน้าที่ที่มากกว่าการรายงานข่าวเพียงอย่างเดียว โดยเพิ่มการตีความ การให้คำอธิบาย เพื่อให้ส่วนต่างๆ ของสังคมกระทำปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน
3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the social heritage) สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานจากสมาชิกของสังคมในช่วงสมัยหนึ่งไปอีกสมัยหนึ่ง

ต่อมา C.Wright ได้เพิ่มหน้าที่ของสื่อมวลชนอีก 1 ข้อ คือ

4. ให้ความบันเทิง (Entertainment) ถึงแม้ว่าจะเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง แต่ก็เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในแง่มุมใหม่ คือ การให้การพักผ่อน และลดความตึงเครียดจากสภาพต่างๆ ที่ประสบอยู่ในสังคม

ต่อมา McQuail ได้เพิ่มหน้าที่ของสื่อมวลชนอีก 1 ข้อ คือ

5. กระตุ้นเร้าและผลักดัน (Mobilization) สื่อมวลชนมีหน้าที่กระตุ้นเร้าสังคมเพื่อพัฒนาให้เกิดผลประโยชน์ของชาติ ส่งเสริมแบบแผนของพฤติกรรมและค่านิยมของสังคม

นอกจากนั้น McQuail (1987) ยังได้สรุปหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. การให้ข้อมูล (Information)
 - ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์และเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม
 - แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอำนาจ
 - ก่อให้เกิดนวัตกรรม การปรับปรุง และความก้าวหน้าทางสังคม
2. การสานสัมพันธ์ (Correlation)

- อธิบาย ดีความ และให้คำวิจารณ์ของเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ
- สนับสนุนต่ออำนาจในสังคมและบรรทัดฐานในสังคม
- ชัดเจนทางสังคม
- ก่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ต่างๆ ในสังคม

3. การสืบทอด (Continuity)

- แสดงวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมย่อย และการพัฒนาของวัฒนธรรม
- ส่งเสริม และอ้างค่านิยม

4. ให้ความบันเทิง (Entertainment)

- ให้ความสนุกสนาน ผ่อนคลาย
- ลดความตึงเครียดในสังคม

5. กระตุ้นใจ (Mobilization)

- ส่งเสริมประเด็นทางสังคมร่วมกัน เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ศาสนา สังคม

หน้าที่ต่างๆ เหล่านี้ไม่สามารถแยกแยะออกจากกันได้อย่างชัดเจน หน้าที่แต่ละข้อมีความซ้ำซ้อนกันอยู่เสมอ สื่อมวลชนเป็นตัวส่งเสริมสถาบันอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ระบบทั้งระบบมีเสถียรภาพ โดยการให้ความคิดเห็น หรือการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมสถาบันอื่นๆ

สำหรับหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อปัจเจกบุคคล McQuail (1972) ได้เสนอหน้าที่ของสื่อมวลชนในทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังนี้

1. การให้ข้อมูล

- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์แวดล้อมในสังคมและโลกอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์
- ให้ข้อเสนอแนะ และทางเลือกเกี่ยวกับประเด็นที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ มติหรือการตัดสินใจ

- ตอบสนองความอยากรู้ อยากเห็น และความสนใจทั่วไป
- ให้ความรู้ เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง
- ได้รับความมั่นคงจากการสั่งสมประสบการณ์และความรู้

2. การสร้างรูปแบบของความเป็นตัวของตัวเอง

- หาสิ่งสนับสนุนค่านิยมของตนเอง
- ได้ทราบถึงรูปแบบต่างๆ ของพฤติกรรม
- ได้เปรียบเทียบความแตกต่างกับบุคคลที่ปรากฏในสื่อ
- ให้ความรู้สึกเป็นตัวตน

3. สร้างการติดต่อสัมพันธ์ในสังคมและก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในสังคม

- ได้ทราบความเป็นไปของบุคคลอื่น ทำให้เกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจต่อกันได้รู้จักบุคคลอื่น และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ
- ก่อให้เกิดการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ในสังคม
- เป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ฉันเพื่อนในชีวิตจริง
- ช่วยที่จะให้คนเราดำเนินบทบาทของตนในสังคมอยู่ได้
- เป็นสิ่งที่สามารถสานสัมพันธ์ให้กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. การให้ความบันเทิง

- เพื่อหลีกเลี่ยงจากความโดดเดี่ยว หลีกหนีปัญหาได้ชั่วคราว
- ได้พักผ่อนหย่อนใจ
- เพื่อความสุนทรีย์ ความรื่นรมย์ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของวัฒนธรรมหรือศิลปกรรม
- เพื่อใช้เวลาว่าง
- เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- เพื่อกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ

บทบาท (Role)

บทบาท ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Role พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 (2525: 453) ได้ให้ความหมายของคำว่า บทบาท ไว้ว่า เป็นการกระทำหน้าที่ที่กำหนดไว้ เช่นบทบาทของพ่อแม่ บทบาทของครู ฯลฯ

หากจะพิจารณาลึกลงไป เบอร์โล (Berlo, 1966: 153) ได้ให้ความหมายของคำว่า บทบาทไว้ 3 ประการ ดังนี้

- บทบาทที่ถูกกำหนดไว้ (Role Prescriptions) คือ บทบาทที่กำหนดไว้เป็นระเบียบอย่างชัดเจนว่าบุคคลที่อยู่ในบทบาทนั้นจะต้องทำอะไรบ้าง
- บทบาทที่กระทำจริง (Role Descriptions) คือ บทบาทที่บุคคลได้กระทำจริงเมื่ออยู่ในบทบาทนั้นๆ
- บทบาทที่ถูกคาดหวัง (Role Expectations) คือ บทบาทที่ถูกคาดหวังโดยผู้อื่นว่าบุคคลที่อยู่ในบทบาทนั้นๆ ควรกระทำอย่างไร

โดยสรุปแล้ว บทบาท คือการแสดงพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ถูกคาดหวังไว้ และเป็นสิ่งที่บุคคลนั้นพึงกระทำตามสถานภาพ และหน้าที่ของตน แต่ บทบาท นั้นต่างจาก สถานภาพ และ หน้าที่ เนื่องจากบทบาทนั้นเป็นพฤติกรรมที่ถูกกระทำขึ้นจริงตามที่บุคคลนั้นแสดงออกมา ซึ่งอาจจะตรงหรือไม่ตรงกับความคาดหวังของสังคม ก็เป็นได้ ดังนั้น ในสังคมหนึ่งๆ จึงมักจะประเมินบุคคลหนึ่งจากบทบาทที่แสดงออกมาน่าพึงพอใจ หรือตรงตามที่สังคมคาดหวังไว้หรือไม่ เพียงใด

ทฤษฎีนี้ให้ความสนใจต่อพฤติกรรมของปัจเจกชน แรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรม และผลกระทบต่อปัจเจกชนซึ่งเกิดจากพฤติกรรมนั้น สาเหตุของพฤติกรรมของมนุษย์ เกิดขึ้นจากประสบการณ์ในสังคม การแสดงออก และความพอใจซึ่งเกิดจากปรากฏการณ์ในสังคมและผลลัพธ์ของมันจะสะท้อนออกมาเป็นโครงสร้างสังคมโดยส่วนรวม อาจกล่าวได้ว่า หน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคมโดยวงกว้างนั้น ได้รับการส่งเสริมจากสื่อ ในทางกลับกันสื่อมวลชนเองก็มีความคาดหวังต่อการเลือกรับสื่อของปัจเจกชน

สำหรับเว็บไซต์ hi5.com เป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่ส่วนหนึ่งมีบทบาทหน้าที่คล้ายสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ คือ คอยสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้กับสังคม สอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง ให้ความบันเทิง รวมทั้งกระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อผลประโยชน์ของชาติ อีกส่วนหนึ่ง ด้วยคุณสมบัติเฉพาะของสื่อใหม่ ที่ไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา และไม่เห็นหน้าค่าตากัน เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และมีเครือข่ายที่เกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในวงกว้าง เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์เกิดจากผู้ใช้งานเป็นผู้สร้างเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generated Content – UGC) จึงอาจจะก่อให้เกิดหน้าที่ใหม่ ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นในสื่อมวลชนแบบเดิม โดยผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ว่าในฐานะของสื่อใหม่ จะมีหน้าที่ใหม่ที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากหน้าที่ของสื่อมวลชนแบบเดิมหรือไม่อย่างไร โดยมีพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ที่ร่วมกันสร้าง แลกเปลี่ยน แบ่งปันเนื้อหาเป็นตัวแปรสำคัญ

2.4 แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคม (Social Network)

ชินสัคค สุวรรณอัจฉริย, 2549 ได้กล่าวถึง เครือข่ายทางสังคม ว่าเป็นช่องทางที่มีความสัมพันธ์ร่วมกับจุดยืนส่วนตัว ซึ่งเป็นเสมือนพื้นที่ภายในสังคมวัฒนธรรมหนึ่งและหลายๆ พื้นที่สังคมวัฒนธรรม เช่น เครือญาติมีอาชีพเป็นชนชั้น มีตำแหน่งฐานะในท้องถิ่นหลากหลาย แต่มีความสัมพันธ์กับญาติพี่น้องอยู่ ขณะเดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงและคนรู้จักด้วย

พิมพ์วัลย์ ปรีดาสวัสดิ์ และ วาทีณี บุญชะลิกษ์, 2533 ได้รวบรวม และให้ความหมายของเครือข่ายสังคมไว้ว่า เครือข่ายสังคม หมายถึง สายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างบุคคลคนหนึ่งกับบุคคลอื่นๆ อีกหลายๆ คน เครือข่ายสังคมในที่นี้ จึงเปรียบเสมือนกรอบแนวความคิดที่ใช้ศึกษาหาความเข้าใจ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในสังคม อันนำไปสู่ความเข้าใจในเรื่องกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal group) องค์กรทางสังคม (Social Organization) และโครงสร้างทางสังคม (Social structure) รวมทั้งลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวสามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลเหล่านี้

เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นมีอยู่ในสังคม นับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้าหากจะมองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมก็เปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่างๆ ที่มีเส้นหลายๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่างๆ เหล่านี้กับจุดๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่างๆ เป็นตัวแทนของบุคคลอื่นรอบๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลายๆ เส้นนั้น หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมหลายๆ ความสัมพันธ์ที่บุคคล และหรือกลุ่มบุคคลมีต่อกันและกัน พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางสังคมที่สำคัญ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลอื่นๆ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารอย่างเดียว ยังไม่เพียงพอที่จะเรียกว่า เป็นเครือข่ายสังคมได้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย ซึ่งได้แก่การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล เครื่องใช้ไม่สอย อาหาร การบริการ (Transaction) ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันและกันของบุคคลต่างๆ ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมนั้น เป็นความสัมพันธ์ในทุกๆ ด้านที่บุคคลทั้งหมดในเครือข่ายสังคมมีต่อกันทั้งในด้านของระบบเศรษฐกิจ การแต่งงาน เครือญาติ การเมือง สุขภาพอนามัย ฯลฯ ส่วนพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมขึ้น ได้แก่ การไปมาหาสู่เยี่ยมเยียนกัน การปรึกษาหารือกัน การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นต้น เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่งๆ จึงเปรียบเสมือนสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ และขณะเดียวกันบุคคลนั้นๆ ก็เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมทางสังคมของบุคคลอื่นๆ ในเครือข่ายสังคม ซึ่งสามารถมีผลกระทบต่อกิจกรรมของผู้อื่นด้วยเช่นกัน

การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมนั้น จะเน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลที่ดำรงอยู่ในเครือข่ายสังคมว่า จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมซึ่งกันและกันอย่างไร ซึ่ง Jeremy Boissevain , 1974 (อ้างถึงใน พิมพิวัลย์ ปรีดาสวัสดิ์ และ วาทีณี บุญชะลิกษ์, 2533) ได้เสนอถึงลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไว้ 4 ลักษณะด้วยกัน ดังนี้คือ

1. ความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย อันเนื่องมาจากบทบาทที่มีอยู่ในสังคม : ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage : Multiplexity)

ลักษณะของความสัมพันธ์แบบนี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีบทบาท (Role Theory) เพราะในเครือข่ายสังคมนั้น จะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาท หรือหน้าที่ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้นมิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทพ่อ บทบาทผู้ใหญ่นบ้าน บทบาทลูก บทบาทของประธานคณะกรรมการหมู่บ้านต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นบุคคลสองคนอาจมีความสัมพันธ์กันได้ ทั้งในบทบาทเดียวหรือหลายบทบาทประกอบกัน เรียกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเดี่ยวและความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Uniplex or Single – stranded และ Multiplex or Multi – stranded) ซึ่งบทบาทแต่ละบทบาทจะมีบรรทัดฐานและความคาดหวังเป็นตัวชี้นำแนวทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกันและกัน

2. ความสัมพันธ์ทางสังคม ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) เพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เช่น สิ่งของ ความช่วยเหลือต่างๆ เงินทอง หรือบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทนกันต่อไปภายหน้า โดยที่ตัวบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจเองในการที่จะเลือก หรือมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแลกเปลี่ยนอะไรกับอีกบุคคลหนึ่ง เช่น ความเป็นเพื่อนระหว่าง นาย ก. กับ นาย ข. อาจเป็นไปได้ทั้งในเรื่องของความรัก ความซื่อสัตย์ การให้ของขวัญในโอกาสต่างๆ การให้ยืมเงินทอง แต่ นาย ก. และ นาย ข. ก็อาจเลือกที่จะแลกเปลี่ยนในเพียงบางสิ่งบางอย่างซึ่งกันและกันเท่านั้น ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความเหมาะสมหรือความพอใจที่จะได้จากการแลกเปลี่ยนนั้นๆ ด้วย

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow)

ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกัน หรือแข่งขันกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน อีกทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุลกัน (balance reciprocity) และไม่สมดุลกัน (negative reciprocity) ขึ้นด้วย ซึ่งหมายถึงการได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน ทั้งในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน โดยฝ่ายหนึ่งอาจได้รับมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์ (Frequency and Duration of Relationship)

ความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์นั้น เป็นปัจจัยที่นำไปสู่คุณภาพของความสัมพันธ์ในลักษณะการเกิดความสัมพันธ์เชิงซ้อน และในทำนองเดียวกันความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์ ก็เป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงซ้อน ความผูกพันและความมีอิทธิพลต่อกันและกันในด้านพฤติกรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับความถี่และความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์กัน ประกอบขึ้นอยู่ที่ช่วงระยะเวลาของความสัมพันธ์ด้วย ยิ่งบุคคลมีความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งบ่อยครั้งเพียงใดและบุคคลมีช่วงระยะเวลาของการรู้จักกันนานเท่าใด ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคน จะมีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมของกันและกันมากขึ้นเท่านั้น

บุญมาก ศิริเนาวกุล (2551) กล่าวว่า เครือข่ายสังคม (Social Network) หมายถึง โครงสร้างทางสังคมซึ่งสามารถที่จะสร้างเป็นเครือข่าย ใดๆได้อย่างหนึ่งได้ โดยการใช้โหนดหรือ Node ซึ่งสัญลักษณ์เป็นวงกลม ซึ่งหมายถึงคน หรือกลุ่มคน หรือองค์กร และมีเส้นเชื่อมต่อระหว่างกันที่เรียกว่า Ties เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์กันในลักษณะเฉพาะต่าง ๆ กันไป เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว ความเกลียด ความขัดแย้ง ความคิด คุณค่าทางสังคม วิสัยทัศน์ การแพร่กระจายของเชื้อโรค เส้นทางการบิน เส้นทางการคมนาคม เราสามารถที่จะสร้างเครือข่ายนี้ในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัวจนถึงระดับประเทศหรือทั่วโลก และเครือข่ายของสังคมมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยกันร่วมแก้ปัญหา ช่วยให้องค์กรสามารถทำงานต่อไปได้และสามารถที่จะหาหนทางที่จะให้แต่ละคนหรือกลุ่มบุคคลสามารถไปสู่จุดหมายปลายทางได้ด้วยการติดต่อสัมพันธ์กัน คุยกัน เพื่อขยายต่อความสัมพันธ์ตามจุดหมายที่เราอยากจะได้ เท่าที่ทำได้

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคม มาเป็นกรอบแนวคิดช่วยในการวิจัยเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5.com ช่วยทำความเข้าใจเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่ามีโครงสร้างอย่างไร เพื่อนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ที่มีการดำเนินชีวิตอยู่ในเครือข่ายเดียวกัน เพื่อค้นหาคำตอบว่าผู้ใช้งานมีการปรับใช้ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานคนอื่นๆ อย่างไร

2.5 แนวคิดเรื่องการแนะแนว (Guidance)

การแนะแนว มีความหมายตรงกับคำว่า “Guidance” ซึ่งแปลว่า “การชี้แนวทาง” หรือ “การชี้ช่องทาง” โดยมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

คณะอาจารย์วิทยาลัยวิชาการศึกษา, 2509:2 (อ้างถึงใน พนม ลิมอารีย์, 2548) ได้ให้คำจำกัดความของการแนะแนวว่าสามารถให้ความหมายได้ 3 นัยด้วยกันคือ

1. **ความหมายตามรูปศัพท์** การแนะแนว หมายถึง การชี้แนะ การชี้ช่องทางให้ การบอกแนวทางให้ เพื่อช่วยให้ผู้ที่มีปัญญาตัดสินใจได้ แต่มิใช่การแนะนำ (Advise) เพราะการแนะนำนั้นผู้ให้ความช่วยเหลือจะทำหน้าที่เป็นผู้เลือก หรือทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินใจให้ ส่วนการแนะแนวนั้น ผู้ให้ความช่วยเหลือไม่ได้ทำหน้าที่เป็นผู้เลือกหรือทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินใจให้ แต่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลต่างๆ แล้วให้ผู้ที่มีปัญหาทำหน้าที่เลือกและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง

2. **ความหมายในแง่กระบวนการ (Process)** การแนะแนว หมายถึง กระบวนการช่วยเหลือบุคคลให้เข้าใจตนเอง และโลกของตน

จากความหมายของการแนะแนวในแง่กระบวนการนี้ มีสิ่งที่จะต้องพิจารณาอยู่ 4 ประเด็นคือ

ประการแรก กระบวนการ (Process) หมายถึง ปรากฏการณ์ซึ่งแสดงการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และคำว่ากระบวนการแสดงให้รู้ว่า การแนะแนวมิใช่เหตุการณ์เดี่ยว แต่เกี่ยวข้องกับชุดการกระทำหรือลำดับขั้น ซึ่งก้าวหน้าไปเรื่อยๆ สู่เป้าหมาย

ประการที่สอง การช่วยเหลือ (Helping) หมายถึง การช่วย การอนุเคราะห์ การสงเคราะห์การให้ประโยชน์ อาชีพที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ (Helping Occupations) จำนวนมาก เช่น จิตแพทย์ นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ ฯลฯ ต่างมีวัตถุประสงค์สำคัญอยู่ที่การป้องกัน (Prevention) การซ่อมเสริม (Remediation) และการเยียวยาแก้ไข (Amelioration) ความยุ่งยากและความยากลำบากของมนุษย์

ประการที่สาม บุคคล (Individuals) หมายถึงนักเรียนที่อยู่ในสถานศึกษา และยิ่งไปกว่านั้นการแนะนำจัดว่าเป็นการช่วยเหลือที่จัดให้กับนักเรียนปกติ (Normal) ซึ่งต้องการความช่วยเหลือสำหรับพัฒนาการที่เป็นปกติ

และ*ประการสุดท้าย* Shertzer and Stone, 1976 (อ้างถึงในพนม ลิมอารีย์, 2548) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การแนะนำ หมายถึง การเข้าใจตนเองและโลกของตน (Understand themselves and their world) หมายถึง การที่บุคคลรู้ว่าตนเป็นใคร รู้ถึงเอกลักษณ์ของตน (Personal Identity) รับรู้ธรรมชาติของตนอย่างกระจ่าง มีประสบการณ์ เกี่ยวกับโลกของตน สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และผู้คนที่ตนมีปฏิสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งและสมบูรณ์

พรหมธิดา แสนคำเครือ (2528) กล่าวว่า การแนะนำเป็นกระบวนการช่วยเหลือบุคคลให้เขาสามารถช่วยตัวเองได้ เช่น การช่วยให้บุคคลเข้าใจ และรู้จักตนเองได้อย่างถูกต้อง สามารถเผชิญความจริงของชีวิตได้อย่างกล้าหาญ มีวิจารณญาณในการตัดสินใจ และวางแนวทางชีวิตได้อย่างถูกต้องสามารถปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น และสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี มีความสุข ความเจริญก้าวหน้าในชีวิตและได้พัฒนาถึงขีดสุดในทุกด้าน

จำเนียร ชวงโชติ (2529) กล่าวว่า กิจกรรมแนะนำ หมายถึง กระบวนการช่วยเหลือบุคคลแต่ละคนให้รู้จักเข้าใจตนเอง โลกที่เขาอยู่และบุคคลอื่น ๆ ที่เขาเกี่ยวข้องกับให้สามารถช่วยตนเองหรือนำตนเองในสิ่งแวดล้อมได้อย่างฉลาด ให้สามารถพัฒนาตนเองอย่างเต็มที่ทุกด้านให้สามารถนำศักยภาพของตนเอง ใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ตนเองและสังคมและดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

จากแนวคิดเรื่องการแนะนำ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงลักษณะของการแนะนำ ว่ามีความสำคัญอย่างไรในการช่วยแนะนำ ชี้แนะ และกำหนดการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ Hi5.com รวมถึงมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์หากระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

2.6 แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

Blackwell & Miniard, 1993 (อ้างถึงใน อัญชัน, 2547) ได้ให้คำนิยามว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ โครงสร้างโดยรวมของการใช้ชีวิต การใช้เวลาและการใช้จ่ายเงินของบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นตัวสะท้อน กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ของบุคคลได้เป็นอย่างดี และยังสามารถสะท้อนค่านิยมของบุคคลผ่านมาทางกิจกรรมหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวบุคคล นอกจากนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วตามสภาพแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตจึงควรที่จะคอยติดตามความเคลื่อนไหวและสถานการณ์ในปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถเข้าใจและรู้เท่าทันรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป

Plummer (อ้างถึงใน ณัฐวุฒิ, 2540) ได้จำแนกตัวแปรย่อยในการพิจารณา กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ไว้ดังนี้

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interest)	ความคิดเห็น (Opinions)
การทำงาน	ครอบครัว	เกี่ยวกับตนเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ประเด็นทางสังคม
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง
การพักผ่อน	ชุมชน	ธุรกิจ
บันเทิง	สันตนาการ	เศรษฐกิจ
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
กิจกรรมในชุมชน	อาหาร	สินค้าและบริการ
เลือกซื้อสินค้า	สื่อต่างๆ	อนาคต
กีฬา	การประสบความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ตารางที่ 2.2: แสดงการจำแนกตัวแปรย่อยในการพิจารณา กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Characteristics of Lifestyle)

Berkman, Lindquist และ Sirgy (1997) ได้อธิบายลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ ดังนี้คือ

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่ม รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัย โดยกลุ่มทางสังคมที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วยนับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลเป็นอย่างมาก เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว บุคคลสำคัญในชีวิต
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล บุคคลจะแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง เมื่อเรารู้รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ก็มีความเป็นไปได้ที่เราจะสามารถคาดคะเนพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลนั้นได้ เช่น คนที่มีแนวคิดแบบเสรีนิยม รักความอิสระ มักจะชอบเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถบอกจุดศูนย์กลางของความสนใจของบุคคล (Center of interest) ทำให้เราสามารถคาดคะเนความสนใจอื่นๆ ที่เกี่ยวพันหรือใกล้เคียงกับความสนใจที่เป็นจุดศูนย์กลาง
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตแปรผันตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม เช่น สังคมในปัจจุบันที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้หญิงที่ออกมาทำงานนอกบ้านหาเลี้ยงครอบครัวได้เหมือนผู้ชาย ดังนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงในปัจจุบันย่อมแตกต่างไปจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงในอดีต ผู้หญิงในปัจจุบันใช้ชีวิตแบบผู้ชายมากขึ้น ทำกิจกรรมที่ผู้ชายทำมากขึ้น เช่น ออกกำลังกาย ใส่สูทผูกเนคไท เป็นต้น

ทางสังคมศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ ได้มีการจัดกลุ่มคนตามเกณฑ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้คำว่า Generation ในการเรียกชื่อรุ่น (อายุ) ต่างๆ ธีรนนท์ นันทขว้าง (2551) ได้รวบรวมความหมายของ Generation ที่ได้รับความสนใจในบริบทของประเทศไทย ว่ามี 4 Generation ได้แก่

1) Baby Boomers หรือ Generation Boomer หรือ Gen-B : เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2489 - 2507 (ค.ศ.1946 – 1964) ซึ่งเป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กำลังจะยุติและเริ่มสงครามทำให้เกิดนโยบายส่งเสริมให้แต่ละครอบครัวมีลูกมากหลังจากที่หลายชาติสูญเสียทหารในสงครามไปจำนวนมาก การเกิดและเติบโตของคนในรุ่นนี้จึงเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการบูรณะ การสร้าง การฟื้นฟูในหลายๆ สิ่ง ตยในกลุ่มนี้เป็นคนที่รู้คุณค่าของเงิน ทำงานหนักเพื่อสร้างฐานะให้กับครอบครัว แต่งานอายุน้อย มีลูกเร็ว มีค่านิยมทำงานราชการเพราะเชื่อว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี คนในกลุ่มนี้หากกำลังทำงานจะสะสมเงินเพื่อใช้ชีวิตในวันบั้นปลายอย่างมีความสุข หากไม่ได้ทำงานแล้วเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าตามความต้องการของตน

2) Generation X หรือ X Generation หรือ Gen-X : เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2508 - 2523 (ค.ศ.1965 – 1980) คนในยุคนี้จะมีความแตกต่างกับคนในยุค Baby Boomers เพราะมีการต่อสู้ดิ้นรนที่น้อยกว่า เพราะเป็นคนในรุ่นลูกหลานของ Baby Boomers และเนื่องจากสภาพโดยรวมของเศรษฐกิจดีกว่ายุคที่ Baby Boomers กำลังอยู่ในวัยทำงาน ทำให้ Gen-X สามารถเลือกงานได้มากกว่า สามารถตั้งเงื่อนไขให้แก่ที่ทำงานได้ว่าตนเองต้องการทำงานแบบไหน เมื่อไร และอย่างไร คนในยุคนี้ในขณะที่มีอายุเท่ากันจึงต่างกันมาก Baby Boomers ทำงานด้วยความดิ้นรนใช้แรงงาน รายได้น้อย และมักจะทำงานคนเดียว ในขณะที่ Gen-X ทำงานในลักษณะใช้ความคิด สมาชิกหลักในครอบครัวทำงานทั้งสองคน รายได้ดีทั้งคู่ ใช้ชีวิตแบบคนทันสมัย และหลายๆ คนเป็นหัวหน้างานของ Baby Boomers ที่อายุมากกว่า ประสบการณ์มากกว่า แต่การศึกษาต่ำกว่า นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการบางส่วนแบ่งคนในยุคนี้ออกเป็น กลุ่มย่อยที่เรียกว่า Yuppies ซึ่งเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวสมัยใหม่ในขณะนั้นที่มีรายได้สูง มีกำลังซื้อสินค้าแบรนด์เนมดัง ๆ เป็นห่วงเป็นใยในเรื่องของภาพลักษณ์ กล้าที่จะใช้จ่ายฟุ่มเฟือย คนในยุคนี้หลายคนนิยมใช้บัตรเครดิต

3) Generation Y หรือ Y Generation หรือ Gen-Y หรือ Why Generation : เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 - 2537 (ค.ศ.1980 – 1994): เป็นกลุ่มคนที่เกิดขึ้นมาท่ามกลางความแตกต่างระหว่าง Baby Boomers กับ Gen-X โดยที่ Baby Boomers อาจจะเป็นปู่ย่าตายายหรือญาติผู้ใหญ่ในครอบครัว และมี Gen-X เป็นบิดามารดา โดยที่ Baby Boomers ในครอบครัวอาจจะอยากให้ Gen-Y ทำตัวอยู่ในกรอบ แต่ Gen-X กลับอยากให้ Gen-Y เป็นตัวของตัวเอง และท้าทายสิ่งที่เคยอยู่เดิม Gen-Y จึงมักจะสับสน แต่ก็มีความต้องการที่จะสำเร็จในทุกอย่างที่สนใจอย่างรวดเร็วกว่า Baby Boomers และ Gen-X นอกจากนี้ Gen-Y ยังเป็นคนที่มีความใจร้อน ต้องการ

เห็นผลสำเร็จทุกอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง และเชื่อว่าจะมีความพร้อมด้านฐานะทางการเงินที่มักจะได้รับการสนับสนุนจาก Gen-X ซึ่งมีรายได้ดี โดยคนที่เป็น Gen-Y มีความเชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง มักจะแต่งงานเมื่ออายุ 30 ขึ้นไป ถ้ามีแฟนแล้วแฟนมีอุปสรรคกับงานก็เลิกกับแฟน เลือกลงาน คนกลุ่มนี้มักเปลี่ยนงานบ่อย มีการบริหารเงินจากเครื่องมือต่าง ๆ คนกลุ่มนี้จึงมีเครดิตการ์ดมากกว่า 1 ใบ มีการใช้บริการประเภท Personal Credit มากขึ้น

4) Generation Z หรือ Gen-Z : เป็นคนรุ่นที่ถัดมาจาก Gen-Y เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 - 2537 (ค.ศ.1990 – 2001) คนในรุ่นนี้จะมีหลายชื่อเรียกเช่น Generation V ที่มาจากคำว่า Virtual หรือ Generation C ที่มาจากคำว่า community หรือ content หรือ Internet Generation หรือ Google Generation โดยที่คนในรุ่นนี้มีความผูกพันอยู่กับสื่อประเภทต่างๆ เช่น DVD, อินเทอร์เน็ต, MSN, โทรศัพท์มือถือ, SMS, เครื่องเล่น MP3 และ IPOD เป็นต้น คนในรุ่นนี้จะมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่า Gen-X และ Gen-Y นอกจากนี้ Gen-Z เป็นผู้ที่เกิดในช่วงของการแพร่ระบาดของการก่อการร้ายหรือสงครามในยุคที่ 4 ซึ่งจะแตกต่างจาก Baby Boomers ที่เกิดในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 Gen-X ที่เกิดในช่วงสงครามเย็น และ Gen-Y เกิดในช่วงหลังสงครามเย็น

ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค (2551) กล่าวว่า Generation C (Generation Z) คือกลุ่มที่ต้อง Connect เข้าไปอยู่ในโลกออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสาร จนถึงยุคปัจจุบันกลุ่มนี้ได้กลายเป็นกลุ่มที่สร้าง Content และ Generation C ต่างจากคนในยุคก่อน ตรงที่ได้รุ่นใหม่มี Identity ที่ชัดเจน มีการสร้างจุดเด่นและความแตกต่างของตนเองในสังคม พร้อมทั้งจะบอกเล่าตัวตนต่อกลุ่มสังคม และอยากให้คนอื่นชื่นชม ด้วยวิธีการแชร์ข้อมูลส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา และรูปภาพ ขณะเดียวกันคนรุ่นใหม่ก็ดูทีวีน้อยลง ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

จากแนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการทำความเข้าใจเรื่องการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ซึ่งเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ที่ต่างจากในโลกจริง ว่าผู้คนในโลกเสมือนที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการดำเนินชีวิตอย่างไร ลักษณะใดบ้าง อะไรบ้างที่เป็นปัจจัยกำหนดให้เกิดการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานที่ต่างจาก

รูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคก่อน และทั้งหมดนี้ ได้มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน hi5 หรือไม่ อย่างไร

2.7 แนวคิดเรื่องรูปแบบพฤติกรรม (Patterns of Behavior)

รูปแบบพฤติกรรม (Patterns of Behavior) ในความหมายทางสังคมวิทยา หมายถึง วัฒนธรรม

พิศวง ธรรมนันทา, 2523 (อ้างถึงใน วรวรรณ เขาวนศิริกิจ, 2545) ได้กล่าวว่า ความหมายของวัฒนธรรม ทางสังคมวิทยา หมายถึง การดำเนินชีวิต (way of life) หรือ รูปแบบแห่งพฤติกรรม (Behavior Pattern) และบรรดาผลงานทั้งหมดที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น หรือ วัฒนธรรม คือ สิ่งอันเป็นผลผลิตของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อน สืบต่อเป็นประเพณีกันมา วัฒนธรรม คือความคิดเห็น ความรู้สึก ความประพฤติ และกิริยาอาการ หรือการกระทำใดๆ ของมนุษย์ในส่วนรวม

William F. Ogburn, Meyer F. Nimcoff (อ้างถึงใน สุพัตรา สุภาพ, 2522) ได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. วัฒนธรรมวัตถุ (Material Culture) ซึ่งได้แก่สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ตู้เย็น หม้อหุงข้าว แก้วน้ำ มีด โต๊ะ เครื่องบิน โทรศัพท์ โทรทัศน์ จรวด บ้าน วัด หอประชุม เป็นต้น
2. วัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non-Material Culture) หมายถึง อุดมการณ์ ค่านิยม แนวความคิด ประเพณี การปฏิบัติต่อกันมา และเป็นที่ยอมรับกันในชนกลุ่มของตนว่า ดีงาม เหมาะสม เป็นนามธรรมที่มองเห็นไม่ได้

ลักษณะของวัฒนธรรม

1. เป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้ เนื่องจากมนุษย์เราแตกต่างจากสัตว์ในแง่ที่เราอาศัยสัญชาตญาณกระทำกรต่างๆ ได้น้อยมากหรือไม่ได้เลย และการเรียนรู้ก็ต้องเรียนรู้จาก

มนุษย์ด้วยกัน โดยเฉพาะจากกลุ่มที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ ดังนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นการถ่ายทอดโดยการเรียนรู้ ไม่ใช่การถ่ายทอดทางชีวภาพ

2. เป็นมรดกทางสังคม การที่วัฒนธรรมสามารถถ่ายทอดกันได้ ก็เพราะมนุษย์มีภาษาเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอด ภาษาจึงเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่ใช้ในทุกวัฒนธรรม
3. เป็นวิถีชีวิตหรือแบบของการดำรงชีวิต ความคิดในเรื่องวัฒนธรรม ทำให้สามารถจำแนกวัฒนธรรมของสังคมหนึ่งจากสังคมหนึ่ง เป็นวัฒนธรรมเฉพาะอย่าง เพราะบุคคลเกิดในสังคมใดก็เรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้น
4. เป็นสิ่งไม่คงที่ เพราะมนุษย์มีการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ หรือปรับปรุงของเดิมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

นักจิตวิทยาทั้งสองท่าน Joseph Luft และ Harry Ingham, 1995 ได้เสนอทฤษฎีหน้าต่างใจฮารี: แบบลายเส้นของการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (The Johari-Window : graphic Model of Awareness in Interpersonal Relation) เพื่อใช้เป็นแบบแผนแสดงพฤติกรรมของบุคคล เมื่ออยู่ร่วมกันในสังคม และเพื่อให้เข้าใจสัมพันธภาพที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลในลักษณะที่รู้ตัว รูปแบบของพฤติกรรมบุคคล มีดังนี้

	ตนเองรู้ ↓	ตนเองไม่รู้ ↓
ผู้อื่นรู้ →	บริเวณเปิดเผย	บริเวณจุกบอด
ผู้อื่นไม่รู้ →	บริเวณซ่อนเร้น	บริเวณมืดมน

ตารางที่ 2.3: แสดงแบบแผนพฤติกรรม ตามแนวคิดทฤษฎีหน้าต่างใจฮารี

จากภาพสรุปว่าบุคคลทุกคนมีพฤติกรรม 4 แบบ ซึ่งอยู่ตามบริเวณหน้าต่างทั้ง 4 บาน พฤติกรรมดังกล่าวมีดังนี้ คือ

1. *บริเวณเปิดเผย* หมายถึง บริเวณที่มนุษย์แสดงพฤติกรรมภายนอกออกมาอย่างเปิดเผย ซึ่งบุคคลแสดงออกมาแล้วรู้ว่าตนเองแสดงพฤติกรรมโดยมีจุดมุ่งหมายอย่างไร ทำให้ผู้อื่นรู้พฤติกรรมของเราและเราก็ รับรู้พฤติกรรมของผู้อื่นด้วย
2. *บริเวณจุดบอด* หมายถึง บริเวณพฤติกรรมที่ตนเองแสดงออกโดยไม่รู้ตัว ไม่มีจุดมุ่งหมาย และไม่มีเจตนาที่จะแสดงออกไปแต่บุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ เช่น บางคนพูดไปพร้อมๆกับยกคิ้วไปด้วยทุกครั้ง การแสดงพฤติกรรมดังกล่าวอาจจะไม่มีผลกระทบต่อสัมพันธภาพโดยตรง หรืออาจจะมี และอาจทำให้เสียบุคลิกภาพอาจทำให้คนอื่นเบื่อหน่ายและไม่พอใจได้
3. *บริเวณซ่อนเร้น* หมายถึง บริเวณที่มีพฤติกรรมลึกลับเป็นพฤติกรรมหรือความรู้สึกบางอย่างที่บุคคลแสดงออกโดยไม่รู้ตัว ตนเองไม่เคยรู้ไม่เคยเข้าใจมาก่อน และบุคคลอื่นไม่เคยรู้
4. *บริเวณมีดমন* หมายถึง เป็นบริเวณที่พฤติกรรมหรือความรู้สึกบางอย่างที่บุคคลแสดงออกโดยไม่รู้ตัว ตนเองไม่เคยรู้ไม่เคยเข้าใจมาก่อน และบุคคลอื่นไม่เคยรู้ไม่เคยสนใจมาก่อน เช่นกัน พฤติกรรมในส่วนนี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่างทำให้เกิดพฤติกรรมนี้ขึ้นมาได้ เช่น บุคคลบางคนมีกิจกรรมยามเย็นเรียบร้อย สุขภาพเรียบร้อย สุขุม เยือกเย็น แต่เมื่อตกอยู่ในสถานการณ์คับขัน พฤติกรรมก้าวร้าวเพื่อเอาชนะคู่ต่อสู้จึงเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม แบบแผนของพฤติกรรม หรือวัฒนธรรม ในโลกอินเทอร์เน็ต มีความแตกต่างจากที่เกิดขึ้นในโลกจริง เนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์นั้น เกิดขึ้นได้โดยไม่มีเงื่อนไขของเวลาและสถานที่ ผู้สื่อสารจึงต้องมีการสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) และกฎกติกา (Rules) ขึ้นมาควบคุมบริบททางสังคมใหม่นี้ โดยผู้สื่อสารที่เข้ามาใหม่ก็ต้องเรียนรู้บรรทัดฐาน กฎกติกา วัฒนธรรม ดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

อิทธิพล ปริติประสงค์ และคณะ (2546) ได้กล่าวในโครงการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ตว่า ผลจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดผลกระทบในการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เกิดจากการที่อินเทอร์เน็ตในฐานะของเครื่องมือสื่อสารในสารสนเทศแบบ 2 ด้าน กล่าวคือ ผู้เข้าไปใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง และในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตสื่อก็เป็นผู้เข้าไปใช้สื่อเองด้วย ลักษณะของอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อสารสนเทศที่ผู้ใช้สามารถ

ตอบโต้กับสื่อได้อย่างอิสระ ประกอบกับความรู้ตัวตนของมนุษย์ (Virtual Man) ในโลกแห่งอินเทอร์เน็ต ที่ไม่สามารถระบุหรือพิสูจน์ตรวจสอบตัวตนที่แท้จริงของบุคคลบนโลกเสมือนนี้ได้ อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ยิ่งเป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสารโดยไม่มีขอบเขตทางด้านความชอบธรรมของเนื้อหาของสื่อได้อย่างเสรี

อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของมนุษย์ได้อย่างเสรี ทำให้มนุษย์ในสังคมไทยสามารถที่จะวิพากษ์หรือวิจารณ์ซึ่งแนวคิดของตนต่อบุคคลอื่นในที่สาธารณะได้อย่างชัดเจน แต่กลับพบว่ามนุษย์ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในมุมมืดที่มนุษย์คนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไม่สามารถที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่แปลกประหลาดถึงขั้นที่สังคมไม่อาจยอมรับได้ในเวลานั้นสามารถเป็นไปได้

แนวคิดเรื่องรูปแบบพฤติกรรมนี้ จะเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยทราบถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ว่ามีพฤติกรรมแบบใดบ้าง มีการเลียนแบบพฤติกรรมกันหรือไม่อย่างไร รวมถึงผู้ใช้งานมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้นชัดเจนเพียงใด ซึ่งรูปแบบพฤติกรรมนี้ก็มีส่วนช่วยให้ทราบว่าผู้ใช้งานมีการดำเนินชีวิตเป็นอย่างไร

2.8 แนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation)

ดาร์จ คี สวานดี (2540) กล่าวว่า Acculturation หมายถึง การปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม การสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่เนื่องจากกลุ่มบุคคลที่ต่างวัฒนธรรมกัน มีการติดต่อโดยตรงต่อเนื่องกัน ยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแบบอย่างวัฒนธรรมดั้งเดิม ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือทั้งสองกลุ่ม อย่างไรก็ตามก็ยังคงดำรงวิถีชีวิตตามแบบอย่างวัฒนธรรมส่วนใหญ่ของตนอยู่ ไม่ได้ถูกทำให้สมานกลมกลืนกันเข้าไปในอีกกลุ่มหนึ่งที่เดียว

การสังสรรค์วัฒนธรรมนี้มีกระบวนการ 2 ทางคือ ในทัศนะที่วัฒนธรรมจากกลุ่มหนึ่งถ่ายทอดกระจายไปสู่กลุ่มอื่น ๆ มีคำศัพท์ว่า "การแพร่กระจายวัฒนธรรม" (Culture diffusion) ส่วนในทัศนะหนึ่งที่เป็นฝ่ายรับเอา ก็มีคำศัพท์ว่า "การยืมวัฒนธรรม" (Culture borrowing)

Redfield, Linton และ Herskovits (อ้างใน พิชญ์ สมพอง 2526 : 16) ให้ความหมายของ คำว่า Acculturation ว่าหมายถึง การกลืนกลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากการที่กลุ่ม ชนซึ่งมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาทำการติดต่อกันโดยตรงต่อเนื่องกันไป และก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงแบบแผนวัฒนธรรมเดิมของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองฝ่าย ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวมี หลักว่า เมื่อวัฒนธรรมสองวัฒนธรรมมาปะทะสัมผัสกัน วัฒนธรรมที่เด่นกว่าจะข่มหรือได้ วัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ให้ถดถอยหรือเสื่อมลงไป หรือเกิดการผสมผสานสอดแทรกเชื่อมต่อโยงผ่าน การติดต่อกันระหว่างบุคคล กลุ่มชน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมขึ้น

จำนง อติวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ (2545: 25) กล่าวถึง Acculturation ว่าคือการผสมผสาน ทางวัฒนธรรม เป็นภาวะการณ์หนึ่งของวัฒนธรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมต่างสังคมมากระทบกัน โดยการที่บุคคลจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาติดต่อกัน และมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมต่างๆ ในระบบวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มหนึ่งหรือทั้งสองกลุ่ม นั่นคือ บุคคลหรือกลุ่มคน ยอมรับวัฒนธรรมอื่น ซึ่งมีใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมของตน ซึ่งเป็นกระบวนการสองทาง คือเมื่อกลุ่ม หนึ่งถ่ายทอดให้อีกกลุ่มหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันก็อาจจะรับวัฒนธรรมของกลุ่มที่ตนถ่ายทอดมาด้วย ก็ได้

Herskovit, 1958 (อ้างถึงใน ปิยะนุสรณ์ ศิริสุข, 2541) ได้ใช้คำนิยามของอนุกรรมการของ สภาวิจัยทางสังคมศาสตร์อเมริกัน ซึ่งได้กำหนดความหมายของการผสมผสานทางวัฒนธรรมไว้ คือ “การกลืนวัฒนธรรม ครอบคลุมปรากฏการณ์ต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่กลุ่มปัจเจกบุคคลที่มี วัฒนธรรมต่างกันได้มีการติดต่อกันอย่างสืบเนื่อง อาจมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบแผน วัฒนธรรมปทัสถานเดิมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือทั้งสองกลุ่ม”

จากการติดต่อกันด้วยวิธีการต่างๆ ในโลกปัจจุบัน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ทำให้เกิด การหยิบยืมหรือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันได้ ระหว่างคนที่อยู่ในต่างสังคมกันนั้น ทำให้บางส่วน ของวัฒนธรรมปทัสถานหนึ่ง (Cultural Norm) ไปปรากฏอยู่ในอีกวัฒนธรรมปทัสถานหนึ่งได้ แต่ ปรากฏการณ์นี้จะต้องมีการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างของเดิมที่มีอยู่แล้ว กับของใหม่ที่นำเข้า มา

การผสมผสานนี้อาจจะมีในรูปของการมาเพิ่มเสริมสิ่งที่มีอยู่แล้ว หรือการมาแทนที่บางสิ่งที่มีอยู่ก่อน หรือการแปลงรูปแบบ หรือความหมาย หรือหน้าที่ประโยชน์ของสิ่งใหม่ มาผสมกับสิ่งที่คล้ายคลึงกันในของเก่าที่สามารถปรับใช้เข้ากันได้

ผลของการกลืนวัฒนธรรม

1. อาจเกิดความล่าช้าขึ้น เพราะเมื่อสิ่งหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปแล้ว แต่อีกสิ่งหนึ่งยังอยู่คงที่ หรือเปลี่ยนแปลงไม่ทัน
2. อาจเกิดความขัดแย้งทางวัฒนธรรม ซึ่งไม่ได้หมายความว่า วัฒนธรรมขัดกัน แต่เป็นเรื่องที่คนในสังคมขัดกัน โดยที่ความขัดแย้งนั้นมีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรม
3. เกิดวัฒนธรรมใหม่ขึ้น โดยการรวมวัฒนธรรมปัทสถานเดิมกับวัฒนธรรมปัทสถานใหม่เข้าด้วยกัน

ศิริรัตน์ แอดสกุล (2551) ได้สรุปแนวคิดของการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม (Acculturation) ไว้ว่า เป็นแนวความคิดหนึ่งที่มีความหมายใกล้เคียงกับความหมายของคำว่า การผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม (Assimilation) คำว่า การปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม (Acculturation) ซึ่งพจนานุกรมศัพท์ทางสังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2532) ได้บัญญัติความหมายไว้ว่า หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่เนื่องจากกลุ่มบุคคลต่างวัฒนธรรมกัน มีการติดต่อโดยตรงต่อเนื่องกัน ยังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแบบอย่างวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือทั้งสองกลุ่ม อย่างไรก็ตามก็คงดำรงชีวิตตามแบบอย่างวัฒนธรรมส่วนใหญ่ของตนอยู่ ไม่ได้ถูกทำให้ผสมกลมกลืนกันเข้าไปในอีกกลุ่มหนึ่งที่เดียว

จากความหมายของสองแนวคิดนี้ คือ การผสมกลมกลืนและการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม มีความแตกต่างกันคือ เมื่อผ่านกระบวนการ การผสมกลมกลืนแล้ว สมาชิกของกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งจะยอมรับค่านิยมและวัฒนธรรมของอีกกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งมาประพฤติปฏิบัติ จนทำให้ไม่หลงเหลือเอกลักษณ์เดิมของกลุ่มตน แต่เมื่อผ่านกระบวนการ การปรับตัวให้เข้ากับ

วัฒนธรรมแล้ว ยังคงเหลือแบบอย่างของวัฒนธรรมของกลุ่มอยู่ ไม่ได้ถูกผสมกลมกลืนไปหมด เช่นแนวคิดแรก อย่างไรก็ตาม การปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม เป็นแนวความคิดที่ถือเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่ การผสมกลมกลืน ในระยะหลัง

นลินี ทวีสิน (2549) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเปิดโลกอินเทอร์เน็ตทำให้สัมพันธภาพเกิดขึ้นได้ทุกหนทุกแห่ง อินเทอร์เน็ตทำให้การติดต่อสัมพันธ์ของคนในโลกง่ายขึ้น คนที่มีความสนใจหรือมีความชำนาญในบางด้านเหมือนกันสามารถติดต่อสื่อสารเป็นเพื่อนกันได้ ทำให้เกิดกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ของคนกลุ่มต่างๆ ได้ทั่วโลก เช่น กลุ่มรักร่วมเพศ กลุ่มความเชื่อและศาสนา โดยมีการพูดคุยกันผ่าน chat room นำไปสู่การทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น การประชุมสัมมนาร่วมกัน การเสนอข้อกฎหมายหรือข้อตกลงร่วมกันในระดับโลก

อาจกล่าวได้ว่า สังคมในอินเทอร์เน็ตเกิดการผสมผสานวัฒนธรรมที่หลากหลาย ดังเช่นในเว็บไซต์ hi5 ที่มีกลุ่มของวัฒนธรรมย่อย (Subculture) มากมายกระจายอยู่ในเครือข่ายสังคมขนาดยักษ์ ซึ่งแนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมนี้ ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ว่าหลังจากที่ผู้ใช้งานใหม่ได้เข้ามาใช้เว็บไซต์ hi5 ได้มีการปรับการดำเนินชีวิตตามการแนะนำของผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิตอยู่ก่อนแล้ว หรือไม่อย่างไร หรือมีการสร้างการดำเนินชีวิตที่ชัดเจนขึ้น รวมถึงมีการผสมผสานการดำเนินชีวิตอย่างไร ระหว่างการดำเนินชีวิตที่มีอยู่เดิม กับการดำเนินชีวิตแบบใหม่ ที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5 รวมถึงช่วยในการวิเคราะห์หากระบวนการในการแนะนำการดำเนินชีวิตดังกล่าว

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ปี 2551 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) พบว่า การใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นกระแสที่กำลังได้รับความนิยมในการทำกิจกรรมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ hi5 โดยกิจกรรมที่นิยมทำระหว่างกลุ่มเพื่อน/กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันทางอินเทอร์เน็ต คือ แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ต่างๆ (ร้อยละ 63.7) รองลงมาคือแลกเปลี่ยนรูปภาพและคลิปวิดีโอ (ร้อยละ 59.1) สำหรับเหตุผลหลักที่

ทำให้ใช้บริการสังคมออนไลน์ คือ เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ รวมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

จากผลการสำรวจดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทราบว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นปรากฏการณ์ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้งาน hi5 และการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

งานวิจัยของสายชล บุรณกิจ (2540) ศึกษาถึงบทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม พบว่า เว็บไซต์ไทยมีบทบาทในการเชื่อมโยงประสานสังคม (Social integration and correlation) ด้วยการนำเสนอข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีการติดต่อสื่อสารสองทางแบบต่อเนื่องระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้พัฒนาเว็บไซต์ (Webmaster) ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ขยายฐานสังคม (Social Expansion) นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรม (Cultural Transmission)

จากงานวิจัยดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา และทราบถึงบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์ ในด้านการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในฐานะสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เป็นสื่อมวลชนยุคใหม่

งานวิจัยของรัตนวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ศึกษาถึงมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com พบว่า ลักษณะในมณฑลสาธารณะดังกล่าวเป็นเวทีเสวนาท่างวัฒนธรรม (Cultural Forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) ที่เกิดขึ้นขนานไปกับโลกแห่งความเป็นจริง ลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นการปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) โดยมีหน้าที่คือ เป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมนำให้ข้อมูลสาธารณะ การสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม และการสร้างสายสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

จากงานวิจัยดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าผู้ใช้งานได้ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ เพื่อความพึงพอใจของตนเอง และเพื่อสนองความต้องการส่วนตัว ตามความสนใจ

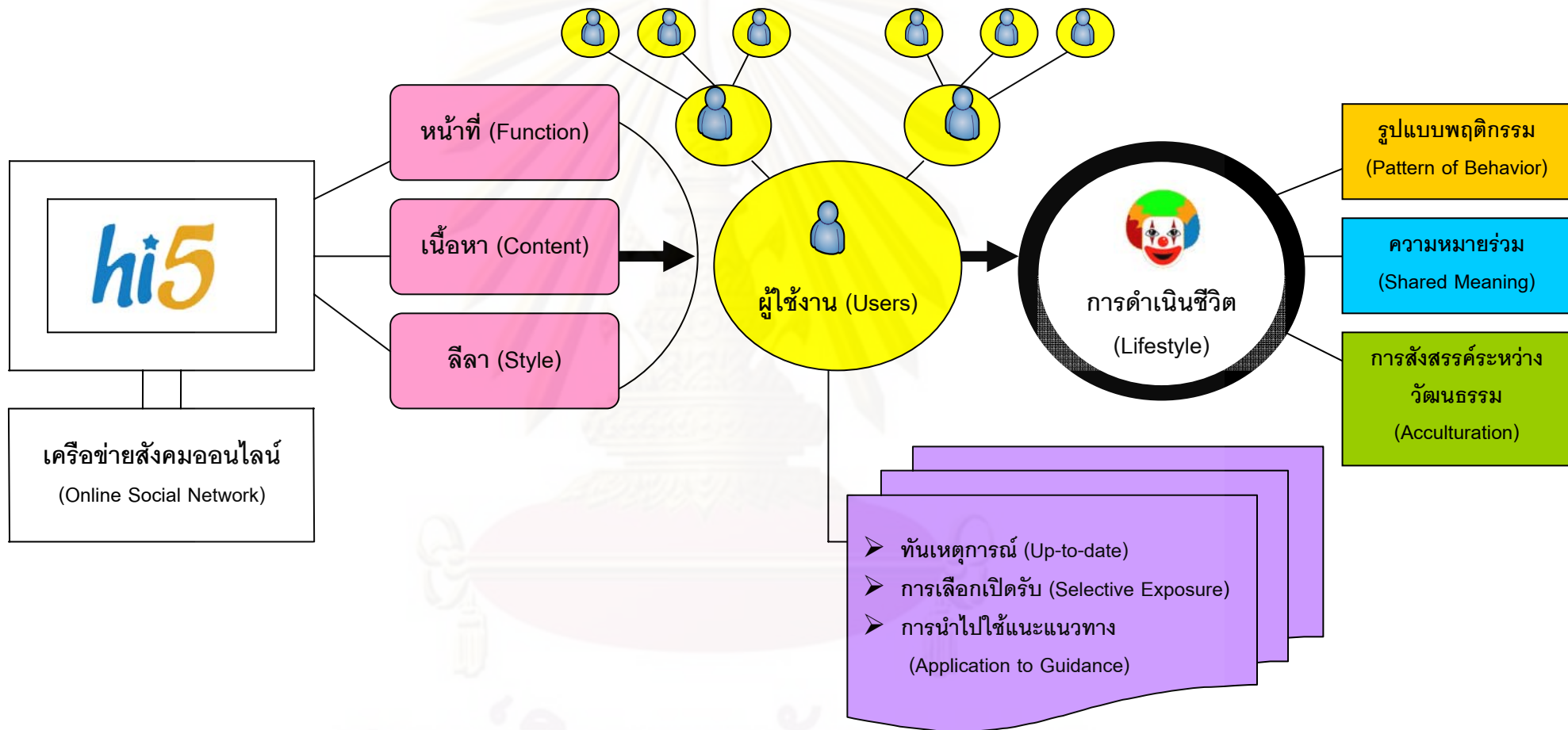
ของตนเอง และยังใช้เป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในโลกเสมือน ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษาบทบาทของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งในงานวิจัยนี้คือเว็บไซต์ hi5.com ต่อไป

งานวิจัยของ Amanda Lenhart และ Mary Madden (2550) ได้ศึกษาเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับวัยรุ่นในสหรัฐอเมริกา (Social Networking Websites and Teen : An Overview) พบว่า ผู้ใช้วัยรุ่นมากกว่า 55% ของผู้ใช้วัยรุ่นทั้งหมด ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยวัยรุ่นหญิงนิยมที่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลางในการรักษาความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิม เช่น เพื่อนเก่า ในขณะที่วัยรุ่นชายนิยมใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาแฟน และหาเพื่อนใหม่ๆ

จากงานวิจัยดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง และมีบทบาท รวมถึงมีอิทธิพลกับผู้ใช้ในกลุ่มวัยรุ่นต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กับวัยรุ่นไทยต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 2.1: แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 3 วิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานใน
เว็บไซต์ hi5.com เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะศึกษาผู้ใช้งาน (User) ใน
เว็บไซต์ hi5.com โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัย คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis),
การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth
Interview) การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Field Observation) โดยสามารถนำไปใช้ตอบ
คำถามนำการวิจัยได้ ดังรายละเอียดในตาราง:

คำถามนำการวิจัย	แนวคิด/ทฤษฎี	เครื่องมือวิจัย
1. การใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ hi5.com มีอิทธิพลต่อการดำเนิน ชีวิตของผู้ใช้งานหรือไม่อย่างไร	- ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็น ตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) - แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และ รูปแบบพฤติกรรม (Patterns of Behavior)	- การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) - การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) - การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
2. เว็บไซต์ hi5.com มีบทบาทใน การแนะแนวการดำเนินชีวิตของ ผู้ใช้งานอย่างไร	- ทฤษฎีเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism) - แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC - Computer – Mediated Communication) และ แนวคิด เกี่ยวกับชุมชนเสมือน (Cyberspace)	- การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) - การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) - การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

3. ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com มีการปรับการดำเนินชีวิตตามการแนะนำของผู้ใช้งานคนอื่นๆ อย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคม (Social Network) - แนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation) 	<ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) - การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) - การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
4. กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ระหว่างผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่ เป็นอย่างไร	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดเรื่องคำแนะนำ (Guidance) - แนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation) 	<ul style="list-style-type: none"> - การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) - การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) - การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) - การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Field Observation)

ตารางที่ 3.1: แสดงเครื่องมือในการทำวิจัย

3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล (Data and Source of Data)

3.1.1 ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1) เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายทางสังคมของตนเองผ่านเครือข่ายในอินเทอร์เน็ต โดยบุคคลแต่ละคนจะมีกลุ่มทางสังคมที่ซับซ้อน รวมไปถึงกลุ่มที่สนใจในเรื่องเดียวกัน เช่น กลุ่มเพื่อนร่วมงาน, กลุ่มเพื่อนสมัยมัธยม, กลุ่มแฟนคลับศิลปิน, กลุ่มผู้ชื่นชอบภาพยนตร์ ฯลฯ

เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5.com โดยศึกษาในหน้า Profile ของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com แบ่งเป็น:

- ข้อมูลส่วนตัว (Profile)
- เพื่อน (Friends)
- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment)
- สมุดบันทึก (Journal)
- รูปภาพ (Photo) เพลง (Music) และวิดีโอ (Video)
- กลุ่ม (Groups)
- ไฟว์ (Fives)
- สกิน หรือ ฉากหลัง (Skin)

2) ผู้ใช้งานเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์

3.1.2 แหล่งข้อมูล คือเว็บไซต์ hi5.com

3.2 ตัวอย่าง (Samples), จำนวนตัวอย่าง (Sample size) และการเลือกตัวอย่าง (Sampling)

3.2.1 ตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5.com
- 2) ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com

3.2.2 จำนวนตัวอย่าง

ใช้เนื้อหาที่ปรากฏใน เว็บไซต์ hi5.com จากจำนวนผู้ใช้งาน 50 คน

3.2.3 การเลือกตัวอย่าง

จากตัวอย่างประเภทแรก คือ เนื้อหาที่ปรากฏใน เว็บไซต์ hi5.com ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) โดยพิจารณาจากเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ และมีผู้ใช้งานคนไทยนิยมใช้มากที่สุด ซึ่งได้แก่ เว็บไซต์ hi5.com (ที่มา:

อ้างอิงผลการสำรวจจากเว็บไซต์จัดอันดับ Alexa.com และผลการสำรวจจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ - NECTEC)

จากตัวอย่างประเภทที่สอง คือ ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) พิจารณาโดยใช้เกณฑ์รูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ในการแบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- 1) ผู้ใช้งานเก่า คือ ผู้ใช้งาน hi5 ที่มีการดำเนินชีวิตโดดเด่น ชัดเจน หรือเป็นเจ้าของความรู้ ที่สามารถแนะนำแนวทางให้ผู้ใช้งานใหม่ได้
- 2) ผู้ใช้งานใหม่ คือ ผู้ใช้งาน hi5 ที่เข้ามารับการแนะนำ (Guidance) จากผู้ใช้งานเก่า ผ่านการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) ในหน้า hi5 ของผู้ใช้งานเก่าคนนั้นๆ

ผู้ใช้งานทั้ง 2 ประเภทจะต้องเป็นผู้ใช้งานที่มีการปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นในเว็บไซต์ hi5.com อย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาจากการเป็นผู้ใช้งานที่มีการลงบันทึกข้อเสนอแนะ ให้ปรากฏอยู่ในหน้า Profile ของผู้ใช้งานท่านอื่นอย่างสม่ำเสมอเป็นหลัก หลังจากนั้น จะทำการจัดกลุ่ม (Categories) ผู้ใช้งาน โดยใช้รูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้งานเป็นเกณฑ์ และคัดเลือกจำนวน 5 กลุ่ม โดย 3 กลุ่มแรกจะคัดเลือกผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) โดดเด่น และเป็นกลุ่มใหญ่ (Dominant) และ 2 กลุ่มหลังจะคัดเลือกผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิต แปลกใหม่ เป็นกลุ่มเล็กๆ แต่ น่าสนใจ (Niche) แต่ละกลุ่มจะเลือกผู้ใช้งานมา 10 คน รวมทั้งหมด 50 คน

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5.com ใช้การเก็บข้อมูลจากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Field Observation) จากหน้า hi5 ของผู้ใช้งานจำนวน 50 คน และจดบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ แล้วพิมพ์ออกมาเพื่อสะดวกต่อการวิเคราะห์

3.3.2 ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบออนไลน์ จากผู้ใช้งานจำนวน 40 คน และใช้การเก็บ

ข้อมูลโดยการบันทึกลงในคอมพิวเตอร์

โครงสร้างคำถามสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน

คำถามในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด โดยมีประเด็นคำถามสำหรับการวิจัย ดังนี้

- **การดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้ถูกสัมภาษณ์**
 1. ใช้งาน hi5 มานานเท่าใด / บ่อยแค่ไหน / เข้ามาทำอะไรบ้างใน hi5
 2. คิดว่าตัวเองเป็นคนมีไลฟ์สไตล์แบบใด
 3. หลังจากเข้ามาเล่น hi5 คิดว่าตัวเองหรือไลฟ์สไตล์ (การดำเนินชีวิต) ของตัวเอง เปลี่ยนไป หรือไม่ อย่างไร
 4. คิดว่า hi5 มีอิทธิพลกับการใช้ชีวิตของตนเองหรือไม่ อย่างไร
 5. คิดว่า hi5 ช่วยบอกเล่าตัวตนของเราได้มากน้อยเพียงใด อย่างไร
 6. ตัวตนใน hi5 กับตัวตนจริง ต่างกันหรือไม่ อย่างไร
- **การแนะนำการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้ถูกสัมภาษณ์กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ**
 7. ปกติเข้าไปคอมเมนต์พูดคุยกับเพื่อนใน hi5 บ่อยแค่ไหน
 8. มีเพื่อนที่ชื่นชอบพิเศษใน hi5 ใหม่ / เป็นเพื่อนใหม่ที่เจอกันใน hi5 หรือเพื่อนเก่า ที่เคยรู้จักกันมาก่อนแล้ว และทำไมจึงชื่นชอบเพื่อนคนนั้น
 9. เคยนัดพบ หรือทำกิจกรรมร่วมกันกับเพื่อนใน hi5 หรือไม่ / ถ้าเคย นัดเจอกันได้ อย่างไร
 10. เคยขอคำแนะนำในเรื่องต่างๆ จากเพื่อนที่รู้จักใน hi5 หรือไม่ / ถ้าเคย เป็นเรื่อง อะไรบ้าง
- **การปรับใช้ข้อเสนอแนะกับการดำเนินชีวิต(Lifestyle) ของผู้ถูกสัมภาษณ์**
 11. เคยเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของตนเอง ตามบุคคลที่รู้จักใน hi5 หรือไม่ อย่างไร
 12. เคยมีเพื่อนคนอื่น ๆ มาปรึกษาหรือขอคำแนะนำในเรื่องต่างๆ บ้างหรือไม่ อย่างไร

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยจะแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดต่างๆ ว่ามีแบบใดบ้าง แล้วใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาช่วยในการค้นหาความหมายที่มีอยู่ในข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ แล้วใช้การสัมภาษณ์เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูล

3.4.1 เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ hi5.com ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Field Observation) ในการสังเกตลักษณะของเนื้อหาที่ปรากฏ และรูปแบบการใช้งานที่ปรากฏของผู้ใช้งานที่ได้ถูกคัดเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) โดยใช้วิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลมาจัดกลุ่ม (Categories) และใช้ตารางลงรหัส (Coding Sheet) มาช่วยในการวิเคราะห์ แจกแจงเนื้อหาว่ามีลักษณะอย่างไร และมีประเภทใดบ้าง โดยในขณะที่วิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี ในบทที่ 2 มาช่วยในการวิเคราะห์

3.4.2 ผู้ใช้งาน หลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้ว จึงนำข้อมูลมาจัดกลุ่ม (Categories) และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) และการตีความ เพื่อค้นหาความหมายที่ซ่อนอยู่ในข้อมูลที่สัมภาษณ์มาได้ เป็นการยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในตัวอย่างแรก

3.5 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 บท ดังต่อไปนี้

3.5.1 การใช้งานของผู้ใช้กับอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

3.5.2 กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน

3.5.3 สรุป และอภิปรายผล

บทที่ 4

การใช้งานของผู้ใช้กับอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

หากมองสังคมออนไลน์ในเว็บไซต์ hi5.com ในแง่ของลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน สังคม hi5 จะมีลักษณะเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายสิบหลายร้อยกลุ่ม ที่มีการแบ่งแยกออกตามความสนใจของผู้ใช้งาน มีการประพฤติปฏิบัติที่คล้ายคลึงกัน หรืออาจจะเรียกได้ว่า สมาชิกในกลุ่มนั้นๆ พูดจาภาษาเดียวกัน ซึ่งผู้ใช้งานที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มเดียวกันอาจจะไม่เข้าใจการพูดคุยของคนกลุ่มนี้ เนื่องจากคนกลุ่มนี้อาจจะมีคำศัพท์เฉพาะที่รู้กันเฉพาะภายในกลุ่มของตัวเอง หรืออาจจะเรียกสิ่งทีประกอบขึ้นมาเป็นกลุ่มย่อยๆ นี้ว่า วัฒนธรรมย่อย (Subculture) โดยกลุ่มย่อยๆ เหล่านี้ ได้มีการโยงใยเป็นเครือข่ายของกลุ่มย่อยๆ ที่คล้ายคลึงกันหลายๆ กลุ่ม และโยงใยต่อไปกับกลุ่มย่อยอื่นๆ ที่อาจจะไม่ได้เกี่ยวข้องกัน โดยมีสมาชิกผู้ใช้งานแต่ละคนเป็นตัวเชื่อมระหว่างกลุ่ม กลุ่มย่อยๆ ต่างๆ เหล่านี้ ได้โยงใยกันเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่อันเดียวกัน นั่นก็คือสังคมของเว็บไซต์ hi5.com นั่นเอง

Berkman, Lindquist และ Sirgy (1997) กล่าวว่า การดำเนินชีวิตได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่ม การดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัย โดยกลุ่มทางสังคมที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วยนับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลเป็นอย่างมาก เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว บุคคลสำคัญในชีวิต นอกจากนี้ การดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล บุคคลจะแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง เมื่อเรารู้การดำเนินชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ก็มีความเป็นไปได้ที่เราจะสามารถคาดคะเนพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลนั้นได้

งานวิจัยเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานใน เว็บไซต์ hi5.com เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) มาพิจารณาการใช้งานของผู้ใช้ hi5 กับอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน โดยนำเสนอผลการวิจัยลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ hi5.com ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 อิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com

4.2 บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

4.1 ลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ hi5.com

ในการพิจารณาลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ hi5.com ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ทางด้านการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และรูปแบบพฤติกรรม (Pattern of Behavior) แบ่งประเภทผู้ใช้งานออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มผู้ใช้งานกระแสหลัก (Dominant)

- กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity Generating Network)
- กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ (Sexual Experience Seeking Network)
- กลุ่มชอบแสดงออก (Exhibitionist Network)

กลุ่มผู้ใช้งานกระแสรอง (Niche)

- กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา (Spiritual and Religion Believing Network)
- กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Distinctive Network)

โดย 3 กลุ่มแรก คือกลุ่มผู้ใช้งานกระแสหลัก (Dominant) ได้แก่ผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) โดดเด่น ชัดเจน เป็นกลุ่มใหญ่ และ 2 กลุ่มหลัง คือกลุ่มผู้ใช้งานกระแสรอง (Niche) คือผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิต แปลกใหม่ และเป็นกลุ่มเล็กๆ

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพิจารณาลักษณะการใช้งานในเชิงลึก โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ได้มาจากเนื้อหาที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์ hi5 ของสมาชิกผู้ใช้งาน ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลส่วนตัว (Profile) เพื่อน (Friends) ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) สมุดบันทึก (Journal) รูปภาพ (Photo) เพลง (Music) และคลิปวิดีโอ (Video Clip), กลุ่ม (Groups) และ ไฟร์

(Fives) โดยผู้ใช้งานได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงทั้งหมด 50 คน แบ่งออกตาม 5 กลุ่มผู้ใช้งานข้างต้น กลุ่มละ 10 คน ดังนี้

กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity Generating Network)

กลุ่มนี้คือกลุ่มที่ผู้ใช้งานมีลักษณะแสดงออกทางรสนิยมทางเพศอย่างชัดเจน ว่าตนเองมีเพศอะไร เช่น ชาย หญิง รวมถึงเพศที่สาม เช่น ชายรักชาย สาวประเภทสอง หญิงรักหญิง ซึ่งไม่ใช่เพศที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้จะมีการใช้พื้นที่ในหน้าเว็บ hi5 ของตนเอง โดยมีจุดประสงค์หลักคือ เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์ตัวตน ผ่านการแสดงรูปภาพในส่วนของ ภาพแทนตัว (Display Picture) รูปภาพ (Photo), ภาพเคลื่อนไหว ในส่วนของ คลิปวิดีโอ (Video Clip), เพลง, ข้อความตัวอักษร ในส่วนของชื่อแทนตัว (Display Name) ข้อมูลส่วนตัว (About Me) สมุดบันทึก (Journal) สถานะ (Status) ตลอดจนบทสนทนา ในส่วนของข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment)

ตัวอย่างผู้ใช้งานได้แก่

PiN™

BENZ

lil ซึ่ซ่า½ lil

prettyelle™

NuKE laDyBoy

I don't need a man

ボーアちゃん□□

C•E•O™ オアンちゃん`□□

□ □HRM • องค์ชายGayชี้เหงา • ZA □

Th3แก๊งค์□™ □เก๋+TuNgM□3□แค่นี้_+□แค่นี้

กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ (Sexual Experience Seeking Network)

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้มีการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ผาดโผนในเรื่องเพศ มีการใช้รูปภาพที่เร้าใจ วาบหวิว และข้อความที่โจ่งแจ้ง เพื่อสื่อในเรื่องการเปิดกว้างเพื่อหาประสบการณ์ทางเพศใหม่ๆ มีการพูดคุยผ่านบทสนทนาในข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้มีการแสดงออกทางเรื่องเพศอย่างเปิดเผย รุนแรง รวมทั้งมีอาจจะมีการใช้ข้อความเชิญชวนเพศตรงข้าม เข้ามาทำความรู้จัก และสานต่อความสัมพันธ์ต่อไป

ตัวอย่างผู้ใช้งานได้แก่

J

ZKY

THE NU ™

ถึงใจชั้นเทพ

oil แรงส์

GUY ผู้ชายเร้าร้อน

ポーアちゃん

ミ 【ชอบ โดน ก™】 มิ

HS™ TH3 POOKIEZ ²

Online™ นู๊วเมย์ย่องเฮ้ส™ ส กิ ด ม่า e ตี ด xsoกนี้ะ SC—

กลุ่มชอบแสดงออก (Exhibitionist Network)

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้มีจุดเด่นคือ ชอบแสดงออก ชอบอวด ในสิ่งที่ตนเองเป็น และในสิ่งที่ตนเองชอบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองคลั่งไคล้ หมกหมุ่น และใช้เวลาทำสิ่งนั้นๆ มาก เช่น การอวดของสะสม การชอบแสดงออกในงานอดิเรก การแสดงออกในสิ่งที่ตนคลั่งไคล้ รวมถึง การอวดรูปภาพของตนเอง

ตัวอย่างผู้ใช้งานได้แก่

ซีตาร์ท

Feonalita

LEW-LIMITEd'½

LeE FarRiNe

Cheeva Chihuahua

Zz SuD TEE RaK zZ

The Prnc™ PUZA

Cosplay 小さい兎 ChiisaiUsagi กระต่ายน้อย

MOO PLOYWG SNSD SJ KAMIKAZE gLm

KIMKICHAE¹³

กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา (Spiritual and Religion Believing Network)

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้สนใจในเรื่องความเชื่อ และสิ่งลึกลับ เช่น ผี วิญญาณ นรก-สวรรค์ ร่างทรง รวมถึงสนใจในเรื่องของศาสนา และผู้ใช้งานยังมีจุดประสงค์ในการใช้ hi5 เพื่อการเผยแพร่ความเชื่อ การเผยแพร่ศาสนา รวมถึงการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ในเรื่องที่น่าสนใจร่วมกัน

ตัวอย่างผู้ใช้งานได้แก่

A อากศุสรเมธี

Namtoei

maha kalika mata

‡ K ☐ ☐ ☐ ไฮเรนเซอร์ ☐ ‡

webmaster

Ruttayos

MyKalyanamitra

ภัทรพรณิกามหาเทวี
พระอุดม วัดป่าหนองเลง
ตำหนักมหาเมตตาภาลีศรีพันตา

กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Distinctive Network)

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้มีลักษณะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกันไป มีความเป็นตัวของตัวเองสูง แปลก แตกต่างจากคนส่วนมาก มีการสร้าง hi5 ของตนเองที่แสดงออกถึงลักษณะเฉพาะของตนเองให้มากที่สุด

ตัวอย่างผู้ใช้งานได้แก่

i8y
PPEE
Cinnamone
คุณชายโดนัท™
BarBie ToeyHom
OME™CHeEzE
สิงห์ร้าย ชายแดนใต้
LoLiTa+□+ลูกโซ่+¹™
NoNG_+アシヲコン□
Gz□HaRem□A□g3L□□□□AmphU

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์ hi5 ของผู้ใช้งานดังกล่าว ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มลักษณะการใช้งานออกเป็น 5 กลุ่ม ตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ดังจะนำเสนอต่อไปนี้

4.1.1 กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity Generating Network)

อัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ตนเองว่า “ฉันคือเพศใด” ผู้หญิง ผู้ชาย หรือ เพศที่สาม “ฉันแตกต่างจากเพศอื่นอย่างไร” “ฉันคือเพศใดในสายตาคนอื่น”

และความเป็นเพศสภาพ (Gender) นั่นคือ ความเป็นผู้หญิง (Femininity) ความเป็นผู้ชาย (Masculinity) หรือความเป็นเพศที่สาม (Third Gender) นั้น ก็กำหนดบทบาทให้แก่บุคคลนั้น ทำให้บุคคลรู้ว่า ควรจะดำเนินชีวิต และดำเนินความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ รอบตัวอย่างไร

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้พบลักษณะการใช้งานที่ปรากฏในกลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ โดยสามารถแบ่งลักษณะการใช้งานได้ 2 ประเภท ได้แก่

4.1.1.1 ลักษณะการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity)

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้ จะมีการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของตนเองที่หลากหลาย ทั้งเพศหญิง เพศชาย และเพศที่สาม เช่น หญิงรักหญิง ชายรักชาย สาวประเภทสอง และมีการสร้างความหมายในทางเพศสภาพ (Gender) แก่ตนเอง และถ่ายทอด เปิดเผยให้คนอื่นได้รับรู้ผ่านการสื่อสารทางช่องทางต่างๆ ในหน้าเว็บไซต์ hi5 เช่น ชื่อแทนตัว (Display Name) กลุ่ม (Groups) ข้อมูลส่วนตัว (Profile) รูปภาพ (Photo) เพลง (Music) คลิปวิดีโอ (Video Clip), และภาพพื้นหลัง (Background) ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างชื่อแทนตัว (Display Name) ของผู้ใช้งานที่แสดงความหมายทางเพศ

เช่น NuKE laDyBoy, I don't need a man, prettyelle

ตัวอย่างกลุ่ม (Groups) ของผู้ใช้งานที่แสดงถึงรสนิยมทางเพศ



ภาพที่ 4.1: แสดงกลุ่มของผู้ใช้งานที่แสดงถึงรสนิยมทางเพศ

ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัว (Profile) ของผู้ใช้งานที่แสดงอัตลักษณ์ทางเพศ

I want to know what the love of someone is . . .
and maybe that one is you

And I have something to tell u It might be strange
Telling you by now is better than not telling

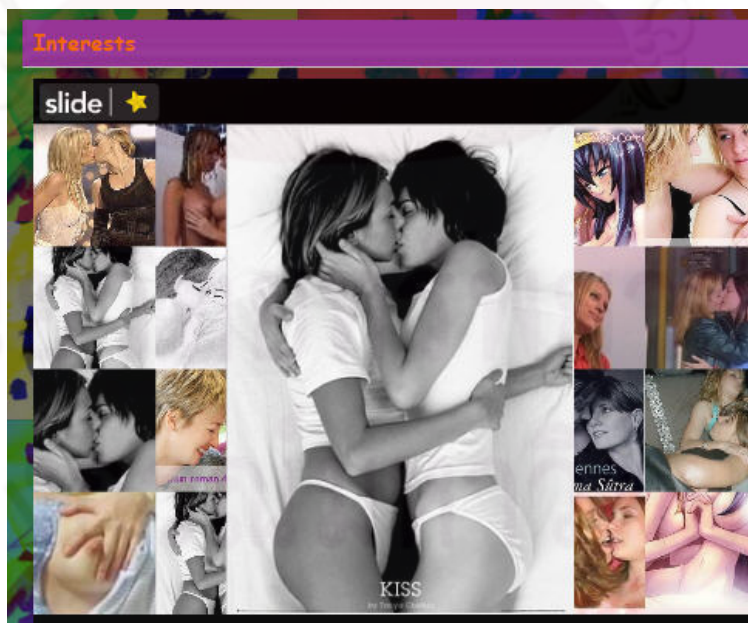
Am not a girl but I have to be soon

Be my friend – make a relationship and you will know me more

**เบนซ์คืบ เป็นผู้ชาย* เรียนที่หอการค้า เป็นคนง่ายๆ สบายๆ นุกนทาน ชอบเที่ยว
ชอบคนที่Addมาเป็นเพื่อนกันนะคืบ จะพยายามตอบให้ได้ทุกเม้นคืบผม ^^**

ภาพที่ 4.2: แสดงข้อความแนะนำตัวของผู้ใช้งานที่แสดงอัตลักษณ์ทางเพศ

ตัวอย่างรูปภาพ (Photo) ที่แสดงออกทางเพศ



ภาพที่ 4.3: แสดงรูปภาพที่สื่อถึงการแสดงออกทางเพศ

“เราก็เป็นกะเทย ใน hi5 ก็เขียนบอกไว้ เราเป็นตัวของตัวเองสุดอะ ตรงๆ ตลกๆ บางทีดูแรงๆ เหมือนตัวจริง”

(lil ซี้ซ่า 1/2 lil. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2552.)

4.1.1.2 ลักษณะการสร้างความนิยม หรือคุณค่าให้แก่ตนเอง

นอกจากลักษณะการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศแล้ว ยังพบว่า คนกลุ่มนี้มีลักษณะที่ต้องการสร้างความนิยม (Popularity) เพื่อให้ตนเองมีคุณค่าในสายตาของผู้ใช้งานคนอื่นๆ รวมทั้งยังต้องการให้ตนเองมีความเด่นดังกว่าคนอื่น โดยมีการใช้รูปแทนตัว (Display Picture) ที่วาบหวีด ทั้งที่เป็นรูปของตนเอง และการนำรูปของคนที่ไม่รู้จักมาใช้ เพื่อดึงดูดให้คนเข้ามาชม hi5 ของตนเองมากๆ เป็นการเพิ่มเพจวิว (Page Views) หรือจำนวนผู้เข้าชมให้มากขึ้น แข่งขันกับ hi5 ของคนอื่นๆ

“รูปแทนตัวรูปคนอื่นเค้า มะรู้จัก ใช้รูปคนอื่นเป็น display คนจะได้เข้ามาดูเยอะๆ ะวิวจะได้อัพเร็ว”

(บ๊อ-อาちゃん □□ สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2552.)

“รู้สึกที่เราต้องเข้าไปเซ็ค hi5 อะ เซคเรท 55+ แถบสถิติสีส้ม ไม้คับ ขวามบที่หน้าโปรไฟล์ ส่วนใหญ่เข้าเน้นที่คนเข้ามาดูมากกว่า ก็ไม่รู้ นะ ส่วนใหญ่เค้าจะให้ความสำคัญ ประมาณคนให้ความสนใจเข้ามาดู เยอะ จะเรียกว่า hot ก็ได้เนะ”

(BENZ. สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2552)

“อยากให้คุณเข้ามาดูเยอะๆ ด้วย เพื่อให้คนอื่นรู้ว่า hi5 เรามีความนิยมเท่าไร”

(คุณชายโดนัท™. สัมภาษณ์, 12 เมษายน 2552.)

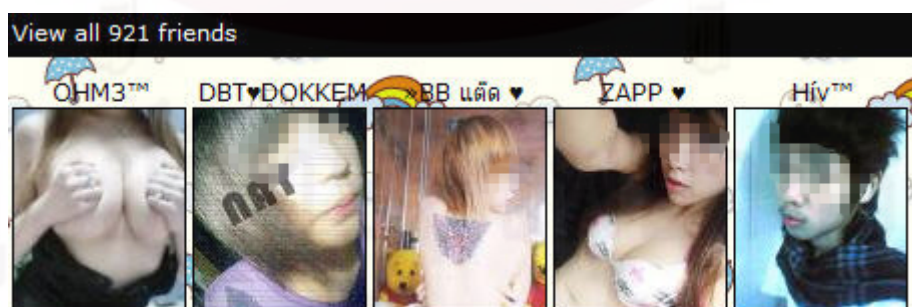
4.1.2 กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ (Sexual Experience Seeking Network)

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้พบลักษณะการใช้งานที่ปรากฏในกลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ โดยแบ่งลักษณะการใช้งานได้ 2 ประเภท ได้แก่

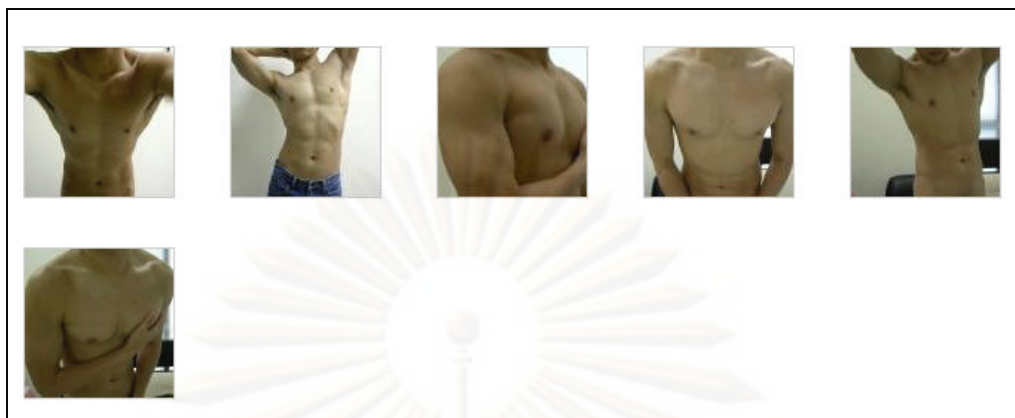
4.1.2.1 ลักษณะการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ

ในสังคมอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสังคมที่ไม่เห็นหน้าค่าตา สามารถปลอมตัวตนเป็นใครก็ได้ โดยที่ไม่มีใครรู้ว่าเราเป็นใคร ในขณะที่เดียวกันเราก็ไม่รู้ว่าคุณที่เราสนทนาอยู่ด้วยเป็นใคร ต่างกับในสังคมจริง ซึ่งการแสดงออกเรื่องเพศเป็นเรื่องน่าอาย และน่าปกปิด ดังนั้น เมื่ออยู่ในบริบทของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ เช่นใน hi5 ผู้ใช้งานจึงสามารถแสดงออกทางเรื่องเพศได้อย่างเปิดเผยมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศในชีวิตจริง และเพื่อระบายออกถึงความต้องการทางเพศที่ซ่อนเร้นอยู่

จากการสังเกตการณ์พบว่าผู้ใช้ใช้งานในกลุ่มนี้ใช้ hi5 ของตนเองเป็นพื้นที่ในการระบายอารมณ์ทางเพศ ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ใช้งานที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งผู้หญิง ผู้ชาย หญิงรักหญิง ชายรักชาย สาวประเภทสอง ฯลฯ ซึ่งสิ่งที่แสดงออกมาจะปรากฏให้เห็นผ่านทางพื้นที่ส่วนต่างๆ ในหน้า hi5 ของผู้ใช้งานคนนั้นๆ เช่น รูปภาพ (Photo) วิดีโอคลิป (Video Clip) เครือข่ายเพื่อน (Friends) กลุ่ม (Groups) ความคิดเห็น (Comments) เป็นต้น



ภาพที่ 4.4: แสดงเครือข่ายเพื่อน (Friends) ที่มีรูปแบบตัวสื่อถึงการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ



ภาพที่ 4.5: แสดงรูปภาพในแกลลอรี่ (Gallery) ที่สื่อถึงการระบายอารมณ์ทางเพศ

“ผมมันโรคจิตอะ อีอิอิ เกือบดมากมาย เลยไประบายใน hi5 แบบที่เห็นนะ อีอิอิ... แบบว่าเกือบดมากก็ปลดปล่อยมากอะ มาถึงก็เอา รูป อ้อยเหยื่อเลย แต่ก็ดีที่มีที่ระบาย ไม่งั้นเกือบดกว่านี้อีก... มันไม่แคร์ ใจ ไม่มีใครเห็นหน้า ไม่มีใครรู้จัก หน้าก็ไม่เอาลงเห็นมะ”

(J. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2552.)

“Hi5 มีประโยชน์คือ เป็นที่ระบาย ให้มีความสุข มีเพื่อนเยอะ...”

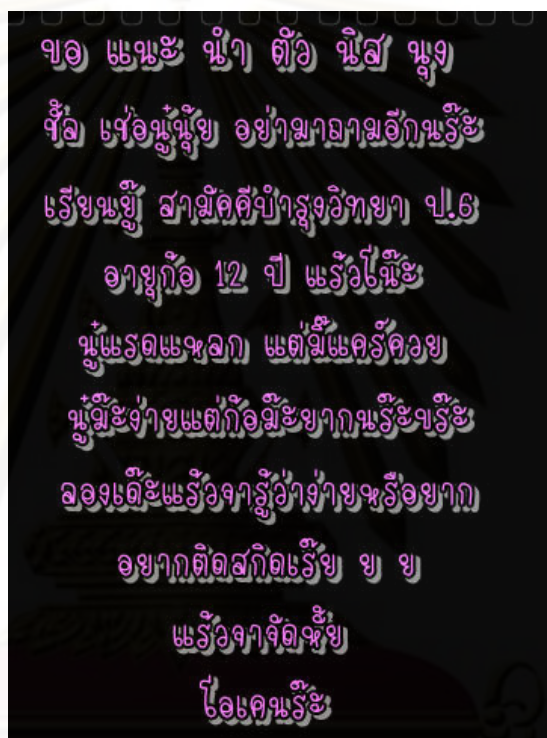
(□ □ HRM • องค์ชายGayชี้เหงา • ZA □. สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2552.)

4.1.2.2 ลักษณะการแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ

วัยรุ่นเป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็น ชอบแสดงออก ชอบพูดคุยกับเพื่อน hi5 จึงกลายเป็นเหมือนแหล่งพบปะแห่งใหม่ ที่เป็นพื้นที่สาธารณะที่สามารถแสดงออกทางเพศได้อย่างไม่เกรงใจใคร โดยจุดประสงค์หลักของผู้ใช้งานในกลุ่มนี้คือต้องการเข้ามาหาเพื่อนและหาแฟนใหม่ หรือแม้กระทั่งหากิ๊ก หากู่นอน ฯลฯ

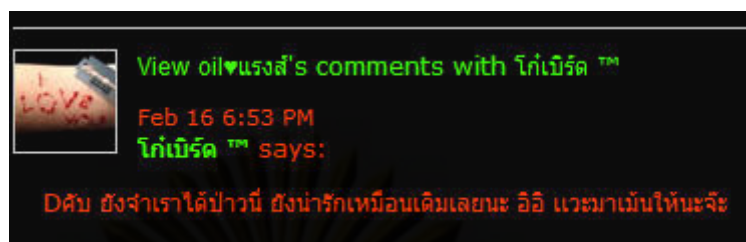
จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ที่เข้ามาแสวงหาประสบการณ์ทางเพศส่วนใหญ่มีอายุน้อย ตั้งแต่ อายุ 12 ปี ไปจนถึง 18 ปี และ มีการโพสต์รูปวามหิวของตน รวมถึงมีการใช้คำพูดที่

รุนแรง เชิญชวนมีเพศสัมพันธ์ ผ่านพื้นที่ในหน้า hi5 ของตนเอง เช่น ในชื่อแทนตัว (Display Name) ของผู้ใช้งานที่มีความหมายทางเพศสัมพันธ์ เช่น ๓ 【ชอบ โดน ดู๑ นม ๓๓】 ๓ |□a'™, ถึงใจชั้นเทพ, ๓ □ หึงฟู ๓ อยากรีบหรัยอึบ ๒ SC—□N ฯลฯ รวมถึงมีการใส่เบอร์โทรศัพท์ และอีเมล เพื่อเป็นช่องทางติดต่อเพิ่มเติมไว้ด้วย โดยมีเจตนาที่บ่งบอกถึงความต้องการสานต่อความสัมพันธ์ทางเพศ



ภาพที่ 4.6: แสดงข้อความในข้อมูลส่วนตัวที่มีลักษณะเชิญชวนมีเพศสัมพันธ์

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ได้ใช้พื้นที่ hi5 เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ทางเพศใหม่ๆ โดยจะเห็นได้จากการเขียนข้อความ เพื่อคุยกันในส่วนของการความคิดเห็น (Comments) ซึ่งมีการฝากข้อความทักทาย และโต้ตอบถึงกัน ระหว่างผู้ใช้งานที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน หรือเพิ่งรู้จักกัน โดยส่วนใหญ่ พบว่า เป็นข้อความในลักษณะการเกี้ยวพาราสี ระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่ ที่มีเนื้อหาที่แสดงลักษณะระดับของการแสวงหาความสัมพันธ์ที่เป็นขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ การแนะนำตัว ทำความรู้จัก การพูดคุยโต้ตอบ การสานสัมพันธ์



ภาพที่ 4.7: แสดงข้อความตกทายเพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ใหม่ๆ

รวมไปถึงการใช้ข้อความที่มีนัยยะของการชักชวนมีเพศสัมพันธ์



kamjukjik says:

อยากดูนมเธอจัง
ทานใจดีสะจึงจาได้
มีโอกาศสักที

ภาพที่ 4.8: แสดงข้อความตกทายที่ชักชวนมีเพศสัมพันธ์

“จริงๆผมมันเก็บกดต้องการที่ระบายเฉยๆ บางทีแค่ได้คุยก็พอ ผมเรื่องมากด้วยอะ คือตอบได้ไม่อายว่ามาเล่น hi5 ก็ส่วนหนึ่งเพื่อหา sex อะแหละนะ แต่ว่าผมนะ หล่อน่ารักหุ่นดีไซ่มะๆๆๆ ก็ต้องเรื่องมากช่างเลือกเป็นธรรมดา ดังนั้นเจอกันใน hi5 ถ้าไม่ถูกใจก็ไม่เอาหรอกระนะ... แบบว่าเมื่อก็ก็เพิ่งไปนัดเจอ คนใน hi5 มาอ่า แร็งแรง”

(J. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2552.)

4.1.2.3 ลักษณะการป้องกันตัวเอง

จากการศึกษา และสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน ผู้วิจัยพบการใช้งานที่มีลักษณะการป้องกันตัวเอง เนื่องจากใน hi5 เครือข่ายสังคมออนไลน์อันกว้างใหญ่ คนส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นคนแปลกหน้า ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ผู้ใช้งานไม่อาจทราบถึงนิสัยใจคอของคนที่เข้ามาพูดคุยได้ จึงเกิดความรู้สึกไม่ไว้ใจบุคคลแปลกหน้าที่เข้ามาชมหน้า hi5 ของตน รวมถึงมาขอเป็นเพื่อน (Request friends) และ ทักทายผ่านส่วนแสดงความคิดเห็น (Comments)

ลักษณะการป้องกันตนเองของผู้ใช้งาน จะเริ่มจากการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว (Privacy) ใน hi5 ของตนเอง เรียกว่าหน้าโปรไฟล์ (Profile) ซึ่งผู้ใช้งานคนอื่นที่ต้องการเข้ามาชม ต้องคลิกขอเป็นเพื่อน และให้ผู้ใช้งานเจ้าของ hi5 นั้นอนุญาตก่อน จึงจะเข้ามาดูหน้า hi5 ได้ และเมื่อมีคนเข้ามาขอเป็นเพื่อน ก็จะได้รับเป็นเพื่อนไว้ก่อน แล้วจึงติดตามดูพฤติกรรม หากพบพฤติกรรมที่ทำให้ตนเองรู้สึกไม่พอใจ ก็จะทำกรลบออกจากเครือข่ายเพื่อน (Friends) ทันที

“ส่วนใหญ่เพื่อนที่เข้ามาadd ไม่รู้จักเลย ก็มีแบบมันไม่ดี เยอะ เหมือนกัล ก็แบบลามกอ่า.....ไม่สุภาพ ...ไม่เคยด่า แต่จะลบ ออกจากเพื่อนเลย และรูปจะตั้ง privacy เอาไว้ทุกอล้มบ้ม ถ้า ไม่ใช่เพื่อนดูไม่ได้”

(ポーアちゃん □□ สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2552.)

นอกจากนี้ ยังพบว่า มีผู้ใช้งานบางคน ที่ใช้ hi5 เพียงเพื่อต้องการหาคนที่มีความสนใจทางเพศแบบเดียวกัน พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางเพศกันแค่เพียงผ่านคอมเมนต์ในหน้า hi5 ไม่ต้องการพบเจอตัวจริง เนื่องจากยังไม่ไว้ใจ กลัวจะโดนหลอก

“ผมต้องการที่จะมีกลุ่มของตัวเอง.. แปลตรงๆ ว่า กลุ่ม เกย์.. ครับ คุยอย่างเดียวครับ.. ไม่อยากเจอ.. การเล่น hi5 ก็เหมือนเล่นคอม นะ.. การพิมพ์โต้ตอบกัน..อย่าเอาอะไรจิงกับมัน ผมเล่น hi5 นี้ก็เพื่อหา

เพื่อนคุยที่เป็นแบบผมเท่านั้น... รู้แหละว่าข้อความที่เข้าส่งมานะ..เป็นจริง.. เช่น..รูป... อายุ...หน้าตา.. ฯลฯ แม้แต่เอ็มก็ตาม... บ้างครั้งก็ไม่ยอมใส่รูปจริง..”

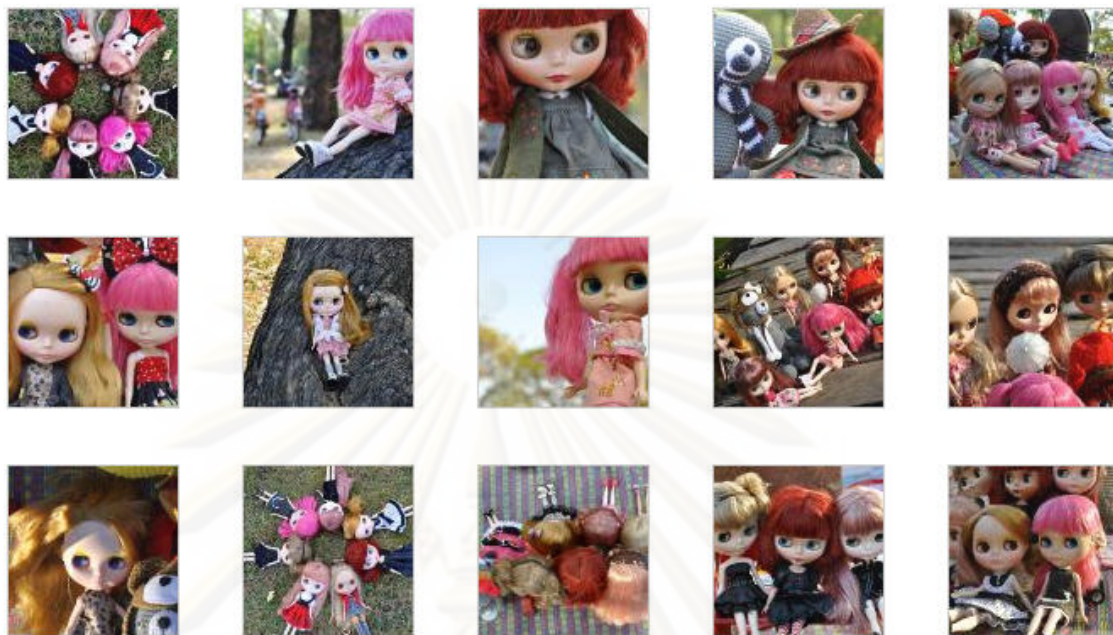
(GUY ผู้ชายเร้าร้อน. สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2552.)

4.1.3 กลุ่มชอบแสดงออก (Exhibitionist Network)

ผู้วิจัยได้พบลักษณะการใช้งานที่ปรากฏในกลุ่มชอบแสดงออก โดยแบ่งลักษณะการใช้งานได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

4.1.3.1 ลักษณะการชอบแสดงออก

ผู้ใช้งานมีการแสดงออกอย่างเป็นอิสระ ทั้งด้านการแสดงออกทางตัวตน และสิ่งที่ชื่นชอบร่วมกันเป็นการแสดงออกทางการดำเนินชีวิตของตน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มชอบแสดงออกนี้ จะรู้สึกมีความสุขเมื่อได้อวด ได้โชว์ตัวตน และสิ่งที่ตนเองชอบ เช่นของสะสม ต่อคนอื่น ๆ ในที่สาธารณะ ใน hi5 จึงมีการนำของต่างๆ มาโชว์กัน เช่น ตุ๊กตา, รถแต่ง, การแต่งตัว, รูปภาพที่ชอบ รวมไปถึงการโชว์รูปภาพของตนเอง



ภาพที่ 4.9: แสดงการใช้วัสดุแบบรูปตุ๊กตาไบลธ์

“ความสุขของการได้สะสมไบลธ์ มันคือการถ่ายรูปไบลธ์ เป็นหลักเลยแหละ เราลงทุนไปถอย DSLR มาใหม่ เพื่อไบลธ์ เหยนะ ด้วยความที่ชอบถ่ายรูปอยู่แล้ว พอเจอไบลธ์แบบว่า เค้าแต่งตัวขึ้น ถ่ายรูปขึ้น ถ้าหากพร้อมสวยๆ ก็ยิ่งดูสวย เป็นเรื่องเป็นราวได้ ก็เลยชอบนะค่ะ... หลังๆ นี้ก็ดีตรงมีคนส่วนหนึ่งที่เล่นไบลธ์ผ่านทางhi5 เราก็ได้ขายของไปด้วย ถ้าเมื่อก่อนก็คงเป็นอีฟรูปอวดชาวบ้านเฉยๆนะค่ะ”

(Feonalita. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2552.)

“เวลาลงรูปแล้วมีคนเข้ามาดู เราก็มีความสุข... คนรู้จักเข้ามาดูรูปได้จากหลายที่ ไม่ต้องคอยส่งรูปให้ดู ...เวลามีอีฟเดทรูป ส่วนใหญ่จะเข้าไปดูรูปของท็อป เฟรนด์ ดิสเพลย์เปลี่ยน ก็จะไปดู”

(Cheeva Chihuahua. สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2552)

และยังพบว่า ผู้ใช้งานบางคนรู้สึกเป็นห่วงความรู้สึกของคนที่เข้ามาชม โดยจะระวังไม่แต่ง hi5 ตามความต้องการของตนเองทั้งหมด เพราะต้องการให้คนเข้ามาชมรู้สึกดีเมื่อได้เข้ามาใน hi5 ของตน

“รูปแคสเสดอันเดียวที่เป็นรูปตัวเอง มะเอาค่า เด่วมันเยอะเกิน
กลัวคนดูจาเบื่อ”

(ポーアちゃん□□ สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2552.)

4.1.3.3 ลักษณะการระบายอารมณ์

ผู้ใช้งานมีการเขียนระบายอารมณ์ลงในหน้า hi5 ของตนเอง ซึ่งมีหลากหลายอารมณ์ ทั้งรัก มีความสุข เบื่อ โกรธ เกลียด เสียใจ เหงา ไม่พอใจ เช่น

Sorry . Sorry ..

ขอโทษที่รู้สึกแย่มากๆ เอ็มวีนี้

จริงๆ ก็ไม่ได้แย่มากมาย มันเป็นความรู้สึกที่ ..

มีทั้ง ดีใจ + ตื่นเต้น + แย่ + เศร้าใจ + น้อยใจ ..

1 ปี 6 เดือน รู้สึกว่า มันจะไม่คุ้มกับการรอเลย

ยอมรับนานกว่านี้ ไม่ว่าจะกี่ปี ขอแค่ 13 คน

รู้ ..ว่า คิมคิบอม เป็นสมาชิกเอสเจ

รู้ ..ว่า คิมคิบอม มีงานเยอะ

แต่ทำไม ใน เอ็มวี มีคิบอมน้อยมาก แทบจะนับได้เลย

เอ็มวีออกมา ทำเอลฟ์ร้องให้ เสียใจ น้อยใจ ..

ตอนต้นมี 11 คน อีก 2 คนละ ??

รู้เลยว่า ต้อง 13 คน แล้วทำไมทำแบบนี้ ??

คิดถึงเอลฟ์บ้างเหอะ ว่าเค้าจะรู้สึกกันยังงัย

มัน เจ็บ มัน จืด ๆ ตรงใจเลยละ

รู้สึก ผิดหวัง ..

ถ้ายังไม่พร้อม หรือ คิบบอยังเต้นไม่คล่อง

เลื่อนไป 13 อื่นก็ได้ ไม่ต้องเร่งๆแบบนี้

เฮ้อ ~~ ปวดใจ*

คิบบอยังคงรู้สึกน้อยใจเหมือนกะเราละมั้ง

ป่า ชินดง ฮยอก ทึก ไม่ค่อยมีท่อนร้องเลย

คิมฮี ออกมาตอนหลัง ๆ ไฉ่ว ว .. ทำไมเป็นแบบนี้

ผิดหวังจริงๆเลยอ่า T T'

ดีใจนะ ที่ SJ Comeback (?)

แต่ทำไม Comeback แบบนี้

มันต้อง Comeback 13 !!

โ้ยยย ยย ปวดใจ ..+

SM TOWN

안녕하세요

ถึงแม้เราไม่ได้ไปคอนเสิร์ต แต่เราได้จับมือกับสาว

SNSD and SJด้วยละ

ออิ เราตื่นเต้นมากๆเลย

เรารักๆๆๆๆๆๆ ออนนี่ กะ โอป่า มากๆเลยละ

แต่มาลัยดีมีคามินะ

เพราะเราไม่แบ่งพวกค่ายกันจ๊ะ

“hi5 ก็คงเหมือนกับกราฟออร์มณซ์ของเรา ที่ป่าวประกาศให้คนทั้งประเทศ
รู้ได้มั้งคะ แบบว่าวันนี้ออร์มณซ์ดี ก็เปลี่ยนสถานะใหม่ วันนี้คิดอะไรก็เปลี่ยนใหม่
เป็นการระบายที่ดี”

(Feonalita. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2552.)

4.1.4 กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา (Spiritual and Religion Believing Network)

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้พบลักษณะการใช้งานที่ปรากฏในกลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา โดยแบ่งลักษณะการใช้งานออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1.4.1 ลักษณะการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนทางศาสนา และเผยแพร่ความเชื่อ

บุคคลกลุ่มนี้มีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่หลักธรรมคำสอนทางศาสนา เช่น พระสงฆ์ ที่เผยแพร่หลักธรรมะผ่านทางหน้าแสดงความคิดเห็น และข้อมูลส่วนตัว เช่น

ข้อมูลส่วนตัว (About Me)

Hi 5 นี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างค่านิยมที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้เข้ามาได้หันกลับมาสำรวจจิตใจของตนเองมากขึ้น ธรรมะใน Hi 5 นี้เป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถประพฤติปฏิบัติตามได้ และเป็นสิ่งที่พึงกระทำเพราะเป็นวิถีแห่งความสุขที่เราสามารถบ่มเพาะให้เกิดขึ้นในจิตใจได้โดยเริ่มต้นปฏิบัติที่ตนเองด้วยการคิดดี รักษาสุขภาพใจดี และสร้างกำลังใจให้เข้มแข็ง มั่นคง อดทน และมีเมตตา อันจะเป็นประโยชน์สุขต่อการดำเนินชีวิตของผู้ปฏิบัติเองและสังคมสืบต่อไป.

ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments)

A อากศสรเมธิ says:

ธรรมประจำวัน

เมื่อพูดถึงเรื่องชีวิต เรามักนึกถึงความสุขเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสิ่งที่ทุกคนปรารถนาในชีวิตคือความสุข เราพยายามหาวิธีแสวงหาความสุข และหนีให้พ้นจากทุกข์กันทั้งนั้น ครอบครัวยุคนี้ต่างปรารถนาให้เรามีความสุข นักมนุษยวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ ปรารถนาความสุขแก่มวลมนุษยชาติ แต่ปัญหาอยู่ที่ว่า คนเรามากไม่พบความสุขที่ต่าง

กำลังแสวงหาอย่างแท้จริง เพราะโดยส่วนใหญ่ เรามักแสวงหาความสุขจากภายนอก เป็นความสุขจากวัตถุ ลาภ ยศ สรรเสริญ ตามแบบฉบับวัตถุนิยม เราอาจรู้สึกเพลิดเพลินไปกับการความสะดวกสบายต่างๆในชีวิตที่ไม่เที่ยงแท้แน่นอน โดยไม่ได้พิจารณาถึงความสุขจากภายในอันเกิดจากจิตใจที่ได้รับการอบรมขัดเกลา เป็นจิตที่มีความสงบสุข.

ตามธรรมดาเรามักทุ่มเทเอาใจใส่กับร่างกาย บำรุงเลี้ยงด้วยอาหารชั้นดี จัดสรรเวลาสำหรับออกกำลังกาย ดูแลรักษาความสะอาดและตกแต่งด้วยเสื้อผ้าอาภรณ์สวยงาม แต่มองข้ามหรือให้ความสำคัญกับเรื่องของจิตใจเป็นอันดับสุดท้าย โดยลืมนึกถึงความจริงที่ว่า ใจเป็นประธาน ใจเป็นหัวหน้า เมื่อใจดี คิดดี ทำดี ก็จะมีความสุข ซึ่งเป็นสุขที่ทุกคนมีศักยภาพที่จะเข้าถึงได้.

โดยพระมหาวัดมณวงศ์ อภิสุทธเมธี.

“ใช้ hi5 มาหลังจากที่มีข่าวว่าพระมาเล่นไฮ5 พอได้ข่าวว่าพระมาเล่นในทางที่ไม่ดี จึงเกิดความคิดว่า น่าจะนำช่องทางนี้เป็นช่องทางของการเผยแพร่พระพุทธศาสนา... เพราะวัยรุ่นสมัยนี้ จะพาเข้าวัดก็ยาก เพราะวันๆก็อยู่แต่หน้าคอม... ดังนั้นเอาตมาจึงมีแนวคิดว่าจะนำธรรมะมาไว้หน้าคอมด้วย และคนส่วนใหญ่ก็เล่นไฮ5กัน เมื่อได้อ่านข้อความเล็กๆบนไฮ5 ก็อาจจะขัดเกลาใจได้บ้าง...”

(A อภิสุทธเมธี. สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2552)

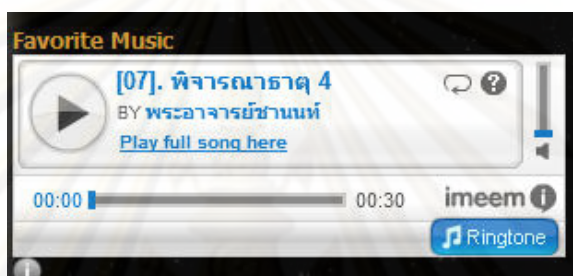
รวมถึงมีผู้ใช้งานบางคนที่มีความศรัทธาในศาสนา และใช้ hi5 เพื่อเป็นพื้นที่ตอบปัญหาธรรมะ และชวนคนใน hi5 ไปทำบุญ

“ใช้ hi5 ในการทำประโยชน์เพื่อบอกบุญและชวนคนไปปฏิบัติธรรมเท่านั้น... เวลามีคนสงสัย ถ้าเป็นเรื่องของธรรม จะตอบให้หายสงสัยหมดทุกแก่นครับ ผมถึงเอารูปส่วนตัวลงน้อยมาก โดยเฉพาะรูปของตัวเอง ส่วนใหญ่จะเอาผลงานและสถานที่ปฏิบัติธรรมที่ดีๆลง ... จากวันแรกที่สมัครมาจนถึงวันนี้ ได้ช่วยคนได้หลายร้อยคน ได้ช่วยบอกทางให้แก่ผู้ไม่รู้ทาง ได้พาคนออกจากทุกข์ได้หลายคน ล้วนแล้วแต่เป็น

เพื่อนๆใน hi5 นี้แหละ ...รู้จักคนที่สนใจในด้านนี้มากขึ้น และ พาคนเข้าไปปฏิบัติได้มากขึ้นเช่นกัน หลายคนไปวัดที่โปรไฟล์ผมเขียนไว้”

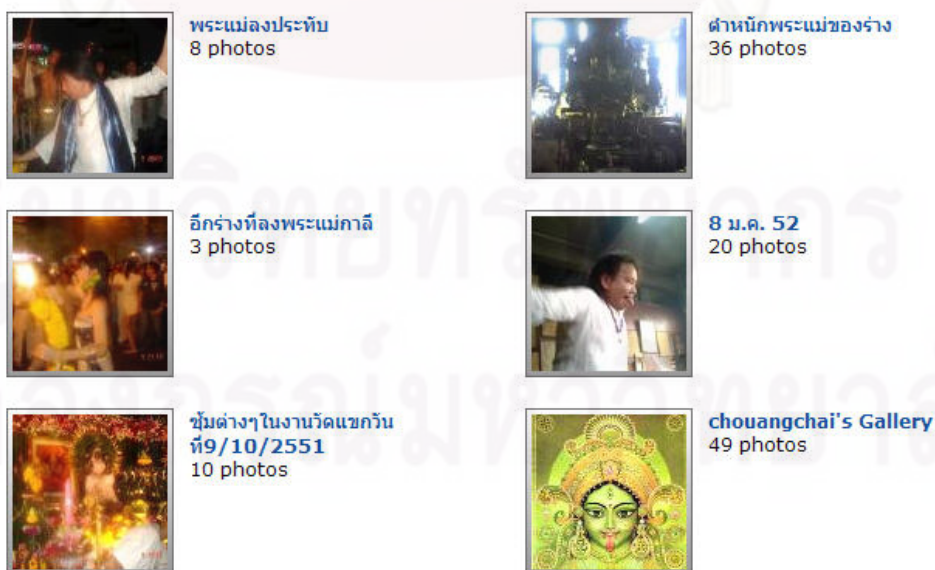
(Ruttayos. สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2552)

รวมถึงมีการเผยแพร่ธรรมะ ผ่านทางไฟล์เสียง ที่ผู้ใช้งานกดได้เอามาลงในหน้า hi5 เพื่อให้ผู้ใช้งานใหม่ได้เข้ามาฟัง เช่น



ภาพที่ 4.12: แสดงไฟล์เสียงธรรมะ

และมีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่เผยแพร่ความเชื่อผ่านทาง hi5 เช่น กลุ่มร่างทรงเทพ ที่เผยแพร่ความเชื่อของตนผ่านทางส่วนต่างๆ เช่น รูปถ่าย (Photo) คลิปวิดีโอ (Vdoclip) ภาพพื้นหลัง (Background) ข้อมูลส่วนตัว (About me) รวมถึงแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ผ่านทาง ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments)



ภาพที่ 4.13: แสดงอัลบั้มรูปของร่างทรงท่านหนึ่ง



ภาพที่ 4.14: แสดงคลิปวิดีโอของผู้ใช้งานที่นับถือเทพ

ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับความเชื่อ

จากคุณ: □□□□DEVIL NEVER CRY□□□□- Oct 2, 2008 4:35 AM

เนื้อความ: พี่เป็นร่างทรงด้วยรีเปล่าครับ

จากคุณ: เทวีศักดิ์กาลิกา - Oct 2, 2008 2:47 PM

เนื้อความ: ไซ้ครับ ผมเป็นร่างทรงครับ

จากคุณ: □□□□DEVIL NEVER CRY□□□□- Oct 2, 2008 8:21 PM

เนื้อความ: เป็นร่างทรงของใครครับ ช่วยดูวันเดือนปี เกิดให้ผมได้ไหมครับ พี่แล้ววันที่ 9 นี้ ไปรีเปล่าครับ

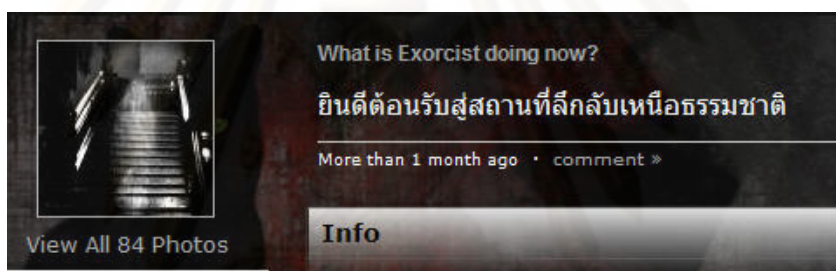
จากคุณ: เทวีศักดิ์กาลิกา - Oct 3, 2008 4:31 PM

เนื้อหาความ: น่าจะไปนะเดี๋ยวดูปุ๊บจ๊ายอีกที่ครับ

ผมเป็นร่างพระศรึมหากกาลิกาอัมมา

4.1.4.2 ลักษณะการแลกเปลี่ยนประสบการณ์สิ่งลึกลับ

นอกจากการเผยแพร่ธรรมะ และการเผยแพร่ความเชื่อแล้ว ยังพบว่ามีการใช้งานบางคนที่ใช้ hi5 เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์สิ่งลึกลับ เช่น การโพสต์รูปถ่ายผี, การโพสต์คลิปผี, การแสดงความคิดเห็นพูดคุยกันในเรื่องผี และสิ่งลึกลับ เช่น



ภาพที่ 4.15: แสดงภาพแทนตัวและสถานที่ที่สื่อถึงความลึกลับ



ภาพที่ 4.16: แสดงอัลบั้มรวมภาพถ่ายผี และสิ่งลึกลับ

ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่มีการพูดคุยกันเรื่องผี และสิ่งลึกลับ

จากคุณ: Exorcist - Feb 14 4:53 AM

เนื้อความ: ชอบเรื่องผี แต่กลัวผี
 อยากเจอผี แต่ก็กลัว
 อากาหรนี้หลายคนคงเป็นกันนะครับ
 แต่บางคนไม่อยากจะเจอก็เจอ
 บางคนอยากเจอใจจะขาดก็ไม่เจอ
 เขาเป็นว่า ใครเจอก็มาเล่าให้ฟังกันบางนะครับ

จากคุณ: NewKuNg - Feb 10 7:38 AM

เนื้อความ: หัวดีครับพี่
 คือว่าผมอยากได้เรื่องเล่าผีๆอะครับ
 ระบายผีแอดมาหาผมหน่อยได้มั๊ยครับ

จากคุณ: วายร้ายปาก||ซิ่ง --□□ - Feb 3 3:27 AM

เนื้อความ: ชอบคุณที่รับแอดนะคะ
 นู๋เปงคนที่ชอบเรื่องลึกลับนะคะ
 แต่ก็กลัวเหมือนกัน แล้วยู๋เองก็เปงคนจิตอ่อนนิดๆ ด้วยอ่าคะ
 เลยทำให้เจอเจอเรื่องพวกนี้บ่อยๆเหมือนกัน
 มีวิธีทางแก้ยังไงหรอคะ
 ชอบคุณล่วงหน้า นะคะ

“เป็นร่างทรงเจ้าพ่อครับ... ผมเปิดไฮไฟล์เพราะผมต้องการหาเพื่อนที่รู้
 ทางนี้และหาข้อมูลและเรียนรู้สิ่งต่างๆที่ผมยังม่ะรู้ ...พบเจอสิ่งแปลกๆใหม่หลาย
 อย่างอะครับทั้งดีและไม่ดี บางทีก็เจอคนที่มีความรู้จริงๆบางทีก็เจอของปลอมอะ
 ...บางคนคุยกันแล้วบางทีสิ่งที่เขาพูดมันเกินความจริงไปหรือผิดแปลกไปไม่อยู่ใน
 หลักของการเปงร่าง ทรงมีหลายแบบครับมีทั้งเอาชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาแอบอ้าง
 หากิน แต่ที่ดีๆก็มีครับ”

(maha kalika mata. สัมภาษณ์, 3 พฤษภาคม 2552)

“สนใจเรื่องลึกลับ มีสัมผัสที่6 ตั้งแต่เด็กล่ะครับ แต่ตอนนั้นไม่ได้คิดอะไร
มารู้ก็ตอนอยู่ม ปลาย... ตอนนี่เรียนIT แต่ถ้ามีสาขาไสยศาสตร์ก็จะไปเรียน
ครับ... อยากให้คนอื่นได้เห็น ได้ดูในสิ่งที่ผมชอบอะครับ”

(Exorcist. สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2552.)

นอกจากนี้ยังพบว่า มีผู้ใช้งานบางคนที่ใช้ hi5 เป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้สนใจใน
เรื่องเดียวกัน และแฟนคลับ

“กับคนที่คุยในคอมเมนต์ ส่วนใหญ่เป็นแฟนคลับ มีบ้างมา
ปรึกษาหรือว่าคุยเรื่องผี เช่น ถามประมาณว่า ถ้าเจอผีมาหาในลักษณะ
นี้จะทำอย่างไร”

(Namtoei. สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2552)

4.1.5 กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Distinctive Network)

ผู้วิจัยได้พบลักษณะการใช้งานที่ปรากฏในกลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยแบ่งลักษณะการ
ใช้งานเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1.5.1 ลักษณะการสร้างเอกลักษณ์

จากการสังเกตการณ์ พบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่พบได้น้อย แต่แตกต่างจากผู้ใช้งาน
hi5 ส่วนใหญ่ โดยจะมีลักษณะเฉพาะที่ต่างไปตามบุคลิกของแต่ละคน รวมถึงการแสดงออกที่
ต้องการให้ hi5 ตนเองน่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ โดยมีการใส่สิ่งที่ทำด้วยตนเองลงไปจำนวนมาก



ภาพที่ 4.17: แสดงส่วนหัว (Header) ของหน้า hi5 ที่ผู้ใช้งานทำขึ้นมาเอง



ภาพที่ 4.18: แสดงส่วนของเพื่อน (Friends) ที่ผู้ใช้งานทำขึ้นมาเอง

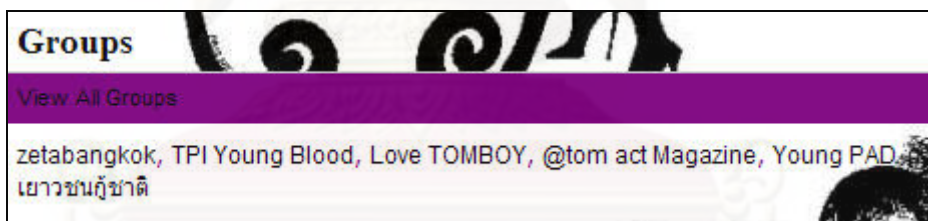


ภาพที่ 4.19: แสดงภาพแทนตัว (Avatar) และสถานะของทวารภาคใต้

โดยในส่วนของรูปภาพแทนตัว (Display Picture) และสถานะ (Status) ผู้ใช้งานสามารถใส่ได้อย่างอิสระ แสดงถึงตัวตน อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ และเปลี่ยนแปลงได้ตามใจต้องการ คล้ายกับชื่อแทนตัว

ในส่วนของ ข้อมูลส่วนตัว (Profile) เป็นพื้นที่ที่ทางเว็บไซต์ให้กรอกรายละเอียดคร่าวๆ เกี่ยวกับตนเองลงไป โดยแสดงเพศ, วันเกิด, ศาสนา, สถานที่อยู่, บ้านเกิด, สถานะความสัมพันธ์ ในขณะนี้ และจุดประสงค์ในการเข้ามาเล่น hi 5 ในบริเวณนี้ ผู้ใช้งานคนอื่นๆ จะได้ทราบข้อมูลคร่าวๆ ของผู้ใช้งานเจ้าของหน้า hi5 นั้น เพื่อประโยชน์ในเลือกสื่อสารกับผู้ใช้งานที่มีจุดประสงค์ตรงกัน เช่น สถานะความสัมพันธ์ (Relationship Status) : Single, จุดประสงค์ในการเข้ามาเล่น hi 5 (Looking to) : Just look around หมายถึง ผู้ใช้งานคนนี้โสด และต้องการแค่เข้ามาเล่นเฉยๆ

ส่วนของ กลุ่ม (Groups) เป็นส่วนที่บอกลักษณะสังคมย่อยๆ หรือวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ที่ผู้ใช้งานอยู่ เป็นการบอกถึงการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้ใช้งานคนดังกล่าว ด้วย เช่น



ภาพที่ 4.22: แสดงกลุ่ม (Group) ในหน้าเว็บไซต์ของผู้ใช้งาน hi5 ที่แสดงพฤติกรรมเปิดเผยตัวตน

ส่วนประกอบอื่นๆ ที่ใช้เปิดเผยตัวตน ได้แก่ สมุดบันทึก (Journal) ที่ผู้ใช้งานจะใช้บอกเล่าเรื่องราว ระบายอารมณ์ของตนเอง รวมถึงพูดคุยกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ลักษณะคล้ายบล็อก (Blog) หรือไดอารีออนไลน์ (Diary Online) ซึ่งจากในสมุดบันทึกส่วนใหญ่มักจะมีการเขียนระบายความรู้สึกที่ต้องการให้ผู้อื่นได้รู้ออกมา เป็นหลากหลายอารมณ์ทั้ง เหงา เศร้า ออกหัก เปื่อ สนุก ตื่นเต้น ฯลฯ มีการใช้สี และขนาดตัวอักษรเพื่อเน้นข้อความให้ดูเด่น เช่น



ภาพที่ 4.23: แสดงสมุดบันทึก (Journal) ของผู้ใช้งาน hi5 ที่มีการระบายอารมณ์
ของตนเอง

สรุปพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ ตามส่วนประกอบต่างๆ (Function) ในเว็บไซต์ hi5 ที่มี
อิทธิพลต่อการเปิดเผยตัวตน ดังตารางต่อไปนี้

การใช้งาน	พฤติกรรมการใช้งาน	การเปิดเผยตัวตน
<ul style="list-style-type: none"> การใส่รูปแทนตัว (Display Picture) 	<ul style="list-style-type: none"> ใส่รูปแทนตัวทั้งรูปจริง และรูปบุคคลอื่น รวมถึงรูปอื่นๆ เช่น การ์ตูน สัตว์ ฯลฯ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้งานคนอื่นๆ เปลี่ยนรูปแทนตัวไปเรื่อยๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> แสดงรูปร่าง หน้าตา แสดงเพศ เชื้อชาติ แสดงอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด
<ul style="list-style-type: none"> การตั้งชื่อแทนตัว (Display Name) 	<ul style="list-style-type: none"> ตั้งชื่อแทนตัวแปลกๆ ตามผู้ใช้งานคนอื่นๆ ใน hi5 ตั้งชื่อแทนตัวแปลกๆ ที่ต่างจากคนอื่นๆ ใน hi5 ตั้งชื่อแทนตัวเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น 	<ul style="list-style-type: none"> แสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัว แสดงบุคลิก ความคิด ทัศนคติ ในขณะนั้น

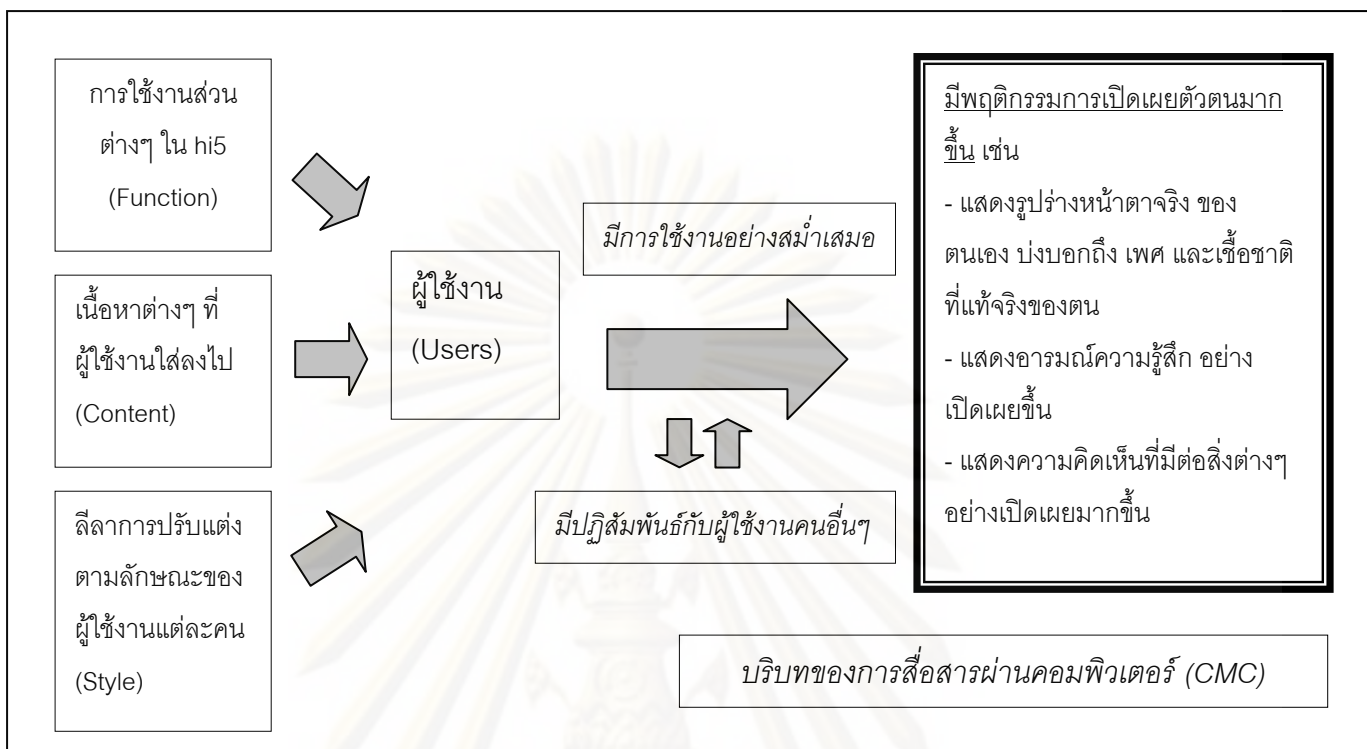
	<p>ภาษาญี่ปุ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> ใส่เครื่องหมาย สัญลักษณ์ อีโมติคอน (Emoticon) เพิ่มลงในชื่อ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ และดึงดูดความสนใจ เปลี่ยนชื่อแทนตัวไปตามความคิดในขณะนั้น 	
<ul style="list-style-type: none"> การตั้งสถานะ (Status) 	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนสถานะไปเรื่อยๆ ตามอารมณ์ ความรู้สึกในขณะนั้น 	<ul style="list-style-type: none"> แสดงอารมณ์ ความรู้สึกในขณะนั้น
<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลส่วนตัว (About me) 	<ul style="list-style-type: none"> เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตนเองมากขึ้น <ul style="list-style-type: none"> - ชื่อ-นามสกุล - อายุ-เพศ - รสนิยมในเรื่องต่างๆ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ที่ชอบ ฯลฯ - กิจกรรมที่ชอบ เช่น กีฬา งานอดิเรก สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไป ฯลฯ 	<ul style="list-style-type: none"> แสดงข้อมูลส่วนตัวของตนเองที่ต้องการให้ผู้อื่นรับรู้
<ul style="list-style-type: none"> รูปภาพ (Photo) เพลง (Music) และวิดีโอ (Video) สกิน หรือ ฉากหลัง (Skin) กลิตเตอร์ (Glitter) หรือ ภาพการ์ตูนตุ๊กตักขยับได้ กลุ่ม (Groups) 	<ul style="list-style-type: none"> ใส่รูปภาพ กลิตเตอร์ เพลง วิดีโอ ตามสิ่งที่ตนเองสนใจในขณะนั้น ใช้สกินตกแต่งฉากหลัง ตามอารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้น และเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ใส่ชื่อกลุ่มตามความสนใจของตน ใส่ชื่อกลุ่มที่ต้องการแสดงให้ 	<ul style="list-style-type: none"> แสดงความสนใจส่วนตัว

	คนอื่นรับรู้สิ่งที่ตนสนใจ	
<ul style="list-style-type: none"> ● สมุดบันทึก (Journal) 	<ul style="list-style-type: none"> ● เขียนบอกเล่าเรื่องราวประจำวัน (ไดอารี่) ● เขียนบอกเล่าเรื่องราวทั่วไปรอบตัว (บล็อก) ● เขียนระบายความในใจ ความรู้สึก ความสุข-ทุกข์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● แสดงความคิดเห็นส่วนตัวในเรื่องต่างๆ
<ul style="list-style-type: none"> ● เพื่อน (Friends) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ตามแอตเพื่อนให้ได้จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ● แสดงการเข้าสังคม ● แสดงการได้รับความนิยม (Popular)
<ul style="list-style-type: none"> ● ไฟว์ (Fives) 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีการขอไฟว์จากผู้ใช้งานคนอื่น 	<ul style="list-style-type: none"> ● แสดงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์
<ul style="list-style-type: none"> ● การคุยผ่านส่วนแสดงความคิดเห็น (Comments) 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีการพูดคุย‘เมนต์’โต้ตอบกันไปมาอย่างสม่ำเสมอกับเพื่อนที่สนิท ● มีการพูดคุย‘เมนต์’โต้ตอบกันไปมาอย่างสม่ำเสมอกับทุกคนที่เข้ามาคุยด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> ● แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ ● แสดงความอารมณ์รู้สึกในขณะนั้น ● แสดงระดับความสนิทสนมต่อบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตารางที่ 4.1: แสดงการสรุปพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ที่มีอิทธิพลต่อการเปิดเผยตัวตน

จากพฤติกรรมของผู้ใช้งานข้างต้น สามารถแสดงเป็นกระบวนการได้ดังนี้ คือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 4.1: แสดงอิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อพฤติกรรมเปิดเผยตัวตน

4.2.2 อิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ

4.2.2.1 ความอยากรู้อยากเห็น สนใจในเรื่องของผู้อื่น

จากการสังเกตและสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ใช้งาน พบว่า หลังจากเข้ามาเล่น hi5 ผู้ใช้งานมีความกระตือรือร้น อยากรู้ผู้อื่นมาสนใจ และอยากรู้อยากเห็นเรื่องของผู้อื่นมากขึ้น

ผู้ใช้งานหลายคนยังพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ hi5 ทำให้ตนเองได้พบกับเครือข่ายสังคมในโลกจริงได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น พบเพื่อนสมัยอนุบาล ประถม หลังจากไม่เคยเจอกันเลยในสังคมจริง หรือบังเอิญพบแฟนเก่าของตนเอง หลังจากที่ขาดการติดต่อไปนาน รวมถึงพบว่าเพื่อนที่ตนเองรู้จักทั้งคู่ก็รู้จักกันด้วยเช่นกัน ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกแปลกประหลาดใจ ตื่นเต้นที่จะ

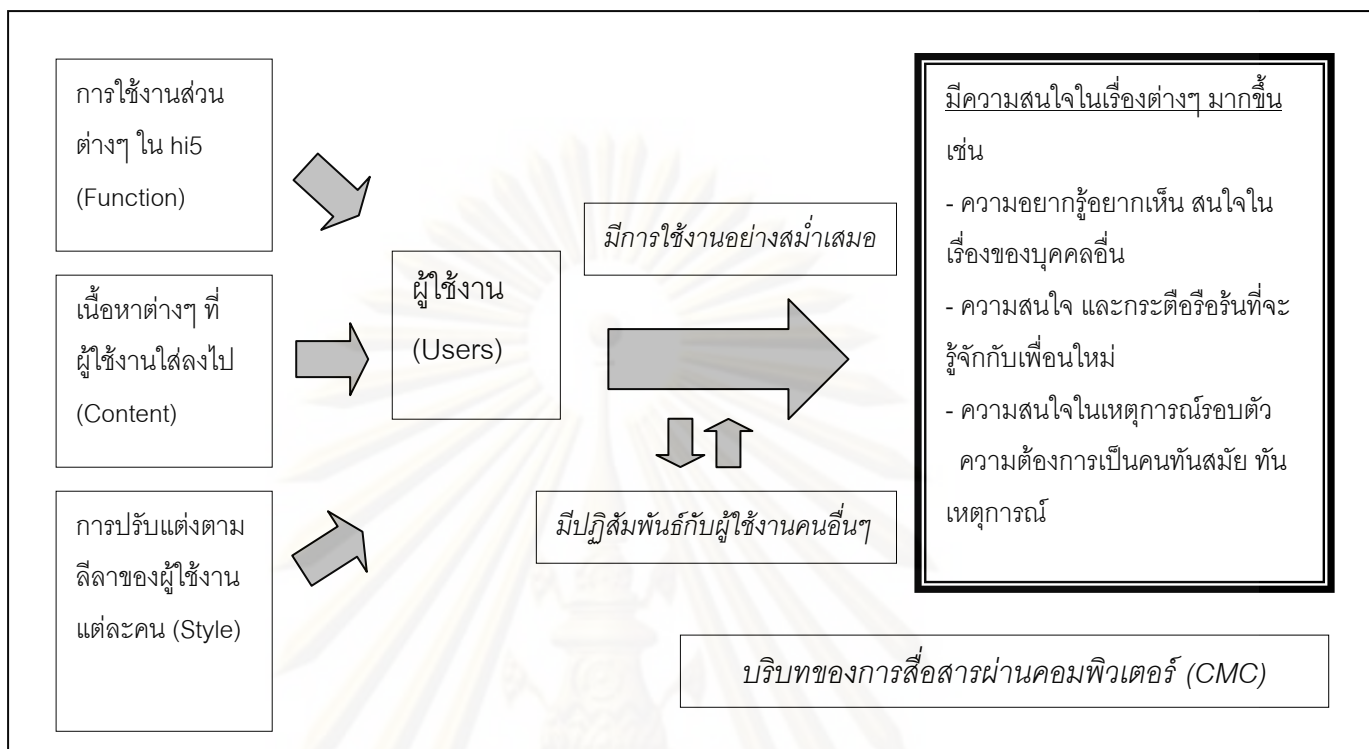
ค้นหาว่าต่อไปจะพบบุคคลใดโดยไม่คาดคิดอีก รวมทั้งเกิดความอยากรู้อยากเห็นเรื่องราวของคนอื่นมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น ใครเป็นเพื่อนใคร ใครสนใจอะไร ใครไปเที่ยวที่ไหนมา ใครถ่ายรูปกับใคร เป็นต้น

4.2.2.2 ความสนใจ และกระตือรือร้นที่จะรู้จักกับเพื่อนใหม่

ด้วยธรรมชาติของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ที่สามารถรู้จักเพื่อนใหม่ได้เรื่อยๆ ไม่จำกัด เป็นการเชื่อมโยงมิตรภาพเข้าหากัน ระหว่างคนแปลกหน้าในโลกเสมือน ซึ่งมีโอกาสพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ในโลกจริง จึงจะเห็นได้ว่าการเพิ่มขนาดเครือข่ายเพื่อน (Friends) เป็นความปรารถนาอย่างหนึ่งของผู้ใช้งาน ที่เป็นทั้งความต้องการที่ต้องการรู้จักเพื่อนใหม่อย่างแท้จริง และความต้องการเพิ่มจำนวนเพื่อนให้มากเพื่ออวดกัน

4.2.2.3 ความสนใจในเหตุการณ์รอบตัว

นอกจากนี้ ผู้ใช้งานยังรู้สึกอยากเป็นคนที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จากการที่ต้องคอยเข้ามาอัพเดทข้อมูล รูปภาพ ข้อความ ในหน้า hi5 ของตนเอง เพื่อไม่ให้พลาดการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และเพื่อให้ผู้ใช้งานที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวของตนเอง ที่มีลักษณะคล้ายแฟนคลับ ไม่ห่างหายไปไหน คอยติดตามให้ความสนใจต่อตนเองอยู่เสมอ



แผนภาพที่ 4.2: แสดงอิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ

4.2.3 อิทธิพลต่อการพฤติกรรมการใช้เวลา

จากการศึกษา พบว่าผู้ใช้งานมีพฤติกรรมการใช้เวลาที่เปลี่ยนแปลงไป หลังจากเข้ามาใช้งาน hi5 ผู้ใช้งานจะมีการจัดสรรเวลาที่แต่เดิมใช้ทำกิจกรรมอย่างอื่น มาใช้ในการเล่นเว็บ hi5 เพิ่มขึ้น หรืออาจจะเรียกได้ว่าการ “เสพติด” hi5 นั้นเอง ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้งานต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ใน hi5 อยู่ตลอดเวลา และอยากรู้อยากเห็นว่ามีใครเข้ามาขอเป็นเพื่อนใหม่ๆ หรือใครเข้ามาแสดงความคิดเห็น ทักทาย พูดคุยบ้าง และเฝ้ารอว่าอาจจะเป็นคนของตนรอคอยอยู่

นอกจากผู้ใช้งานจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือมีพฤติกรรมใหม่เกิดขึ้นดังที่กล่าวมาแล้ว ยังพบว่า ผู้ใช้งานทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับ hi5 มากขึ้น เช่น การไปเที่ยวเพื่อถ่ายภาพมาลง hi5 อดเพื่อนๆ และเขียนบันทึกเล่าเรื่องที่ตนไปเที่ยวมา การถ่ายภาพตัวเองมากขึ้นเพื่อหารูปที่ดูดีที่สุดใน hi5 การเสาะหาเพลง คลิปวิดีโอ ที่

ตนเองชอบมาลง hi5 รวมถึงการเรียนรู้ที่จะใส่โค้ด HTML ซึ่งเป็นโค้ดทำเว็บเพจ เพื่อแต่งหน้า hi5 ของตนเองให้สวยงาม บ่งบอกความเป็นตัวตนของตนเองที่สุด

“เล่น hi5 มา 3-4 ปี เล่นก็ทุกวันที่อยู่ห้องก็ออนไลน์อย่างน้อยก็ ต้องเช็คดูทุกครั้งที่เปิดคอมอะ คิดว่าติด hi5 นะ ...hi5 ทำให้แคร์สื่อมาก ขึ้นมั้ง แต่มันก็ดีที่ได้ระบายบ้างบางที่ที่เครียดโง่ อ่านแล้วสบายใจ บางมันอะ”

(lil ซึซ่า 1/2 lil. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2552.)

“ทุกวัน ถ้าว่างก็เข้าอ่า แต่เช็คทุกวัน มะถึง ชม หรอก แต่เข้า บ่อย อะ วันหนึ่ง เข้านั่งตอบมัน เข้าแต่ง hi5 คิดว่าตัวเองติดhi5 นิดน้อยนะ ถ้าวันหนึ่งไม่มีก็ไม่เปนไร แต่ก็คงอยากเล่นอ่า”

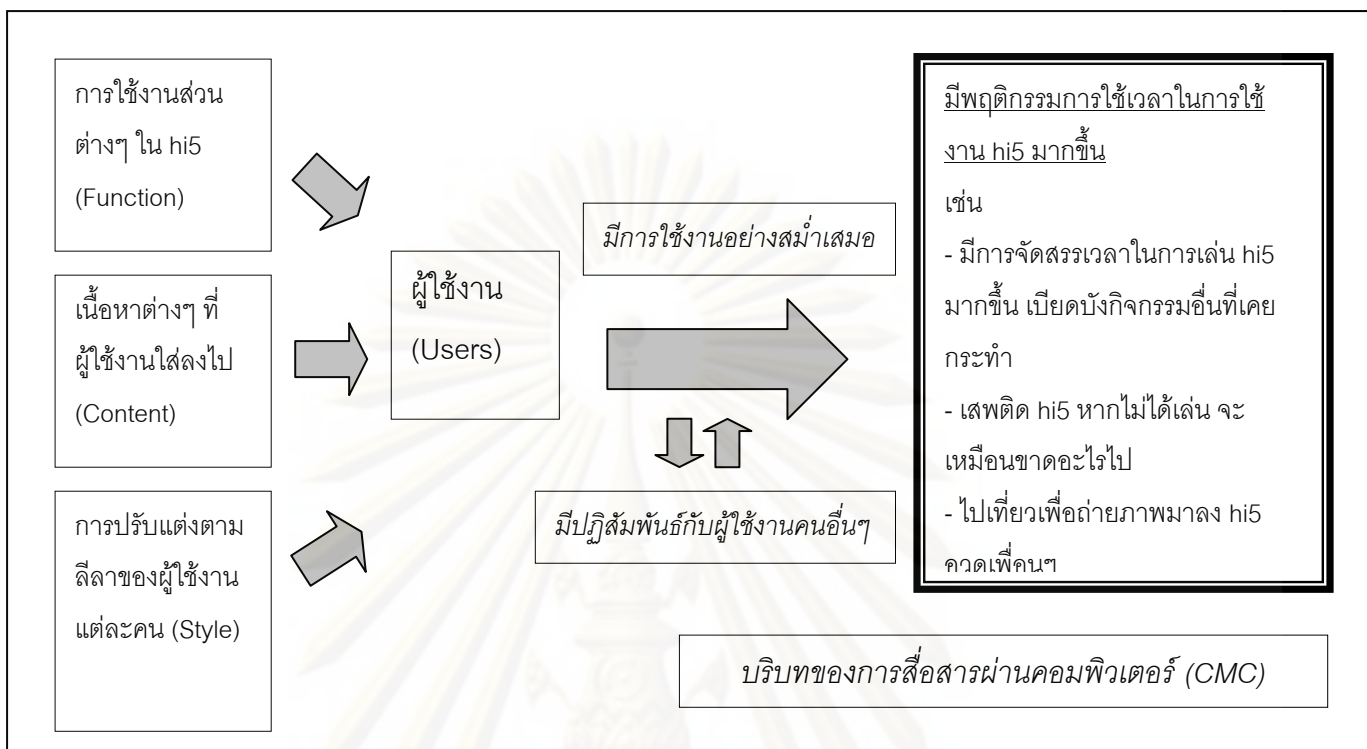
(ポーアちゃん □□ สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2552.)

“เล่น hi5 ทั้งวันทั้งคืน ทั้งอาทิตย์อะคะ... ชีวิตเปลี่ยน มาก ไม่ค่อยได้กินข้าวว ไม่ค่อยได้นอน”

(□ หญิง พู™ สัมภาษณ์, 12 เมษายน 2552.)

“Hi5 มีไว้ให้เราสามารถทำตัวเป็นนักสืบได้คะ อันนี้เพิ่งเจอมาอะ ตัว สนุกสนานมากมาย เราสามารถจับโกหกได้จากhi5 ประมาณบอกว่า ไม่ได้ไปแต่มีรูปมาลงอยู่ในhi5ของอีกคน อะไรประมาณนี้ เลยกบอกว่า เป็นนักสืบเพราะเราต้องไปสืบมาจากhi5ของคนอื่นที่เกี่ยวข้องกันอีกที่”

(Cinnamone. สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2552)



แผนภาพที่ 4.3: แสดงอิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เวลา

4.2.4 อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ใช้งานมีการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม และการสังสรรค์ทางวัฒนธรรม (Acculturation) หลังจากเข้ามาใช้งานใน hi5 ได้มานานระยะหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้งานใหม่มีการติดต่อโดยต่อเนื่องกับผู้ใช้งานเก่า

4.2.4.1 อิทธิพลต่อวัฒนธรรมการใช้ภาษา

ในสังคมอินเทอร์เน็ต ที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ หากแต่ว่า ผู้ที่ใช้ชีวิตอยู่ใน Cyberspace นี้ กลับต้องการการสื่อสารที่เร่งรีบ เป็นไปอย่างฉับไว รวมถึงการปรับใช้ภาษาเขียนที่สั้นๆ ง่าย กระชับ และมีการเลียนแบบเสียงพูด จนกลายเป็นอีกภาษาหนึ่งที่รู้จักกันทั่วไป ผู้วิจัยพบว่า สังคม hi5 ก็เช่นเดียวกัน สังเกตจากในหน้า hi5 ของผู้ใช้งานที่มีการใช้ภาษารูปแบบใหม่นี้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในส่วนของการแนะนำตัวเอง (About Me) สถานะ (Status) และในข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) เช่น

การแนะนำตนเอง (About Me)

เข้า มา อ่าน นิส ส นุง ง
 สห วาด เต้ส ฐึส ซึอ ฐึส ญึย ญึะ
 ฐึส มี สวย มี หยง ก้อ แคร่ ถ่าย รูป ชึ้น น
 hi5 เน้ส มัย เกรียน แระ มัย รับ ทัม ्हึย ครัย ย
 พวก ฐึ ทีม งาน วัย ก้า แท็ก ก ก
 ครัย เจง ก้อ เต็ง เข้า มา
 อยาก จา เลี้ยว อย่า เพี้ยว ทาง ผิด ด
 ฐึส มัย ดัย มั่ว ฟี ก้อ อย่า มา ย์ว ฐึส เต้ะ
 ทีม งาน Ying จัด ्हึย เสมอ อ เมื่อ คุล ล ต้อง การ ร
 แจ้ว เจง ลอง เต้ะ ทีม งาน เนีย ยย
 อยาก จา เลี้ยว จา สกิด มาน ก้อ สิท ของ คุล ล
 ฐึส มาน คง มัย เต้ส ส่า หรัย ครัย ย ๆ
 ถ้า มี รัย ก้อ แอด กัล มา

สถานะ (Status)

เสีย จรัย ก้า สิ่ง เท้ส มัย ดัย ตัง ตัว ก้อ คือ เพ็ล อาม นี้ เอง ง

ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments)

ยินดีที่ตั้ยรุจักเหมือนกัล ลล !
 ม่าๆตั้วันะครึะ
 แอลลีไปนห้วงตังเมเวอร์*
 ทำรัยอยุ?
 ไปแล้น
 :PPPPppppPPP

จากการติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่อง ระหว่างผู้ใช้งานใหม่และผู้ใช้งานเก่า ได้ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Acculturation) ดังที่ จ้านง อติวัฒนธรรมลี และคนอื่นๆ (2545:25) กล่าวไว้ว่า การผสมผสานทางวัฒนธรรม เป็นภาวะการณ์หนึ่งของวัฒนธรรมที่เกิดจากวัฒนธรรมต่างสังคมมากระทบกัน โดยการที่บุคคลจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาติดต่อกัน และมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมต่างๆ ในระบบวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มหนึ่ง หรือทั้งสองกลุ่ม นั่นคือบุคคลหรือกลุ่มคนยอมรับวัฒนธรรมอื่น ซึ่งมีใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมของตน ซึ่งเป็นกระบวนการสองทาง คือเมื่อกลุ่มหนึ่งถ่ายทอดให้อีกกลุ่มหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันก็อาจจะรับวัฒนธรรมของกลุ่มที่ตนถ่ายทอดมาด้วยก็ได้

การใช้งาน hi5 ของผู้ใช้งานบางคน บางกลุ่ม ได้มีการผสมผสานวัฒนธรรมทางภาษาเกิดขึ้น อันเนื่องมาจาก ชุมชนออนไลน์ hi5 มีการใช้ภาษาพูดเป็นภาษาเขียน กันอย่างแพร่หลาย เช่น

ภาษาเขียน	→	ภาษาพูด	→	ภาษา hi5
นิดหนึ่ง		นิดนึ่ง		นิส ส นุง ง
สวัสดี		หวัดดี		สา หวาด เด็ส
เสียใจ		เสียจาย		เสีย จรัย
หนู		นู้		นู้ส์

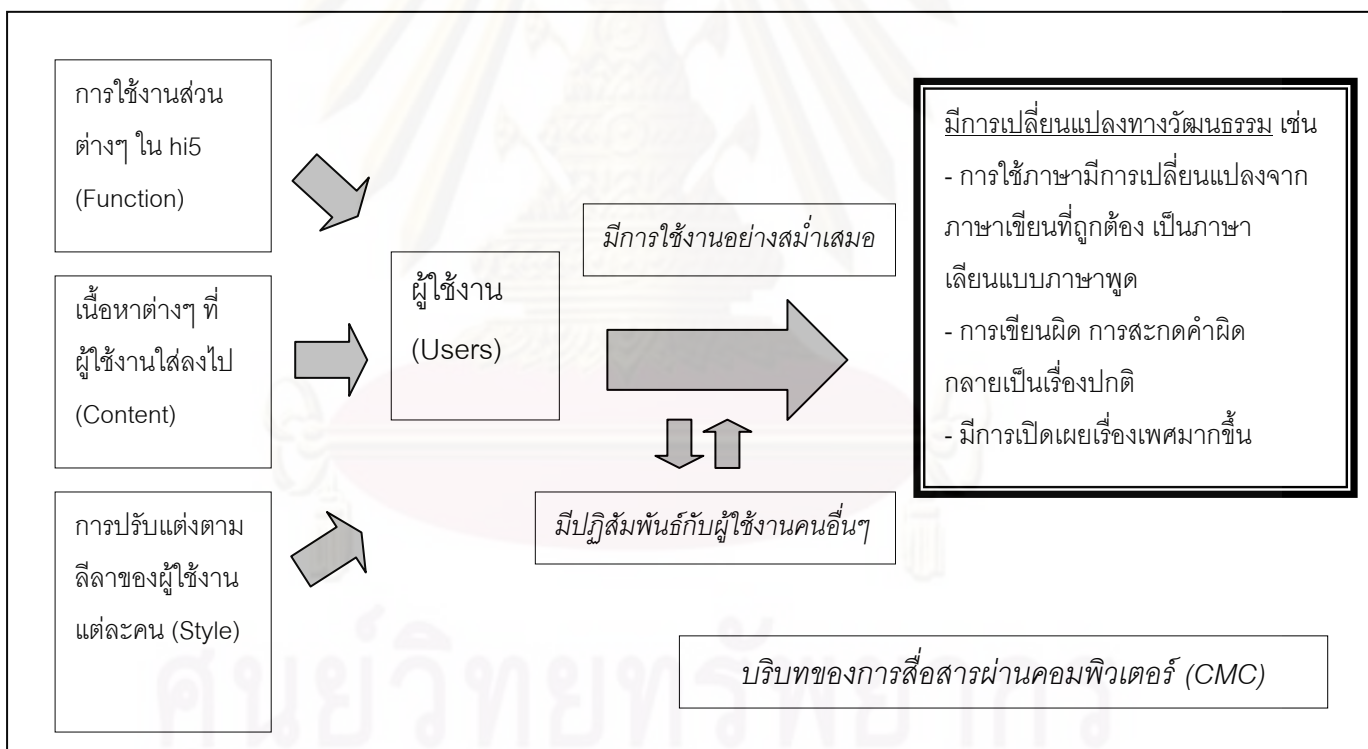
ตารางที่ 4.2 : แสดงการเปลี่ยนแปลงจากภาษาเขียนเป็นภาษาพูดใน hi5

4.2.4.2 อิทธิพลต่อวัฒนธรรมการเปิดเผยเรื่องเพศ

ผู้ใช้งานมีการแสดงถึงความต้องการทางเพศ ทั้งแบบโจ่งแจ้ง และแบบซ่อนเร้น โดยเฉพาะในกลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ และกลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ โดยใน hi5 ผู้ใช้งานสามารถเปิดเผยตัวตนที่ปิดบังเอาไว้ในโลกจริง ระบายความในใจ และความต้องการทางเพศ ออกมาได้มากกว่าในสังคมจริง ทั้งการแสดงพฤติกรรมภายนอกออกมาอย่างเปิดเผย ผู้ใช้งานรู้ว่า

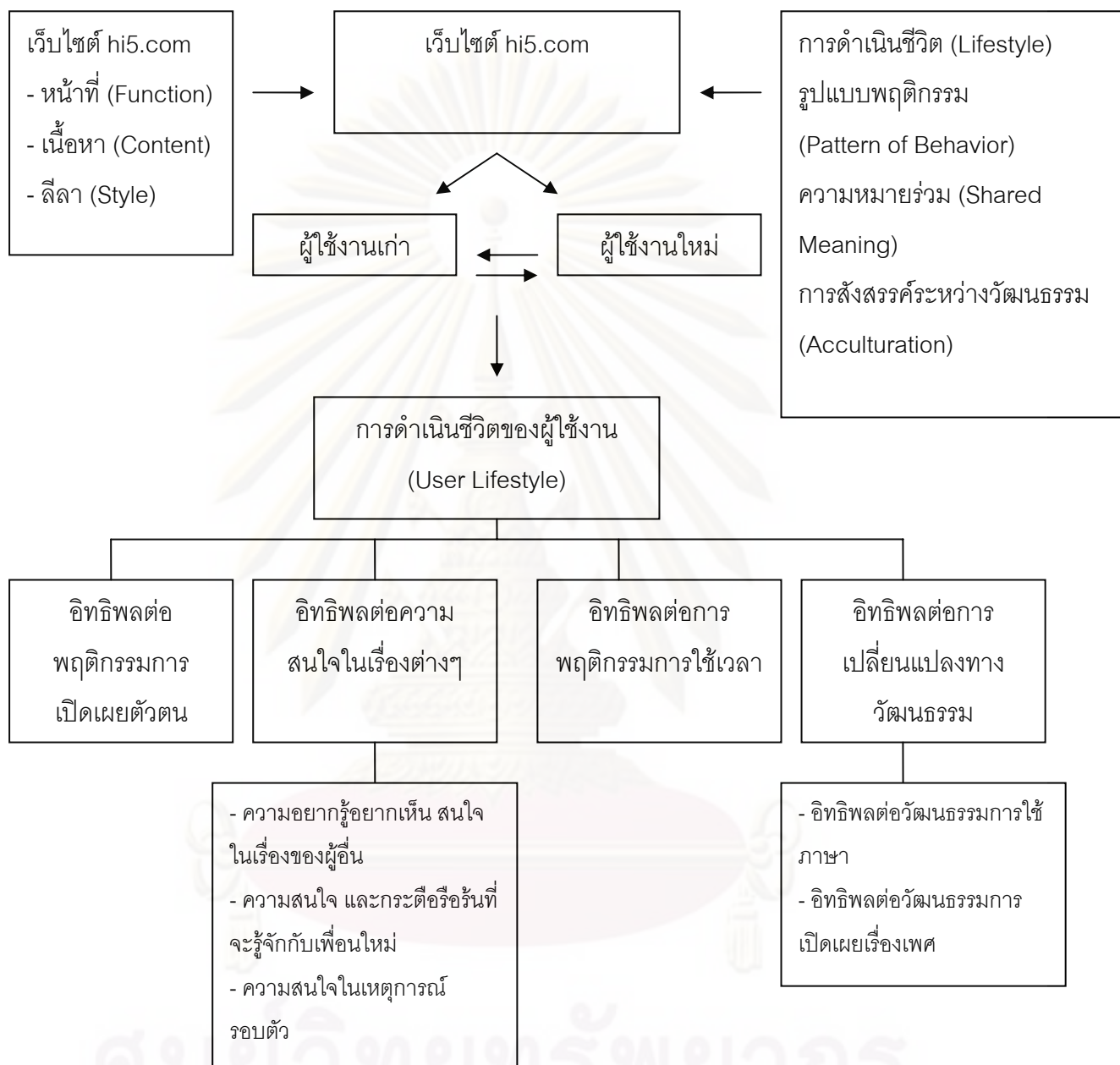
ตนเองเป็นใคร และคนอื่นก็รู้ว่าเราเป็นใคร เช่น คนที่เปิดเผยว่าตนเองเป็นสาวประเภทสอง โดยใส่รูปภาพ สถานะ และข้อความ แสดงความต้องการของตนอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ยังพบพฤติกรรมที่ผู้ใช้งานแสดงออกโดยไม่รู้ตัว ไม่มีจุดมุ่งหมาย และไม่มีเจตนาที่จะแสดงออกไป แต่บุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ เช่น คนที่เปิดเผยว่าตนเองเป็นผู้หญิง แต่ด้วยรูปภาพ ข้อความ สามารถตีความได้ว่าผู้ใช้งานนั้นอาจจะเป็นหญิงรักหญิง หรือ ทอมบอย ก็ได้ แต่ยังไม่รู้ตัวเอง เช่น ในหน้า hi5 ของผู้หญิงคนหนึ่ง ซึ่งแสดงตัวว่าตนเป็นผู้หญิงแท้ จากการสังเกตรูปภาพใน hi5 ดังกล่าว พบว่า บุคคลนี้มีบุคลิกที่มีความขัดแย้งในตัวเอง เนื่องจากแสดงออกมาในลักษณะคล้ายทอมบอย หรือหญิงที่แต่งตัวเลียนแบบชาย ซึ่งอาจจะไม่รู้ความต้องการแท้จริงของตนเอง



แผนภาพที่ 4.4: แสดงอิทธิพลจากการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมของผู้ใช้ที่เปลี่ยนไป หลังจากเข้ามาใช้งานเว็บไซต์ hi5.com เป็นผลมาจากอิทธิพลของการใช้งานของผู้ใช้ โดยสามารถสรุปเป็นกระบวนการของการใช้งานของผู้ใช้ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้ ดังแผนภาพด้านล่าง



แผนภาพที่ 4.5: อิทธิพลของการใช้งานของผู้ใช้ต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาจาก hi5 ของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งบทสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ผลการวิจัย พบบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ที่ผู้วิจัยได้นำมาจัดกลุ่มและแบ่งออกมา ดังนี้

4.3.1 บทบาทในการสร้างตัวตน และความเป็นตัวของตัวเอง

เว็บไซต์ hi5 ได้มีบทบาทในการสร้างตัวตนของผู้ใช้งาน รวมถึงเป็นพื้นที่เพื่อให้ผู้ใช้งานได้แสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมา สืบเนื่องมาจากธรรมชาติของสื่อคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ที่เปิดกว้างให้ผู้ใช้งานทุกคนเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ ไม่จำกัดว่าจะจะเป็นเพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษาระดับใด ก็ไม่สำคัญ เพราะทุกคนเท่าเทียมกันในอินเทอร์เน็ต

ดังที่ รามู ยาลามานชี (Ramu Yalamanchi, 2008) ผู้ก่อตั้ง และ CEO คนปัจจุบันของเว็บไซต์ hi5.com ได้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน hi5 ของผู้ใช้งานที่เขาพบว่า "...ในเว็บไซต์ hi5 มีสมาชิกโพสรูปมากมาย สำหรับจำนวนสมาชิคนั้นยังมีจำนวนมหาศาล แต่ผู้ใช้งาน hi5 บางคนก็ไม่ต้องการมีเพื่อนเยอะๆ ถึงจำนวนหลักพัน แต่พวกเขามีเพื่อนเพียงจำนวนไม่กี่ร้อย และพวกเขาก็ใช้ hi5 เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของชีวิตเพื่อนๆ กลุ่มนั้น ในขณะที่สมาชิกอีกประเภทหนึ่งที่มีการดำเนินชีวิตในสังคมจริงอย่างหนึ่ง แต่เมื่ออยู่ในสังคม hi5 กลับมีพฤติกรรมที่ต่างออกไป เสมือนเป็นอีกตัวตนหนึ่งของตนเอง มีผู้ใช้งานคนหนึ่งที่มีเพื่อนในเครือข่ายถึง 15,000 คน แต่ในชีวิตจริง เขากลับมีนิสัยเป็นคนเก็บตัว และขี้อาย และเขาได้ใช้ hi5 ในการค้นหาตัวตนของตัวเองไปเรื่อยๆ นอกจากนี้ ยังมีผู้ใช้งานบางคนที่เป็นประเภทชอบแสดงออก และใช้ hi5 เพื่อโชว์รูปของตัวเอง พวกเขาต้องการความสนใจทั้งในโลกออนไลน์และชีวิตจริง และก็ยังมียุทธศาสตร์อื่นๆ ที่ใช้ hi5 เป็นเครื่องมือของนักโฆษณา และวงดนตรีในการโปรโมทผลงานของตัวเอง..."

หากจะมองในมุมของผู้ใช้งาน และมองลงไปในรายละเอียด จะเห็นว่า ส่วนประกอบต่างๆ ของ hi5 ล้วนแล้วแต่มีบทบาทในประกอบสร้างตัวตน และความเป็นตัวของตัวเองของผู้ใช้งาน โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็นส่วนประกอบหลักๆ 3 ส่วน ดังนี้

4.3.1.1 ชื่อแทนตัว (Display Name)

ชื่อแทนตัว เปรียบเสมือน ตัวแทนของผู้ใช้งานแต่ละคน เป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ มองเห็น และเป็นส่วนแรกๆ ที่ผู้ใช้งานจะเลือกใส่ลงไปบนหน้า hi5 เพื่อแสดงตัวตนของตนเอง ชื่อที่ผู้ใช้งานเลือกใช้ จึงมีความหลากหลายไปตามบุคลิกลักษณะของผู้ใช้งานแต่ละคน เรียกได้ว่า 10 คนก็อาจจะมีแนวทางการตั้งชื่อที่ไม่ซ้ำกัน ทั้งนี้ จุดประสงค์ในการตั้งชื่อ ก็เพื่อเป็นการแสดงออกถึงตัวตน สร้างเอกลักษณ์ให้ตนเอง ดูโดดเด่น ไม่เหมือนใคร เพื่อแสดงออกถึงสถานภาพทางเพศของตนเอง แสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้น โดยจะเปลี่ยนชื่อไปเรื่อยๆ ไม่ยึดติดกับชื่อเดิม รวมไปถึง เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้งานคนอื่น ๆ

นอกจากจุดประสงค์ของการตั้งชื่อแทนตัว ดังที่กล่าวมาแล้ว พบว่า ชื่อแทนตัวแบ่งได้เป็น 2 มีลักษณะ คือ

- ชื่อแทนตัวแบบเหมือนจริง (Realistic Display Name) ชื่อแทนตัวลักษณะนี้จะถูกตั้งขึ้น โดยมีพื้นฐานมาจากความเป็นจริงต่างๆ ไป เหมือนจริง ไม่เพ้อฝัน เช่น Namtoei, prettyelle, พระอุดม วัดป่าหนองแดง
- ชื่อแทนตัวแบบเหนือจริง (Fantastic Display Name) ชื่อแทนตัวลักษณะนี้จะ เป็นชื่อที่เกิดจากจินตนาการ เพ้อฝัน เป็นชื่อที่แปลก และอาจจะหลุดโลกไปจากชื่อที่เคยเห็นมา รวมทั้งมีการใส่สัญลักษณ์พิเศษเพื่อต้องการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ เช่น The PrincTM PUZA, C•E•OTM オアンちゃん, GzHaRemA^{g3L}AmphU

โดยสรุป ชื่อแทนตัว เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ว่าผู้ใช้งานแต่ละคน เป็นคนอย่างไร เปรียบเสมือน กระดาษบานแรกในหน้า hi5 ที่สามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ใช้งานแต่ละคน ได้ในระดับหนึ่ง การที่ผู้ใช้งานคนอื่นเห็นเพียงแค่นี้ โดยยังไม่เห็นรูปของผู้ใช้งาน ก็สามารถทำนายคร่าวๆ ได้ว่า เจ้าของ hi5 นี้เป็นเพศใด มีลักษณะนิสัยเป็นแบบใด รวมถึงอาจจะรู้ได้เลยว่าเป็นใคร

4.3.1.2 รูปภาพ (Photo)

รูปภาพ คือสิ่งที่แสดงออกถึงตัวตนของผู้ใช้งานได้มากขึ้นกว่า ชื่อแทนตัว รูปภาพใน hi5 มีอยู่หลายส่วน โดยอาจจะเรียกได้ว่าเกือบทุกส่วน ผู้ใช้งานสามารถแทรกรูปเข้าไปได้ ดังนี้

- รูปแทนตัว (Display Picture) รูปแทนตัวเปรียบเหมือนคำอธิบายของชื่อแทนตัว เช่นชื่อแทนตัว สามารถบอกได้ว่าผู้ใช้งานคนนั้นมีเพศใด รูปแทนตัว ก็อธิบายเพิ่มเติมได้ว่าผู้ใช้งานคนนั้น มีบุคลิกเป็นอย่างไร รูปแทนตัว เป็นการเปิดเผยตัวตนให้ผู้ใช้งานคนอื่นรู้จัก และสนใจที่จะคลิกเข้ามาชม hi5 มากขึ้น โดยรูปแทนตัวนี้ บ่งบอกได้ว่า ผู้ใช้งานต้องการเปิดเผยตัวตนในที่สาธารณะมากน้อยแค่ไหน มีจุดประสงค์ในการเปิดเผยตัวตนอย่างไร ประกอบกับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้งานสามารถปลอมแปลงเป็นใครก็ได้ จึงเป็นการยากที่จะตรวจสอบว่ารูปดังกล่าว เป็นรูปของผู้ใช้งานคนนั้นจริงหรือไม่ และนอกจากนี้จะสามารถใส่รูปถ่ายเพื่อแทนตัวตน ผู้ใช้งานยังสามารถใส่รูปวาด รูปแต่ง และรูปอื่นๆ ที่ไม่ใช่รูปใบหน้า หรือเรือนร่างของคน ได้ เช่น รูปการ์ตูน รูปสถานที่ การที่จะตัดสินใจว่าผู้ใช้งานคนดังกล่าวมีรูปร่างหน้าตาจริงเป็นอย่างไร ลักษณะนิสัยใจคอในชีวิตจริงเป็นคนอย่างไร จึงไม่สามารถบอกได้แน่นอน เมื่อเห็นรูปแทนตัว เราจึงบอกได้เพียงแค่ว่า ผู้ใช้งานคนนั้น มีลักษณะโดยรวมอย่างไร เป็นคนเปิดเผย กล้าแสดงออก ง่ายใจ ชี้เล่น หรือลึกลับ เก็บตัว ฯลฯ เป็นต้น

4.3.1.3 สัญลักษณ์ (Sign)

สัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้า hi5 ประกอบไปด้วย ภาษา และ สัญลักษณ์ในส่วนหลักๆ ดังนี้

- ไฟว์ (Five) เปรียบเสมือน Representation ของผู้ใช้งาน เป็นสิ่งที่ถูกสมมุติขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของเจ้าของ Profile กับผู้ใช้งานคนอื่นๆ และแสดงว่าคนอื่นคิดอย่างไรกับ เจ้าของ Profile นั้นๆ



ภาพที่ 4.24: แสดงภาพไฟว์ (Five)

จากรูปด้านบน ผู้ใช้งานคนอื่นที่เข้ามาดู hi5 ของผู้ใช้งานคนนี้ สามารถรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของ hi5 นี้กับคนอื่นๆ ได้คร่าวๆ ว่า คนอื่นมองว่า เจ้าของ hi5 นี้เป็นคนน่ารัก สนุกสนาน ทันสมัย เป็นน้องสาว เป็นเพื่อนที่ดี เป็นเพื่อนร่วมงานกัน และยังเป็นที่ชื่นชมของใครบางคนอีกด้วย

- ข้อคิดเห็น, ข้อเสนอแนะ (Comment) ภาษา และถ้อยคำที่ผู้ใช้งานใช้พูดคุยกันผ่านส่วนของข้อคิดเห็น สื่อได้ถึงความรู้สึกนึกคิด และความหมายต่างๆ ที่ซ่อนอยู่ในการสื่อสารระหว่างกัน โดยภาษาที่ใช้ อาจจะเป็นภาษาที่เข้าใจกันเฉพาะสังคมน้อยๆ ของผู้ใช้งาน หรือเป็นภาษาที่คนทั่วไปก็สามารถเข้าใจได้ เช่น ผู้ใช้งาน ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี ก็จะมีศัพท์เฉพาะที่คนทั่วไปไม่เข้าใจ แต่ผู้ใช้งานที่เป็นเครือข่ายแฟนคลับด้วยกัน จะเข้าใจ แม้เขียนเพียงข้อความสั้นๆ

4.3.2 บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม

hi5 มีคุณสมบัติพิเศษคือ มีลักษณะเป็นเครือข่ายสังคม ที่มีหน้าที่เป็นฐาน Platform ให้บริการจากเว็บไซต์อื่นๆ เข้ามาฝังตัวไว้ได้ เช่น คลิปวิดีโอจาก YouTube เพลงจาก iMeem หรือว่าจะเป็นสไลด์รูปจาก Slide และบริการอื่นๆ อีกมากมาย

ด้วยลักษณะดังกล่าว ผู้ใช้งานที่ต้องการใช้ hi5 เพื่อเปิดเผยตัวตน หรือสร้างตัวตนขึ้นมาใหม่ จึงสามารถหาเพื่อนใหม่ๆ ที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่คล้ายกับตนเองได้อย่างไม่รู้จัก สามารถสานความสัมพันธ์ต่อไปได้เรื่อยๆ จากเพื่อน ไปสู่เพื่อนของเพื่อน และเพื่อนของเพื่อนของเพื่อน ที่อาจจะกลายมาเป็นเพื่อนสนิทของเราก็เป็นได้ ซึ่งเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันของคนในสังคม ซึ่งในที่นี้คือสังคมออนไลน์ ก่อให้เกิดการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ในสังคม ในส่วนนี้ รามู ยาลามานซี ยังได้กล่าวว่า “ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง hi5 ได้กลายเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อประโยชน์ในการเชื่อมความสัมพันธ์ ติดตามความเคลื่อนไหว และสารทุกข์สุกดิบของเพื่อนๆ ครอบครัว และคนรอบข้าง” รวมถึงด้วยลักษณะของ Platform ที่เอื้อประโยชน์ให้ผู้ใช้งานสามารถใช้บริการ และของเล่นจากเว็บไซต์อื่นๆ ได้อีกมาก จึงมีส่วนทำให้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ hi5 ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในเว็บไซต์ hi5 แต่สามารถเชื่อมต่อ สังคมออนไลน์ hi5 กับสังคมออนไลน์ อื่นๆ ได้อีกมากมาย

โดยสรุป คือจะเห็นได้ว่า หากเปรียบ hi5 เป็นลูกโลกกลมๆ ลูกหนึ่ง แล้วลองมอง hi5 ผ่านแว่นขยาย นอกจากเราจะเห็น hi5 เป็นโลกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ หากมองลึกลงไปยังพบว่า hi5 ประกอบไปด้วยสายสัมพันธ์โยงใยระหว่างสังคมของวัฒนธรรมย่อยๆ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน กับ ผู้ใช้งาน และในผู้ใช้งาน 1 คน ก็ยังสามารถเชื่อมต่อไปยังอีกโลกหนึ่ง ซึ่งก็คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ แห่งอื่นๆ ที่ผู้ใช้งานเชื่อมต่อไว้นั่นเอง

4.3.3 บทบาทในการให้ความบันเทิง

เครือข่ายสังคมออนไลน์ hi5.com มีบทบาทเป็นสื่อกลางเพื่อการพูดคุย ให้ความบันเทิง และพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียดจากสังคมจริงที่เผชิญอยู่ โดยสาเหตุที่คนนิยมเล่น hi5 พอจะแยกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

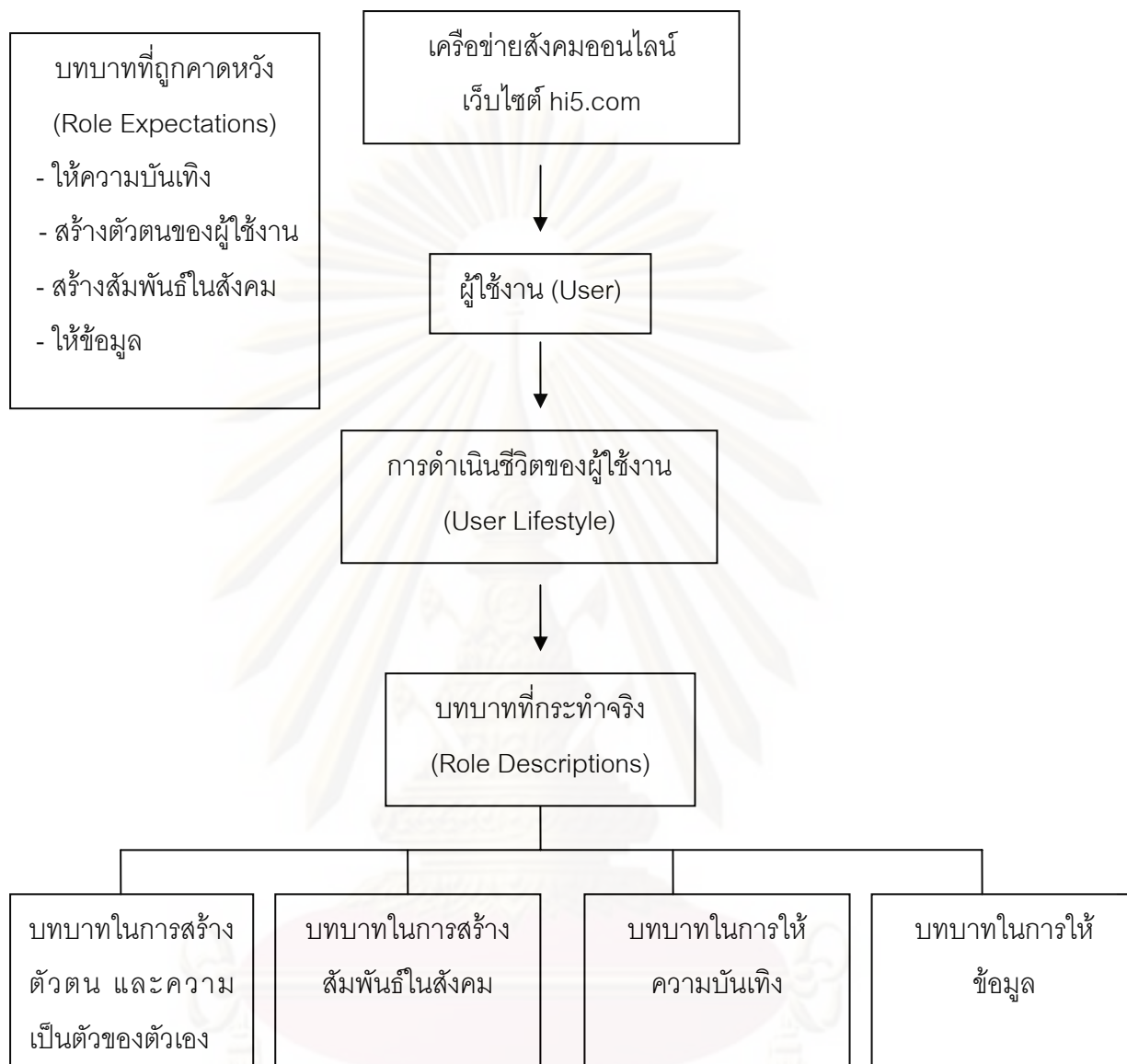
- หาเพื่อน หาแฟน มีผู้ใช้งานจำนวนมาก ที่เล่น hi5 เพื่อหาเพื่อนคุย และหาแฟน เนื่องจาก ผู้ใช้งานสามารถหาเพื่อนที่ถูกใจเองได้ โดยไม่ต้องรอให้ใครแนะนำให้รู้จัก และยังสามารถตัดสินใจ สานสัมพันธ์ต่อไปได้อีก

- รู้เรื่องคนอื่น เนื่องจาก ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปอ่านหน้า hi5 ของคนอื่น ๆ ที่เปิดไว้ได้ จึงได้อ่าน ได้เห็น ได้รับความรู้เรื่องราวชีวิตของคนอื่นๆ ที่สนุกสนาน โดยเฉพาะการที่ได้อยากรู้ อยากเห็นเรื่องราวของคนอื่น แล้วได้ติดตามเข้าไปเห็น เหมือนตนเองเป็นนักสืบ ก็เป็นความสุขอย่างหนึ่งของผู้ใช้งาน hi5
- แสดงความเป็นตัวเอง ตระหวาระดับความนิยมของตัวเอง (Popular) มีผู้ใช้งานจำนวนไม่น้อย ที่นิยมสร้าง hi5 ของตนเองให้น่าดึงดูด จนคนคลิกเข้ามาดู ไม่ว่าจะเป็นการใส่รูปแทนตัวที่วาบหวิว ซึ่งอาจจะไม่ใช่รูปของตนเอง ทั้งนี้ เพื่อต้องการที่จะเพิ่มจำนวนครั้งของคนที่คลิกเข้ามาชม หรือที่เรียกว่า วิว (View) ให้มีจำนวนเยอะๆ เพื่ออวดว่าตนเองได้รับความนิยมสูงกว่าผู้ใช้งานคนอื่นๆ และเพื่อต้องการการยอมรับจากสังคม
- มีบริการเพื่อความบันเทิงที่หลากหลาย เช่น ชมคลิปมิวสิควิดีโอ ฟังเพลงโปรด ชมรูปภาพสไลด์ รวมไปถึง เล่นเกมส์ และดูดวง ผู้ใช้งานจึงนิยมคลิกไปชม hi5 ของคนอื่นๆ ที่นอกจากเรื่องราวชีวิตของผู้ใช้งานคนนั้นจะน่าสนใจแล้ว ยังมีเพลงที่ขอรับให้ฟัง หรือมีเกมส์สนุกๆ ให้เล่น อีกด้วย

4.3.4 บทบาทในการให้ข้อมูล

กล่าวได้ว่า hi5 มีบทบาทการให้ข้อมูลรองลงมา จากการให้ความบันเทิง โดยเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม (เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี ละคร ศิลปะแขนงต่างๆ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องที่สนใจร่วมกัน รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์สถานการณ์ในสังคม

โดยสรุปแล้ว บทบาทที่กระทำจริง (Role Descriptions) ของเว็บไซต์ hi5.com ต่อผู้ใช้งานนั้นเป็นไปตามบทบาทที่ถูกคาดหวังไว้ (Role Expectations) ดังแสดงในแผนภาพด้านล่างนี้



แผนภาพที่ 4.6: แสดงบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

โดยสรุปแล้ว ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ hi5.com มีลักษณะของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ผสานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยลักษณะดังที่กล่าวมา ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา และเลือกใช้ประโยชน์จากข้อมูลต่างๆ ตามความต้องการของตนเอง มีการติดต่อสื่อสารกันได้หลายทิศทาง ภายในสังคมขนาดยักษ์ที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายโยงใยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของปัจเจกบุคคลเข้าหากัน

ผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่ม มีลักษณะที่แตกต่างกัน ตามพฤติกรรมที่แสดงออกมาซ้ำๆ และปฏิบัติเป็นความเคยชิน จนกลายเป็นรูปแบบพฤติกรรม (Pattern of Behavior) ของผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม กล่าวคือ ผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่มจะมีวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ร่วมกัน ในเครือข่ายสังคมเดียวกัน ที่มีการปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จะมีการพูดคุยเรื่องเดียวกัน เข้าใจเป็นภาษาเดียวกัน มีความเชื่อ แนวคิด และการยึดถือคุณค่าของสิ่งต่างๆ ไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งมีภูมิหลัง และประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจในความหมายร่วม (Shared meaning) มากขึ้น

กล่าวได้ว่า สิ่งต่างๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนส่งผลให้ผู้ใช้งานแต่ละกลุ่มมีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ต่างกัน ดังจะเห็นได้ว่า ในกลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา จะให้คุณค่ากับการศึกษาความเชื่อ หรือหลักธรรมในศาสนา มากกว่าการแต่งตัว ด้วยเสื้อผ้าสวยๆ ที่กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ ให้คุณค่า และยึดถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ในขณะที่เดียวกัน ในกลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ ก็มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน ว่า การมีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่ไม่ใช่สามีภรรยาเป็นเรื่องปกติ หรือการแสดงออกอย่างเปิดเผยในเรื่องเพศ เป็นเรื่องที่ยอมรับได้ ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้ใช้งานที่เชื่อในศาสนา ที่เห็นว่า การมีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่ไม่ใช่สามีภรรยา เป็นความผิดอย่างยิ่ง และที่เห็นได้ชัดเจนคือ กลุ่มที่เชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา จะให้คุณค่ากับสิ่งที่เป็นามธรรมมากกว่ารูปธรรม ในขณะที่กลุ่มอื่นๆ ที่เหลือมีการให้คุณค่ากับรูปธรรม หรือรูปลักษณะภายนอกมากกว่า

นอกจากนี้ ผู้วิจัย ยังพบว่านอกจากในกลุ่มผู้ใช้งานเดียวกันจะมีวัฒนธรรมร่วมเหมือนกันแล้ว ในกลุ่มย่อยๆ ของผู้ใช้งานกลุ่มดังกล่าว ยังมีวัฒนธรรมย่อย แตกออกไปอีก ซึ่งได้แก่กลุ่มชอบแสดงออก ที่นอกจากจะมีการให้คุณค่ากับการสะสมและอวดสิ่งของที่ชื่นชอบ เหมือนกันแล้ว ในผู้ใช้งานที่มีความชอบไม่เหมือนกัน ยังมีการให้คุณค่ากับสิ่งของต่างกัน เช่น ผู้ใช้งานบางคนจะให้คุณค่ากับการสะสมตุ๊กตา ผู้ใช้งานบางคนให้คุณค่ากับการเลี้ยงและดูแลสุนัข ในขณะที่ผู้ใช้งานบางคนให้คุณค่ากับเครื่องสำอางและการแต่งหน้า เป็นต้น

การใช้งานของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ hi5.com ที่มีลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยๆ หลากหลายวัฒนธรรม จึงมีลักษณะของการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation) เกิดขึ้น เนื่องจากในเครือข่ายสังคม hi5 ขนาด

ใหญ่ กลุ่มวัฒนธรรมย่อยต่างๆ ที่แตกต่างกันมีการติดต่อสื่อสารข้ามกลุ่ม มีการผสมผสานวัฒนธรรมกัน ผ่านกระบวนการสื่อสาร และรูปแบบ (Function) เนื้อหา (Content) และ ลีลา (Style) ที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์ hi5

ดังที่กล่าวในข้างต้น ผู้ใช้งาน hi5 ไม่ได้ติดต่อกันเพียงในกลุ่มของตนเองทั้งหมด หากแต่มีการติดต่อระหว่างกลุ่ม ทำให้มีการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation) ในเว็บไซต์ hi5.com เกิดขึ้น ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้งานกลุ่มต่างๆ ทั้ง 5 กลุ่ม มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการหิบบิซึม หรือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกัน ตลอดจนมีการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่าง วัฒนธรรมเดิม และวัฒนธรรมใหม่ที่เข้ามา เช่น วัฒนธรรมการอวดสิ่งของของกลุ่มชอบแสดงออก ที่ปรากฏอยู่ในกลุ่มผู้ใช้งานกลุ่มอื่นๆ เช่นในกลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ ที่บางคนนิยมอวดหน้าตา และสรีระของตน ผ่านรูปถ่าย ซึ่งในอดีต การเปิดเผยหน้าตา หรือสรีระในอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่รู้กันว่าไม่ปลอดภัย แต่ในปัจจุบัน คนกลับนิยมอวดรูปร่างหน้าตา อวดทรัพย์สิน เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เพื่อต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม โดยไม่คำนึงถึงอันตรายที่อาจตามมา

นอกจากนี้ ยังพบวัฒนธรรมการใช้ภาษาพูดเป็นภาษาเขียน ที่เริ่มจากกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง และแผ่ขยายวงกว้างมากขึ้น จนกลายเป็นภาษา hi5 ที่มีการผสมผสานระหว่างภาษาพูดและภาษาเขียนที่สะกดผิดๆ ดังจะเห็นได้ว่า ในผู้ใช้งานทั้ง 5 กลุ่มต่างมีลักษณะการใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้องตามแบบแผน และไม่สนใจเรื่องการสะกดคำให้ถูกต้อง และดูเหมือนว่า วัฒนธรรมการใช้ภาษาที่ไม่ถูกต้องนี้ จะกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาในสังคม hi5 กลับกัน หากมีใครคนหนึ่งที่ใช้ภาษาอย่างถูกต้อง อาจจะเป็นเรื่องไม่ถูกต้อง ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม hi5 ก็เป็นไปได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะ ของผู้ใช้งาน

การศึกษาวิจัยในเรื่องกระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิจัย คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Field Observation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเว็บไซต์ hi5 ของผู้ใช้งาน 50 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ใช้งาน 40 คน โดยใช้แนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation) แนวคิดเรื่องการแนะแนว (Guidance) และแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคม (Social Network) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5 มีการแนะแนวการดำเนินชีวิตซึ่งกันและกัน โดยใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ hi5 ที่ผู้ใช้งานสามารถหาเพื่อนใหม่ที่เปรียบเสมือนเป็นที่ปรึกษา เพื่อขอคำชี้แนะ ข้อเสนอแนะ หรือคำปรึกษา และนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเอง

5.1 ลักษณะของการแนะแนวผู้ใช้งาน

การแนะแนว มีความหมายตรงกับคำว่า “Guidance” ซึ่งแปลว่า “การชี้แนวทาง” หรือ “การชี้ช่องทาง” ซึ่ง Shertzer and Stone, 1976 (อ้างถึงในพนม ลัมอารีย์, 2548 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การแนะแนว หมายถึง การเข้าใจตนเองและโลกของตน (Understand themselves and their world) หมายถึง การที่บุคคลรู้ว่าตนเป็นใคร รู้ถึงเอกลักษณ์ของตน (Personal Identity) รับรู้ธรรมชาติของตนอย่างกระจ่าง มีประสบการณ์ เกี่ยวกับโลกของตน สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และผู้คนที่ตนมีปฏิสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งและสมบูรณ์

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

5.1.1 ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่

ผู้ใช้งานจะมีการแจ้งข่าวสาร ที่เป็นข้อมูลใหม่ ให้กับผู้ใช้งาน ซึ่งข้อมูลนั้น อาจจะเป็น ข้อมูลที่ ผู้ใช้งานทั้งสองคน สนใจร่วมกัน หรือว่า ผู้ใช้งานคนหนึ่งให้ข้อมูลที่คิดว่าผู้ใช้งานอีกคน สนใจ ก็ได้เช่นกัน รวมไปถึงการให้ข้อมูลในทุกๆ เรื่อง จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม พบ ลักษณะการให้ข้อมูล ดังนี้

5.1.1.1 การให้ข้อมูลใหม่เรื่องบันเทิง

เป็นการแนะนำ ในลักษณะการให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม และความสนใจ ในด้าน บันเทิง ซึ่งเกี่ยวกับดนตรี ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการให้ข้อมูลใหม่เรื่องบันเทิง: ดนตรี

จากคุณ:	KAWAII GIRL PLOY♥WG♥SNSD♥SJ♥KAMIKAZE♥gLm
เนื้อความ:	ดีตอนดึกจร้า เคโอทึคเจอบ่อยแล้วละ เมื่อวานก็ไปถ่ายเอ็มวีด้วยกันกะเคโอ



จากคุณ:	♥☆I→ 【Inoรทำห้€ันด้า€โกับความรัก™】 ึ♥"POp♥er♥ bestkung
เนื้อความ:	อยากเจอบ้างอะ แงงงงงงงงงงงงงงจิจฉัจจ เม่นกลับด้วยนะ

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการให้ข้อมูลใหม่เรื่องการเลือกซื้อสินค้า:
เครื่องสำอาง

จากคุณ: karadee
 เนื้อความ: ขยากทราบว่า...
 อายไลเนอร์ของ Im...
 เวลาแห้งออกหรือโดนน้ำ...
 จะเปงแพนด้ามี่ยะคะ...
 แล้วอายไลเนอร์ตัวไหนดีคะ...
 รกวนหน่อยนะคะ...

จากคุณ: karadee
 เนื้อความ: แล้ว...
 88 colers eye makeup palate...
 หาซื้อที่ไหน...
 ราคาเท่าไรคะ...
 สนใจ...

จากคุณ: Feonality
 เนื้อความ: ไลเนอร์แพนด้ามี่ยี่ห้อคะ แค่มากหรือน้อยแค่นั้นเอง
 ไลเนอร์มีหลายแบบ ดินสอ น้ำ ปากกาเมจิก เค้ก เจล ครีมี เยอะมากเลย
 ถ้าเริ่มต้นแนะนำให้ลองใช้ดินสอก่อนนะคะ เพราะแบบน้ำถ้ามือไม่นิ่งจะยากมาก
 ไม่มียี่ห้อแนะนำเพราะว่า แพนด้ามี่ทุกตัว 55
 88 พาเลท ซื้อใน Ebay ราคาจำไม่ได้แล้วคะ

ผู้ใช้งานเก่า มีการให้ข้อมูลใหม่
เรื่องความงามแก่ผู้ใช้งานใหม่

จากคุณ: karadee
 เนื้อความ: อยากทราบว่า ลิปที่พื้อมทาปากให้ซีดๆอะคะ ของ mac เค้าเรียกสีอะไรคะ แล้วสีชมพูออกมาม่วง
 นิดๆที่ชมพูทาแล้วเหมือนตุ๊กตาบลาบลาของ mac มีมียะคะ ขอโทษที่รบกวนนะคะ...ขอบคุณคะ

จากคุณ: Feonalita
 เนื้อความ: ไม่ทราบอ่าคะ
 ต้องไปลองเองที่เคาเตอร์นะคะ
 ลิปแต่ละแห่งเวลาทาบนปาก
 แต่ละคนสีจะออกมาไม่เหมือนกันคะ
 เพราะปากคนเรามีหลายสีคะ

ผู้ใช้งานเก่า มีการให้ข้อมูลใหม่
 เรื่องความงามแก่ผู้ใช้งานใหม่

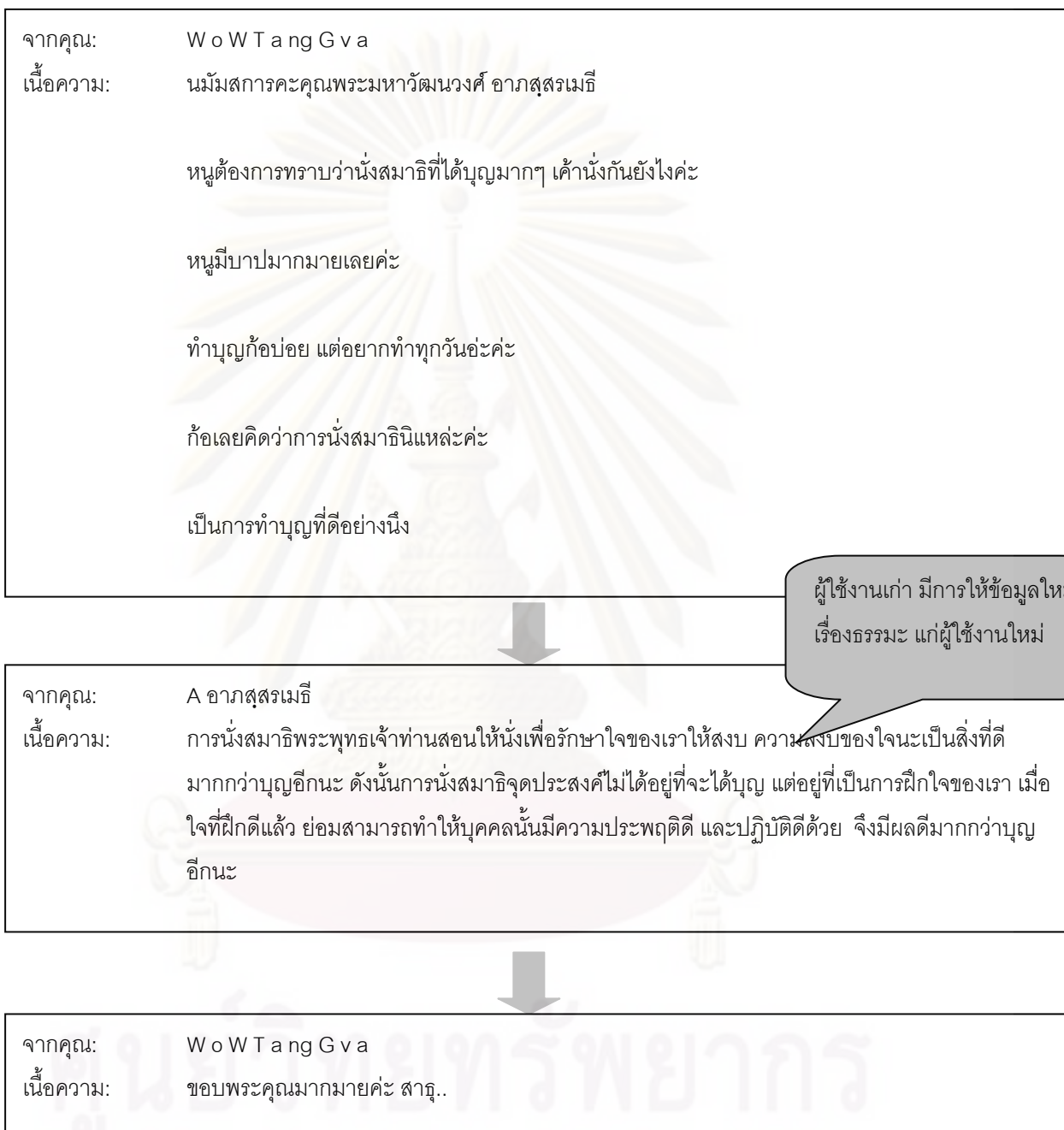
จากคุณ: karadee
 เนื้อความ: ขอบคุณมากคะ

5.1.1.3 การให้ข้อมูลใหม่เรื่องธรรมะ

เป็นการให้ข้อมูลใหม่ การถามตอบข้อซักถามทางธรรม การเผยแพร่หลักธรรมใน
 ศาสนาต่างๆ รวมถึงการเผยแพร่ความเชื่อ ความศรัทธา เช่น

ศูนย์บริการทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการให้ข้อมูลใหม่เรื่องธรรมะ



5.1.2 ลักษณะการยืนยันข้อมูล

ผู้ใช้งานใหม่จะเกิดข้อสงสัยในข้อมูลเดิมที่ตนเองได้รับมา และนำไปซักถามกับผู้ใช้งานเก่าที่มีความรู้เฉพาะทางในเรื่องนั้นๆ เพื่อให้ช่วยหาข้อสรุป และยืนยันข้อมูลที่ถูกต้อง เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการยืนยันข้อมูล

จากคุณ:	eVaallllllleVaa
เนื้อความ:	สวัสดิ์คะ เคยฟังคุณหนามเตยเล่าที่รายการตี10คะ ว่า ฝัส่วนใหญ่ที่เห็นและมีเยอะจะเป็นที่โรงพยาบาล ค่ะ แต่เมื่อไม่นาน ฟัง ด้อย เอ๊กชเรอ เค้าบอกว่า ที่โรงพยาบาลไม่ค่อยมีมากฝัส่วนใหญ่อยู่ที่วัด ก็เลยงงคะ แต่ใจจริง เชื่อกคุณหนามเตยคะ



ผู้ใช้งานเก่ามีการยืนยันข้อมูล
แก่ผู้ใช้งานใหม่

จากคุณ:	Namtoei
เนื้อความ:	สวัสดิ์เช่นกันคะ
<p>ดีใจนะคะที่บอกว่าได้ดูหนามเตยตอนไปออกรายการตีสิบด้วย เย้ ๆ ๆ</p> <p>ส่วนที่ถามเตยว่า ฝัส่วนใหญ่ที่เห็นและมีเยอะจะเป็นที่โรงพยาบาล = ใช่คะ เตยเคยพูดแบบนั้นจริง ๆ เพราะเตยเคยเจอที่โรงพยาบาลอยู่บ่อย ๆ แล้วก็คงไม่ใช่มีแค่เตยคนเดียวที่เจอ เพราะส่วนใหญ่คนที่ เป็นแพทย์ พยาบาล พนักงานที่ทำงานในโรงพยาบาลกะดึก ๆ ก็มักจะเจอกันบ่อย ๆ ค่ะ คือ ต้องบอก ก่อนคะว่า ส่วนใหญ่คนที่เสียในโรงพยาบาลก็มีเยอะใช้มัยคะ แล้วบางทีญาติมารีบแต่ศพ แต่ไม่ได้มีการฉุญเชิญดวงวิญญาณของเค้าไปด้วย บางทีเค้าก็ไปไม่ได้ก็เลยวนเวียนอยู่ในนั้นนะคะ (อู๋...นี่เตยทำให้ hi5 สูดนารักของคุณ กลายเป็นชนลูกซะแล้ว เปลี่ยนเรื่องดีกว่า)</p> <p>แต่เตยก็ไม่ได้รู้มากและเก่งมากอะไรหรอกนะคะ รู้ ๆ ปลา ๆ เองคะ</p> <p>ว่าแต่อย่าลืมติดตามชมรายการสัมพันธ์สลดอนของเตยด้วยนะจ๊ะ พุทธนี้ 4 ทุ่มค่า</p> <p>บุญรักษาคะ</p>	

5.1.3 ลักษณะการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา

ผู้ใช้งานที่มีปัญหาไม่ว่าจะเรื่องใด ก็จะทำให้ปรึกษา ที่เป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือที่ฟังทางใจ เพื่อที่จะขอคำปรึกษา คำแนะนำ ในการแก้ไขปัญหาของตนเอง หรือช่วยให้คำตอบในสิ่งที่ตนยังสงสัย ไม่กระจ่าง เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา

จากคุณ: Pattama
 เนื้อความ: พี่ปังคะ ช่วยด้วยค่ะ

คือตอนนี้เริ่มไวใจไปจึ เลยให้มันวิ่งเล่นในห้องตลอด ไม่ขังกรงแล้วตอนที่เราไม่อยู่ห้อง แล้วจะมีปัญหาตอนที่เราจะออกจากห้องอะคะ คือเหมือนมันรู้ว่าแม่จะไปแล้วนะ ไม่ว่ามันจะทำอะไรอยู่ ก็จะมีวิ่งมาหยุดอยู่หน้าประตู ส่งสายตาละห้อย น่าสงสารมาก ๆ พอล็อกประตู มันก็จะเห่าร้องสั๊กพักนะคะ ไม่อยากให้มันร้องแบบนี้อะคะ พี่ปังพอมีวิธีแก้มั๊ยคะ แล้วแบบนี้มันเป็นโรคเหงาอะป่าวคะ

จากคุณ: Cheeva Chihuahua
 เนื้อความ: คู้ยยย คิดมาตั้งนานว่าชื่อ โมจิ เหอะๆ จำใหม่ ไปจึๆๆ

เวลาออกนอกห้อง ลองเปิดวิทยุดูบ้าง ทำให้มีเสียงเหมือนตอนที่เราอยู่ อยาให้ห้องเงียบเกินไป อาจจะมีเสียงเห่าได้ ก็หาตุ๊กตาให้เล่นเยอะๆ กันบริเวณไว้ด้วย (นอกกรง)คือให้ของเต็มคอก จะได้ไม่รู้สึกว่าโล่งเกินไปนะคับ หมาชอบอยู่ที่ช่องเยอะๆ จะได้เล่น ได้มุดนอน แล้วก็หาผ้าที่มีกลิ่นเราให้เค้านอนนะคับ น่าจะช่วยแก้ปัญหาได้บ้าง

ผู้ใช้งานเก่ามีการแนะแนวทางแก้ไขปัญหาแก่ผู้ใช้งานใหม่

จากคุณ: Pattama
 เนื้อความ: กรี้ดดดด ไปจึเดินตามตลอดเลยคะ แม่มันเริ่มเครียดแล้วคะ ทำทุกวิถีทางแล้วคะ มันดันฉลาดรู้ทันตลอดเลย ตอนนี้เริ่ม advance เดินออกนอกห้องด้วย แต่อย่างน้อยก็ตรงที่มันเดินลงบันไดไม่ได้ ไม่จันหายแน่นอน พอจับเข้าห้องก็ร้องโหยหวน บาดหัวใจเหลือเกิน!!!

ฮือออ...เครียดคะ

ผู้ใช้งานเก่ามีการแนะแนวทางแก้ไขปัญหาแก่ผู้ใช้งานใหม่

จากคุณ: Cheeva Chihuahua
 เนื้อความ: ตอนนี้ไปจึเป็นไงมั่งคับ แล้วนี่แอบเลี้ยงในหอหรือว่าไงคับ ถ้าร้องอาจต้องดมมุ้งละคับ ไม่จันจะได้ออกไปอยู่นอกหอทั้งคู่ เหอะๆ

จ้อๆ แวะมาทวงรูปมีที่ตั่งด้วย 555

จากคุณ: Pattama
 เนื้อความ: แะะๆ แอบเลี้ยงที่หอค่ะ แต่คนแถวๆ ห้องไปค่อยอยู่ แบบว่าอยู่วันเว้นวัน เว้นสองวัน อะไรทำนองนั้น ไปจีนะ ที่สอนอะไรที่ดีๆ ไม่รู้จักจำ แต่ที่เรื่องไม่ดีเนี่ย..ฉลาดเป็นกรดเลยย
 ตอนนี้อายได้อะไรก็เท่าเอา เท่าเอา ทำเป็นไม่สนใจก็แล้ว ยังเท่า เลยเท่า เอ้ย!! ตวาดกลับ ทำหน้าดู
 สุดๆ ยังแอบจ้องหน้า แอบสู้อยู่ แต่ก็แพ้ยายตาแม่มั่นไป แล้วช่วงนี้ก็อยากเอาใจเค้าหน่อย วัน
 อาทิตย์พาไปชื้อยามา แล้วไปจี๊ด หอมแทงเข็มพลาดบ้าง push ยาไม่ได้บ้าง สิริรวมแล้วไปจี๊ดถูกแทง
 ไป 5 รู ทั้งใช้ขึ้น ทั้งเจ็บสีข้าง แต่ไม่ได้เลย หงอยมาก แม่มั่นนั่งร้องไห้ เพราะสงสารลูกจนหลับไป พอ
 เข้าก็ตื่นเพราะ...หมาเห่า (-_-)" หงอยได้วันเดียว หลังจากนั้นก็ซ่าสะ...
 (คิดในใจ น่าจะโดนสัก 10 รู 555)

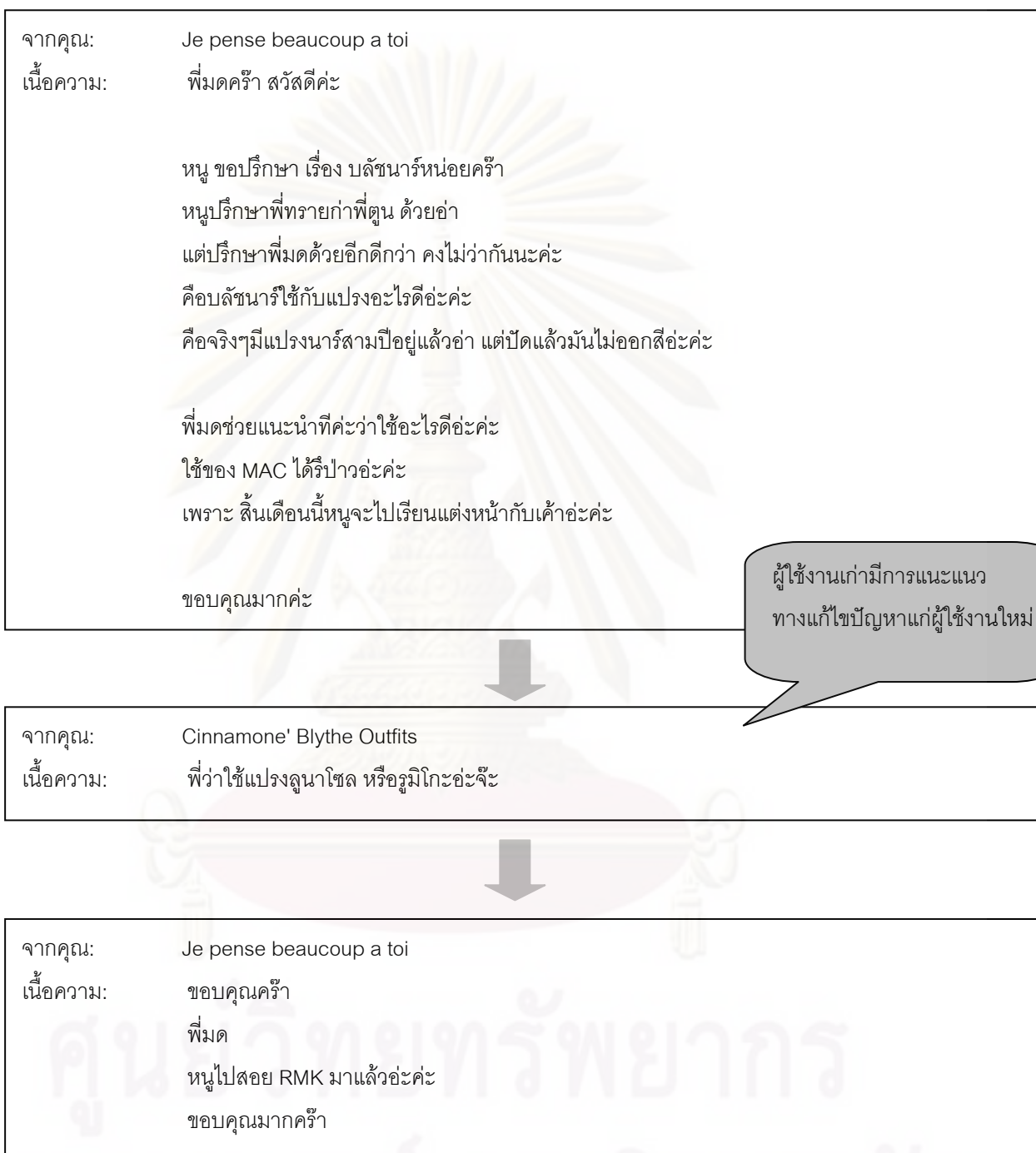
จากคุณ: Cheeva Chihuahua
 เนื้อความ: แวะมาทักทายจ้า ไปจี๋หายดีแล้วยังเอ่ย

จากคุณ: Pattama
 เนื้อความ: เหมือนดีขึ้นนีน้อยค่ะ
 ตอนนี้พาเค้าไปเล่นกับมอมแมม(บ๊วก เพศหญิง อายุ 9 เดือน น้ำหนัก 8+กก.)เป็นบางครั้ง ดูเค้าชอบนะ
 ค่ะ มีความสุขเชียว แต่มอมแมมเหนื่อยซะก่อน วิ่งหนีหางจุกตูด
 สงสัยอนาคตจะได้เปิดฟาร์ม "ปิกวาวา" แน่เลย หน้าตาเจ๋งไปเนี่ย..

5.1.4 ลักษณะการช่วยตัดสินใจ

การแนะนำในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้งานต้องการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่
 ตนเองเผชิญอยู่ รวมถึงเรื่องที่ยังลังเลใจ เลือกลงไม่ถูกว่าจะทำอย่างไร ก็จะมีขอคำแนะนำไปยังผู้รู้
 หรือเพื่อน เพื่อเป็นคู่มือ ช่วยชี้แนะ เพื่อการตัดสินใจที่ง่ายขึ้น เช่น

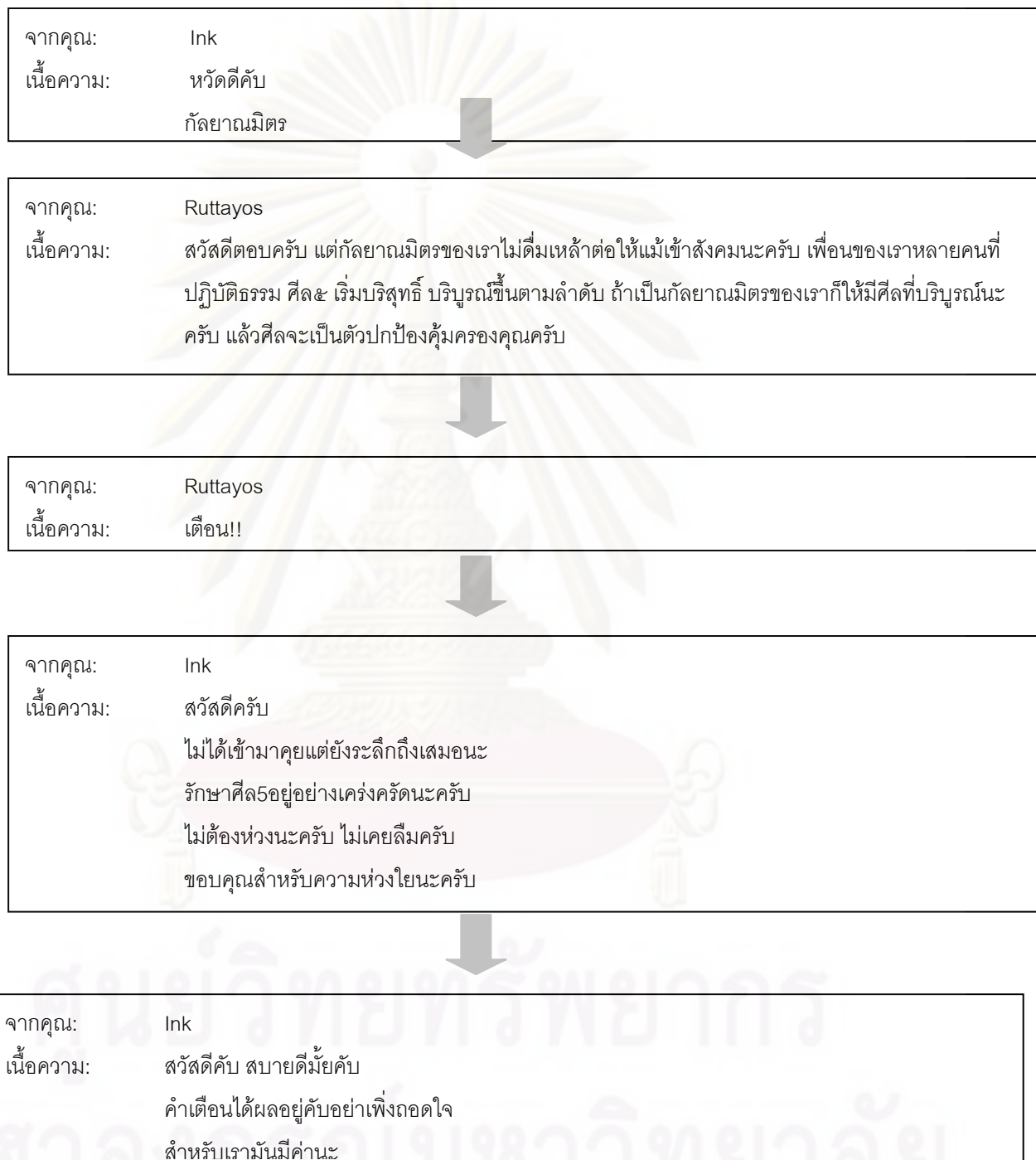
ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการช่วยตัดสินใจ



5.1.5 ลักษณะการตักเตือน

ผู้ใช้งานเก่ามีการตักเตือน เตือนสติ แก่ผู้ใช้งานใหม่ เพื่อให้ผู้ใช้งานใหม่ระมัดระวังการกระทำของตนเอง เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงการตักเตือน



5.2 กระบวนการแนะนำแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานในกลุ่มต่างๆ มีการแนะนำแนวการดำเนินชีวิต ที่ต่างกัน และบางกลุ่มจะพบว่าการพูดคุยในลักษณะของการแนะนำน้อยมาก ซึ่งได้แก่ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity Generating Network) และ กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ (Sexual Experience Seeking Network) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ผู้ใช้งานเจ้าของ hi5 มีการแสดงออกถึงกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinions) ในเรื่องเพศเป็นหลัก จึงมีการพูดคุยในลักษณะเกี่ยวพาราสิ ทยอกล้อ ทักทายกันไปมาเสียเป็นส่วนมาก

ในส่วนของกลุ่มที่พบว่าการพูดคุยในลักษณะการชี้แนะ ให้คำปรึกษา และนำไปปรับใช้ จนเกิดเป็นกระบวนการแนะนำแนวการดำเนินชีวิตขึ้น ได้แก่ กลุ่มชอบแสดงออก (Exhibitionist Network) กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา (Spiritual and Religion Believing Network) และกลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Distinctive Network)

โดยกระบวนการแนะนำแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน ของผู้ใช้งานทั้ง 5 กลุ่ม มีดังต่อไปนี้

5.2.1 กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ

การแนะนำแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานกลุ่มนี้ ในส่วนของข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ส่วนใหญ่ พบว่า ไม่มีการแนะนำเกิดขึ้น แต่พบว่าเป็นการพูดคุยที่แสดงออกถึงความสนใจในเพศตรงข้าม และเพศเดียวกัน โดยความสัมพันธ์ในลักษณะเชิงคู่รัก คู่รัก ซึ่งผู้ใช้งานใหม่จะมีการเลือกผู้ใช้งานเก่าจากความต้องการทางเพศ ทั้งในเพศตรงข้าม เช่น ในหน้า hi5 ของเพศหญิง จะปรากฏผู้ใช้งานเพศชาย เป็นส่วนมาก และในเพศเดียวกัน เช่น ในหน้า hi5 ของ สมาชิกชายรักชาย จะปรากฏผู้ใช้งานที่เป็นชายรักชาย เป็นส่วนมาก

5.2.2 กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ

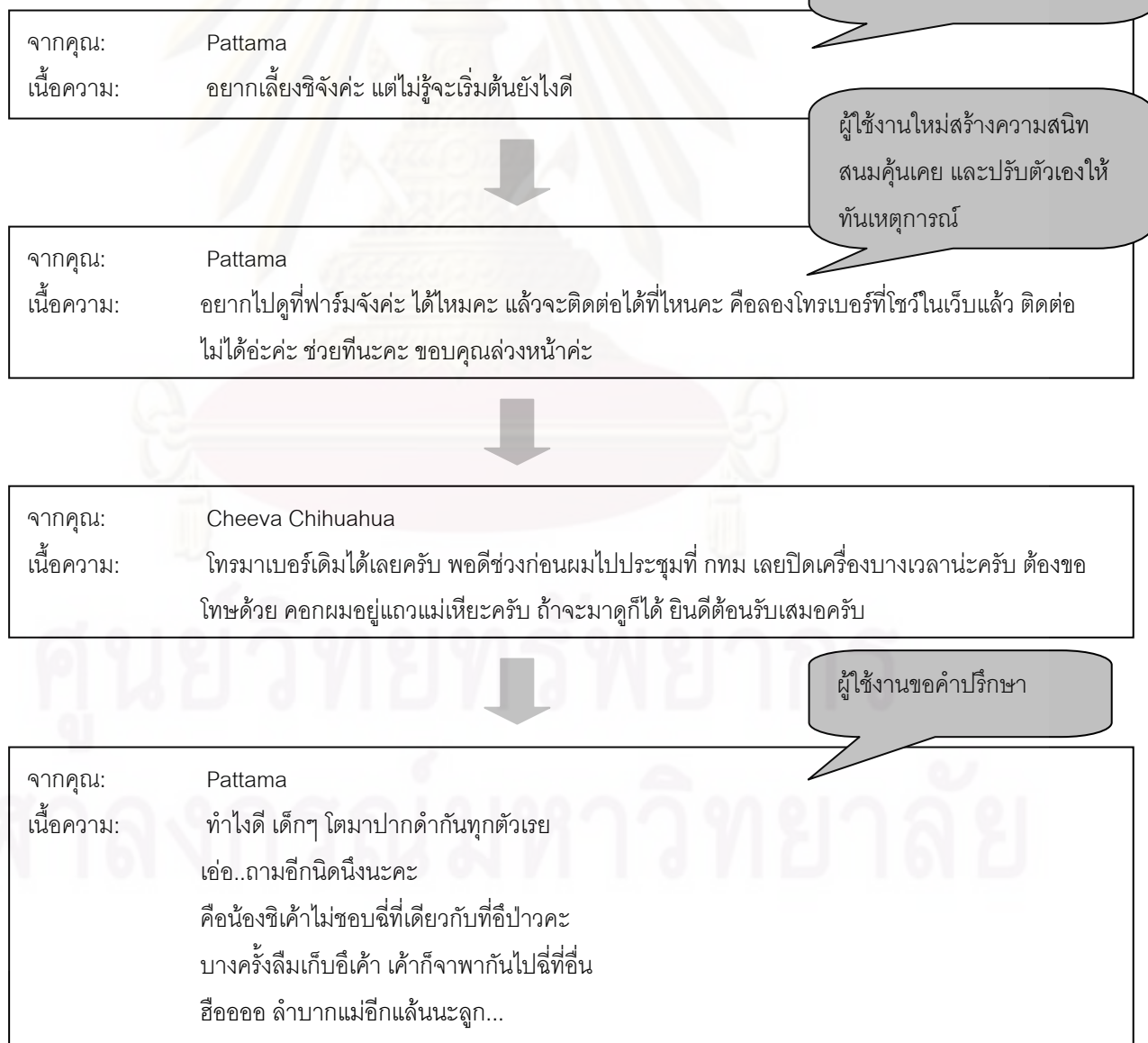
จากการศึกษาผู้ใช้งานกลุ่มนี้ พบว่า ไม่มีการแนะนำเกิดขึ้นเช่นเดียวกับกลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ วัฒนธรรมของผู้ใช้งานกลุ่มนี้คือความคิดเห็น ความรู้สึก ความประพฤติ และการ

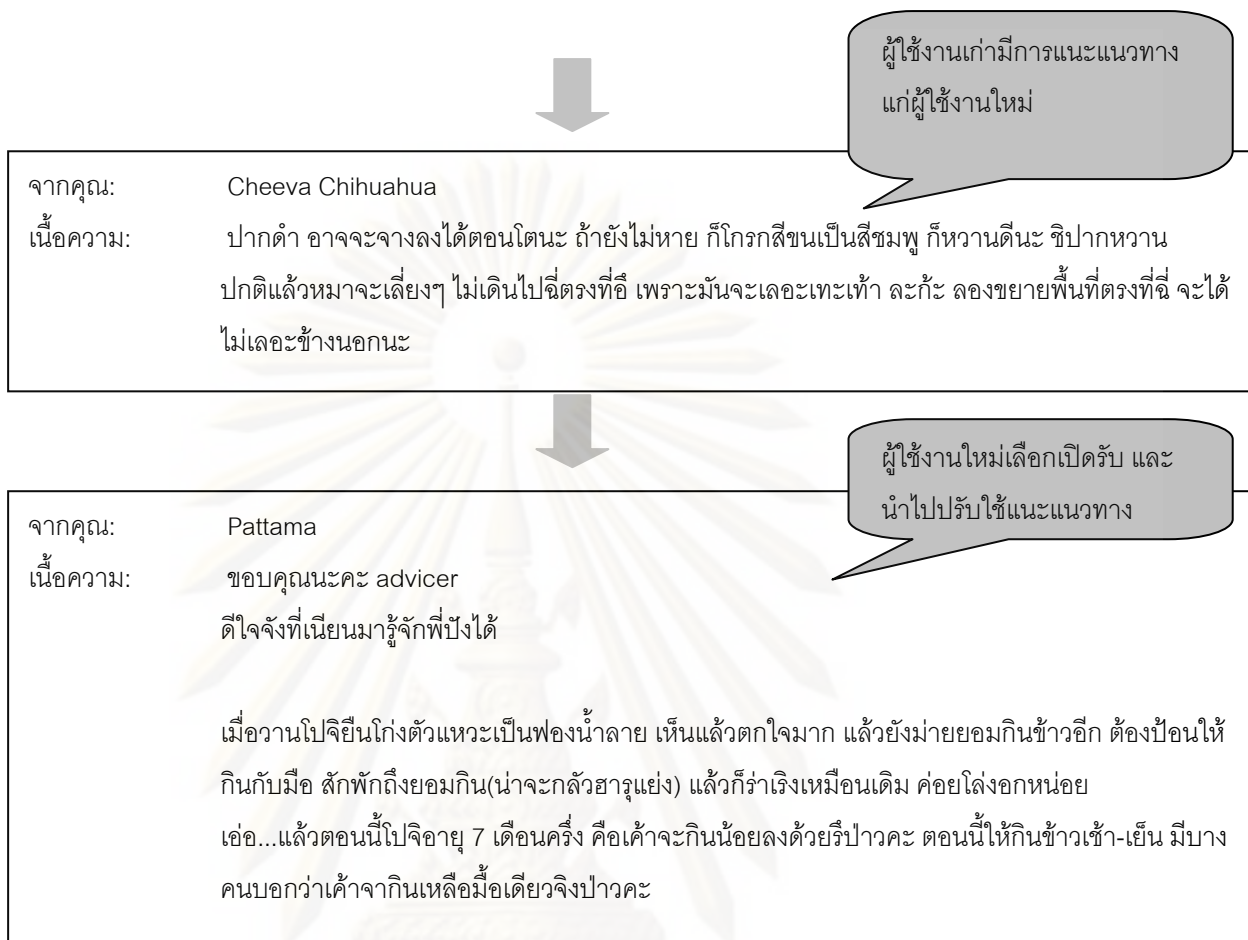
กระทำที่เกี่ยวกับเรื่องเพศเป็นหลัก การสนทนาที่เกิดขึ้นล้วนเป็นการสนทนาเพื่อสานความสัมพันธ์
ในลักษณะเชิงชู้สาว

5.2.3 กลุ่มชอบแสดงออก

เนื่องจากผู้ใช้งานกลุ่มนี้ต่างมีความสนใจเฉพาะด้าน จึงพบกระบวนการแนะแนวเกิดขึ้น
บ่อย เป็นการแนะแนวที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้งานใหม่เข้าไปขอคำปรึกษา ขอข้อมูลในเรื่องที่
ผู้ใช้งานเก่ามีความรู้ อยู่ เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงกระบวนการแนะแนว

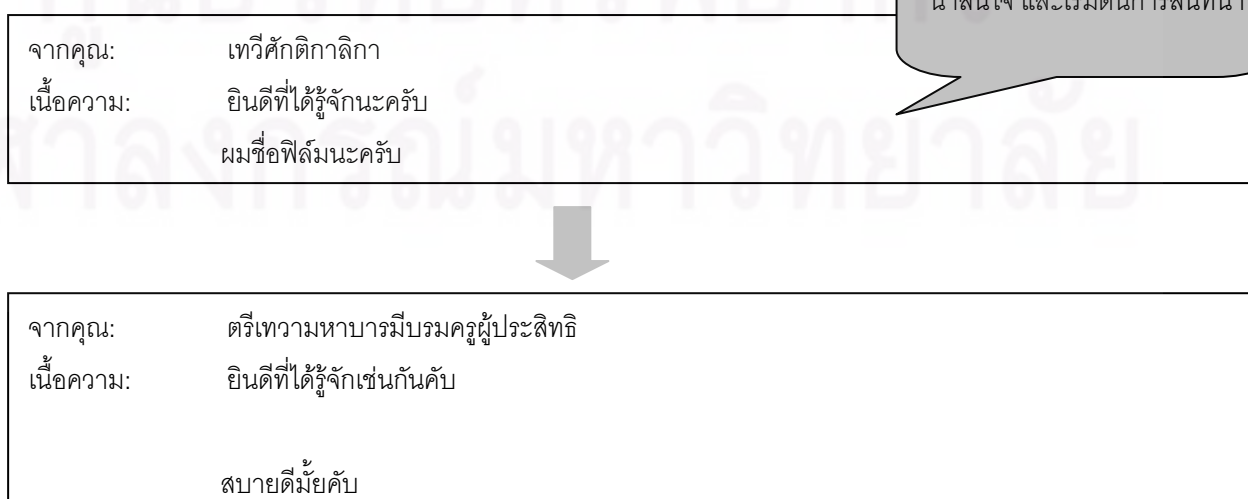




5.2.4 กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้กระบวนกรแนะนำการดำเนินชีวิตอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ใช้งานเก่าต่างเป็นผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ในเรื่องลึกลับและศาสนาเป็นอย่างดี เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงกระบวนกรแนะนำ







จากคุณ:	เทวีศักตีกาลิกา	<div style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #e0e0e0;"> ผู้ใช้งานใหม่เลือกเปิดรับ และนำไปปรับใช้แนะแนวทาง </div>
เนื้อความ:	ฟังแล้วครับ เพราะมาก	

5.2.5 กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้มีกระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตบ้างเล็กน้อย ด้วยลักษณะของผู้ใช้งานที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละคน ทำให้ในบางครั้ง อาจจะไม่เกิดความสนใจร่วมในเรื่องเดียวกัน แต่หากมีผู้ใช้งานใหม่ที่มีการดำเนินชีวิตคล้ายกับผู้ใช้งานเก่ากลุ่มนี้ ก็จะทำให้กระบวนการแนะแนวเกิดขึ้น เช่น

ตัวอย่างข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ที่แสดงกระบวนการแนะแนว

จากคุณ:	明SWANG METTA RESCUE 738 明	<div style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #e0e0e0;"> ผู้ใช้งานใหม่เลือกผู้ใช้งานเก่าที่น่าสนใจ และเริ่มต้นการสนทนา </div>
เนื้อความ:	สวัสดี ค้าบ	
อยู่ ที่ นครสวรรค์ หรือ ค้าบ 01 อยู่ แถวไหน ค้าบ วันที่ 7 มีนาคม จะไป ที่ อำเภอ ชุมแสง ค้าบ มี กู้ภัย อะไร ไหม แถวนั้น ใช้ ความถี่ อะไร ค้าบ ส่วนผม อยู่ กู้ภัย สว่างเมตตา นครราชสีมา ค้าบ หาก ๑.23 หรือ ๑.4 ใน เขตรับผิดชอบ ของ สว่างเมตตา มี ๑.29 ๑.6 ได้ ค้าบ ***** 168.275 *****		
<div style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #e0e0e0; margin-top: 10px;"> ผู้ใช้งานใหม่สร้างความสนทนสนมคุ้นเคย </div>		



จากคุณ:	RESCUE 262	<div style="border: 1px solid gray; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #e0e0e0;"> ผู้ใช้งานเก่าแนะแนวทาง </div>
เนื้อความ:	01 อ.เมืองครับ ย่านที่ใช้ 147.380 ครับ	

5.3 สรุปกระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน

โดยสรุป ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน ทั้ง 5 กลุ่ม มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

5.3.1 ขั้นตอนที่ 1: การเลือกผู้ใช้งานที่น่าสนใจ

หลังจากที่สมัครสมาชิก hi5 แล้ว ผู้ใช้งานใหม่จะคลิกหาเพื่อนไปเรื่อยๆ และเมื่อพบผู้ใช้งานที่น่าสนใจ ก็จะขอเป็นเพื่อน โดยในขั้นตอนนี้ สิ่งที่ต้องดูคือความสนใจให้ผู้ใช้งานขอเป็นเพื่อน ก็คือ หน้าตาของเพื่อนใหม่ และหน้าเว็บ hi5 ของเพื่อนคนนั้นๆ ว่ามีการตกแต่งได้สวยงามถูกใจ รวมไปถึงเป็นบุคคลที่ดูน่าไว้วางใจ มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญในเฉพาะเรื่อง และมีการดำเนินชีวิตที่เป็นแนวทางเดียวกัน เช่น

5.3.2 ขั้นตอนที่ 2: การสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย

ผู้ใช้งานใหม่มีการติดตามความเคลื่อนไหว และเริ่มเข้ามาทำความรู้จัก ทักทาย และแนะนำตัวเองกับผู้ใช้งานที่ตนสนใจ เพื่อสร้างความสนิทสนมกับผู้ใช้งานเก่า เช่น

5.3.3 ขั้นตอนที่ 3: การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ (Up-to-date)

หลังจากที่ทำความรู้จักกันแล้ว ผู้ใช้งานยังมีการรายงานข่าวคราว ความคืบหน้า แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ของสิ่งที่สนใจร่วมกัน

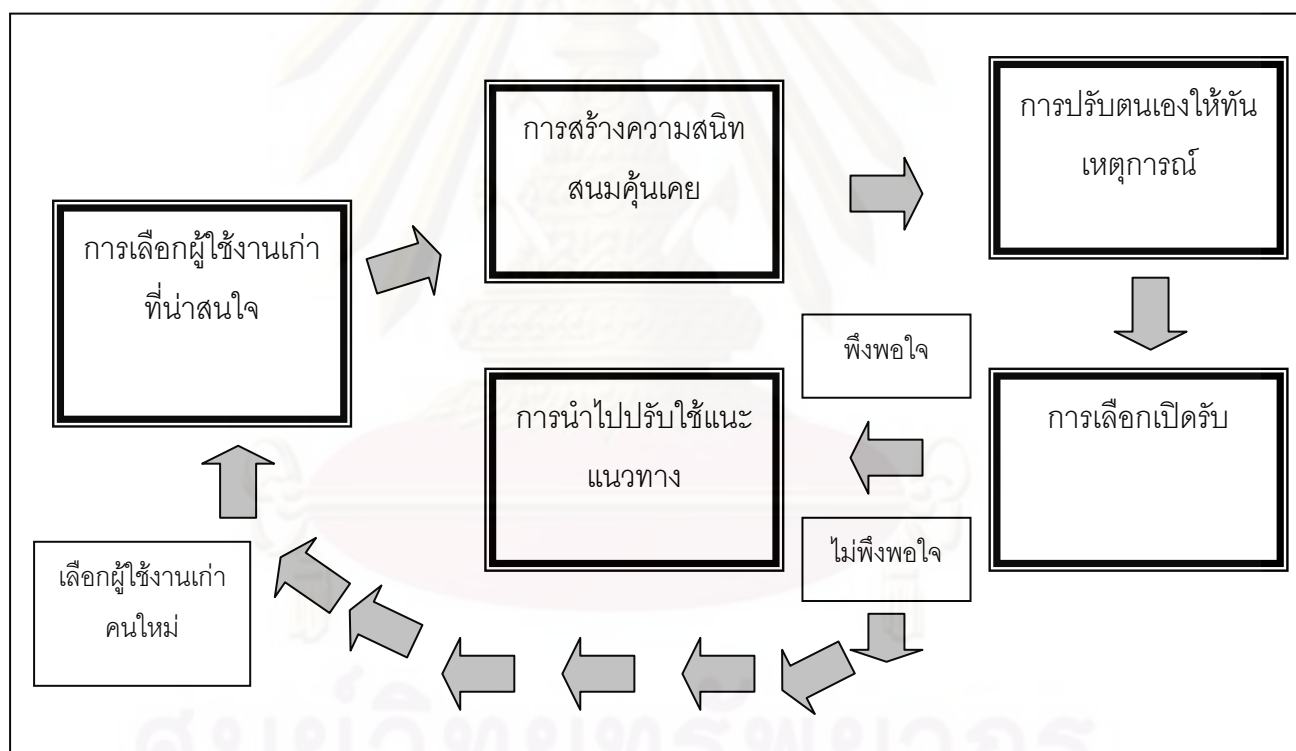
5.3.4 ขั้นตอนที่ 4: การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

ผู้ใช้งานใหม่มีการเลือกที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอแนะ จากผู้ใช้งานเก่าที่ตนเองชื่นชอบ และชื่นชม โดยมีการพูดคุยในเชิงคล้อยตาม สนับสนุน และชื่นชม ผ่านในส่วนของข้อความ ข้อเสนอแนะ (Comments) ของหน้า hi5 เป็นหลัก

5.3.5 ขั้นตอนที่ 5: การนำไปปรับใช้แนะแนวทาง (Application to Guidance)

เมื่อผู้ใช้งานใหม่ได้สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย และมีการติดต่อสื่อสารจนถึงระดับหนึ่งกับผู้ใช้งานเก่าแล้ว หากมีการพูดคุยถกคอบ ก็จะทำให้เกิดการพูดคุย ถาม-ตอบ ให้คำปรึกษา ให้คำชี้แนะ ตลอดจนมีการแนะแนวทางการดำเนินชีวิตให้แกกัน และผู้ใช้งานเก่าที่ได้รับการชี้แนะ ก็นำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตของตนเองต่อไป

ดังนั้น กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน สามารถสรุปได้จากรูปภาพข้างล่างนี้



แผนภาพที่ 5.1 : แสดงกระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิต

และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “เครือข่ายสังคมออนไลน์ กับการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานในเว็บไซต์ hi5.com” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ ศึกษาอิทธิพลของเว็บไซต์ hi5.com ที่มีต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน วิเคราะห์บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน วิเคราะห์กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิต และการปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่ ในเว็บไซต์ hi5.com โดยใช้ ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ทฤษฎีเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชน ทฤษฎีเครือข่ายสังคม แนวคิดเรื่องการแนะนำ แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต แนวคิดเรื่องรูปแบบพฤติกรรม และแนวคิดเรื่องการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม มาเป็นกรอบในการวิจัย

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจาก เว็บไซต์ hi5.com ได้แก่ เนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์จากจำนวนผู้ใช้งาน 50 คน โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และเลือกใช้การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ใช้งาน 40 คน เพื่อวิเคราะห์การใช้งานของผู้ใช้ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และบทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน รวมถึงใช้การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมเพิ่มเติม เพื่อวิเคราะห์กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิต และการปรับการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อจำกัดการวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 การใช้งานของผู้ใช้กับอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

จากผลการวิจัย ที่ได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้งานตามเกณฑ์ทางด้านการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และรูปแบบพฤติกรรม (Pattern of Behavior) พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ hi5.com แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มแรก ผู้ใช้งานกระแสหลัก (Dominant) คือ ผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิตที่โดดเด่น

ชัดเจน เป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ผู้ใช้งานมีรูปแบบพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน และกลุ่มที่สอง ผู้ใช้งาน
 กระแสรอง (Niche) คือ ผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิต แปลกใหม่ โดยผู้ใช้งานแต่ละคน จะมีรูปแบบ
 พฤติกรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่ม เป็นผู้ใช้งานกลุ่มเล็กๆ หลายกลุ่ม ใน
 เว็บไซต์ hi5.com ทั้งนี้ ได้แบ่งกลุ่มย่อยของผู้ใช้งานตามกระแสหลัก และกระแสรอง เป็น ผู้ใช้งาน
 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มผู้ใช้งานกระแสหลัก (Dominant) แบ่งย่อยเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์
 ทางเพศ (Sexual Identity Generating Network) กลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ (Sexual
 Experience Seeking Network) กลุ่มชอบแสดงออก (Exhibitionist Network) และกลุ่มผู้ใช้งาน
 กระแสรอง (Niche) แบ่งย่อยเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา (Spiritual and
 Religion Believing Network) กลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Distinctive Network)

6.1.1.1 ลักษณะการใช้งานของผู้ใช้

ผู้ใช้งานในกลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity Generating Network) มีลักษณะ
 การใช้งานเว็บไซต์ hi5.com โดยมีจุดประสงค์หลัก คือ เพื่อสร้างและเปิดเผยตัวตนในเรื่องเพศ
 ผ่านการถ่ายทอดความหมายผ่านช่องทางต่างๆ ในหน้า hi5 ของตน ทั้งในรูปแบบของตัวอักษร
 รูปภาพ เสียง ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนความหมาย กับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่มีรูปแบบพฤติกรรม
 คล้ายกัน ในลักษณะของพฤติกรรมซ้ำๆ ทั้งกับผู้ใช้งานคนเดิม และผู้ใช้งานคนใหม่รายอื่นๆ ผ่าน
 ทางข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) เป็นหลัก นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มนี้มีลักษณะ
 การใช้งานที่ต้องการดึงดูดความสนใจในเชิงชู้สาว จากเพศตรงข้าม และเพศเดียวกัน (กลุ่มชายรัก
 ชาย, กลุ่มหญิงรักหญิง) ต้องการให้ตนเองมีคุณค่า มีความโดดเด่น และได้รับความนิยมสูงสุด
 เช่น การใช้รูปภาพวาบหวิวของตนเอง หรือของนางแบบ ที่หน้าตา หุ่นดี เซ็กซี่ เพื่อดึงดูดให้
 ผู้ใช้งานคนอื่น คลิกเข้ามาชมหน้า hi5 ของตน เป็นการเพิ่มเพจวิว (Page Views) ที่เปรียบเสมือน
 การได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ยิ่งเพจวิวมีจำนวนมาก ยิ่งแสดงว่า ตนเองมีคุณค่า มีความสำคัญ
 ในสังคม

ผู้ใช้งานในกลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ (Sexual Experience Seeking Network) จะ
 ไม่เน้นการสร้างและเปิดเผยตัวตน เหมือนที่ปรากฏในผู้ใช้งานกลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ แต่

ผู้ใช้งานกลุ่มนี้จะเน้นการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ และการสานสัมพันธ์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ เป็นหลัก รวมไปถึงลักษณะการป้องกันตัวเอง จากความสัมพันธ์อันไม่พึงประสงค์

ผู้ใช้งานในกลุ่มชอบแสดงออก (Exhibitionist Network) มีลักษณะที่เหมือนกันคือ ชื่นชอบการแสดงออกให้ผู้ใช้งานคนอื่นๆ ได้รับรู้ได้เห็น ในสิ่งที่ตนเองเป็น และมี หรือเรียกง่ายๆ ว่าการอวดนั่นเอง หากแต่ผู้ใช้งานแต่ละคนมีลักษณะการแสดงออก ที่ต่างกันออกไปในสิ่งที่ต้องการอวดให้คนอื่นเห็น เช่น อวดตัวตน อวดสิ่งของ อวดสัตว์เลี้ยง ฯลฯ การใช้งานของผู้ใช้กลุ่มนี้มีลักษณะที่หมกมุ่นอยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีการเรียกร้องความสนใจ รวมทั้งมีการระบายอารมณ์ ในสิ่งที่ตนคลั่งไคล้ ผู้ใช้งานกลุ่มนี้จึงมักจะมีการพูดคุยกับผู้ที่คลั่งไคล้ในสิ่งเดียวกัน และอาจมีการพูดคุยด้วยภาษาและเรื่องที่รู้กันเฉพาะกลุ่ม

ผู้ใช้งานในกลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา (Spiritual and Religion Believing Network) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ใช้งานที่มุ่งเผยแพร่หลักธรรมคำสอนของศาสนาต่างๆ เช่น พระสงฆ์ ผู้ศรัทธาในศาสนา และผู้ใช้งานที่นิยมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในเรื่องราวเร้นลับ เช่น คนทรงเจ้า คนที่มีประสบการณ์ลึกลับ คนมีสัมผัสที่หก เป็นต้น

ผู้ใช้งานในกลุ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Distinctive Network) จะมีความคล้ายกับกลุ่มชอบแสดงออก ในเรื่องของการเรียกร้องความสนใจ เนื่องจากลักษณะเด่นของผู้ใช้งานกลุ่มนี้ คือ ความต้องการไม่เหมือนใคร จึงพบลักษณะการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ hi5 ของผู้ใช้งานแต่ละคน โดยผ่านการปรับแต่ง (Customize) หน้า hi5 ไม่ให้เหมือน hi5 อื่นๆ เช่น การทำพื้นหลังขึ้นใหม่ เป็นรูปตนเอง การปรับเปลี่ยนส่วนประกอบต่างๆ ในหน้าเว็บ ให้แตกต่างจากเว็บแบบดั้งเดิม เป็นต้น

6.1.1.2 อิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

ด้วยคุณลักษณะของสังคมออนไลน์ คือสังคมเสมือนที่ใครจะเป็นใคร หรือเป็นอะไรก็ได้ จากผลการวิจัย จึงพบว่า การใช้งานของผู้ใช้ดังกล่าวมาข้างต้น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเปิดเผยตัวตนของผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก เมื่อผู้ใช้งานมีลักษณะการใช้งานที่ซ้ำๆ เป็นระยะเวลาอันยาวนานขึ้นเรื่อยๆ จะส่งผลให้การดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ในโลกออนไลน์เปลี่ยนแปลงไป

เช่น เมื่อเริ่มใช้งานระยะแรกจะมีการใส่รูปแบบตัวที่ธรรมดา ไม่ดึงดูดใจ และเมื่อใช้ไปเรื่อยๆ พร้อมกับมีการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ ผู้ใช้งานก็จะเปลี่ยนรูปแบบตัวที่น่าสนใจมากขึ้น หรืออาจจะใช้รูปตนเองที่ดูดีเป็นพิเศษเพื่อดึงดูดความสนใจ และเปลี่ยนรูปแบบตัวไปเรื่อยๆ ตามอารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้น

จากการศึกษาวิจัย พบว่า การใช้งาน hi5 ของผู้ใช้งานมีอิทธิพลต่อความสนใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ มีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องของคนอื่น ทั้งคนรู้จักและไม่รู้จัก สนใจความเป็นไปของเหตุการณ์รอบตัวมากขึ้น และมีความกระตือรือร้นที่จะรู้จักกับสังคมใหม่ และเพื่อนใหม่ รวมทั้งมีพฤติกรรมการใช้เวลาที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นการจัดสรรเวลาเพื่อเล่น hi5 มากขึ้น และบางคนเล่นมากจนกลายเป็นเสพติด ต้องเข้าเว็บวันละหลายชั่วโมง หากวันไหนไม่ได้เล่น จะรู้สึกเหมือนขาดอะไรไป

นอกจากนี้ ยังพบว่า การใช้งาน hi5 ของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการใช้ภาษา คือ มีการใช้ภาษาที่ถูกดัดแปลงมาจากภาษาพูด และเพิ่มเติมพยัญชนะบางตัวเพื่อให้ดูเก๋ หรือน่าสนใจมากขึ้น เช่น สห หวาด เดส์ ที่ถูกแปลงจาก สวัสดิ์ หรือ หวัดดี เป็นต้น รวมทั้งยังพบการสะกดคำผิด จนเป็นเรื่องปกติ เนื่องจากการสื่อสารใน hi5 ไม่เน้นความถูกต้องทางภาษา แต่เน้นความรวดเร็ว และส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้งานเห็นว่าการสะกดคำผิดเป็นเรื่องปกติ ไม่จำเป็นต้องแก้ไขอะไร

นอกจากวัฒนธรรมการใช้ภาษาที่เปลี่ยนไป ยังพบว่า การใช้งานของผู้ใช้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ และกลุ่มแสวงหาประสบการณ์ทางเพศ มีวัฒนธรรมการเปิดเผยเรื่องเพศที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย จากเดิมคนที่ไม่ค่อยเปิดเผยในเรื่องเพศ กลายเป็นเปิดเผย และคนที่เปิดเผยเรื่องเพศอยู่แล้ว ก็มีลักษณะเปิดเผยมากขึ้น

6.1.2 บทบาทของเว็บไซต์ hi5.com ในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า เว็บไซต์ hi5.com มีบทบาทในการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน หลักๆ อยู่ 4 ประการ ได้แก่ บทบาทในการสร้างตัวตน และความเป็นตัวของตัวเอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม บทบาทในการให้ความบันเทิง และบทบาทในการให้ข้อมูล

ประการแรก เว็บไซต์ hi5.com มีบทบาทในการสร้างตัวตน และความเป็นตัวของตัวเอง จากการศึกษา พบว่า ส่วนประกอบต่างๆ ในหน้า hi5 ทั้ง ส่วนประกอบตามหน้าที่การใช้งาน (Function) เนื้อหาในเว็บไซต์ (Content) และลีลา สี สัน (Style) เช่น ชื่อแทนตัว รูปภาพ และสัญลักษณ์ต่างๆ ล้วนแล้วแต่มีบทบาทต่อผู้ใช้งานกลุ่มตัวอย่าง ต่อการสร้างอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานมีการเลือกใช้ส่วนประกอบต่างๆ เหล่านี้ เพื่อสร้าง เปลี่ยน และ ปลอมตัวตน รวมทั้งยังใช้หน้า hi5 เป็นพื้นที่ในการสร้างเอกลักษณ์ของตนขึ้นมา ซึ่งในชีวิตจริง อาจไม่สามารถทำสิ่งเหล่านี้ได้ กล่าวคือ ท่ามกลางผู้ใช้งานจำนวนมหาศาลในสังคมออนไลน์ แต่ปัจเจกบุคคลก็ต้องการความแตกต่าง ต้องการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งเว็บไซต์ hi5 ได้ตอบสนองความต้องการนี้ ด้วยการทำหน้าที่เป็นตัวฐาน (Platform) รองรับบริการอื่นๆ (Web Service) ที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกนำมาตกแต่งหน้า hi5 ได้ตามความพึงพอใจ

ประการที่สอง บทบาทในการสร้างสัมพันธ์ในสังคม ด้วยคุณลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของเว็บไซต์ hi5 ที่เชื่อมโยงปัจเจกบุคคลเข้าหากัน เกิดการปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี จึงเอื้อให้ผู้ใช้งานได้ใช้ hi5 เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยน คำแนะนำต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่ ส่วนมากจะไม่เคยรู้จักกันมาก่อนในโลกจริง ก่อนที่จะมาทำความรู้จักและให้คำแนะนำ สานสัมพันธ์กัน ซึ่งประเด็นหลักที่นำพาผู้ใช้งาน 2 คนมารู้จักกัน คือ การดำเนินชีวิตบนวิถีทางใกล้เคียงกัน

ประการต่อมา เว็บไซต์ hi5 เป็นสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีบทบาทในการให้ความบันเทิงเป็นหลัก จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้งานได้ใช้ hi5 เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด เช่น ดูคลิปวิดีโอ ฟังเพลง เล่นเกมส์ และพูดคุยกับเพื่อนๆ ผ่านทางข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comment) เป็นหลัก มากกว่าการตั้งใจเข้ามาหาข้อมูลความรู้โดยตรง

ประการสุดท้าย เว็บไซต์ hi5 ได้ทำหน้าที่ของสื่อใหม่ชนิดหนึ่ง ที่เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านบริการทางด้านบันเทิง จากการศึกษา พบว่า แม้ว่าผู้ใช้งาน hi5 จะไม่ได้ตั้งใจเข้ามาหาข้อมูลความรู้โดยตรง แต่เมื่อผู้ใช้งานได้ใช้ hi5 เพื่อความบันเทิงต่างๆ ก็เป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ และสถานการณ์ปัจจุบัน ไปในตัว

6.1.3 กระบวนการแนะแนวการดำเนินชีวิตระหว่างผู้ใช้งานเก่า และผู้ใช้งานใหม่

6.1.3.1 ลักษณะการแนะแนวการดำเนินชีวิต

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้งานมีลักษณะการแนะแนวการดำเนินชีวิตในเว็บไซต์ hi5.com แบ่งออกเป็น 3 ประการหลักๆ ได้แก่ ลักษณะการให้ข้อมูลใหม่ ลักษณะการยืนยันข้อมูล และลักษณะการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา

จากการศึกษาผู้ใช้งานกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้งานเก่า มีการให้ข้อมูลใหม่เรื่องแพชชั่น ความสวยความงาม และการให้ข้อมูลใหม่เรื่องธรรมะ แก่ผู้ใช้งานใหม่ สำหรับการให้ข้อมูลใหม่เรื่องแพชชั่น ความสวยความงาม เริ่มจากการที่ผู้ใช้งานใหม่มีข้อสงสัย แล้วจึงนำไปถามผู้ใช้งานเก่าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ส่วนการให้ข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับธรรมะ เกิดได้จากสองประการ คือ ผู้ใช้งานใหม่มีข้อสงสัย จึงนำไปปรึกษากับผู้ใช้งานเก่า และอีกประการหนึ่ง คือ ผู้ใช้งานเก่าต้องการให้ข้อมูลใหม่แก่ผู้ใช้งานใหม่ โดยที่ผู้ใช้งานใหม่ไม่ได้สงสัย หรือร้องขอข้อมูล

ลักษณะการแนะแนวที่พบอีกประการ คือ ลักษณะการยืนยันข้อมูล เกิดจากเมื่อผู้ใช้งานใหม่ มีข้อมูลบางอย่างอยู่แล้ว แต่ยังไม่แน่ใจในความถูกต้องของข้อมูลนั้น จึงนำข้อมูลไปถามผู้ใช้งานเก่าที่มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลนั้นเป็นอย่างดี เพื่อช่วยในการยืนยันข้อมูล

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้งานมีลักษณะการแนะแนวทางแก้ไขปัญหา ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้งานใหม่เกิดปัญหาในการดำเนินชีวิต และไม่สามารถหาหนทางแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้ ผู้ใช้งานก็เลือกที่จะนำปัญหานั้นมาถามกับผู้ใช้งานเก่า ใน hi5 ซึ่งปัญหาที่นำมาถามนั้น จะไม่ใช่ปัญหาที่เร่งด่วน หรือคอขาดบาดตายมากนัก เนื่องจากการแนะแนวในลักษณะการถาม ผ่านข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ใน hi5 นั้น ไม่แน่นอนในเรื่องของเวลา ทำให้ผู้ใช้งานที่มีปัญหาอาจจะไม่ได้รับคำตอบในทันที ซึ่งการแนะแนวลักษณะนี้จะคล้ายกับลักษณะการแนะแนวอีกประการที่พบ คือการแนะแนวในลักษณะช่วยตัดสินใจ ต่างกันตรงที่ การช่วยตัดสินใจนั้น ผู้ใช้งานเก่าจะเป็นผู้เลือกตัวเลือกหนึ่งในเป็นคำตอบ และเสนอสิ่งที่เลือกแล้วให้แก่ผู้ใช้งานเก่า แต่การช่วยแก้ไขปัญหา อาจเป็นการแนะแนวหลายๆ ตัวเลือก เพื่อเป็นเพียงแนวทางในการแก้ไขปัญหา ผู้ใช้งานใหม่จะเป็นผู้เลือกกว่าจะใช้วิธีใดในการแก้ไขปัญหา

ลักษณะการแนะนำแนวประการสุดท้ายที่พบ คือ ลักษณะการตักเตือน โดยส่วนใหญ่จะพบในกลุ่มเชื่อในสิ่งลึกลับและศาสนา เกิดจากการที่ผู้ใช้งานเก่าต้องการเตือนสติ หรือต้องการให้ผู้ใช้งานใหม่ระมัดระวังการดำเนินชีวิต

6.1.3.2 กระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิต

จากการศึกษาวิจัย พบกระบวนการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน และการปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน โดยสรุปแบ่งมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: เลือกบุคคลที่น่าสนใจ หลังจากทีสมัครสมาชิก hi5 แล้ว ผู้ใช้งานใหม่จะคลิกหาเพื่อนไปเรื่อยๆ และเมื่อพบผู้ใช้งานเก่าที่น่าสนใจ ก็จะขอเป็นเพื่อน โดยในขั้นตอนนี้ สิ่งที่ดึงดูดความสนใจให้ผู้ใช้งานขอเป็นเพื่อน ก็คือ หน้าตาของเพื่อนใหม่ และหน้าเว็บ hi5 ของเพื่อนคนนั้นๆ ว่ามีการตกแต่งได้สวยงามถูกใจ รวมไปถึงเป็นบุคคลที่ดูน่าไว้วางใจ มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญในเฉพาะเรื่อง และมีการดำเนินชีวิตที่เป็นแนวทางเดียวกัน

ขั้นตอนที่ 2: สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย ผู้ใช้งานใหม่มีการติดตามความเคลื่อนไหว และเริ่มเข้ามาทำความรู้จัก ทักทาย และแนะนำตัวเองกับผู้ใช้งานที่ตนสนใจ เพื่อสร้างความสนิทสนมกับผู้ใช้งานเก่า

ขั้นตอนที่ 3: การปรับตนเองให้ทันเหตุการณ์ (Up-to-date) หลังจากที่ทำทำความรู้จักกันแล้ว ผู้ใช้งานยังมีการรายงานข่าวคราว ความคืบหน้า แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ของสิ่งที่น่าสนใจร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 4: การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ผู้ใช้งานใหม่มีการเลือกที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ข้อเสนอแนะ จากผู้ใช้งานเก่าที่ตนเองชื่นชอบ และชื่นชม โดยมีการพูดคุยในเชิงคล้อยตาม สนับสนุน และชื่นชม ผ่านในส่วนของการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ (Comments) ของหน้า hi5 เป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 5: การนำไปปรับใช้แนะแนวทาง (Application to Guidance) เมื่อผู้ใช้งานใหม่ได้สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย และมีการติดต่อสื่อสารจนถึงระดับหนึ่งกับผู้ใช้งานเก่าแล้ว หากมีการพูดคุยถกคอบ ก็จะทำให้เกิดการพูดคุย ถาม-ตอบ ให้คำปรึกษา ให้คำชี้แนะ ตลอดจนมีการแนะแนวทางการดำเนินชีวิตให้แกกัน และผู้ใช้งานเก่าที่ได้รับการชี้แนะ ก็นำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตของตนเองต่อไป

6.1.4 การปรับใช้ข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน

เมื่อผู้ใช้งานเก่าและผู้ใช้งานใหม่มีการปฏิสัมพันธ์ ถาม-ตอบ แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันแล้ว จนการแนะแนวดำเนินมาถึงขั้นตอนที่ 4 คือการเลือกเปิดรับข้อมูล (Selective Exposure) ผู้ใช้งานจะมีการเปิดรับข้อมูลดังกล่าว และเมื่อถึงขั้นตอนสุดท้าย ผู้ใช้งานจะนำข้อมูลนั้นมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับแนวทางการดำเนินชีวิตของตน และหลังจากกระบวนการแนะแนวทั้ง 5 ขั้นตอนได้สิ้นสุดลง ผู้ใช้งานจะนำข้อมูลที่ได้รับจากผู้ใช้งานเก่าไปปรับใช้ในชีวิตสังคมจริง

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

ในโลกที่เทคโนโลยีก้าวรุดหน้า ไปจนมนุษย์ก้าวตามแทบไม่ทัน เป็นเวลาเดียวกับที่คอมพิวเตอร์มีขนาดเล็กลงเรื่อยๆ สะดวกแก่การพกพาไปใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาไปสู่อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างเต็มตัว ทำให้ยุคปัจจุบันเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารไปเร็วเพียง “คลิก” เดียว และยิ่งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตก้าวไปเร็วเพียงใด สื่อออนไลน์ยังมีอิทธิพลกับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเท่านั้น ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผู้เสพข้อมูลข่าวสารอย่างเดียวกจะเริ่มหายไป และกลายเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ เป็นผู้สร้างเนื้อหาในเครือข่ายเว็ลด์ไวด์เว็บด้วยตนเอง ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่จะมากลืนเว็บไซต์รูปแบบเดิมๆ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้บ่อนเนื้อหา และผู้ใช้งาน (User) รอเสพอย่างเดียว ให้หายไปทีละน้อย และอาจจะหมดไปในที่สุด

เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking Sites) มีลักษณะพิเศษที่ต่างจากเว็บไซต์หรือชุมชนเสมือนอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ต คือเน้นความมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน อย่างเป็นอิสระ และ

การสร้างสังคมที่สามารถขยายเครือข่ายได้ไม่จำกัด จึงทำให้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม hi5.com เกิดความหลากหลายของผู้ใช้งาน ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ สามารถแสดงอัตลักษณ์ และปลดปล่อยตัวตนออกมาได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังสามารถสร้างเครือข่ายเพื่อนที่สนใจในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แบบเดียวกัน ขึ้นมาได้เป็นอย่างดีไม่มีที่สิ้นสุด

ในเว็บไซต์ hi5.com จึงเกิดปรากฏการณ์ของบุคคลที่มีการดำเนินชีวิตหลากหลายรูปแบบ และเกิดการรวมตัวกันของกลุ่มคนทั้งกลุ่มใหญ่ กลุ่มย่อย รวมไปถึงมีกลุ่มที่มีการดำเนินชีวิตแบบแปลกๆ เกิดขึ้นมากมาย รวมทั้งมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) ที่มีความคล้ายคลึงและแตกต่างจากเครือข่ายสังคมในโลกจริง กล่าวคือ เป็นเสมือนสังคมจริงที่มีหลายๆ พื้นที่ แต่ละพื้นที่ก็มีวัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นของตน มีโครงสร้างทางสังคม และลักษณะความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน มีเครือข่ายเพื่อนฝูง เครือข่ายญาติพี่น้อง คนรู้จัก และเครือข่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นใหม่เรื่อยๆ

แม้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ใน hi5 นี้จะมีส่วนคล้ายเครือข่ายสังคมในโลกจริง ดังที่กล่าวมาแล้ว แต่ลักษณะพิเศษของสังคมออนไลน์แห่งนี้ คือ ความสามารถที่จะมองเห็นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลแต่ละบุคคลได้ในเครือข่ายสังคมได้ง่ายกว่าสังคมจริง เนื่องจากผู้ใช้งานแต่ละคนต่างไม่ได้มีบทบาทเดียว เช่น บทบาทนักเรียน บทบาทครู บทบาทแม่ บทบาทเพื่อน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เกิดขึ้นจึงมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์เชิงซ้อน ที่ผู้ใช้งานสองคนอาจมีความสัมพันธ์กันมากกว่าบทบาทเดียว ผู้ใช้งานที่มีบทบาทเป็นครู เมื่ออยู่ในเครือข่ายของนักเรียน ก็จะมองเห็นความสัมพันธ์เป็นลักษณะครู-นักเรียน แต่หากอยู่ในเครือข่ายของเพื่อนลูก ครูคนเดียวกัน จะมีบทบาทเป็นแม่ ซึ่งในสังคมจริง มองเพียงแค่วางหน้าตา ก็ไม่อาจคาดเดาได้ถูกว่า บุคคลนั้นมีบทบาทอะไรบ้างในสังคม

ดูราวกับว่า ตัวตนในสังคมออนไลน์ และตัวตนในสังคมจริง ก็อาจไม่ใช่ตัวตนเดียวกันก็เป็นได้ เนื่องจากในสังคมจริง คนหนึ่งคน สามารถมีได้เพียงหนึ่งอัตลักษณ์ แต่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้งานหนึ่งคน สามารถมีอัตลักษณ์ได้ไม่จำกัด เป็นอัตลักษณ์ที่สามารถเลื่อนไหลได้ตลอดเวลา และเป็นตัวตนที่ไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียวอีกต่อไป กล่าวคือ นอกจากเว็บไซต์ hi5.com จะมีความหลากหลายของผู้ใช้งานในด้านการดำเนินชีวิตและบทบาท อย่างมากแล้ว จากผลการวิจัย

ยังพบว่า ปัจเจกบุคคลที่เป็นผู้ใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งนี้ บางส่วนมีมากกว่าเพียงหนึ่งอัตลักษณ์

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ลักษณะสำคัญที่พบในผู้ใช้งาน hi5 คือ ความต้องการยอมรับจากสังคม (Self Esteem Needs) ต้องการที่จะรู้สึกว่าตนเองมีค่า เป็นที่ยอมรับ และมีตัวตนในสังคม ตัวเลขจำนวนผู้เข้าชมหน้า hi5 ของผู้ใช้งาน (Views) และจำนวนเพื่อนในเครือข่าย (Friends) เหมือนเป็นตัวชี้วัด ความเป็นที่นิยมของผู้ใช้งาน รวมทั้งมีความต้องการเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของ การเข้าหมู่ การเข้าพวก (Belongingness Needs) ที่เห็นได้ชัดจากการที่ผู้ใช้งาน hi5 นิยมเข้าร่วมกลุ่ม (Groups) ต่างๆ ตามความสนใจของตน และการใช้ชื่อแทนตัว (Display Names) ที่มีสัญลักษณ์เฉพาะกลุ่ม อีกทั้งการเป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งนี้ ยังเป็นความต้องการของผู้ใช้งาน ที่ต้องการความปลอดภัย การคุ้มครอง การช่วยเหลือจากผู้อื่น (Safety Needs) หรืออาจกล่าวได้ว่า การมีกลุ่ม มีพรรคพวก สามารถสร้างความรู้สึกอุ่นใจ ปลอดภัย แก่ผู้ใช้งานได้

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งาน hi5 มีการรับรู้ตนเองตามทฤษฎีหน้าต่างใจฮารี : แบบลายเส้นของการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (The Johari-Window : graphic Model of Awareness in Interpersonal Relation) ในบริเวณจุดบอด คือไม่รู้ว่าตนเองเป็นใคร เป็นเพศใด หรือยังไม่รู้ความต้องการของตน แต่ผู้ใช้งานคนอื่นสามารถสังเกตและรู้ได้จากการแสดงออกผ่านหน้า hi5 ของผู้ใช้งานคนนั้นๆ และในบริเวณซ่อนเร้น คือผู้ใช้งานมีการปกปิดซ่อนเร้นตัวตนที่แท้จริง และแสดงออกในด้านที่ต้องการให้คนอื่นเห็นเท่านั้น เพื่อประโยชน์ในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น รวมทั้งในบริเวณมืดมน คือ ผู้ใช้งานมีการแสดงออกโดยไม่รู้ตัว ในบางสถานการณ์ ซึ่งผู้ใช้งานคนอื่นก็ไม่เข้าใจพฤติกรรมนั้น นอกจากนี้ ยังพบพฤติกรรมของผู้ใช้งานในบริเวณเปิดเผย ซึ่งจะพบได้น้อยกว่า 3 บริเวณแรก เนื่องจากในบริบทสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานมีการปลอมแปลงตัวตนได้ง่าย และด้วยลักษณะของพื้นที่ชุมชนออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถแสดงออกในแบบใดก็ได้ พฤติกรรมของผู้ใช้งานที่แสดงออกมาในลักษณะของการสร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองดูดี

เนื่องด้วยเครือข่ายสังคมออนไลน์ จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ประเภทหนึ่ง ที่มีหน้าที่ตามทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชน คือ คอยสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้สังคม ถ่ายทอดมรดกทางสังคม ให้ความบันเทิง กระตุ้นเร้าและผลักดันสังคม รวมถึงให้ข้อมูลเรื่องต่างๆ สานสัมพันธ์ในสังคม สืบทอดวัฒนธรรม ให้ความบันเทิง และสร้างความเป็นตัว

ของตัวเอง นอกจากหน้าที่ตั้งที่กล่าวมาแล้ว จากผลการวิจัย ยังพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีหน้าที่ที่เพิ่มมาจากสื่อเดิม คือ หน้าที่สร้างเครือข่ายสังคม ซึ่งไม่ใช่เพียงการสานสัมพันธ์ในสังคมแบบเดิม แต่เป็นการสร้างสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างบุคคลคนหนึ่ง กับคนอื่นหลายๆคน ขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม และมองเห็นการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ยืนยันข้อสันนิษฐานที่ว่า เว็บไซต์ hi5.com มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน ดังจะเห็นได้ว่า hi5 ช่วยสร้างอัตลักษณ์ของผู้ใช้งาน ให้ผู้ใช้งานมีการดำเนินชีวิตที่ชัดเจนขึ้น มีการแสดงออกถึงการดำเนินชีวิตของตนเองมากขึ้น มีการรวมกลุ่มของคนที่มีการดำเนินชีวิตแบบเดียวกัน รวมทั้งมีผู้ใช้งานที่มีการดำเนินชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นเรื่อยๆ ภายใต้เครือข่ายสังคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานแต่ละคน แต่ละกลุ่ม เข้าด้วยกัน กลายเป็นโลกของวัฒนธรรมย่อยอันหลากหลาย ในสังคมออนไลน์แห่งนี้

ผู้ใช้งานเก่า หรือผู้ที่ใช้งาน hi5 ที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้เฉพาะด้าน รวมถึงเป็นผู้ที่มีการดำเนินชีวิตที่เป็นที่ชื่นชม และชื่นชอบของผู้ใช้งานใหม่ สามารถแนะแนวทางให้ผู้ใช้งานใหม่ได้ ทำให้ผู้ใช้งานใหม่ได้มีการปรับพฤติกรรมไปตามกระบวนการการแนะแนว เช่น มีการเปิดรับข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานเก่า คล้อยตามการแนะแนวของผู้ใช้งานเก่า นำข้อเสนอแนะนั้นไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตของตนเอง รวมทั้งผู้ใช้งานใหม่ยังมีการบอกต่อ และชักชวนผู้ใช้งานใหม่คนอื่น ๆ เข้ามาเป็นเครือข่ายสังคมเดียวกัน ทำให้เมื่อมีผู้ใช้งานหน้าใหม่เข้ามาร่วมในเครือข่ายนี้มากขึ้นเรื่อยๆ จนเกิดการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตที่เป็นไปในลักษณะคล้ายคลึงกันกับกลุ่มที่มีอยู่เดิม

จึงกล่าวได้ว่า การสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (Acculturation) ที่เกิดขึ้นในเครือข่ายสังคมออนไลน์ hi5.com มีแนวโน้มไปในลักษณะผสมผสานวัฒนธรรม มากกว่าการกลืนวัฒนธรรม เนื่องจากเมื่อผู้ใช้งานแต่ละกลุ่มที่มีวัฒนธรรมย่อยต่างกันมาปะทะกัน และมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ได้เกิดการแลกเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเพียงบางส่วน แต่ละกลุ่มก็ยังคงดำเนินชีวิตตามวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนอยู่ ในขณะที่เดียวกันก็ยอมรับวัฒนธรรมอื่นๆ เข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมเดิมของกลุ่มตนด้วย ไม่ได้ถูกกลืนวัฒนธรรมไปเสียทีเดียว

ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่า เว็บไซต์ hi5.com มีบทบาทต่อการแนะนำการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเข้ามาใช้พื้นที่ในเว็บไซต์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ตัวตน นั้นเกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ในการตอบสนองของความต้องการส่วนลึกทางจิตใจ ที่ไม่สามารถเปิดเผย หรือระบายความเป็นตัวตนที่แท้จริง ได้ในสังคมจริง หรือแม้กระทั่งบุคคลที่ต้องการปลอมเป็นคนอื่น หรือสร้างตัวตนขึ้นมาใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการซ่อนเร้น ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา ความตึงเครียด หรือความเบื่อหน่ายในชีวิตจริงที่ประสบอยู่

ในขณะเดียวกัน เมื่อชีวิตจริงของผู้คนไม่น่าอภิรมย์อย่างที่คิด แต่ละชีวิตก็ต่างมีปัญหาที่แตกต่างกัน เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ hi5.com ดูเหมือนว่าจะจะเป็นสถานที่ให้ความบันเทิงอย่างดี ไม่เพียงแค่นั้นยังเป็นพื้นที่ให้บุคคลสามารถวาดตัวตนได้ตามใจเท่านั้น แต่ hi5 ยังเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปรียบเสมือนสนามเด็กเล่นที่กว้างสุดสายตา สามารถเข้าไปวิ่งเล่น ดูคลิปวิดีโอ ฟังเพลง พูดคุยกับเพื่อน แอบดูเรื่องราวของคนอื่น รับรู้ข่าวสารใหม่ๆ สามารถพบเจอคนแปลกหน้า ทำความรู้จัก และสานสัมพันธ์ได้โดยอิสระ

แต่กระนั้น ผลการวิจัย ได้แสดงให้เห็นว่า ในสื่ออินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้นั้นกลับมีความสำคัญมากกว่าตัวสื่อ กว่าที่เคยมีมา เว็บไซต์ hi5 ก็เช่นเดียวกัน ที่ในท้ายที่สุดแล้ว จะก่อให้เกิดประโยชน์หรือโทษ ก็ขึ้นอยู่กับตัวของผู้ใช้งานจะเลือกใช้ หากใช้ไปในทางที่เหมาะสม เช่น การเผยแพร่หลักธรรมคำสอน หรือการแสดงออกที่พอดี ก็จะทำให้เกิดผลในทางที่งดงาม ในทางตรงกันข้าม หากใช้ไปในทางที่ผิด เช่น การใช้เพื่อหาเพื่อน การแสดงออกทางเรื่องเพศอย่างเปิดเผยเกินไป ก็อาจจะก่อให้เกิดโทษได้

ทั้งนี้ นอกจาก พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ที่มีความสำคัญแล้ว ดูเหมือนว่าปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมแสดงออกเรื่องเพศในทางที่ผิด คือการที่คนไทยถูกครอบงำในลักษณะการใช้อำนาจจากสถาบันครอบครัว และสถาบันการศึกษา มาตั้งแต่เยาว์วัย การมองเรื่องเพศเป็นเรื่องต้องห้าม และเป็นเรื่องสกปรก การเรียนรู้ที่จะแสดงออกในเรื่องเพศยังเป็นเรื่องที่ถูกปิดกั้นในสังคมไทย ดังนั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในโลกเสมือน ซึ่งเปิดกว้างสำหรับเรื่องที่ถูกห้ามกระทำในโลกจริง และสามารถปลอมตัวได้หลายอัตลักษณ์ จึง

กลายเป็นทางออกสำหรับการระบายอารมณ์ทางเพศ รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของตนให้ชัดเจนขึ้น ตามความต้องการที่แท้จริงของตน

จึงกล่าวได้ว่า ในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน ซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างเท่าเทียม หากสังคมไทยมีการเปิดกว้าง ให้ความรู้ ความเข้าใจ ไม่ปิดกั้นในเรื่องเพศ ทว่ามีการสร้างและพัฒนาความสามารถในการรับรู้และคัดกรองข้อมูลที่ดีและถูกต้องเหมาะสมสำหรับผู้ใหญ่และเยาวชนมากขึ้น อาจมีส่วนช่วยลดอาชญากรรมทางเพศ และเรื่องผิดศีลธรรมอื่นๆ ลงได้

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยยังสื่อให้เห็นว่า เมื่อเราก้าวเข้าไปสู่ในโลกเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจเปรียบเสมือนเรากำลังก้าวเข้าสู่โลกของความยุ่งเหยิง ที่ทำให้เราเปลี่ยนตัวตนไปเป็นคนใน ชีวิตจริงด้วยก็เป็นได้ และเป็นไปได้ว่าในอนาคตอันใกล้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ อาจจะมีการพัฒนาไปได้ไกล และกว้างขวางกว่าที่เป็นอยู่นี้อย่างคาดไม่ถึง เป็นผลมาจากเทคโนโลยีสื่อสารที่ก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้ง รวมทั้งความต้องการของมนุษย์ที่ไม่เคยหยุดนิ่ง

6.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตัวตนเฉพาะตัวตนในสังคมเสมือน ซึ่งได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์เชิงลึก ช่วยในการเก็บข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์เพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถทราบถึงตัวตนในสังคมจริงของผู้ใช้งาน ว่ามีลักษณะอย่างไร รวมถึงมีผู้ใช้งานบางส่วนที่ผู้วิจัยไม่อาจเข้าถึงเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก จึงอาศัยการวิเคราะห์เนื้อหาเท่านั้น

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในแง่มุมอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสังคม อันเกิดจากการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร
2. ศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะสำหรับเว็บมาสเตอร์ หรือผู้พัฒนาเว็บไซต์ ได้แก่ การกำหนดนโยบายการพัฒนาเนื้อหาที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน รวมถึงสร้างกลไกกำกับดูแลควบคุมเนื้อหาที่ไม่ดี เช่น ปัญหาอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์
3. ศึกษาสังคมออนไลน์ เพื่อนำแนวคิดที่เป็นประโยชน์ มาสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้เฉพาะด้านและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของภาคประชาชน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ : เติสัน เพรส โปรดักส์, 2542.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เติสันโปรดักส์ จำกัด, 2551.

กิตติ กันภัย. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

จำเนียร ช่างโชติ. การให้บริการบริการปรึกษาและแนะแนวเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2529.

ชินส์คค สุวรรณัจฉริย. เครือข่ายทางสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549.

ทีมงาน BrandAge. นิตยสาร BrandAge Essential Subdivision 1 2008. 3.0: Convergence, 26-32. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ, 2551.

ปิยพงษ์ ป้องภัย. นิตยสาร Positioning. Hi5 มาแรงสุด, 80-128. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ตะวันออก จำกัด (มหาชน), 2551.

ปิยะนุสรณ์ ศิริสุข. การยืนยันในเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ในบุคคลที่มีการปะทะสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา สังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

พนม ล้อมอารีย์. การแนะแนวเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2548.

พรหมธิดา แสนคำเครือ. การแนะแนวเบื้องต้น. พิษณุโลก : ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2528.

รัตนวลี เกียรตินิยมศักดิ์. มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์: กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC). รายงานผลการสำรวจกลุ่ม

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2551. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2551.

สายชล บุรณกิจ. บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2541.

หน่วยปฏิบัติการวิจัยเทคโนโลยีเครือข่าย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
(NECTEC). Internet Users and Statistics in Thailand. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:
<http://internet.nectec.or.th>, 2551.

อัฒจันทร์ สันติไชยกุล. รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง และการรับนวัตกรรมสินค้า
แฟชั่นของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

อิทธิพล ปริติประสงค์ และคณะ. โครงการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ต
กองทุน ศาสตราจารย์ คณิง ภาไชย. กรุงเทพฯ : คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
, 2546.

ภาษาอังกฤษ

Alexa.com. "Top Sites Thailand" [Online]. Available: [http://www.alexa.com/site/ds/
top_sites?cc=TH&ts_mode=country&=none](http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=TH&ts_mode=country&=none), 2008.

Danah m. boyd. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship" [Online].
Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, 2007

Fred E. Jandt. An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global
Community. Fifth Edition. London : Sage, 2007.

Hi5networks. "hi5 Now In Thai!" [Online]. Available: [http://www.hi5networks.com
/blog/2007/12/hi5_now_in_thai_hi5.html](http://www.hi5networks.com/blog/2007/12/hi5_now_in_thai_hi5.html), 2007

Philip N. Howard, Steve Jones. Society Online: The Internet in Context. London: Sage,
2004.



ภาคผนวก

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นโยบายความเป็นส่วนตัวของ hi5

นโยบายความเป็นส่วนตัวของ hi5

hi5 ได้นำเสนอสถานที่ออนไลน์สำหรับพบปะกับเพื่อนๆ นโยบายความเป็นส่วนตัวนี้มีความมุ่งหมายที่จะแจ้งให้คุณทราบถึงนโยบายของ hi5 และนำไปปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่ต่อนโยบายที่รวบรวมไว้ การเปิดเผยและการนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้สำหรับข้อมูลที่คุณส่งมาให้ผ่านทางเว็บไซต์ของเรา

hi5 ("hi5", "เรา" หรือ "พวกเรา") เคารพในความเป็นส่วนตัวของผู้เยี่ยมชมไซต์ เว้นแต่ระบุเป็นอย่างอื่น เงื่อนไขที่แสดงเป็นตัวพิมพ์ใหญ่จะมีความหมายตามที่กำหนดให้กับคำๆ นั้นเช่นที่ปรากฏในเงื่อนไขการใช้บริการ hi5 ที่คุณจะได้ที่ [7http://hi5.com/friend/displayTOS.do](http://hi5.com/friend/displayTOS.do) และสอดคล้องกับนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้ในกรณีของการอ้างอิง

"ข้อมูลส่วนบุคคล" เป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวคุณที่เป็นข้อมูลระบุเอกลักษณ์ส่วนบุคคลของคุณ เช่น ชื่อ ที่อยู่ ที่อยู่อีเมล หรือหมายเลขโทรศัพท์ของคุณ รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่ไม่เปิดเผยสู่สาธารณะซึ่งเกี่ยวข้องกับการหาข้อมูลเบื้องต้น.

"ข้อมูลที่ไม่ระบุชื่อ" หมายถึง ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกันหรือไม่มีการเชื่อมโยงไปยังข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลที่ไม่ระบุชื่อจะไม่อนุญาตให้มีการระบุเอกลักษณ์ส่วนบุคคล เราจะเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลที่ไม่ระบุชื่อโดยปฏิบัติตามที่ได้อธิบายไว้ในนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้

คำอนุญาตจากผู้ใช้

โดยการส่งข้อมูลส่วนตัวมาผ่านทางเว็บไซต์ของเรา คุณยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขของนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้และแสดงคำอนุญาตให้ดำเนินการข้อมูลส่วนตัวของคุณได้ตามนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้ ข้อมูลส่วนตัวของคุณอาจนำไปดำเนินการโดย hi5 ในประเทศที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ และในประเทศอื่นอีกด้วย (รวมทั้งในสหรัฐอเมริกา) ซึ่งเป็นประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินการกับข้อมูลส่วนตัวที่อาจมีความเคร่งครัดน้อยกว่ากฎหมายในประเทศของคุณ

โดยทั่วไป

เราจะเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวที่คุณส่งมาให้เราด้วยความสมัครใจผ่านทางเว็บไซต์ของเรา ในขณะที่คุณลงทะเบียนเพื่อเข้าใช้เครือข่าย hi5 เราจะเก็บรวบรวมชื่อ ที่อยู่ อีเมล เพศ วันเกิด และรหัส ZIP ของคุณ

เราอาจรวบรวมหมายเลขโทรศัพท์ของคุณจากอุปกรณ์เคลื่อนที่และส่งข้อความให้กับคุณ ถ้าคุณตัดสินใจว่าคุณต้องการรับ SMS, MMS หรือข้อความตัวอักษรแบบอื่นจากบริการต่างๆ เมื่อใดที่คุณบันทึกข้อมูลส่วนตัวอื่นๆ ลงในโปรไฟล์ของคุณ เราจะเก็บรวบรวมข้อมูลใดๆ ก็ตามที่คุณป้อนเข้าไป

เมื่อคุณป้อนข้อมูลส่วนตัวผ่านทางเครือข่าย hi5 โดยใช้คุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งของเครือข่าย hi5 ดังตัวอย่างเช่น สมุดบันทึก หนังสือรับรอง กลุ่ม หรือบอร์ดข้อความ เราจะเก็บรวบรวมข้อมูลใดๆ ก็ตามที่คุณป้อนเข้ามา ("ข้อมูลที่ประกาศต่อสาธารณชน") เมื่อคุณติดต่อเรามาโดยการส่งอีเมล เราจะเก็บรวบรวมที่อยู่อีเมลรวมทั้งข้อมูลใดๆ ที่อยู่ในอีเมลที่คุณส่งมาให้เรา

ทันทีที่คุณลงทะเบียนกับ hi5 และลงชื่อเข้าใช้บริการของเรา คุณจะไม่ใช่ผู้ใช้ที่ไม่ระบุชื่อสำหรับเรา หากคุณกำลังเรียกดูไซต์โดยไม่มี การลงทะเบียนไว้กับ hi5 คุณจะเป็นผู้ใช้ที่ไม่ระบุชื่อสำหรับเรา แต่เราจะเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายการข้างล่างไว้ภายใต้ข้อมูลส่วนตัวที่จัดเก็บโดยการใช้เทคโนโลยี ถ้าคุณเลือกที่จะใช้บริการค่าเชิญของเราเพื่อบอกเพื่อนของคุณเกี่ยวกับไซต์ของเรา เราจะขอให้คุณให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการส่งค่าเชิญ เช่น ที่อยู่อีเมลของเพื่อนคุณ เราจะส่งอีเมลเชิญเพื่อนของคุณให้เข้ามาดูไซต์ของเรา hi5 จัดเก็บข้อมูลนี้เพื่อส่งค่าเชิญเหล่านี้ เพื่อลงทะเบียนการเชื่อมต่อเพื่อนหากค่าเชิญของคุณได้รับการยอมรับ และเพื่อติดตามความสำเร็จของโปรแกรมอ้างอิง เพื่อนของคุณอาจติดต่อเราที่ help@hi5.com เพื่อขอให้เราลบข้อมูลนี้ออกจากฐานข้อมูลของเรา

การใช้ข้อมูล

ผู้เยี่ยมชมไซต์สามารถดูข้อมูลในโปรไฟล์ของคุณและรูปภาพที่คุณได้อัปโหลดไปยังชุมชน hi5 คุณสามารถควบคุมว่าจะให้ข้อมูลในโปรไฟล์ส่วนใดหรือรูปภาพใดของคุณมองเห็นได้โดยผู้

เยี่ยมชมไซต์ รวมทั้งสามารถควบคุมให้เครือข่ายสมาชิกของ hi5 แต่ละเครือข่ายสามารถเข้าสู่ข้อมูลใดของคุณได้บ้าง

เพื่อให้คุณสามารถใช้คุณลักษณะบางอย่างที่ชุมชน hi5 เสนอให้สมาชิกของชุมชน เราอาจใช้ข้อมูลส่วนตัวที่เก็บบันทึกไว้ในโปรไฟล์ของคุณ หลังจากที่คุณขอใช้คุณลักษณะดังกล่าวมา ตัวอย่างเช่น เพื่อส่งอีเมลค่าเชิญไปยังผู้คนที่คุณระบุไว้ว่ามีความสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน hi5 เพื่อเป็นการจัดเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคมสำหรับบุคคลที่อาจให้ความสนใจเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน hi5 เราอาจใช้ข้อมูลในโปรไฟล์ส่วนตัว และรูปภาพของคุณในไซต์และในการส่งอีเมล ตัวอย่างเช่น เมื่อเราส่งจดหมายเตือนก่อนถึงวันเกิดไปยังสมาชิก hi5 หรือเมื่อเราส่งจดหมายข่าวทั่วไปไปยังสมาชิกของชุมชน hi5 เมื่อคุณตัดสินใจที่จะดูโปรไฟล์ของสมาชิกรายใดรายหนึ่ง เราอาจแสดงให้สมาชิก hi5 รายนั้นทราบว่าคุณเลือกที่จะดูโปรไฟล์ของเขา หากคุณไม่ต้องการให้เราแสดงต่อสมาชิก hi5 รายอื่นทราบว่าเราได้ดูโปรไฟล์ของพวกเขาแล้ว คุณสามารถเปลี่ยนสิ่งนี้ในการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวของคุณได้ เมื่อคุณให้หมายเลขโทรศัพท์ของคุณกับเรา เราอาจใช้หมายเลขโทรศัพท์นี้เพื่อติดต่อสื่อสารกับคุณตามที่คุณแจ้งขอเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร หากคุณตัดสินใจที่จะใช้คุณลักษณะบางอย่างในเครือข่าย hi5 (เช่น สมุดบันทึก หนังสือรับรอง กลุ่ม บอร์ดข้อความ ตำแหน่ง และอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน) บางส่วนของข้อมูลส่วนตัวที่คุณป้อนเข้าไปในโปรไฟล์ hi5 ของคุณ และข้อมูลต่างๆ รวมทั้งข้อมูลส่วนตัวที่คุณป้อนเข้าไปโดยใช้คุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งในคุณลักษณะเหล่านี้ อาจถูกนำไปใช้และแสดง

สมาชิก hi5 สามารถใช้คุณลักษณะการค้นหาเพื่อค้นหาสมาชิกรายอื่นตามเกณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น สถานที่ หรือเพศ เป็นต้น ข้อมูลส่วนตัวที่สมาชิก hi5 ป้อนลงในโปรไฟล์ hi5 จะถูกนำมาใช้ในการค้นหาเหล่านี้ โปรดทราบว่าถ้าคุณเลือกแสดงตำแหน่งของคุณ เช่นที่กำหนดโดยคุณหรือโดยผู้ให้บริการอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่คุณกำลังใช้ ข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งของคุณที่นำเสนอต่อบริการโดยผู้ให้บริการจะถูกนำมาใช้ภายในโปรไฟล์สมาชิกของคุณ และสมาชิกคนอื่นและผู้เยี่ยมชมไซต์สามารถดูและค้นหาได้

โปรดทราบว่าข้อมูลใดก็ตามที่โพสต์สู่สาธารณะผ่านทางเครือข่าย hi5 ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์จะสามารถเข้าถึงได้ทุกคน

hi5 อาจวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น นอกจากนี้ hi5 ยังอาจลบข้อมูลระบุตัวบุคคลออกจากข้อมูลที่รวบรวมไว้ เพื่อจัดทำให้เป็นข้อมูลที่ไม่มีการระบุชื่อ

hi5 อาจใช้ข้อมูลที่ไม่ระบุชื่อนี้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ และเปิดเผยข้อมูลที่ไม่ระบุชื่อในการตัดสินใจที่รอบคอบ

การแบ่งปันและการเปิดเผยข้อมูล

hi5 ไม่ให้เช่า ขาย หรือแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับตัวคุณกับผู้อื่น หรือบริษัทอื่นที่ไม่ใช่บริษัทในเครือ เว้นแต่เพื่อเป็นการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คุณต้องการ เมื่อเราได้รับอนุญาตจากคุณ หรือมิฉะนั้นก็เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ในนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้

เราจัดเตรียมข้อมูลส่วนตัวของคุณไว้สำหรับผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก ซึ่งปฏิบัติงานให้ในนามของ hi5 หรือปฏิบัติงานร่วมกับ hi5 ภายใต้ข้อตกลงการรักษาความลับเพื่อจัดหาบริการและคุณลักษณะบางประการของชุมชน hi5 และเพื่อช่วยเราในการสื่อสารกับสมาชิก hi5 ผู้ให้บริการเหล่านี้อาจใช้ข้อมูลส่วนตัวของคุณเพื่อสื่อสารกับคุณเกี่ยวกับข้อเสนอและบริการจาก hi5 และคู่ค้าทางการตลาดของเรา อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการเหล่านี้ไม่มีสิทธิโดยอิสระในการแบ่งปันข้อมูลนี้

หากคุณตัดสินใจที่จะเลือกใช้หนึ่งในบริการเพิ่มเติมที่คู่ค้าของเราจัดทำให้ เช่น บริการค้นหาอีเมล หรือแฟกซ์อิเล็กทรอนิกส์ เราอาจส่งต่อข้อมูลส่วนตัวไปให้คู่ค้าเหล่านี้ เพื่อให้คู่ค้าสามารถจัดหาบริการที่คุณต้องการนอกจากนี้

เรายังจัดเตรียมข้อมูลให้กับบริษัทโฆษณาที่เป็นบุคคลภายนอก ซึ่งจะอธิบายในส่วนต่อไป โปรดทราบว่าบริการที่คู่ค้าของเราหรือบริษัทโฆษณาที่เป็นบุคคลภายนอกเข้าไปจัดการกับข้อมูลส่วนตัวของคุณนั้น จะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลตามนโยบายความเป็นส่วนตัวขององค์กรเหล่านั้น ไม่ใช่ในนโยบายความเป็นส่วนตัวของเรา

หากคุณต้องการทราบ (1) ประเภทของข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับตัวคุณที่เราได้เปิดเผยต่อบุคคลภายนอกในปีปฏิทินก่อนหน้า เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดของบุคคลภายนอก และ/หรือ (2) ชื่อและที่อยู่ของบุคคลภายนอกดังกล่าว โปรดติดต่อมาที่เรา

เราจะเปิดเผยข้อมูลในกรณีที่มีหมายเรียกพยาน เป็นคำสั่งศาล หรือตามกระบวนการทางกฎหมาย หรือเพื่อเป็นการพิสูจน์หรือใช้สิทธิของเราตามกฎหมาย หรือเพื่อแก้ต่างข้อเรียกร้องทางกฎหมาย เราอาจเปิดเผยข้อมูล หากเห็นว่ามีความจำเป็นต้องสอบสวนหาข้อเท็จจริง ป้องกัน หรือ

กระทำการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ต้องสงสัยว่าผิดกฎหมายหรือเป็นการฉ้อฉล สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางร่างกายของบุคคลใดก็ตาม การฝ่าฝืนเงื่อนไขการใช้งานของ hi5 หรือ มิฉะนั้น บทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

หากบริษัทอื่นเข้าถึงสิทธิเหนือบริษัทหรือสินทรัพย์ของเรา บริษัทดังกล่าวจะมีสิทธิครอบครองข้อมูลส่วนตัวที่เราได้รวบรวมไว้ รวมทั้งได้รับสิทธิและมีข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยข้อมูลส่วนตัวของคุณตามที่ระบุไว้ในนโยบายนี้

บริษัทโฆษณาที่เป็นบุคคลภายนอก

เราใช้บริษัทโฆษณาที่เป็นบุคคลภายนอกเพื่อให้บริการด้านการโฆษณาเมื่อคุณเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเรา บริษัทเหล่านี้อาจใช้ข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ หรือ อายุ และข้อมูลอื่นๆ (ไม่รวมถึง ชื่อ ที่อยู่ ที่อยู่อีเมล หรือหมายเลขโทรศัพท์ของคุณ) ที่เกี่ยวกับการที่คุณเยี่ยมชมเว็บไซต์นี้หรือเว็บไซต์อื่นๆ เช่น เวลาที่เข้าสู่ระบบ ที่อยู่ IP หรือข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) หรือผู้ให้บริการอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อจัดหาโฆษณาบนไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการที่อาจอยู่ในความสนใจของคุณ

ข้อมูลส่วนตัวที่รวบรวมผ่านทางเทคโนโลยี

เมื่อคุณเข้าไปที่ไซต์ อาจมีข้อมูลบางส่วนที่ถูกรวบรวมและจัดเก็บบนเซิร์ฟเวอร์ของเรา ซึ่งได้แก่ ที่อยู่ IP ประเภทของเบราว์เซอร์ และระบบปฏิบัติการที่คุณใช้ ถ้าคุณส่ง SMS, MMS หรือข้อความตัวอักษรให้กับบริการ เราจะรวบรวมหมายเลขโทรศัพท์ (หากมี) จากการสื่อสารที่ส่งข้อความดังกล่าว นอกจากนี้ เรายังใช้คุกกี้และข้อมูลการเข้าเว็บไซต์ เช่น URL เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวันที่และเวลาที่คุณเข้าเยี่ยมชม รวมทั้งโซลูชันและข้อมูลที่คุณได้ค้นหาและดู หรือมีโฆษณาใดบ้างที่คุณได้คลิกให้แสดงขึ้นบนไซต์ ข้อมูลประเภทนี้จะถูกรวบรวมไว้เพื่อการปรับปรุงบริการและโซลูชันของเราให้เกิดประโยชน์ต่อคุณให้มากขึ้น และเพื่อนำประสบการณ์ของชุมชน hi5 มาปรับให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจเป็นพิเศษของคุณ หากคุณค้นหาชุมชน hi5 โดยใช้แถบเครื่องมือที่ hi5 หรือบริษัทที่เป็นบุคคลภายนอกจัดหาให้ เราอาจเก็บรวบรวมข้อมูลที่ไม่ระบุชื่อของคุณไว้โดยอัตโนมัติ แต่เราจะไม่เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัว

"ที่อยู่อินเทอร์เน็ตโปรโตคอล" หรือ "ที่อยู่ IP" เป็นหมายเลขที่กำหนดให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ของคุณโดยอัตโนมัติเมื่อคุณใช้อินเทอร์เน็ต ในบางกรณี ที่อยู่ IP ของคุณจะยังคงหมายเลขเดิมจากเซสชันเบราว์เซอร์หนึ่งถึงอีกเซสชันหนึ่ง แต่ถ้าคุณใช้บริการจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไป ที่อยู่ IP ของคุณอาจเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละเซสชันก็เป็นได้ เราจะติดตามที่อยู่ IP ของคุณทันทีที่คุณเข้าสู่ระบบในไซต์

"คุกกี้" เป็นส่วนประกอบเล็กๆ ของข้อมูลที่เว็บไซต์ส่งไปยังฮาร์ดไดรฟ์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ของคุณในขณะที่คุณกำลังดูเว็บไซต์ hi5 อาจใช้ทั้งเซสชันคุกกี้ (ซึ่งจะสิ้นสุดทันทีที่คุณปิดเว็บเบราว์เซอร์ของคุณ) และคุกกี้ที่คงอยู่ตลอดเวลา (ซึ่งจะอยู่บนคอมพิวเตอร์ของคุณจนกว่าคุณจะลบออกไป) เพื่อจัดเตรียมประสบการณ์ที่ได้ตอบกับคุณและเข้ากับตัวคุณได้ดียิ่งขึ้นบนไซต์ คุกกี้ที่คงอยู่ตลอดเวลาสามารถลบออกได้โดยทำตามคำแนะนำจากไฟล์วิธีใช้ของอินเทอร์เน็ตเบราว์เซอร์ของคุณ หากคุณเลือกที่จะปิดการใช้งานคุกกี้ อาจทำให้พื้นที่บางส่วนของเว็บไซต์ทำงานได้ไม่ถูกต้อง

บริษัทที่เป็นบุคคลภายนอกอื่นๆ อาจวางโฆษณาและคุกกี้ลงบนหน้าเว็บภายในเครือข่าย hi5 ได้ บริษัทอื่นๆ จะใช้คุกกี้ของพวกเขาโดยขึ้นอยู่กับนโยบายความเป็นส่วนตัวของแต่ละบริษัท ไม่ใช่ในนโยบายฉบับนี้

ความสามารถของคุณในการแก้ไข และลบข้อมูลบัญชีและการกำหนดลักษณะของคุณ เราขอสงวนสิทธิ์ในการส่งข้อความสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับบริการ เช่น การประกาศเรื่องการให้บริการข้อความจากฝ่ายบริหารงาน และจดหมายข่าว hi5 ที่พิจารณาแล้วว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับบัญชี hi5 ของคุณ หากคุณต้องการจะเลือกไม่รับข้อความข่าวสารเหล่านี้ ให้เข้าสู่ระบบ hi5 และไปที่การตั้งค่าบัญชีของคุณด้วยการคลิกที่ลิงก์บัญชีที่มุมขวาบน คุณสามารถแก้ไขการกำหนดลักษณะของคุณบนหน้านั้น หากคุณต้องการลบบัญชีของคุณ ให้เข้าสู่ระบบ hi5 และไปที่หน้าการตั้งค่าบัญชีของคุณด้วยการคลิกที่ลิงก์บัญชีที่มุมขวาบน บนหน้านั้น คุณจะเห็นลิงก์เพื่อยกเลิกบัญชีของคุณที่ด้านล่างต่ำกว่าฟิลด์ที่อยู่อีเมล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความปลอดภัยและการรักษาความลับ

เราจำกัดการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของคุณได้เฉพาะพนักงานและบุคคลภายนอกที่เราพิจารณาแล้วว่ามีเหตุผลที่จำเป็นในการเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวเพื่อจัดหาบริการและผลิตภัณฑ์ให้กับคุณ หรือเพื่อทำงานตามหน้าที่

เรามีทั้งระบบป้องกันความปลอดภัยทั้งทางด้านกายภาพ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ และระบบป้องกันตามกระบวนการ เพื่อปกป้องข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับตัวคุณ และข้อมูลบัญชี hi5 ของคุณ จะได้รับการป้องกันโดยใช้รหัสผ่านที่คุณกำหนดขึ้นเอง hi5 ใช้การเข้ารหัสลับ SSL ที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมเฉพาะบางส่วนของเว็บไซต์เพื่อป้องกันการรับส่งข้อมูล อย่างไรก็ตาม ไม่มีบริษัทใดรวมทั้ง hi5 ที่สามารถกำจัดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวได้อย่างสมบูรณ์

ไซต์อื่นๆ

การจัดหาลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นหรือตำแหน่งอื่นนั้นทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับคุณเท่านั้น และไม่เป็นการแสดงถึงการรับรองเว็บไซต์อื่นหรือตำแหน่งอื่นหรือเนื้อหาของเว็บไซต์อื่นแต่อย่างใด เราไม่มีการควบคุม ไม่มีการทบทวน และไม่สามารถรับผิดชอบต่อเว็บไซต์จากภายนอกหรือเนื้อหาของไซต์จากภายนอกเหล่านั้น โปรดตระหนักว่า ข้อกำหนดต่างๆ ของนโยบายความเป็นส่วนตัวของเรา ไม่สามารถนำไปใช้กับไซต์จากภายนอกเหล่านี้ได้

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับเด็ก

เราไม่มีความมุ่งหมายในการจัดเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้เยี่ยมชมที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี

โปรดติดต่อเรา

หากคุณมีคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้ โปรดติดต่อเราได้ที่นี่:

hi5 Networks, Inc.

55 2nd St., Suite 300

San Francisco, CA 94105

USA
Attn: Privacy Department
privacy@hi5.com

การเปลี่ยนแปลงของนโยบายความเป็นส่วนตัวนี้

hi5 อาจมีการปรับข้อมูลนโยบายนี้เป็นครั้งคราวตามความเหมาะสม เราจะแจ้งให้คุณทราบหากมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกี่ยวกับวิธีการจัดการข้อมูลส่วนตัว โดยการส่งจดหมายแจ้งไปทางที่อยู่อีเมลเริ่มต้นซึ่งได้ระบุไว้ในบัญชี hi5 ของคุณ หรือโดยการตีประกาศที่เห็นเด่นชัดทางไซต์ของเรา หากคุณมีความเห็นคัดค้านต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ คุณต้องหยุดใช้งานไซต์ของเราทันที การใช้ไซต์ของเราต่อไปหลังจากที่มีประกาศการเปลี่ยนแปลงใดๆ ออกมาแล้ว ย่อมหมายความว่า คุณรับทราบถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแล้ว และยินยอมกระทำตามเงื่อนไขและข้อกำหนดที่มีการเปลี่ยนแปลงดังที่ประกาศไว้

นโยบายนี้มีการปรับข้อมูลไว้ครั้งสุดท้ายในเดือนสิงหาคม 2551

(ที่มา: <http://www.hi5.com/friend/displayPrivacy.do>)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เงื่อนไขการใช้บริการ

อัปเดตเมื่อเดือนสิงหาคม 2551

ยินดีต้อนรับสู่ hi5 - สถานที่สำหรับพบปะเพื่อนฝูง

ในการเข้าใช้ชุมชน hi5 ("ชุมชน") ที่ hi5 Networks, Inc. ("hi5", "พวกเรา" หรือ "เรา") ดำเนินการบนไซต์ของเรา ("ไซต์") คุณตกลงที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขการใช้บริการเหล่านี้ ("ข้อตกลงนี้") ไม่ว่าคุณจะเป็นสมาชิกชุมชน hi5 ("สมาชิก") หรือไม่ก็ตาม บริการต่างๆ ของ hi5 (the "บริการต่างๆ") ประกอบด้วยชุมชนและไซต์

หากคุณต้องการเป็นสมาชิก ติดต่อกับสมาชิกคนอื่น และใช้ประโยชน์จาก บริการ โปรดอ่านข้อตกลงนี้และปฏิบัติตามคำแนะนำใน กระบวนการลงทะเบียน ข้อตกลงนี้กำหนดเงื่อนไขที่มีผลผูกมัดทางกฎหมายสำหรับสมาชิกภาพของคุณและ hi5 อาจแก้ไขข้อตกลงดังกล่าวได้เป็นครั้งคราว hi5 ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อตกลงนี้เป็นครั้งคราว hi5 จะโพสต์ข้อตกลงฉบับแก้ไขบน ไซต์และการใช้บริการดังกล่าวอย่างต่อเนื่องของคุณหลังจากมีการแก้ไขข้อตกลงดังกล่าวแล้วจะ ถูกโพสต์เพื่อแสดงถึงการยอมรับของคุณต่อฉบับแก้ไขนั้น_ หากคุณต้องการใช้บริการบนอุปกรณ์ เคลื่อนที่เช่นที่ปรากฏในส่วนที่ 8 และคุณมีปัญหาในการอ่านข้อตกลงบนอุปกรณ์เคลื่อนที่นั้น โปรดเยี่ยมชมไซต์ hi5 ที่ <http://hi5.com/friend/displayTOS.do> เพื่ออ่านข้อตกลงนี้ก่อนยอมรับ ข้อตกลงบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ด้วยการลงทะเบียน และ/หรือเข้าใช้หรือใช้บริการ คุณอาจรับสำเนา ข้อตกลงนี้ด้วยการส่งอีเมลถึงเราที่: help@hi5.com หัวข้อ: "ข้อตกลงเงื่อนไขการใช้บริการ"

นอกจากนี้ เมื่อใช้ฟังก์ชันและคุณลักษณะพิเศษที่เป็นส่วนหนึ่ง ของบริการ คุณอาจต้อง ปฏิบัติตามข้อชี้แนะ เงื่อนไข หรือกฎข้อบังคับเพิ่มเติมที่สามารถนำมาบังคับใช้กับฟังก์ชันและ คุณลักษณะดังกล่าว ("เงื่อนไขเพิ่มเติม") ซึ่งอาจมีการโพสต์ไว้เป็นครั้งคราว เงื่อนไขเพิ่มเติม ดังกล่าว ทั้งหมดของ hi5 และนโยบายความเป็นส่วนตัวของ hi5 (www.hi5.com/friend/displayPrivacy.do) ถูกนำมารวมไว้ในที่นี้โดยการอ้างอิงถึงข้อตกลงนี้

หากฟังก์ชันและคุณลักษณะเพิ่มเติมดังกล่าวได้มีการจัดเตรียมให้แก่เราโดย คู่ค้ารายใด รายหนึ่งของเรา (เช่น แต่ไม่จำกัดเฉพาะมีเดียเพลย์เยอร์สำหรับเนื้อหาที่จัดไว้ให้ โดยผู้ออก ใบอนุญาตของเรา) เงื่อนไขเพิ่มเติมที่กำหนดวิธีการที่คุณใช้ ฟังก์ชันและคุณลักษณะดังกล่าวจะไม่

รวมอยู่ในข้อตกลงนี้ แต่ จะกำหนดวิธีการที่คุณใช้ฟังก์ชันและคุณลักษณะดังกล่าว โดยคุณตกลงที่จะปฏิบัติตามและยอมรับว่าเงื่อนไขดังกล่าวเป็นข้อกำหนดในการเข้าใช้งาน ฟังก์ชันและคุณลักษณะดังกล่าวของคุณ

1. การที่คุณสมบัติครบถ้วน บริการต่างๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเข้าใช้งาน โดยบุคคลธรรมดาที่มีอายุตั้งแต่สิบสาม (13) ปีขึ้นไปเท่านั้น การเข้าใช้งานบริการต่างๆ แสดงว่าคุณกำลังรับรองว่าคุณมีอายุอย่างน้อย สิบสาม (13) ปีขึ้นไป ในการใช้บริการต่างๆ คุณแสดงออกและรับประกันว่าคุณมีสิทธิ อำนาจ และความสามารถในการทำข้อตกลงนี้รวมทั้งในการปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดทั้งหมดของข้อตกลงนี้ หากคุณเพียงแค่ท่องเน็ตหรือเรียกดูไซต์ต่างๆ แต่ยังไม่ได้ลงทะเบียนเพื่อเป็น สมาชิก การใช้ไซต์ของคุณยังคงอยู่ภายใต้ข้อตกลงนี้ หาก你不ตกลงตามข้อตกลงนี้ โปรดอย่าใช้บริการต่างๆ นี้

2. บัญชีสมาชิก เมื่อคุณลงทะเบียนเป็นสมาชิกและสร้างบัญชีสมาชิก hi5 ("บัญชีสมาชิก") ระบบจะขอให้คุณเลือกชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านสำหรับบัญชีสมาชิกของคุณด้วยเช่นกัน คุณมีความรับผิดชอบทั้งหมดในการรักษารหัสผ่านของคุณไว้เป็นความลับ คุณตกลงที่จะไม่ใช้บัญชีสมาชิก โปรไฟล์สมาชิก ชื่อผู้ใช้ หรือรหัสผ่านของสมาชิกคนอื่นไม่ว่าในเวลาใดก็ตาม คุณตกลงที่จะแจ้งให้เราทราบทันทีที่คุณสงสัยว่าอาจมีการใช้บัญชีสมาชิกหรือโปรไฟล์สมาชิกหรือมีการเข้าใช้รหัสผ่านของคุณโดยไม่ได้รับอนุญาต คุณมีความรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวสำหรับการใช้บัญชีสมาชิกและโปรไฟล์สมาชิกใดๆ หรือทั้งหมดของคุณ

3. เงื่อนไข ข้อตกลงนี้ยังคงมีอำนาจและมีผลบังคับใช้อย่างเต็มที่ในขณะที่คุณใช้บริการต่างๆ และ/หรือเป็นสมาชิก คุณอาจยกเลิกสมาชิกภาพของคุณเมื่อใดก็ได้ ด้วยเหตุผลใดก็ได้โดยปฏิบัติตามคำแนะนำในหน้า "วิธีใช้" หรือเมื่อ hi5 ได้รับจดหมายหรืออีเมลแจ้งการยกเลิกเป็นลายลักษณ์อักษร hi5 อาจยกเลิกไม่ให้คุณเข้าใช้งานไฮต์ hi5 อาจยกเลิกสมาชิกภาพของคุณด้วยเหตุผลใดก็ตามที่มีผลบังคับใช้ขณะส่งจดหมายแจ้งไปให้คุณตามที่อยู่อีเมลที่ให้ไว้ในการสมัครสมาชิกของคุณ หรือที่อยู่อีเมลอื่นใดที่คุณอาจให้แก่ hi5 ในภายหลัง หาก hi5 ยกเลิกสมาชิกภาพของคุณในชุมชนเนื่องจากคุณได้ฝ่าฝืนข้อตกลง คุณจะ ไม่มีสิทธิได้รับเงินคืนสำหรับค่าสมัครใดๆ ที่ไม่ได้ใช้ทั้งสิ้น (หากมี) แม้หลังจากที่ข้อตกลงนี้ถูกยกเลิก ข้อกำหนดต่อไปนี้ของข้อตกลงนี้จะยังคงมีผลบังคับใช้: ข้อ 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 และ 20

4. การไม่ใช้เพื่อการค้าโดยสมาชิก บริการต่างๆ มีไว้เพื่อการใช้งานส่วนบุคคลของสมาชิกแต่ละรายเท่านั้น และไม่สามารถใช้ร่วมกับความพยายามเชิงพาณิชย์ใดๆ ซึ่งรวมถึงการจัดลิงก์ไปยังเว็บไซต์อื่นไม่ว่าจะถือว่าเป็นคู่แข่งกับ hi5 หรืออื่นใดหรือไม่ก็ตาม องค์กร บริษัท และ/หรือธุรกิจต่างๆ ไม่สามารถเป็นสมาชิกของ hi5 ได้ และไม่ควรรู้ใช้บริการต่างๆ ของ hi5 เพื่อจุดประสงค์ใด การใช้บริการต่างๆ โดยผิดกฎหมายและ/หรือโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงการกำหนดกรอบหรือการลิงก์โดยไม่ได้รับอนุญาตไปยังเว็บไซต์จะได้รับการตรวจสอบ และจะมีการดำเนินการทางกฎหมายตามความเหมาะสม นอกจากนี้ ห้ามคุณลงทะเบียนบัญชีสมาชิกมากกว่าหนึ่งบัญชี ลงทะเบียนบัญชีสมาชิกในนามของบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ตัวคุณเอง หรือลงทะเบียนบัญชีสมาชิกในนามของกลุ่มหรือนิติบุคคลอื่น นอกจากนี้ ห้ามคุณใช้หรือพยายามใช้บัญชีสมาชิกของบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเราหรือสร้างข้อมูลระบุตัวบุคคลปลอมบนบริการของเรา

5. กรรมสิทธิ์ในการครอบครองบริการ hi5 เป็นเจ้าของและมีสิทธิ์ในการครอบครองบริการต่างๆ ทั้งหมด บริการต่างๆ ประกอบด้วยข้อมูลที่ส่งวนลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และข้อมูลกรรมสิทธิ์อื่นๆ ("ทรัพย์สินทางปัญญา") ของ hi5 และผู้ออกใบอนุญาต รวมทั้งสมาชิกคนอื่นๆ ของ hi5 ยกเว้นทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งอยู่ในโดเมนสาธารณะหรือที่คุณได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร ห้ามไม่ให้ทำการคัดลอก ดัดแปลง เผยแพร่ ส่งผ่าน แจกจ่าย ดำเนินการ แสดง หรือจำหน่ายทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวและการจัดทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวให้แก่คุณผ่านบริการต่างๆ ไม่ถือเป็นการโอนสิทธิ์ สิทธิครอบครอง หรือผลประโยชน์ใดๆ ในหรือที่มีต่อทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว รวมทั้ง โดยไม่มีข้อจำกัด ทรัพย์สินทางปัญญาใดๆ ในเนื้อหา (เช่นที่ระบุไว้ด้านล่าง) และข้อมูลที่ปรากฏในข้อตกลงนี้ให้แก่คุณหรือบุคคลภายนอกภายใต้

6. เนื้อหาที่โพสต์บนบริการต่างๆ คุณเข้าใจและตกลงว่า hi5 อาจ (แต่ไม่มีข้อผูกมัดที่จะ) ตรวจสอบเนื้อหา การติดต่อสื่อสาร ข้อมูล ทรัพย์สินทางปัญญา สื่อข้อมูล ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ URL โปรไฟล์และสิ่งอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน (รวมเรียกว่า "เนื้อหา") ที่อัปโหลด เผยแพร่ หรือแสดง (ต่อไปนี้จะเรียกว่า "ที่โพสต์") บนบริการต่างๆ และลบหรือปฏิเสธที่จะนำเนื้อหาใดๆ ดังกล่าวสู่ระบบออนไลน์ รวมทั้ง แต่ไม่มีข้อจำกัด เนื้อหาใดๆ ที่ตามดุลยพินิจแต่เพียงผู้เดียวของ hi5 เห็นว่าเป็นการละเมิดข้อตกลงนี้ หรือเนื้อหาที่อาจสร้างความไม่พอใจ ไม่เหมาะสม ผิดกฎหมาย หรือที่อาจละเมิดสิทธิ เป็นอันตราย หรือคุกคามความปลอดภัยของสมาชิกคนอื่นหรือบุคคลภายนอก คุณมีความรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวต่อเนื้อหาที่คุณโพสต์บนบริการต่างๆ หรือส่งผ่านไปยังสมาชิกคนอื่นหรือบุคคลภายนอก การโพสต์เนื้อหาบนพื้นที่ใดๆ ของบริการต่างๆ แสดงว่าคุณอนุญาต และคุณแสดงออกและรับประกันโดยอัตโนมัติว่าคุณมีสิทธิให้ใบอนุญาตที่ไม่

สามารถเรียกคืนได้ แบบถาวร ที่ไม่มีสิทธิผูกขาด ปลอดภัยจากค่าลิขสิทธิ์ และที่ชำระเต็มแล้วแก่ hi5 ในการผลิตซ้ำ แจกจ่าย แสดงสู่สาธารณะ และดำเนินการ (รวมทั้งด้วยวิธีการส่งแบบดิจิทัล ออดิโอ) และใช้เนื้อหา และเพื่อจัดเตรียมผลงานอนุพันธ์ของหรือ รวมเข้าอยู่ในผลงานอื่นๆ เนื้อหาดังกล่าว และเพื่ออนุญาตและให้สิทธิ ในใบอนุญาตย่อยของสิ่งที่กล่าวข้างต้น นอกจากนี้ คุณยังแสดงออกและรับประกันว่าคุณมีสิทธิที่จะโพสต์เนื้อหาและคุณจะไม่โพสต์เนื้อหาที่ผิดกฎหมาย หรือที่ไม่ได้รับอนุญาต และจะไม่ละเมิด ใช้ในทางที่ผิด ฝ่าฝืน หรือต่อต้านสิทธิของบุคคลภายนอกใดๆ (รวมทั้ง โดยไม่มีข้อจำกัด สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาใดๆ) รายการต่อไปนี้เป็นส่วนหนึ่งของประเภทเนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือไม่อนุญาตบนไซต์ ("เนื้อหาที่ไม่อนุญาต") hi5 สงวนลิขสิทธิ์ (แต่ไม่มีข้อผูกมัด) ที่จะตรวจสอบและดำเนินการทางกฎหมายที่เหมาะสมตามดุลยพินิจแต่เพียงผู้เดียวของตนกับบุคคลใดก็ตามที่ละเมิดข้อกำหนดนี้ รวมทั้ง โดยไม่มีข้อจำกัด การลบเนื้อหาที่สร้างความไม่พอใจออกจากบริการและยกเลิกสมาชิกภาพของบุคคลที่ล่วงละเมิดดังกล่าว

เนื้อหาที่ไม่อนุญาตได้แก่เนื้อหาที่:

(ก) สร้างความไม่พอใจด้านสิทธิบัตรแก่ชุมชนออนไลน์ เช่นเนื้อหาที่ส่งเสริมการเหยียดสีผิว การมีอคติ ความเกลียดชังหรืออันตรายต่อร่างกายในลักษณะใดก็ตามต่อกลุ่มใดๆ หรือบุคคล

(ข) ก่อวินหรือสนับสนุนการก่อวินบุคคลอื่น

(ค) เกี่ยวข้องกับการส่งผ่าน "เมลขยะ" "จดหมายลูกโซ่" หรือการส่งจดหมายปริมาณมาก โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือ "จดหมายสแปม"

(ง) ส่งเสริมข้อมูลที่คุณทราบว่าเป็นเท็จ ชักนำไปในทางที่ผิด หรือข้อมูลที่ส่งเสริมกิจกรรมผิดกฎหมาย หรือการกระทำที่ผิดกฎหมาย ถูกใช้ในทางที่ผิด คุกคาม ลามกอนาจาร ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง หรือหมิ่นประมาท

(จ) ส่งเสริมสำเนาที่ผิดกฎหมายและ/หรือที่ไม่ได้รับอนุญาต ("เถื่อน") ของงานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น (ไม่ว่าจะมีเครื่องหมายแสดงไว้หรือไม่ก็ตาม) ตัวอย่างเช่น แต่ไม่จำกัดเฉพาะ การจัดเตรียมโปรแกรมคอมพิวเตอร์เถื่อนหรือลิงก์ไปยังงานดังกล่าว การจัดเตรียมข้อมูลเพื่อหลบหลีกกลไกป้องกันการคัดลอก หรือการจัดเตรียมเพลง วิดีโอเถื่อน หรือเนื้อหาเถื่อนอื่นๆ หรือลิงก์ไปยังเพลงเถื่อน ไฟล์วิดีโอเถื่อน หรือไฟล์ที่มีเนื้อหาเถื่อนดังกล่าว

(ด) หน้าที่มีการจำกัดการเข้าถึงหรือต้องใช้รหัสผ่านในการเข้าถึงเท่านั้น หรือหน้าหรือรูปภาพที่ถูกซ่อนไว้ (หน้าต่างๆ ที่ไม่มีลิงก์ไปหรือจากหน้าที่สามารถเข้าถึงได้อื่นๆ)

(ข) แสดงสื่อข้อมูลลามกหรือแสดงออกทางด้านเพศอย่างชัดเจนไม่ว่าในลักษณะใดก็ตามและในรูปแบบใดก็ตาม

(ค) จัดเตรียมเนื้อหาที่แสวงประโยชน์จากบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีในลักษณะทางเพศหรือมีลักษณะรุนแรง หรือเรียกร้องข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลใดก็ตามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

(ง) จัดเตรียมข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับกิจกรรมผิดกฎหมาย เช่น แต่ไม่จำกัดเฉพาะ การผลิตหรือการซื้ออาวุธผิดกฎหมาย การละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น หรือการจัดเตรียม หรือสร้างไวรัสคอมพิวเตอร์

(จ) เรียกร้องขอรหัสผ่านหรือข้อมูลระบุเอกลักษณ์ส่วนบุคคลไม่ว่าในลักษณะใดก็ตามเพื่อจุดประสงค์ทางการค้าหรือที่ผิดกฎหมายจากผู้ใช้อื่น และพัวพันในกิจกรรมทางการค้าและ/หรือการจำหน่ายสินค้าโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าจากเรา รวมทั้ง โดยไม่มีข้อจำกัด การแข่งขัน รางวัลสมนาคุณ การแลกเปลี่ยนสินค้า การโฆษณา และธุรกิจแบบปิรามิด

(ฉ) ก่อให้เกิด ส่งเสริม หรือถูกใช้เป็นหลักเพื่อจุดประสงค์ในการติดต่อค้าขาย: สินค้าปลอมแปลง สินค้าที่อยู่ภายใต้การห้ามค้าขายของสหรัฐอเมริกา สิ่งเสพติดผิดกฎหมายและอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกลักขโมย และสิ่งของที่ใช้เพื่อการลักขโมย การค้าที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือการค้าหุ้นหรือหลักทรัพย์ สิ่งของเพื่อการพนัน บริการด้านอาชีพที่ควบคุมโดยใบอนุญาตของระบอบการปกครองของรัฐ หรือสิ่งของที่ไม่สามารถถ่ายโอนได้ หรือ (i) สิ่งอื่นใดที่ละเมิดเงื่อนไขของข้อตกลงนี้ซึ่งสร้างความรับผิดชอบให้กับ hi5

คุณต้องใช้บริการต่างๆ ในลักษณะที่สอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับใดๆ ที่สามารถนำมาบังคับใช้ได้ทั้งหมด ห้ามไม่ให้คุณพัวพันในการโฆษณา หรือเรียกร้องให้สมาชิกคนอื่นๆ ซื้อหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการใดผ่านบริการต่างๆ เว้นแต่เมื่อได้รับอนุญาตอย่างชัดเจนจาก hi5 ในหัวข้อเฉพาะเกี่ยวกับบริการต่างๆ ห้ามไม่ให้ส่งผ่านจดหมายลูกโซ่ใดๆ หรือจดหมายขยะไปยังสมาชิกคนอื่นหรือผู้อื่น ห้ามคุณเข้าเกี่ยวข้องกับกาใช้บริการแบบอัตโนมัติ เช่น การใช้สคริปต์

บ็อต หรือในลักษณะที่คล้ายคลึงกันเพื่อเพิ่มเพื่อนหรือส่งความเห็นหรือข้อความ แม้ว่า hi5 จะไม่สามารถติดตามตรวจสอบความประพฤติของสมาชิกเมื่อไม่ได้ใช้บริการต่างๆ แต่การใช้ข้อมูล ที่ได้จากบริการต่างๆ เพื่อก่อกวน ใช้ในทางที่ผิด หรือทำอันตรายต่อบุคคลอื่น เพื่อทำสัญญา โฆษณา หรือเรียกร้อย หรือจำหน่ายแก่สมาชิกคนใดโดยปราศจากการยินยอมอย่างชัดเจนล่วงหน้าถือเป็นการละเมิดกฎข้อบังคับเหล่านี้ด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นการปกป้องสมาชิก ของเราจากการโฆษณาหรือการเรียกร้อยดังกล่าว hi5 ขอสงวนสิทธิ์ที่จะ จำกัดจำนวนอีเมลหรือการสื่อสารอื่นๆ (รวมทั้งการแบ่งปันเนื้อหา) ซึ่งสมาชิกอาจส่งให้สมาชิกคนอื่นภายในช่วงเวลาสี่สิบสี่ (24) ชั่วโมงจนถึงจำนวนที่ hi5 เห็นว่าเหมาะสมตามดุลยพินิจแต่เพียงผู้เดียวของตน

7. โพรไฟล์สมาชิกของคุณ เนื้อหาใดที่ใช้สำหรับ หรือรูปภาพที่โพสต์โดยคุณหรือโพรไฟล์สมาชิกของคุณจะต้องไม่มีภาพโป๊เปลือย ความรุนแรง แสดงออกถึงเรื่องทางเพศ หรือมีเนื้อหาที่สร้างความไม่พอใจ ห้ามไม่ให้โพสต์รูปภาพของบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้น

8. บริการเคลื่อนที่ คุณอาจเข้าถึงและใช้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เฉพาะ เว้นแต่ระบุเป็นอย่างอื่นที่ปรากฏในที่นี้ การเข้าถึงและใช้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่จะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและข้อกำหนดของข้อตกลงนี้ และการปฏิบัติตามอย่างสมบูรณ์ของคุณต่อหน้าที่ความรับผิดชอบทั้งหมดของคุณที่ปรากฏ รวมถึง โดยไม่มีข้อจำกัด เงื่อนไขและข้อกำหนดเกี่ยวกับการใช้และข้อกำหนดต่างๆ ของเนื้อหา ด้วยการเข้าถึงและใช้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ คุณรับรองและเห็นด้วยว่าคุณอาจได้รับการสื่อสารเฉพาะจากบริการ (เช่น SMS, MMS ข้อความตัวอักษร อีเมลเคลื่อนที่หรือวิธีการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ซึ่งรวมเรียกว่า "การสื่อสารเคลื่อนที่") โปรดทราบว่า ด้วยการเข้าถึงและใช้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือด้วยการใช้คุณลักษณะเคลื่อนที่เฉพาะ เช่น การรับหรือการส่งการสื่อสารเคลื่อนที่ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ของคุณ คุณอาจถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการบริการเคลื่อนที่ที่คุณใช้ ("ผู้ให้บริการ") และคุณเป็นผู้รับผิดชอบการชำระค่าธรรมเนียมเหล่านี้แต่เพียงผู้เดียว หากคุณเลือกที่จะอัปเดตโพรไฟล์ของคุณด้วยข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่แท้จริงของคุณ (รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งที่จัดเตรียมโดยผู้ให้บริการหรือแอปพลิเคชันของคุณ) คุณให้การรับรองและเห็นด้วยว่า (ก) ข้อมูลดังกล่าวอาจพร้อมให้บริการกับผู้ดูแลโพรไฟล์สมาชิกทุกคนของคุณ และ (ข) hi5 จะเปิดเผยข้อมูลเหล่านี้เฉพาะเมื่อได้รับคำขอจากคุณ และไม่รับผิดชอบต่อความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว และการใช้ข้อมูลดังกล่าวโดยบุคคลภายนอก รวมถึงสมาชิกคนอื่น

9. นโยบายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ห้ามไม่ให้โพสต์ แจกจ่าย หรือผลิตซ้ำสื่อสงวนลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า หรือข้อมูลกรรมสิทธิ์ใดก็ตาม โดยปราศจากการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษร ล่วงหน้าจากเจ้าของทรัพย์สินดังกล่าว โดยปราศจากการจำกัดสิ่งที่กล่าวข้างต้น หากคุณเชื่อว่า งานของคุณได้ถูกคัดลอกและโพสต์บนบริการต่างๆ ในลักษณะที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ โปรดแจ้ง ข้อมูลต่อไปนี้แก่ตัวแทนลิขสิทธิ์ของเรา: ลายเซ็นหรือลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลที่ได้รับ อนุญาตให้ ดำเนินการในนามของเจ้าของผลประโยชน์จากลิขสิทธิ์ คำอธิบายงานลิขสิทธิ์ที่คุณอ้าง ว่าถูกละเมิด คำอธิบายสถานที่ตั้งบนไซต์ของสื่อข้อมูลที่คุณอ้างว่าถูกละเมิด ที่อยู่ หมายเลข โทรศัพท์ และที่อยู่อีเมลของคุณ คำแถลงเป็นลายลักษณ์อักษรของคุณว่าคุณมีความเชื่อโดยสุจริต ใจว่าการใช้ที่เป็นข้อโต้แย้งนั้นไม่ได้รับอนุญาตโดยเจ้าของลิขสิทธิ์ ตัวแทน หรือกฎหมาย พร้อมทั้ง คำแถลงของคุณ ที่จัดทำขึ้นภายใต้การกำหนดโทษในการเบิกความเท็จว่า ข้อมูลข้างต้นในหนังสือ แจ้งของคุณถูกต้อง และว่าคุณเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือได้รับอนุญาตให้ดำเนินการในนามของ เจ้าของลิขสิทธิ์ คุณสามารถติดต่อตัวแทนลิขสิทธิ์ของ hi5 สำหรับแจ้งการอ้างสิทธิการละเมิด ลิขสิทธิ์โดยส่งจดหมายมาที่:

hi5 Networks, Inc.
 Attn: Copyright Agent
 55 2nd St., Suite 300
 San Francisco, CA 94105
 copyrightagent@hi5.com

10. ข้อโต้แย้งของสมาชิก การปฏิสัมพันธ์ของคุณกับสมาชิกคนอื่นอันเกี่ยวข้องกับบริการ ต่างๆ หรือโฆษณา รวมทั้ง แต่ไม่มีข้อจำกัด การชำระหรือการส่งมอบสินค้าหรือบริการ และเงื่อนไข ข้อกำหนด การรับประกัน หรือการแสดงออกอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อซื้อขายดังกล่าว เกิดขึ้น ระหว่างคุณและสมาชิกคนอื่น หรือผู้โฆษณาแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น คุณตกลงว่า hi5 จะไม่ รับผิดชอบ ต่อความสูญเสียหรือความเสียหายที่เกิดจากการติดต่อซื้อขายดังกล่าวหรือที่ เกี่ยวข้อง กับการใช้ของสมาชิกคนอื่น หรือการเปิดเผยข้อมูลระบุเอกลักษณ์ส่วนบุคคล หากมีข้อโต้แย้ง ระหว่างคุณและบุคคลภายนอกใด (รวมทั้ง โดยไม่มีข้อจำกัด สมาชิกคนใด) hi5 ไม่มีข้อผูกมัดใดที่ จะมีส่วนเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม เราสงวนลิขสิทธิ์ แต่ ไม่มีข้อผูกมัด ที่จะติดตามตรวจสอบข้อ โต้แย้งระหว่างคุณและสมาชิกคนอื่น

11. เนื้อหาของบุคคลภายนอก คุณสามารถเข้าดูเนื้อหาจากสมาชิกคนอื่น ผู้โฆษณา และบุคคลภายนอกอื่นๆ ผ่านทางบริการต่างๆ เนื่องจากเราไม่มีการควบคุมเนื้อหาดังกล่าว (ก) คุณตกลงว่าเราไม่ต้องรับผิดชอบต่อนี้อาหาดังกล่าว และ (ข) เราไม่รับประกันความถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเหมาะสม หรือคุณภาพของข้อมูลในเนื้อหาดังกล่าว และเราไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ไม่มีจุดประสงค์ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ ไม่ถูกต้อง ชักนำไปในทางที่ผิด หรือผิดกฎหมายที่คุณสามารถเข้าดูได้ของสมาชิกคนอื่น ผู้โฆษณา หรือบุคคล ภายนอกอื่นๆ

12. การปลดเปลื้อง จนถึงขอบเขตที่กำหนดโดยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คุณจะปลดเปลื้อง hi5 จากความรับผิดชอบ ที่เกี่ยวข้อง กับ: จนถึงขอบเขตที่กำหนดโดยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คุณจะปลดเปลื้อง hi5 จากความรับผิดชอบ ที่เกี่ยวข้อง กับ: (ก) เนื้อหาที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เที่ยงตรงที่โพสต์บนบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเกิดจากผู้ให้บริการหรือสมาชิกคนใด หรือโดยอุปกรณ์หรือโปรแกรมใดที่สัมพันธ์กับ หรือใช้ในบริการต่างๆ (ข) ความประพฤติ ไม่ว่าจะทางออนไลน์หรือออฟไลน์ ของผู้ให้บริการต่างๆ หรือสมาชิกคนใด (ค) ปัญหาใดๆ หรือข้อบกพร่องทางเทคนิคของ เครือข่ายหรือสายโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ เซิร์ฟเวอร์หรือผู้ให้บริการ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ความล้มเหลวของอีเมลหรือตัวเล่นเนื้อหาที่มีสาเหตุมาจาก ปัญหาทางเทคนิค หรือความหนาแน่นของจำนวนผู้ให้บริการบนอินเทอร์เน็ตหรือที่ไซต์ใดๆ หรือ ทุกอย่างนี้รวมกัน รวมทั้ง การบาดเจ็บหรือความเสียหายแก่ผู้ใช้และ/หรือสมาชิก หรือแก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลใดๆ ที่เกี่ยวข้อง กับ หรือเป็นผลจากการเข้าร่วม หรือ ดาวน์โหลดสื่อข้อมูลร่วมกับการใช้บริการต่างๆ (ง) ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ที่เกิด จากเนื้อหาที่โพสต์บนบริการต่างๆ หรือส่งผ่านโดยและไปยังสมาชิก หรือการปฏิสัมพันธ์ใดๆ ระหว่างผู้ใช้ไซต์และ/หรือสมาชิก ไม่ว่าจะทางออนไลน์หรือออฟไลน์ และ(จ) ข้อผิดพลาด การละเว้น การขัดจังหวะ การลบ ความล่าช้าในการปฏิบัติงานหรือการส่งผ่าน ความล้มเหลวของสายการติดต่อสื่อสาร การลักขโมยหรือการทำลาย การเข้าใช้งานหรือการเปลี่ยนแปลงการติดต่อสื่อสารทางไซต์ของผู้ใช้หรือสมาชิก โดยไม่ได้รับอนุญาต

หากคุณพักอาศัยอยู่ในแคลิฟอร์เนีย ให้คุณละเว้นกฎหมายแพ่งของแคลิฟอร์เนีย มาตรา 1542 ซึ่งระบุว่า: "A general release does not extend to claims which the creditor does not know or suspect to exist in his favor at the time of executing the release, which, if known by him must have materially affected his settlement with the debtor. (การปลดเปลื้องทั่วไป ไม่รวมถึงการอ้างสิทธิที่เจ้าหนี้ไม่ทราบหรือไม่สงสัยว่าจะคงอยู่เพื่อประโยชน์ของตนในขณะ

ดำเนินการปลดปล่อย ซึ่งหากเป็นที่ทราบโดยเจ้าหนี้จะต้องส่งผลในเชิงรูปธรรมต่อการชำระบัญชีกับลูกหนี้)"

13. ข้อสงวนสิทธิ์ จนถึงขอบเขตที่กำหนดโดยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บริการต่างๆ จัดเตรียมไว้ให้ "ตามที่เป็นอยู่" และตามที่มีไว้ และ HI5 สละสิทธิ์อย่างชัดแจ้งต่อการรับประกันใดๆ และข้อกำหนดไม่ว่าในลักษณะใดก็ตาม ไม่ว่าจะโดยชัดแจ้งหรือโดยนัย รวมทั้ง แต่ไม่จำกัดเฉพาะ การรับประกันหรือข้อกำหนดต่างๆ ในการทำตลาด ความเหมาะสมสำหรับจุดประสงค์เฉพาะ กรรมสิทธิ์ สิทธิครอบครองโดยปกติสุข ความถูกต้อง หรือการไม่ละเมิดสิทธิ์ และ HI5 ไม่รับประกันและไม่สัญญา (ก) ว่าจะมีผลลัพธ์เฉพาะใดๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้บริการต่างๆ (ข) ว่า บริการต่างๆ จะตรงตามความต้องการของคุณ (ค) ว่าบริการต่างๆ จะพร้อมใช้งานโดยไม่มีการขัดจังหวะ ทันต่อเวลา ปลอดภัย หรือปลอดภัยจากข้อผิดพลาด หรือ (ง) ว่าผลลัพธ์ที่อาจได้รับจากการใช้บริการต่างๆ จะถูกต้องหรือเชื่อถือได้ HI5 ไม่มีข้อผูกมัดที่จะติดตามตรวจสอบกิจกรรมในบริการ

เขตอำนาจศาลบางแห่งไม่อนุญาตให้ยกเว้นการรับประกันโดยนัยหรือข้อจำกัดเรื่องกำหนดเวลาในการรับประกัน ดังนั้นข้อจำกัดข้างต้นจึงไม่อาจนำมาใช้ได้กับคุณ

14. ข้อจำกัดความรับผิด จนถึงขอบเขตที่กำหนดโดย กฎหมายที่เกี่ยวข้อง HI5 จะไม่มีความรับผิดต่อคุณ หรือบุคคลภายนอกใดๆ อันเกิดจากความเสียหายโดยทางอ้อม ที่เกิดตามมา ที่เป็นแบบอย่าง เป็นเหตุบังเอิญ พิเศษหรือเป็นการลงโทษ (รวมทั้งการสูญเสียผลกำไรด้วย) ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการต่างๆ แม้เมื่อ HI5 ได้รับแจ้งถึงความเป็นไปได้ของการเสียหายดังกล่าวแล้วก็ตาม โดยไม่คำนึงถึงสิ่งใดที่ตรงข้ามกับข้อกำหนดในข้อตกลงนี้ ความรับผิดที่ HI5 มีต่อคุณสำหรับสาเหตุใดก็ตาม และไม่ว่าจะอยู่รูปแบบการกระทำใด ไม่ว่าจะในระยะเวลาใด ให้จำกัดอยู่ที่จำนวนที่มากกว่าของ (1) จำนวนใดๆ ก็ตามที่คุณชำระให้ HI5 เป็นค่าบริการ และ (2) ห้าสิบล้านเหรียญสหรัฐ (สหรัฐ \$50)

เขตอำนาจศาลบางแห่งไม่อนุญาตให้ยกเว้นหรือจำกัดความรับผิด ดังนั้น ข้อจำกัดหรือการยกเว้นข้างต้นจึงไม่อาจนำมาใช้ได้กับคุณ

15. กรมควบคุมการส่งออกสหรัฐอเมริกา ซอฟต์แวร์ใดๆ ที่จัดเตรียมไว้ให้โดย hi5 ผ่านบริการต่างๆ ("ซอฟต์แวร์") อยู่ภายใต้ข้อกำหนดเพิ่มเติมของกรมควบคุมการส่งออกสหรัฐอเมริกา ห้ามไม่ให้ดาวน์โหลดซอฟต์แวร์จากบริการต่างๆ หรือส่งออกหรือส่งออกซ้ำ (i) ไปยัง (หรือไปยังคนในชาติหรือผู้พักอาศัยใน) คิวบา อิรัก ลิเบีย เกาหลีเหนือ อิหร่าน ซีเรีย ซูดาน หรือประเทศอื่นใด

ซึ่งสหรัฐอเมริกา มีคำสั่งห้ามค้าขายสินค้า หรือ (ii) แก่บุคคลที่อยู่ในรายชื่อชนชาติที่ถูกกำหนดเป็นพิเศษของกระทรวงการคลัง ประเทศสหรัฐอเมริกา หรือตารางการปฏิเสธคำสั่งซื้อของกระทรวงพาณิชย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา การดาวน์โหลดหรือใช้ซอฟต์แวร์ แสดงว่าคุณแสดงออกและรับประกันว่าคุณไม่ได้อยู่ใน หรืออยู่ใต้การควบคุมของ หรือ เป็นคนในชาติ หรือผู้พักอาศัยในประเทศหรือในรายชื่อดังกล่าว#####

16. กฎหมายควบคุมและคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการ ข้อตกลงนี้อยู่ภายใต้กฎหมายของมลรัฐแคลิฟอร์เนียโดยไม่ส่งผลต่อความขัดแย้งต่อหลักแห่งกฎหมายที่อาจทำให้ต้องนำกฎหมายของเขตอำนาจศาลอื่นมาบังคับใช้ คุณและ hi5 ตกลงที่จะยอมจำนนตามเขตอำนาจศาลของ และตกลงว่าสถานที่พิจารณาคดีหรือดำเนินมาตรฐานทางกฎหมายอยู่ในแคลิฟอร์เนีย (สหรัฐอเมริกา) ซึ่งศาลของรัฐตั้งอยู่ที่ซานฟรานซิสโก และศาลของรัฐบาลกลางตั้งอยู่ที่นอร์ทเทิร์นดีสทริกต์ออฟแคลิฟอร์เนีย (สหรัฐอเมริกา) การเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนหรือข้อโต้แย้งใดๆ (ยกเว้นการเรียกร้อยค่าสินไหมทดแทนสำหรับการบรรเทาคำสั่งศาลหรือตามความยุติธรรมตามที่กำหนดไว้ด้านล่าง) ที่เกี่ยวกับข้อตกลงนี้ มีจำนวนรวมที่เรียกร้อย น้อยกว่าห้าพันเหรียญสหรัฐ (สหรัฐอเมริกา\$ 5,000.00) ลักษณะของการมีผลบังคับผ่านการผูกมัดโดยคำชี้ขาดของอนุญาโตตุลาการแบบไม่เห็นประจักษ์ ตามการเลือกของฝ่ายที่แสวงหาการบรรเทา ให้ผู้ให้ดำเนินการแก้ไขข้อโต้แย้งที่ได้รับการยอมรับเป็นผู้ริเริ่มคำชี้ขาดดังกล่าว ("ผู้ดำเนินการ ADR") ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ชี้ขาดตามที่กำหนดไว้ในข้อนี้ และภายใต้กฎข้อบังคับของผู้ดำเนินการ ADR ดังกล่าว ยกเว้นในขอบเขตที่กฎข้อบังคับดังกล่าวขัดแย้งกับข้อตกลงนี้ ฝ่ายที่เรียกร้อยค่าชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการจะเสนอชื่อ ผู้ดำเนินการ ADR และอีกฝ่ายจะต้องไม่ยับยั้งความยินยอมที่จะใช้ผู้ดำเนินการ ADR ดังกล่าวโดยไม่มีเหตุผล ผู้ดำเนินการ ADR และคู่สัญญาต้องปฏิบัติตามกฎข้อบังคับต่อไปนี้: ก) คำชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการให้ดำเนินการทางโทรศัพท์ ทางออนไลน์ และ/หรือให้ขึ้นกับการยอมจำนนเป็นลายลักษณ์อักษรเพียงอย่างเดียว โดยให้ฝ่ายที่เริ่มแสวงหาคำชี้ขาดเป็นผู้เลือกลักษณะเฉพาะที่ต้องการ ข) ขั้นตอนคำชี้ขาดทั้งหมด ให้ทำเป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นใดที่คู่สัญญาเห็นชอบร่วมกัน ค) คำชี้ขาดจะต้องไม่มีการปรากฏตัวโดยคู่สัญญาหรือพยาน ยกเว้นเห็นชอบร่วมกันโดยคู่สัญญา และ ง) ค่าพิพาทใดๆ เกี่ยวกับคำชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการให้นำขึ้นฟ้องร้องใน ศาลที่มีอำนาจชำระใดๆ ให้แต่ละฝ่ายรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของตัวเอง (รวมทั้ง ค่าทนายความ) และการเบิกชำระเงินที่เกิดจากการชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการ และให้ชำระจำนวนส่วนแบ่งที่เท่ากันของค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผู้ดำเนินการ ADR โดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่กล่าวข้างต้น hi5 อาจแสวงหาการบรรเทาคำสั่งศาลหรือการบรรเทาอื่นที่ยุติธรรมเพื่อปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในศาลใดๆ ที่มีอำนาจชำระ โปรดทราบว่า

กฎหมายของเขตอำนาจศาลในที่ที่คุณอยู่อาจแตกต่างจากกฎหมายของแคลิฟอร์เนีย ให้คุณปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศและกฎหมายในประเทศ คำสั่ง ข้อบังคับ และบทบัญญัติทั้งหมดที่สามารถนำมาบังคับใช้ได้กับการใช้บริการต่างๆ ของคุณ

17. การติดต่อสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ การติดต่อสื่อสารระหว่างคุณกับ hi5 จะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าคุณจะเยี่ยมชมไซต์หรือส่งอีเมลมาให้เรา หรือไม่ว่า hi5 จะโพสต์คำบอกกล่าวเกี่ยวกับบริการต่างๆ หรือติดต่อกับคุณผ่านอีเมลหรือไม่ก็ตาม เพื่อจุดประสงค์ทางด้านสัญญา คุณ (ก) ยินยอมที่จะรับการติดต่อสื่อสารจาก hi5 ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และ (ข) ตกลงว่าเงื่อนไขและข้อกำหนดทั้งหมด ข้อตกลง คำบอกกล่าว การเปิดเผย และการติดต่อสื่อสารอื่นๆ ที่ hi5 จัดเตรียมให้คุณทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่การติดต่อสื่อสารดังกล่าวจะเป็นได้หากทำเป็นลายลักษณ์อักษร สิ่งทีกล่าวข้างต้นไม่ส่งผลกระทบต่อสิทธิที่ไม่สามารถละเว้นได้ของคุณ

18. ค่าเสียหาย คุณตกลงที่จะชดใช้ค่าเสียหายและละเว้นความเสียหายแก่ hi5 บริษัท สาขา บริษัทในเครือ เจ้าหน้าที่ ตัวแทน หรือหุ้นส่วนอื่น หรือพนักงาน อันเกิดจากการสูญเสีย การรบกวน การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน หรือการเรียกร้อง รวมทั้งค่าทนายความที่สมเหตุสมผล ซึ่งเกิดจากบุคคลภายนอก อันเป็นผลมาจากหรือเกิดจากการใช้บริการต่างๆ ที่ละเมิดต่อข้อตกลงนี้ของคุณ และ/หรือเกิดจากการฝ่าฝืนข้อตกลงนี้ และ/หรือการฝ่าฝืนการแสดงออกและการรับประกันใดๆ ที่กำหนดไว้ข้างต้น

19. อื่นๆ ข้อตกลงนี้ประกอบด้วยข้อตกลงทั้งหมดระหว่างคุณและ hi5 ที่เกี่ยวกับการใช้บริการต่างๆ หากข้อกำหนดใดของ ข้อตกลงนี้ใช้การไม่ได้ ให้ข้อกำหนดที่เหลือของข้อตกลงนี้ มีอำนาจและมีผลบังคับใช้อย่างเต็มที่ต่อไป โดยไม่คำนึงถึงข้อกำหนดใดในข้อตกลงนี้ จะไม่มีฝ่ายใดที่ถือว่าเป็นผู้รับผลประโยชน์ของบุคคลภายนอกในข้อตกลงนี้ และบุคคลภายนอก (รวมทั้งสมาชิกคนอื่น) ที่ไม่ใช่คู่สัญญาในข้อตกลงนี้ ไม่มีสิทธิบังคับใช้เงื่อนไขใดๆ ในข้อตกลงนี้ หากพบว่าข้อกำหนดใดของข้อตกลงนี้ใช้การไม่ได้หรือไม่มีผลบังคับใช้ ข้อกำหนดดังกล่าวจะถูกเปลี่ยนแปลงและตีความเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องใดๆ และข้อกำหนดที่เหลือจะยังคงมีอำนาจและมีผลบังคับใช้อย่างเต็มที่ต่อไป การที่ hi5 ละเลยไม่ใช้สิทธิหรือไม่บังคับใช้ข้อกำหนดใดๆ ของข้อตกลงนี้จะไม่ถือเป็นการละเว้นสิทธิหรือข้อกำหนดดังกล่าว ชื่อหัวข้อต่างๆ ในข้อตกลงนี้มีไว้เพื่อความสะดวกเท่านั้น และไม่ผลทางกฎหมายหรือทางสัญญาแต่อย่างใด โปรดติดต่อเราหากมีคำถามใดๆ เกี่ยวกับข้อตกลงนี้

20. ข้อมูลลิขสิทธิ์/เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสำเนา 2005 - 2008, hi5 ขอสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย เครื่องหมายการค้า โลโก้ และเครื่องหมายบริการ ("เครื่องหมาย") ที่แสดงบนบริการต่างๆ เป็นทรัพย์สินของเราหรือเป็นทรัพย์สินของบุคคลภายนอกอื่นๆ ห้ามไม่ให้ใช้เครื่องหมายเหล่านี้โดยปราศจากความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าจากเราหรือจากบุคคลภายนอกดังกล่าวที่อาจเป็นเจ้าของเครื่องหมาย

(ที่มา: <http://hi5.com/friend/displayTOS.do>)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์

คำแนะนำด้านความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์สำหรับวัยรุ่น

hi5 สามารถเป็นแหล่งรวมความสนุกในการติดต่อกับเพื่อนๆ ใช้สร้างเนื้อหาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ แต่ต้องจำไว้เสมอว่า ขณะที่ใช้ hi5 หรืออินเทอร์เน็ตโดยทั่วไปนั้น สิ่งที่คุณ โพสต์ขึ้นไปนั้นอาจก่อให้เกิดความอับอายหรืออาจนำคุณไปสู่อันตรายก็เป็นได้ ต่อไปนี้เป็น แนวปฏิบัติเบื้องต้นบางส่วน ที่คุณควรปฏิบัติตามเมื่อใช้ hi5 หรืออินเทอร์เน็ต:

- ปกป้องข้อมูลของคุณ ใช้การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเพื่อควบคุมว่าใครบ้างที่จะสามารถเยี่ยมชมโปรไฟล์ของคุณได้ โปรดจำไว้เสมอว่า หาก你不ใช้คุณลักษณะการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวไว้ ทุกคนจะสามารถเรียกดูข้อมูลของคุณได้ ควรระลึกไว้เสมอว่า ไม่ควรโพสต์ข้อมูลที่ทำให้คนแปลกหน้าสามารถทราบแหล่งที่อยู่ของคุณได้โดยง่าย
- ต้องไม่ไปพบกับคนแปลกหน้า หลีกเลี่ยงการพบปะสังสรรค์กับบุคคลที่รู้จักกันทางออนไลน์ หากคุณจำเป็นต้องไปพบเพื่อนที่รู้จักกันทางออนไลน์ ควรนัดพบกันในสถานที่สาธารณะ ในเวลากลางวัน และควรให้ผู้ปกครองไปด้วย
- รูปภาพ: โปรดคิดก่อนโพสต์. หลีกเลี่ยงการโพสต์รูปภาพที่ทำให้คนระบุดตัวคุณได้ (ตัวอย่างเช่น เมื่อพวกเขากำลังค้นหาโรงเรียนมัธยมที่คุณเรียนอยู่) หรือเป็นภาพที่มีนัยยะเชิงลามกอนาจาร ก่อนการอัปโหลดรูปภาพ ลองคิดว่า คุณจะรู้สึกอย่างไรถ้าพ่อแม่หรือปู่ย่าตายาย หรือที่ปรึกษาการคัดเลือกเข้าวิทยาลัย หรือบริษัทที่ต้องการจ้างงานคุณในอนาคต ได้มาเห็นรูปของคุณ
- ควรเปิดดูข้อคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ หากคุณอนุญาตให้มีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับโปรไฟล์ของคุณได้ ควรเปิดดูข้อคิดเห็นเหล่านั้นบ่อยๆ อย่าได้ตอบข้อคิดเห็นหรืออีเมลที่มีเจตนาร้ายหรือก่อให้เกิดความอับอาย ให้ลบบุคคลเหล่านั้นออกไป บล็อกบุคคลที่ก้าวร้าวไม่ให้แสดงความคิดเห็นอีกต่อไป และรายงานชื่อบุคคลที่ใช้งานในทางที่ผิดต่อ hi5 นอกจากนี้ ต้องไม่ตอบอีเมลจากคนแปลกหน้าที่เข้ามาถามเรื่องส่วนตัว
- โปรดซื้อสตั๊ดที่จะแสดงอายุจริงของคุณ กฎเกณฑ์การเป็นสมาชิกของเรามีไว้เพื่อช่วยปกป้องบุคคล หากคุณโกหกในเรื่องอายุจริงของคุณ hi5 จะลบโปรไฟล์ของคุณออก

- โปรดจงเชื่อมั่นในความกล้าหาญของคุณถ้าคุณรู้สึกหวาดระแวง หากคุณรู้สึกว่าถูกข่มขู่หรือรู้สึกอึดอัดรำคาญใจเนื่องจากการติดต่อทางออนไลน์ ควรบอกกับผู้ใหญ่ที่ไว้ใจได้จากนั้นแจ้งตำรวจและทีมงาน hi5
- ข้อมูลเพิ่มเติม สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์ และหากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติม โปรดดูได้จากแหล่งข้อมูลอื่นๆ เหล่านี้:
10<http://www.blogsafety.com> และ
11http://onguardonline.gov/socialnetworking_youth.html

คำแนะนำ ด้านความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์สำหรับพ่อแม่

อินเทอร์เน็ตอาจเป็นแหล่งรวมความสนุกและเป็นทรัพยากรที่มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับวัยรุ่น แต่ก็เหมือนกับสถานที่สาธารณะอื่นๆ ที่มักเต็มไปด้วยความเสี่ยง และภัยอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้ ไม่มีใครสามารถให้ความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์ของวัยรุ่นได้ แต่พ่อแม่และผู้ปกครองควรเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญที่สุด พ่อแม่ควรรู้ความพยายามอย่างเต็มที่ที่จะพูดคุยกับลูกๆ ที่อยู่ในวัยรุ่นอย่างเปิดเผยเกี่ยวกับประสบการณ์ที่พบเจอจากการออนไลน์ ช่วยกันหาสิ่งที่จะสนับสนุน ตลอดจนรับคำแนะนำจากพ่อแม่คนอื่นๆ นักการศึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์ และกลุ่มวัยรุ่นเอง พ่อแม่ทุกคนควรพัฒนาแผนความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์สำหรับลูกวัยรุ่นของตนเอง ต่อไปนี้เป็นคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติ:

ต้องพูดคุยเปิดเผยกับลูกวัยรุ่นของคุณ สนับสนุนให้พวกเขาเข้ามาปรึกษาคุณเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาจากการใช้สื่อออนไลน์ ปลูกฝังให้เกิดความไว้วางใจและใช้การสื่อสารพูดคุยกัน เนื่องจากไม่มีกฎหมาย กฎหมาย หรือซอฟต์แวร์ตัวกรองใดที่จะมาทำหน้าที่แทนคุณในฐานะด้านหน้าที่คอยปกป้องพวกเขาได้

โปรดพูดคุยกับลูกๆ ของคุณ ว่าพวกเขาจะใช้บริการนี้อย่างไร คุณต้องแน่ใจว่าพวกเขาเข้าใจแนวทางปฏิบัติในการใช้อินเทอร์เน็ตพื้นฐาน และความปลอดภัยในการใช้เครือข่ายเพื่อติดต่อกับผู้อื่น ซึ่งรวมถึงการป้องกันความเป็นส่วนตัว (รวมทั้งรหัสผ่าน) ต้องไม่โพสต์ข้อมูลระบุตัวบุคคลต่างๆ (เช่น นามสกุล, หมายเลข ประกันสังคม ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หรือหมายเลขบัตร

เครดิต) หลีกเลี่ยงการพบปะกับบุคคลที่รู้จักกัน ทางออนไลน์แบบตัวต่อตัว และต้องไม่โพสต์รูปภาพที่ไม่เหมาะสมหรือ อาจสร้างความอับอาย แนะนำให้พวกเขาใช้เครื่องมือความเป็นส่วนตัว hi5 ในการใช้ข้อมูลร่วมกันกับบุคคลที่รู้จักกันในชีวิตจริงเท่านั้น และอย่ายินยอมให้เข้ามาเป็น "เพื่อน" ทางหน้าเว็บไซต์ นอกจากนี้จะแน่ใจว่าพวกเขาเป็นใครกันบ้าง

โปรดพิจารณาให้กิจกรรมออนไลน์ทั้งหมดเกิดขึ้นในพื้นที่ส่วนกลางของบ้าน ไม่ใช่ในห้องนอนของเด็ก โปรดตระหนักว่ายังมี วิธีการอื่นๆ ที่เด็กๆ จะสามารถเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตจากนอกบ้าน รวมทั้งจากการใช้โทรศัพท์ มือถือและเครื่องเล่นเกมส์

ลองพยายามให้เด็กๆ ของคุณแบ่งปันบล็อกหรือโปรไฟล์ออนไลน์ของพวกเขาให้กับคุณด้วย ใช้บริการค้นหาและเครื่องมือค้นหาบนเว็บไซต์การสร้างเครือข่ายสังคมเพื่อค้นหาชื่อเต็มของลูกของคุณ หมายเลขโทรศัพท์ และข้อมูลระบุตัวบุคคลอื่นๆ

บอกลูกของคุณให้เชื่อมั่นในความกล้าหาญของพวกเขาหากรู้สึกหวาดระแวง หากพวกเขาารู้สึกว่าถูกข่มขู่ หรือรู้สึกอึดอัดรำคาญใจเนื่องจากการติดต่อทางออนไลน์ พวกเขาควรบอกให้คุณทราบ จากนั้นควรแจ้งตำรวจและทีมงาน hi5

ข้อมูลเพิ่มเติม สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการใช้สื่อออนไลน์ และหากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติม โปรดดูแหล่งข้อมูลอื่นๆ เหล่านี้: 12<http://www.blogsafety.com> และ 13<http://onguardonline.gov/socialnetworking.html>

(ที่มา: <http://www.hi5.com/friend/displaySafety.do>)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวแอนนินรา นิราช เกิดวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2524 ที่จังหวัดอุบลราชธานี สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์และ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในปีการศึกษา 2545 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อพ.ศ.2550 ปัจจุบันทำงานที่บริษัท บัณฑิตเซ็นเตอร์ จำกัด (www.kapook.com)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย