



เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม

Facebook Fan Page: The Identity of Teenagers in the Social Dimension

จุฑามาศ ทองแก้ว

Juthamas Thongkaew

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of Master of Arts in Human and Social Development

Prince of Songkla University

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม

Facebook Fan Page: The Identity of Teenagers in the Social Dimension

จุฑามาศ ทองแก้ว

Juthamas Thongkaew

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of Master of Arts in Human and Social Development

Prince of Songkla University

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม
ผู้เขียน นางสาวจุฑามาศ ทองแก้ว
สาขาวิชา พัฒนามนุษย์และสังคม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	คณะกรรมการสอบ
..... (รองศาสตราจารย์จวีร์รัตน์ บัวแก้ว)ประธานกรรมการ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑนา พิพัฒน์เพ็ญ)
กรรมการ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกีตถวา บุญปรากฏ)
กรรมการ (รองศาสตราจารย์จวีร์รัตน์ บัวแก้ว)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และ
สังคม

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(3)

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์จूरรัตน์ บัวแก้ว)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ.....

(นางสาวจุฑามาศ ทองแก้ว)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวจุฑามาศ ทองแก้ว)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม
ผู้เขียน	นางสาวจุฑามาศ ทองแก้ว
สาขาวิชา	พัฒนามนุษย์และสังคม
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ศึกษาวิธีวิจัยเชิงคุณภาพสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ 3 แฟนเพจได้แก่ แฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ จำนวน 60 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาจัดหมวดหมู่ หาข้อสรุป และนำเสนอด้วยวิธีเชิงพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดจากการเข้ามาแสดงตัวตนหรือการเข้ามาแสดงความคิดเห็นของมิติทางสังคมในประเด็นต่างๆ ผ่านการใช้ภาษาตัวหนังสือ ตลอดจนสัญลักษณ์ต่างๆ สามารถแบ่งอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ร่วมทางสังคม โดยอัตลักษณ์ส่วนบุคคลสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ ดังนี้ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล สังเกตได้โดยผ่านรูปโปรไฟล์ และการตั้งชื่อเฟซบุ๊กของผู้ใช้งาน อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นการเข้ามาแสดงความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึกในมิติด้านข่าวสารต่างๆ ที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากเพศชายจะให้ความสนใจในข่าวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ซึ่งในเพศหญิงนั้นจะให้ความสนใจในข่าวที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งอัตลักษณ์ที่บ่งบอกด้านอารมณ์ความรู้สึกที่สามารถแยกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ บุคลิกด้านความอ่อนไหว บุคลิกด้านความตลกสนุกสนาน และบุคลิกด้านความก้าวร้าว จากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นผ่านการใช้ภาษา ต่อหัวข้อข่าวสารในด้านต่างๆ รวมถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มวัยรุ่นที่เกิดจากการรับรู้ถึงความเป็นไปของสังคมในการรู้ร้อนรู้หนาวต่อข่าวสารที่เกิดขึ้น จากเนื้อหาข่าวสารที่ไม่ยุติธรรมของผู้มีอำนาจสังคมเกิดการรวมตัวกันเพื่อปกป้องสิทธิของมนุษยชนของคนในสังคม ทั้งข่าวสารด้านอื่นๆ อาทิ ด้านสุขภาพ การเมือง สังคม อันนำมาสู่ความรู้เท่าทันในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ในทางที่ดีสืบไป

Thesis Title	Facebook Fan Page: The Identity of Teenagers in the Dimension
Author	Ms.Juthamas Thongkaew
Major Program	Human and Social Development
Academic Year	2016

Abstracts

This purpose of this study aiming to examine identities of adolescents in the social dimension through spaces of Facebook fan pages. The data of this qualitative and interviews with informants who were Facebook users of three Facebook fan pages: *ejeableabduan*, *drama-addict* and *CSILA* with 60 informants. The data were then classified according to issues of the study, concluded, and presented using analytical description.

The study found that the Teenagers' identities on Facebook fan pages were found to derive from their presence or comments on issues in social dimensions through the use of language, letters and symbols on the fan pages teenagers identities could be classified is personal identities and social identities. Teenagers' identities could be into three categories: personal, gender, and personality. Personal identities could be seen through profile pictures and pages' names while gender identities could be seen through comments, emotions, and feelings expressed in the news dimension that indicated whether the users were male or female because most males were interested in news related to sports while most females were interested in news about entertainment. For, personality identities, they could be further divided into three types: sensitive, fun, and aggressive. It was found that comments given through language use and comments on news and information on Facebook fan pages. Included the co-identities of the teenagers due recognition to the possibility of society to know hot to cold, the news is happening. Content from any unjust authority's social integration as well as to protect the rights of the human person in society. News and other aspects such as health, politics, society brings to knowingly using online social networking to benefit in the near future.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้โดยสมบูรณ์ ด้วยความเมตตา ความกรุณา ความดูแลห่มเทเอาใจใส่ จากรองศาสตราจารย์จรัสรัตน์ บัวแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ แนวความคิด ที่ชี้แนะแนวทางในการทำความเข้าใจถึงการเขียนเนื้อหา ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจและนำเสนองานวิจัยได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งอาจารย์ให้ความเมตตาคอยเอาใจใส่ถามไถ่ความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด จนงานวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงรู้สึกขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงจากใจจริง ถึงการเอาใจใส่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาของการทำวิจัยวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑนา พิพัฒน์เพ็ญ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่ามาเป็นประธานกรรมการสอบ และให้คำแนะนำตลอดจนชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกีตถวา บุญปรากฏ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่ามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่เมตตา กรุณา และที่ได้ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางในการแก้ไขเป็นอย่างดี อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยเล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอพระคุณครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่งของผู้วิจัย ที่คอยเป็นกำลังใจที่ดีที่แสนวิเศษในยามที่ผู้วิจัยรู้สึกท้อ คอยให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน และคอยเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยได้ทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นกำลังใจที่มีค่าที่สุดแก่ผู้วิจัยในการเขียนงานวิจัยที่เป็นประสบการณ์อันมีค่าของผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่ ที่เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้ ประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัยเพื่อนำไปปรับใช้ในภายภาคหน้าต่อไป ทางผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ก็ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

จุฑามาศ ทองแก้ว

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(5)
Abstracts	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
คำถามของการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ข้อจำกัดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บททวนวรรณกรรม	7
“อัตลักษณ์” ฉันทคือใคร ใครคือฉันท.....	7
การสร้างตัวตนตามแนวคิดของนักทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์	8
การก่อรูปอัตลักษณ์กับการสร้างตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์.....	11
พื้นที่กับการปฏิบัติการทางสังคม.....	15
ความทันสมัยกับพื้นที่เสมือนจริง.....	21
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	23
วิธีดำเนินการวิจัย.....	25
พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย	25
กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	26

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล.....	28
การนำเสนอข้อมูล.....	29
ผลและการวิเคราะห์.....	30
การแสดงตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์: สาเหตุการเข้ามาใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ.....	30
การแสดงความคิดเห็นในมิติทางสังคม: การสร้างตัวตนจากการแลกเปลี่ยน ทางความคิดมุมมองต่อข่าวสารบนพื้นที่เฟซบุ๊กบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ	35
เฟซบุ๊กแฟนเพจในฐานะพื้นที่การนำเสนออัตลักษณ์: อัตลักษณ์ของ กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ.....	40
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	49
สรุปผลการวิจัย	49
อภิปรายผลการวิจัย	50
ข้อเสนอแนะ	54
บรรณานุกรม.....	56
บุคลากร.....	62
ภาคผนวก	66
ภาคผนวก ก รายงานบทความประชุมวิชาการ.....	67
ภาคผนวก ข บทความตีพิมพ์ในวารสาร.....	79
ประวัติผู้เขียน.....	95

สารบัญญภาพ

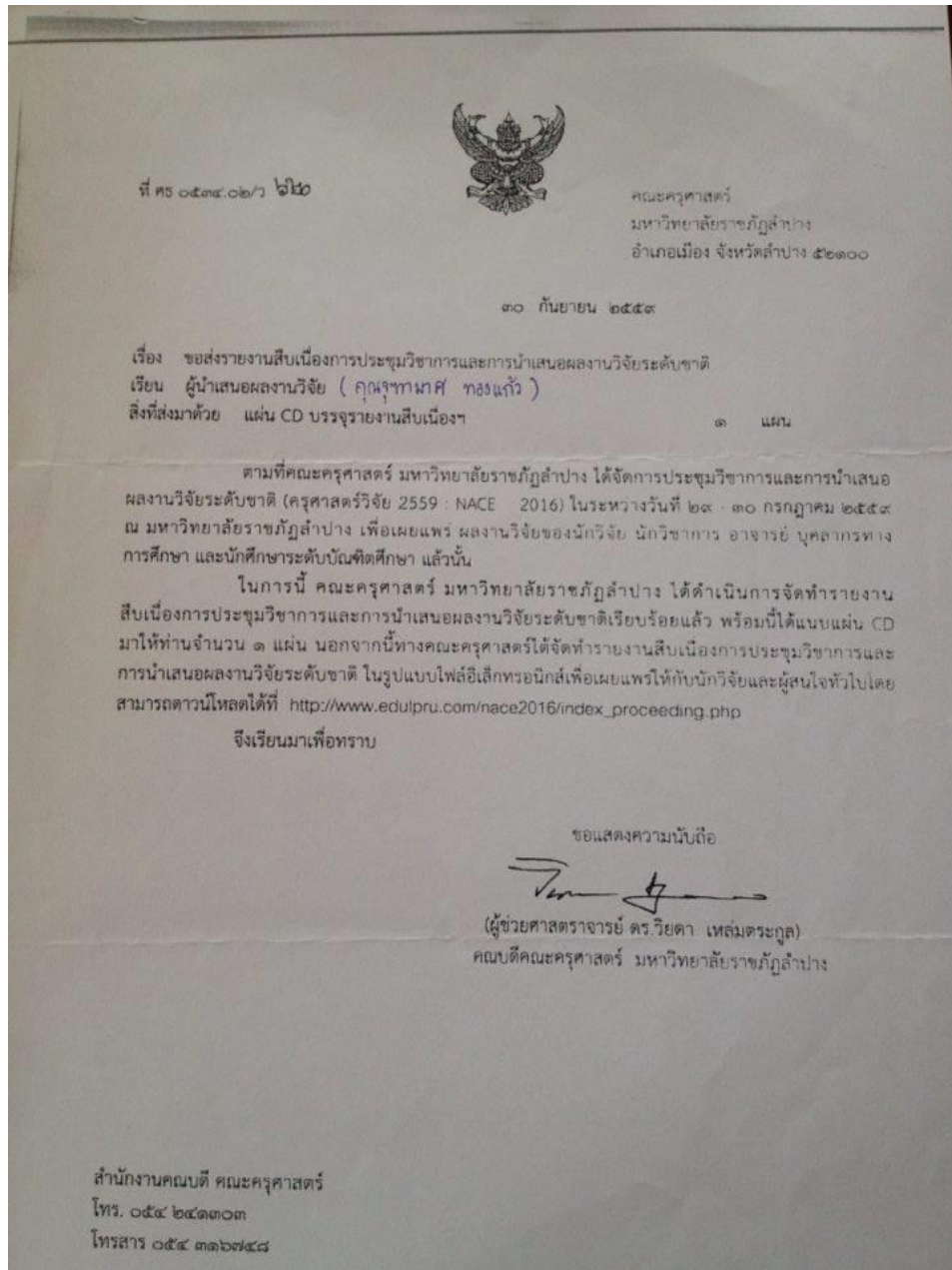
ภาพที่		หน้า
1	หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจอีเจียบเลียบด่วน	31
2	หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจดราม่าแอดดิค	32
3	หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ	32
4	การใช้ภาษาที่ใช้กันในกลุ่มวัยรุ่น	41

รายการผลงานที่ตีพิมพ์และการประชุมวิชาการ

1. จุฑามาศ ทองแก้ว และจุรีรัตน์ บัวแก้ว. (2559). ภาพสะท้อนสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบนพื้นที่เสมือนจริง. นำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ครั้งที่ 2 ในหัวข้อ “45 ปี คณะครุศาสตร์ สร้างคุณประโยชน์ทางการศึกษา เพิ่มคุณค่าทางวิชาการ พัฒนาผลงานวิจัย สู่การใช้นวัตกรรม” ระหว่างวันที่ 29-30 กรกฎาคม 2559 ณ อาคาร 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
2. จุฑามาศ ทองแก้ว และจุรีรัตน์ บัวแก้ว. (2560). การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. อยู่ระหว่างการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ วารสารวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์

สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้พิมพ์ผลงาน

1. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ครั้งที่ 2 ในหัวข้อ “45 ปี คณะครุศาสตร์ สร้างคุณประโยชน์ทางการศึกษา เพิ่มคุณค่าทางวิชาการ พัฒนาผลงานวิจัย สู่การใช้ นวัตกรรม” ระหว่างวันที่ 29-30 กรกฎาคม 2559 ณ อาคาร 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง



สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้พิมพ์ผลงาน

2. การตีพิมพ์บทความวิจัยเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. อยู่ระหว่างการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ วารสารวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์



สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University Social Research Institute

ที่ ศธ 0512.36/วสค 59.90

20 ธันวาคม 2559

เรื่อง การพิจารณาตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารวิจัยสังคม
เรียน คุณจุฑามาศ ทองแก้ว

ตามที่ท่าน ได้เสนอให้กองบรรณาธิการ พิจารณาคำขอเรื่อง "การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ" เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยสังคมนั้น

บัดนี้ บรรณาธิการฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าบทความดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาสังคม จึงเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยสังคม ทั้งนี้บทความของท่าน จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวกิ่งกาญจน์ จงสุขไกล)
บรรณาธิการประจำฉบับ

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยสังคม
สถาบันวิจัยสังคม
โทรศัพท์ 0-2218-7387
โทรสาร 02-215-5525

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การก้าวเข้าสู่โลกไร้พรมแดนความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี การเกิดขึ้นของเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต มนุษย์ทุกคนไม่ว่าจะอยู่ที่แห่งใดในโลกก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ อันเนื่องมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีและระบบอินเทอร์เน็ต นับตั้งแต่สังคมโลกมีอินเทอร์เน็ตใช้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต เป็นสื่อกลาง (Media) ในการเชื่อมต่อกลุ่มบุคคลและเอื้อประโยชน์การทำงานของระดับบุคคลไปจนถึงระดับองค์กรในการค้นคว้าข้อมูล และเป็นแหล่งเรียนรู้ขนาดใหญ่ เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว ต่อการส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน อินเทอร์เน็ตจึงส่งผลให้มนุษย์มีช่องทางในการติดต่อกันมากขึ้น ทั้งยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งเพื่อการประชาสัมพันธ์ โฆษณา การค้นคว้า นอกเหนือจากรูปแบบสื่อมวลชน อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ (ชูษณา ขำบุญเกิด, 2553) เมื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนารองรับการใช้งานมากขึ้น การเชื่อมต่อของมนุษย์จึงแคบลงหรือที่หลาย ๆ คนเรียกว่าโลกไร้พรมแดน

เมื่อโลกเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมแบบเทคโนโลยีและข่าวสาร พื้นที่ออนไลน์จึงเป็นพื้นที่ใหม่ของคนที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer) สมาร์ทโฟน (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) สามารถเชื่อมต่อตนเองเข้าไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือพื้นที่ออนไลน์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดเป็นเสมือนชุมชนเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่ง

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking) เป็นรูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารโดยผ่านสื่อกลางจากคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ที่แพร่กระจายเข้ามามีบทบาทในสังคมทั่วโลก รวมถึงสังคมไทย ซึ่งเห็นได้จากจำนวนของผู้ใช้งานที่มากขึ้น โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่กำลังถูกสร้างและพัฒนาต่อยอดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่น Facebook Twitter Myspace เป็นต้น และจำนวนเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันเกือบ 200 เว็บไซต์ เป็นสิ่งยืนยันถึงการก้าวหน้าและเติบโตเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละอย่างมีความแตกต่างกันทางด้านเทคโนโลยีหรือความสามารถในการรองรับคุณสมบัติการใช้งานที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์การใช้งานทั้งความสนใจเฉพาะด้านของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น ๆ (Boy and Ellison, 2007 อ้างถึงใน ภาสกร จิตไคร่ครวญ, 2553)

ในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นที่ให้ความสนใจต่อนักวิจัยหลาย ๆ ด้าน เนื่องจากเป็นนวัตกรรมที่มีความแตกต่างจากนวัตกรรมเดิม ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ที่แตกต่างจากในอดีต และสิ่งที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพิเศษไม่เพียงแต่การยอมให้ปัจเจกบุคคลได้พบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้เท่านั้น แต่ยังทำให้กลุ่มผู้ใช้งานสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี และในเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่หลาย ๆ แห่งไม่เพียงแต่มีการเชื่อมต่อเพียงเพื่อนใหม่เท่านั้น แต่ยังสามารถสื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความสัมพันธ์หรือปฏิสัมพันธ์กันในเครือข่ายสังคมออนไลน์ปกติได้เช่นกัน (จุฑามณี คายะนันท์, 2554) โดยทั่วไปแล้วเครือข่ายสังคมออนไลน์มีกลไกเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถทิ้งข้อความ (Leave Message) ให้แก่เพื่อนของตนได้ บาง

เว็บไซต์สามารถฝากข้อความส่วนตัวที่มีลักษณะคล้ายกับการส่งเว็บเมล (Web Mail) สิ่งเหล่านี้มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับการออกแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Boy and Ellison, 2007 อ้างถึงใน ภาสกร จิตไคร่ครวญ, 2553) อย่างไรก็ตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) ได้ถูกออกแบบให้แก่คนทุกเพศ ทุกวัยได้เข้ามาใช้งานและเป็นที่ยอมรับเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากปัจจุบันการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเข้าใช้งานได้อย่างรวดเร็วด้วย สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบพกพาได้สะดวก การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นเรื่องง่ายและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมของผู้ใช้งานในขณะนี้คือ เว็บไซต์ www.facebook.com เป็นข้อมูลจากเว็บไซต์ www.alex.com ปี พ.ศ. 2558 ในการจัดอันดับเว็บไซต์ (Web Site) ยอดนิยมทั่วโลก (World's Ranking) โดยผู้ใช้งานสามารถเลือกข้อมูลของแต่ละประเทศได้โดย www.facebook.com เป็นอันดับสองของหนึ่งในห้าอันดับสูงสุดเครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมในประเทศไทย อันได้แก่ เว็บไซต์ www.google.co.th www.facebook.com www.google.com www.youtube.com และ www.pantip.com ซึ่งจะเห็นได้ว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊กดอทคอม เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบของการใช้ติดต่อสื่อสาร ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์ที่ดูแลโดยบริษัท เฟซบุ๊กจำกัด ใช้สำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งการเขียนข้อความ การแสดงรูปภาพและวิดีโอ หรือจะใช้ในการสนทนากันผ่านช่องทางการสื่อสารของห้องแชท (Chat) (สุธีร์ นวกุล, 2554) ทั้งนี้ เฟซบุ๊กยังเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงหน้าของตนเอง เพื่อเป็นที่รู้จักซึ่งกันและกันแก่ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ อีกทั้งยังได้รู้จักเพื่อนใหม่ ๆ และเจอเพื่อนเก่า ๆ รวมไปถึงเพื่อนของเพื่อน (Friend to Friend) ที่เปรียบเสมือนเครือข่ายใยแมงมุมที่เชื่อมโยงถึงกันได้ ทั้งนี้ ผู้ใช้งานสามารถเพิ่มรูป ข้อมูลส่วนตัว ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นอิสระ รวมถึงการเขียนสถานะประจำวัน (status) เพื่อแบ่งปัน (share) ข้อมูลให้แก่ผู้ใช้งานที่เป็นเพื่อนกับตนเองทราบและสามารถเขียนโต้ตอบกันได้อย่างทันท้วงที (wall to wall) ด้วยความสามารถพิเศษต่าง ๆ ข้างต้นนี้ทำให้เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย (ชาติชาย วิเรชรัตน์, 2552) นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังสามารถใช้เพื่อนำเสนอแนวคิดหรือประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง อีกทั้งทางเฟซบุ๊กได้มีการสร้างพื้นที่ส่วนหนึ่งที่ผู้ใช้งานมีโอกาสนำเสนอสิ่งที่ต้องการให้แก่คนทั่วไปได้รับรู้ เรียกว่า เพจ (Page) หรือ แฟนเพจ (Fan page) กล่าวคือ เพจ เป็นคุณสมบัติหนึ่งของเฟซบุ๊กมีไว้เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานได้สร้างพื้นที่หนึ่งไว้สำหรับการแสดงความคิดเห็น หรือรวบรวมผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่มีความชอบในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่คล้ายกัน หรือไว้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ใช้งานทั่วไปได้รับทราบ เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan page) จะสร้างเป็นหน้าเพจใหม่ (New Page) ซึ่งในหน้าเพจนี้ สิ่งใดก็ตามที่ผู้ใช้งานหรือผู้สร้างโพสต์ (Post) และมีผู้ใช้งานอื่นๆเข้ามาในหน้าเพจ จะสามารถเห็นข้อความนั้นได้ทันทีโดยไม่ต้องเพิ่มเพื่อน ด้วยเหตุนี้เพจ (Page) จึงเป็นพื้นที่ไว้สำหรับรวบรวมกลุ่มคนที่มิมุมมองคล้ายกันหรือต่างกัน ทำให้แฟนเพจเป็นช่องทางชั้นเยี่ยมในการประชาสัมพันธ์ กระจายข่าวสาร เพื่อให้กลุ่มคนจำนวนมากได้รับรู้และได้เห็นสิ่งที่เจ้าของแฟนเพจได้แสดงออกมา เมื่อจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงกลายเป็นแรงดึงดูดที่ทำให้ผู้ใช้งานอีกมากมายเข้ามาติดตาม

จากการสำรวจเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ได้รับความนิยมของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เพจเจียบเลียบตัวน ซึ่งดูได้จากจำนวนผู้ใช้งานที่ติดตาม (Follow) เป็นจำนวนหลักแสนเนื่องจากเป็นแฟนเพจที่มีการอัปเดต (Update) ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอมีการใช้คำภาษาที่วัยรุ่นสามารถเข้าถึงได้ ส่งผลให้มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากเข้ามาติดตาม เช่นเดียวกับเพจดราม่าแอดดิก (Drama-addict) เพจนี้จะเน้นเนื้อหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยโดยการแชร์ (share) ข้อเท็จจริงของข่าวในบางส่วนที่เกิดขึ้นจนกลายเป็นที่สนใจของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเพจซีเอสไอแอลเอ (CSILA) ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของคดีความ การเมืองที่คนให้ความสนใจ ซึ่งทั้ง 3 แฟนเพจมีเอกลักษณ์การนำเสนอข้างในแบบของตนเอง โดยเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอมีความน่าสนใจและทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน ทั้งข่าวด้านการเมือง ด้านกีฬา ด้านสุขภาพ ด้านความบันเทิง ด้านสังคม อันนำมาสู่การเข้ามาติดตามของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้งานที่ปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากของการเข้ามาติดตามข่าวสาร และแสดงความคิดเห็นในทุก ๆ กระดานข่าวที่นำเสนอ

การพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีนี้เอง ทำให้เกิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กโดยเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารของกลุ่มคนบนพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งเป็นเวทีของการนำเสนออุดมการณ์ความคิดที่เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ใช้งานสามารถต่อรอง ปรับเปลี่ยน และสร้างอัตลักษณ์ของตนเองและของกลุ่มตามที่ต้องการได้ พื้นที่ออนไลน์ได้ผ่านช่วงเวลาของการเป็นพื้นที่เพื่อการติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มาสู่การเป็นชุมชนรูปแบบใหม่ที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อชีวิตของผู้คน นำมาซึ่งโครงสร้างของอัตลักษณ์อันเกิดจากการจัดระบบของสังคมบนพื้นที่ออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก เนื่องจากสังคมบนพื้นที่ออนไลน์ผ่านสื่อเว็บไซต์นั้น เป็นการรวมกลุ่มกันทางความคิดผ่านการสื่อสารในลักษณะชุมชนเสมือนจริง ซึ่งทั้งตัวสื่อและผู้ใช้งานมีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดที่แตกต่างไปจากสื่อประเภทอื่น ดังนั้น ปัจเจกบุคคลจึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เมื่อเข้าไปเป็นสมาชิกของสังคมใหม่ (วรระณี ศิริรัตน์รุ่งโรจน์, 2547) การสร้างอัตลักษณ์บนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นลักษณะการแสดงตัวตน กลุ่ม รูปแบบใหม่ของวัยรุ่นที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม เฟซบุ๊กจึงเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อกลางในการเสพข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันที่เกิดขึ้น และมีผู้ใช้งานเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันเป็นกิจวัตรประจำวัน ส่งผลให้เกิดการแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนมุมมองหรือการปฏิบัติการทางความคิดระหว่างผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่ได้เข้ามาเสพข่าวและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คุณลักษณะที่ได้กล่าวมาทำให้พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะที่คนปัจจุบันได้เข้ามาแสดงตัวตน เพื่อให้เห็นถึงอัตลักษณ์บางอย่างที่กลุ่มคนที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แสดงออกมา บอกเล่าความคิด ความรู้สึก ออกมาผ่านทางตัวหนังสือ ภาษา โดยผ่านการแสดงออกบนพื้นที่สาธารณะ เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเปรียบเสมือนเวทีสาธารณะที่เป็นพื้นที่ให้คนทุกกลุ่มได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น ได้แย้งเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ตามทัศนะของ Habermas ที่ได้อธิบายว่า พื้นที่สาธารณะ เป็นพื้นที่ที่ใครสามารถเข้ามาได้ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนอภิปรายโต้เถียงกันได้อย่างเสรี และใช้เหตุผลเพื่อเป็นประโยชน์ร่วมกันของสังคมอันเป็นแนวคิดที่เรารู้จักกันดีในเรื่องการเปิดเวทีพื้นที่สาธารณะ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการนำเสนอตัวตนของวัยรุ่น อัตลักษณ์ที่ถ่ายทอดออกมาผ่านการแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

จากปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นมานี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันนี้สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคของสังคมดิจิทัลมากขึ้น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าได้หลายช่องทาง และยังมีแนวโน้มในการพัฒนาของเทคโนโลยีให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องไปในอนาคต ความเจริญทางเทคโนโลยีเหล่านี้ส่งผลให้เกิดผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีการแสดงออกทางความคิดเห็นผ่านการใช้ภาษาบนพื้นที่ออนไลน์ต่อเรื่องราวข่าวสารทั้งทางด้านสังคม การเมือง กีฬา ความบันเทิง นำมาซึ่งการแสดงออก การนำเสนอตัวตน ภายใต้มิติทางสังคมที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม เพื่อเข้าใจตัวตนของผู้ใช้งานที่เข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ได้รับความนิยมของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์จากการนำเสนอข่าวสารที่เป็นประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นโดยการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสาร และผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ติดตามแฟนเพจมีการแสดงออกทางความคิด มุมมอง หรือการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดที่บ่งบอกถึงการแสดงอัตลักษณ์ได้อย่างไรบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่มคนที่เข้ามาติดตามแสดงความคิดเห็นหรือนำเสนอตัวตนบนพื้นที่นี้เป็นกลุ่มใด เหตุใดจึงเลือกที่จะติดตามและแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่สาธารณะหรือแฟนเพจนี้ และภายใต้มิติทางสังคมมีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางความคิดและการสร้างอัตลักษณ์เพียงใด ทั้งนี้ เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นได้อย่างไร จากข้อคำถามที่เกิดขึ้นมานี้จะสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นภายใต้มิติทางสังคมบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ อันนำไปสู่ความรู้และความเข้าใจสภาพของสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาสังคมต่อไป

คำถามของการวิจัย

อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งเป็นการศึกษาบนพื้นที่ออนไลน์ คือ เว็บไซต์เฟซบุ๊กดอทคอม (www.facebook.com) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการศึกษา มุมมอง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ติดตามแฟนเพจ (Fan Page) ผ่านการแสดงออกทางความคิด ค่านิยม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อข่าวสารในชีวิตประจำวัน เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการแสดงอัตลักษณ์ตัวตนของวัยรุ่นภายใต้มิติทางสังคม ทั้งทางวัฒนธรรม สังคม สุขภาพ กีฬา ความบันเทิงและการเมืองผ่านภาษาตัวหนังสือ ที่ใช้ในการแสดงออกทางความคิดรวมถึงการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่สะท้อนถึงความสนใจของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีต่อสังคมไทย ส่งผลให้เห็นถึงการนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นในภาวะความทันสมัยโดยผ่านการใช้พื้นที่สาธารณะในการแสดงออกทางความคิดที่ถูกนำเสนอบนพื้นที่ออนไลน์ และการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เวลาทำการศึกษาในช่วงระยะเวลาระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 – เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของการสื่อสารและการบริโภคข่าวสารในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศภายใต้บริบทของพื้นที่สังคมออนไลน์ อันนำมาสู่การพัฒนาการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานขององค์กร และการเพิ่มกฎข้อบังคับต่าง ๆ ให้เข้ากับยุคปัจจุบัน
2. ทราบถึงพฤติกรรมของการนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ และ การใช้ภาษาของวัยรุ่นในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้ผู้ที่มีความสัมพันธ์กับวัยรุ่นอย่างเช่น บิดามารดา ครูบาอาจารย์ ในการดูแลและทำความเข้าใจกับกลุ่มวัยรุ่นให้เข้ากับยุคเทคโนโลยีของการสื่อสาร
3. สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการแสดงตัวตน กลุ่มคนที่เข้ามาแสดงออกทางความคิดผ่านพื้นที่ออนไลน์ทั้งยังสามารถเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการบูรณาการความคิดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่นและ พฤติกรรมของวัยรุ่น ทั้งนำมาซึ่งการรู้เท่าทันสื่อจะเป็นประโยชน์ในการเลือกพิจารณาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้งานต่อไปในอนาคต

ข้อจำกัดในการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม” ซึ่งเป็น การศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์ ข้อมูลของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา บางครั้งการเปลี่ยนภาพ และเปลี่ยนชื่อโปรไฟล์ ทำให้การติดตามข้อมูลบางครั้งไม่ต่อเนื่อง แต่ อย่างไรก็ตามก็จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่เก็บข้อมูลได้มีมากเพียงพอต่อการศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนพื้นที่ เฟซบุ๊กแฟนเพจในครั้งนี้จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาวิจัย ในส่วนของการสัมภาษณ์ออนไลน์ บางผู้ใช้งาน ไม่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามจากสัมภาษณ์มากพอ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลและผู้วิจัยอยู่คนละ พื้นที่ในการนัดสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวการสัมภาษณ์ในครั้งนี้จึงเป็นการสัมภาษณ์แบบการสนทนา ออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก และใช้การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์เป็นตัวเสริม

นิยามศัพท์เฉพาะ

เฟซบุ๊กแฟนเพจ หมายถึง พื้นที่ออนไลน์ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งบนเครือข่ายสังคม ออนไลน์โดยมีผู้สร้างขึ้นมาเพื่อนำเสนอบางสิ่งบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้ง การศึกษา การเมือง การท่องเที่ยว กีฬา สุขภาพ และข่าวสารบ้านเมืองทั่วไป ทั้งยังเป็นการขายสินค้า บริการต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็นพื้นที่ในการศึกษาได้แก่ แฟนเพจ เจ๊ียบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิค (Drama-addict) และ แฟนเพจซีเอสไอแอลเอ(CSI LA)

อัตลักษณ์ หมายถึง การเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวข่าวสารในด้านต่าง ๆ ภายใต้มิติทางสังคม อันนำมาสู่การเข้ามาแสดงตัวตนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยการสื่อสารผ่านการ ใช้ภาษา ในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด เพื่อสะท้อนความเป็นตัวตนของกลุ่มวัยรุ่นที่ติดตาม เฟซบุ๊กแฟนเพจ

วัยรุ่น หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 15-24 ที่เข้ามาใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์บนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ได้แก่ แฟนเพจเจ๊ียบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิค และ แฟนเพจซีเอสไอแอลเอ เพื่อต้องการแสดงออกทางความคิด แลกเปลี่ยนมุมมอง ความคิดเห็นที่ สะท้อนให้เห็น ค่านิยม อารมณ์ ความรู้สึก ต่อข้อมูลข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอในด้านต่าง ๆ ผ่านการใช้ภาษาบนพื้นที่ออนไลน์

มิติทางสังคม หมายถึง การเข้ามาแสดงออกทางความคิด แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด ของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจภายใต้ ข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม เช่น ด้านวัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านกีฬา ด้านเศรษฐกิจ ด้าน

สุขภาพ ด้านความบันเทิง เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากมุมมอง
การแสดงออกทางความคิด อารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาใช้งานบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและแนวคิงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจการใช้พื้นที่สาธารณะในการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่เข้ามาแสดงออกทางความคิดผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ และช่วยในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ

คำว่า “อัตลักษณ์” เป็นคำที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมากขึ้นในสังคมไทย ทั้งในภาควิชาการการเมือง การปกครอง อัตลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะที่แสดงถึงความเป็นตัวตน พวกเขา พวกเขา เรา อันเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และการใช้ชีวิตร่วมกันของคนในสังคม ทั้งเป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้ ความเข้าใจทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและการเมือง

“อัตลักษณ์” ฉันทือใคร ใครคือฉันท

ปัจจุบันนักวิชาการหลายสาขาได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity) กันอย่างกว้างขวางมากขึ้น เช่น จิตวิทยา ปรัชญา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รับความสนใจจากศิลปะ ดนตรี สถาปัตยกรรมด้วยเช่นกัน แต่การให้ความหมายได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมตามกระแสวิธีการมองโลกแบบใหม่ซึ่งการนิยามความหมายของสิ่งต่าง ๆ สามารถเลื่อนไหลแปรเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคม สถานการณ์และมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามากำกับตั้งนั้นการแปลความหมายของอัตลักษณ์ (Identity) ในยุคปัจจุบันจึงใช้คำว่า “อัตลักษณ์” (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2543)

อัตลักษณ์ (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคำว่า Identitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งมีความหมายว่า “เหมือนกัน” (The same) คำว่าอัตลักษณ์เป็นคำที่ใช้กันโดยทั่วไปในศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา มีจุดเริ่มต้นและพัฒนาขึ้นมาในสำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) โดย Mead (อ้างถึงใน ฌูฟงค์ จิตรนิรัตน์, 2550) ได้กล่าวถึง ตัวตน (The Self) ว่าเป็นสมรรถนะของมนุษย์ในการคิดคำนึงถึงธรรมชาติและสังคมรอบตัวผ่านการสื่อสารและภาษา โดยตัวตนนั้นเกิดจากการได้รับอิทธิพลมาจากสองแนวทาง คืออิทธิพลจากสังคมโดยตรงและอิทธิพลของตัวเอง ผ่านกระบวนการที่มีขั้นตอน 2 ด้านที่ปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา ด้านหนึ่งคือ “Me” อันเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม ขณะที่ “I” เป็นพฤติกรรมและลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล “I” และ “Me” ปฏิสัมพันธ์กันตลอดเวลาโดยที่ “I” จะทำหน้าที่ในการเชื่อมร้อย “Me” ที่หลากหลายให้เข้าด้วยกัน (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2543) อัตลักษณ์จึงเป็นความรู้สึกนึกคิดว่า “ฉันทือใคร” โดยเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับตัวเราและผู้อื่น ผ่านการที่ตัวเรามองตนเองและ

ผู้อื่นมองเราในขณะนั้น (ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2542) และมีใช้สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม ปัจเจกบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้รู้ว่าเราเป็นเราที่แตกต่างจากพวกเขาหรือคนอื่น (พัฒนา กิติอาษา, 2546) นอกจากนั้นแล้วอัตลักษณ์ไม่ใช่ความหมายที่มีอยู่แล้วโดยอัตโนมัติในตัวมันเอง หรือกำเนิดขึ้นพร้อม ๆ กับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา สารสำคัญของความหมายอัตลักษณ์จึงเป็นทั้งจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกส่วนร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการนิยามว่าตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกดังกล่าว (อภิญา เพ็องฟูสกุล, 2543) อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลจากโครงสร้างของสังคม ซึ่งแยกไม่ออกระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคมเนื่องจากมีความทับซ้อนกันอยู่ โดยสังคมเป็นสิ่งที่หล่อหลอมความเป็นตัวตนขณะเดียวกันตัวตนก็หลอมรวมกันเป็นสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้คำนึงถึงจุดเน้นที่แตกต่าง ความหลากหลายของการสร้างอัตลักษณ์กับการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์เหล่านี้ได้เชื่อมโยงกับสังคมได้อย่างไร และเรามีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเองไปด้วยเช่นกัน

เมื่อบุคคลตั้งคำถามกับตัวเองว่า “ฉันคือใคร” เขาจะได้รับคำตอบจาก 2 ทาง คือ จากตัวเองและสาธารณชน มิติของอัตลักษณ์จึงแบ่งเป็นสองระดับคือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Person Identity) เป็นคำตอบจากตัวเองคือ ลักษณะที่บุคคลนิยามตัวเองว่าเป็นใคร ส่วนคำตอบจากสาธารณชนเป็นภาพลักษณ์ที่บุคคลอื่นมีต่อบุคคลหนึ่งนั้นคือ อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ดังนั้นในการศึกษาอัตลักษณ์จึงจำเป็นต้องศึกษาความคาบเกี่ยว หรือ การซ้อนทับของอัตลักษณ์ทั้งสองระดับ (อภิญา เพ็องฟูสกุล, 2543) อนึ่งวามโนทัศน์เรื่องอัตลักษณ์ (identity) ถูกกล่าวถึงควบคู่ไปกับวามโนทัศน์เรื่องอำนาจการนิยามความหมาย หรือการสร้างภาพตัวแทน (representation) ทำให้ความหมายของ “อัตลักษณ์” เปลี่ยนจาก “เอกลักษณ์” ซึ่งหมายถึง “คุณสมบัติของ คนหรือสิ่งหนึ่งที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น” มาสู่คำว่าอัตลักษณ์ในปัจจุบัน ซึ่งสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ดังการวิจัยเรื่องเฟซบุ๊กแฟนเพจในการศึกษาถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น ต่อข่าวสารทางสังคม ผ่านการใช้ภาษาที่แสดงถึงความคิด อารมณ์ความรู้สึก ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางสังคมของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

การสร้างตัวตนตามแนวคิดของนักทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์(Symbolic Interactionism)

ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ เน้นการศึกษาสังคมในระดับปัจเจกบุคคล โดยมีที่มาจากอิทธิพลของแนวความคิดปฏิบัตินิยม (Pragmatism) และพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) ตามแนวคิดปฏิบัตินิยมนั้น ความเป็นจริง (Reality) ถูกสร้างขึ้น (Created) โดยมนุษย์จะคัดสรร และจดจำเฉพาะความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง หากสิ่งใดไม่เป็นประโยชน์จะดำเนินการเปลี่ยนแปลงสิ่งนั้น การเข้าใจผู้กระทำ (Actors) ต้องทำความเข้าใจพื้นฐานของสิ่งที่เขาปฏิบัติ แนวความคิดนี้จึงมีอิทธิพลต่อ

การศึกษาสังคมในเชิงสัญลักษณ์สัมพันธ์ เพราะนำไปสู่หลักการที่สำคัญสามประการ (เยวาลักษณ์ อภิชาติวัลลภ, 2538) คือ ประการแรก การให้ความสำคัญกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลก รอบ ๆ ตัว ประการต่อมา การตั้งฐานคิดว่าผู้กระทำและโลกรอบ ๆ ตัวเขาเป็นกระบวนการพลวัต มิใช่โครงสร้างที่คงที่ ประการสุดท้าย การให้ความสำคัญแก่ความสามารถของคนในการแปลความหมายโลกและสังคมรอบ ๆ ตัวเขา

นักคิดทฤษฎีในสายสัญลักษณ์สัมพันธ์ แม้จะให้น้ำหนักแก่ปัจเจกในฐานะ “ผู้กระทำ การ” (Agency) แต่ก็เห็นว่าอัตลักษณ์ คือสิ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม Weber (อ้างถึงใน สุเทพ สุนทรภัสช, 2540) ได้ให้แนวคิด ในการศึกษาสังคมแบบตีความ ซึ่งกลุ่มนักทฤษฎี สัญลักษณ์สัมพันธ์ได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาสังคมในระดับปัจเจกบุคคล คือ การศึกษาสังคม ด้วยวิธี Verstehen หรือที่เรียกว่า Interpretive Understanding เป็นการศึกษาด้วยวิธีการตีความ หมายความว่า การที่เราจะเข้าใจพฤติกรรมใดใดในสังคม ผู้ศึกษาจะต้องเอาตัวเองเข้าไปอยู่ในที่ที่ของผู้กระทำนั้น เป็นการศึกษาจากทัศนคติใน หรือเป็นการศึกษาจากทัศนคติของผู้กระทำ แล้วตีความของการกระทำนั้นออกมา Weber ได้เสนอไว้ว่า การทำความเข้าใจสังคม จำเป็นต้องใช้วิธีการตีความ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำอธิบายของเหตุผล และผลที่เกิดจากการกระทำนั้นเป็นการมองพฤติกรรมทั้งหมดของคนและตีความหมายของพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งมักจะมีความสัมพันธ์กันเสมอ

ทั้งนี้แล้วการทำความเข้าใจสังคมจำต้องเข้าใจองค์ประกอบของสังคมสามประการ อันได้แก่ จิต ตัวตน และสังคม โดยเฉพาะเรื่องของจิตเป็นที่มาของตัวตน และการเกิดของจิต เป็นผลผลิตของสังคม (Social Product) Mead อธิบายว่า จิตไม่ได้เกิดมาพร้อมทารก หากเกิดจากการที่คนมีความสัมพันธ์กัน มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เริ่มจากคนใกล้ชิด เช่น พ่อ แม่ และคนในครอบครัวคนอื่น ๆ โดนเริ่มเลือกสรรท่าทาง (Gesture) ต่าง ๆ เพื่อให้ได้การตอบสนองในทางบวก จากบุคคลใกล้ชิด ทารกจะเรียนรู้กระบวนการเลือกสรรท่าทางนี้ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งพบ “ความหมายทั่วไป” (Common Meaning) ของท่าทางเหล่านั้น ซึ่งเป็นความหมายที่เข้าใจตรงกัน ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในสังคม “ตัวตน” เกิดขึ้นเมื่อคนสามารถให้ความหมายกับสิ่งต่าง ๆ และบุคคลอื่น ๆ ได้แล้ว คนสามารถให้ความหมายกับตนเองได้เสมือนหนึ่งเป็นวัตถุ หรือบุคคลหนึ่ง ดังนั้นการตีความหมายท่าทางต่าง ๆ จึงมีเพียงแต่ช่วยให้เกิดการประสานสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคม เท่านั้น แต่สามารถนำมาประเมินตัวเองได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกระบวนการทางจิต ซึ่ง Mead เชื่อว่า เมื่อบุคคลได้ “ภาพตนเอง” (Self-Image) จากสายตาของคนอื่น ที่สัมพันธ์กับตนเองมาระยะหนึ่งแล้ว ภาพที่มีลักษณะชั่วคราวนี้จะค่อย ๆ ผังลึก จนในที่สุดกลายเป็น “ความคิดเกี่ยวกับตนเอง” (Self-Conception) ที่เป็นเสมือนวัตถุอย่างหนึ่งที่มีความสม่ำเสมอ และมั่นคงถาวรขึ้นในตัวเอง กลายเป็นตัวตนของบุคคลนั้น ตัวตนจึงเป็นองค์ภาวะทางสังคม (Social Entity) ที่เกิดขึ้นในกระบวนการทางสังคมผ่านพัฒนาการ จากการสื่อสารด้วยอากัปกริยาอย่างง่ายไปสู่กระบวนการยึดถือ “บุคคลอื่นทั่วไป” Mead เห็นว่า ธาตุแท้ของตัวตน คือ ลักษณะสะท้อนกลับตัวตนเป็นบุคคลขึ้นมาได้ เพราะความสัมพันธ์ที่บุคคลมีต่อคนอื่น ๆ จากความสามารถของบุคคลในการรับทัศนคติของคนอื่น ๆ เข้าไป ยังจินตนาการของเขาทำให้ตัวตนของเขากลายเป็นผู้ที่ถูกกระทำจากการสะท้อนของตนเอง ตัวตนในสภาพทั้งผู้กระทำ (Subject) และผู้ถูกกระทำ (Object) เป็นส่วนสำคัญของการมีลักษณะเป็นสังคม

(Being Social) (อ้างถึงใน เยาวลักษณ์ อภิวาตวรรต, 2538) นอกจากนี้ Hall เชื่อว่า ตัวตนเกิดจากการประกอบสร้างของบุคคล โดยนำเอาชิ้นส่วนหลาย ๆ ชิ้นเข้ามารวมกัน ภายใต้บริบทของสังคมหรือสถานการณ์อย่างหนึ่งแล้วนำไปเชื่อมโยงกับการแสดงออกของบุคคล ทั้งนี้การแสดงออกนั้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางบริบทอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ (อ้างถึงใน อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546) จะเห็นว่า ตัวตนของบุคคลนั้นมีอิทธิพลจากสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวตนที่ได้จากการเสพสื่อ ตัวตนที่เกิดในโลกของความเป็นจริงในแบบอุดมคติ ตัวตนที่ถูกแยกย่อย ตัวอย่างเช่น ความชอบของบุคคลนั้น ๆ ตัวตนที่มีความขัดแย้งกันเอง อาทิ ความเป็นเมื่อนั้นขัดกับหน้าที่ของผู้หญิงที่ต้องทำหน้าที่เป็นภรรยา หรือตัวตนที่เกิดจากรสนิยม ซึ่งตัวตนเหล่านี้ตัวเราเองเป็นผู้กำหนด และแสดงออกมาเองตามปัจจัยต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546)

ทั้งนี้การแสดงตัวตนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาแสดงออกทางความคิด อาจเป็นตัวตนที่แท้จริงทางสังคมที่กลุ่มบุคคลนั้นอาศัยอยู่ และตัวตนของกลุ่มวัยรุ่นบางคนอาจมิได้เป็นตัวตนที่ได้นำเสนอบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ แต่เป็นอีกตัวตนหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้เข้ากับบริบทของสังคมใหม่ การวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยจึงพยายามมุ่งศึกษาและอธิบายถึงการเข้ามาแสดงตัวตนของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามานำเสนอตัวตนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อนำมาอธิบายการสร้างอัตลักษณ์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี พัฒนาการความรู้สึกเกี่ยวกับตัวตน ค่อย ๆ ก่อรูปจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวตนกับสังคม Mead เห็นว่ากลไกสำคัญของการสร้างตัวตน คือ การเรียนรู้ที่จะสวมบทบาทของผู้อื่น และหัวใจสำคัญในการเรียนรู้ก็คือ ภาษาซึ่งเป็นช่องทางถ่ายทอดระบบสัญลักษณ์ และกฎเกณฑ์ร่วมของสังคม ขณะที่ Goffman (อ้างถึงใน อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2543) เป็นนักสังคมวิทยาในสายสัญลักษณ์สัมพันธ์ ที่จำแนกแยกแยะความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคม ได้นิยามความคิด ความรู้สึกที่ปัจเจกมีต่อตัวเอง และภาพปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทุกสังคมมีกระบวนการแจกแจง และระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้การพิมพ์ลายนิ้วมือ เป็นต้น ส่วนอัตลักษณ์ทางสังคมของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมคาดหวังและเรียกร้องว่า ปัจเจกบุคคลควรจะทำตัวอย่างไร จุดที่อัตลักษณ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ปัจเจกซ้อนทับกันอยู่ อัตลักษณ์ทางสังคม จึงมีสองส่วน คือ ส่วนแรก เป็นมาตรฐานที่สังคมเรียกร้องจากปัจเจกบุคคล (Virtual Identity) และส่วนที่สองคือ อัตลักษณ์ที่เป็นจริงของคนนั้น (Actual Identity)

จากการทบทวนแนวคิดของนักทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์จะเห็นว่าอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลในทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์นั้น มิได้เป็นภาพที่มีความต่อเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แนวคิดนี้จะตระหนักถึงมุมมองอันหลากหลายของความเป็นตัวตน อย่างไรก็ตามจากมุมมองของปัจเจกเองความรู้สึกเป็นตัวเราเป็นประสบการณ์ที่มีความต่อเนื่องแม้ว่าเรามีบทบาทหลายอย่างหรือบางครั้งอาจขัดแย้งกัน แต่ตัวเราที่เป็นผู้กระทำในหลากหลายบริบทเหล่านั้นคือคนเดียวกัน และสามารถขยายออกตามขอบเขตของความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับตัวแปรทางสังคม เช่น อายุ เพศ อาชีพ ชน

ชั้นทางสังคม เป็นต้น ตัวแปรเหล่านี้คือ มิติต่าง ๆ ที่บุคคลนิยาม อัตลักษณ์ของตนในกระบวนการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2543) การวิจัยเรื่องเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มุ่งเน้นการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาแสดงออกทางความคิด ผ่านการใช้ภาษาตัวหนังสือในการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิดต่อข่าวสารต่าง ๆ อันนำมาสู่การแสดงถึงอัตลักษณ์บางอย่างของกลุ่มวัยรุ่น ผ่านการสื่อสารกันในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนความคิด มุมมอง ทั้งนี้ Foucault เสนอว่าการแสดงออกหรือการสื่อสารกัน เป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์ โดยมีบทบาทสำคัญและครอบคลุมกิจกรรมทุกประเภทของมนุษย์ การสื่อสารกันทั้งรูปถ้อยคำ คำพูดและการเขียนอาจมาในรูปการปฏิบัติ พฤติกรรม อากัปกิริยาต่าง ๆ Foucault เชื่อว่า มนุษย์อยู่กันเป็นสังคมด้วย การสื่อสารกัน ด้วยวาทกรรม (Discourse) ที่เข้าใจกันได้รู้เรื่อง และอาจจะด้วยความไม่เข้าใจกัน เข้าใจผิดกัน เป็นเรื่องของการสื่อความเช่นกัน มนุษย์สามารถสำนึกได้ว่าตนเป็นมนุษย์อยู่ได้ เพราะมนุษย์รู้จักใช้ภาษาสื่อความกัน ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะพิเศษที่ยิ่งใหญ่ของความเป็นมนุษย์ คือ มนุษย์เป็นผู้สร้างภาษา แต่ภาษาและการสื่อความคือ ปัจจัยกำหนดความเป็นมนุษย์ (อ้างถึงใน ธงชัย วินิจจะกุล, 2534)

ปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งของความรู้สึกต่อเนื้อหาของอัตลักษณ์ ก็คือ “เวลา” คนจะวางตำแหน่งแห่งที่ของตนในมิติเวลาชนิดใดชนิดหนึ่งเสมอ ทั้งในปัจจุบัน อดีต หรืออนาคต มิติเวลาเป็นตัวหลอมและบูรณาการ การกระทำต่าง ๆ ของคนเชื่อมต่อกันอย่างมีความหมาย คนจัดการกับชีวิตตัวเองอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง และสัมพันธ์กันในลำดับเวลาทำให้คนสามารถจัดระเบียบกับชีวิตได้อย่างเป็นระบบ การลำดับความต่อเนื่องของเวลาทำให้สามารถมองย้อนอดีตสู่ออนาคตได้ ทำให้รู้สึกถึงความต่อเนื่องของความเป็นตัวเรา อย่างไรก็ตามสังคมต่าง ๆ มีประสบการณ์เรื่องมิติเวลาที่แตกต่างกันออกไป บางสังคมเน้นการมองเวลาเป็นเส้นตรง ในขณะที่บางสังคม บางยุคสมัย อาจเน้นเวลาที่หมุนเวียนเป็นวงจร (นิลวดี พรหมพักพิง, 2547) ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์ ผ่านการแสดงออกทางความคิด ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันกับผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ภายใต้มิติทางสังคมแล้ว ผู้วิจัยยังให้ความสำคัญกับปัจจัยของมิติเวลา และสถานการณ์เข้ามาเป็นตัวกำกับ เพื่อจะได้มองเห็นภาพของการแสดงตัวตนว่าเป็นอย่างไร ภายใต้เงื่อนไขแบบใดบ้าง

การก่อรูปอัตลักษณ์กับการสร้างตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในยุคของการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้พื้นที่ของโลกแคบลง การรับรู้ข่าวสารทั่วทุกมุมโลกสามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างหลากหลายและซับซ้อน การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้มีผลกระทบที่แสดงออกได้หลายลักษณะ เช่น ระดับจุลภาคในส่วนของ การปรับเปลี่ยนแผน ชีวิตประจำวันของคน ในแง่ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และในระดับมหภาคที่เกิดการรวมกลุ่มคน กลายเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทาง

สังคม (Social Movement) นำไปสู่การก่อรูปอัตลักษณ์ของกลุ่มเคลื่อนไหวทางสังคม เหล่านี้ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) “อัตลักษณ์” เป็นพื้นที่ที่มีความเชื่อมต่อนระหว่างความเป็นปัจเจกกับสังคม นั่นคือ ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์ คือ “ความเป็นปัจเจก” ที่เชื่อมต่อนสัมพันธ์กับสังคม (Social Aspect) เช่น อัตลักษณ์เป็นพื้นที่ทางสังคม คือ สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบคุณค่าที่ติดตัวมา เช่น ความเป็นพ่อ แม่ ความเป็นลูกศิษย์ อาจารย์ เป็นต้น ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ ปัจเจกแต่ละคนมักจะสวมบทบาทหลายอย่างที่ติดตัวมา การแสดงบทบาทต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เช่น บุคคลหนึ่งอาจเป็นทั้งแม่และอาจารย์ของลูก เป็นต้น ในอีกด้านหนึ่งคือ อัตลักษณ์ในพื้นที่ของปัจเจก จะเกี่ยวข้องกับมิติ “ภายใน” ของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตัวเองในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากความก้าวหน้าของระบบสื่อสาร ในมิตินี้คนต้องปรับตัวให้รอบรู้ และรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมโลก จึงมีการแบ่งอัตลักษณ์ออกเป็นสองระดับ คืออัตลักษณ์บุคคล (personnel identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2543) การก่อรูปและการปรากฏตัวของอัตลักษณ์มาจากจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไรแตกต่างจาก คนอื่น กลุ่มอื่น และสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว สามารถแสดงผ่านสื่อ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลครอบงำภายในสังคมนั้น ๆ เช่น ภาษา ศาสนา เครื่องแต่งกายและการบริโภค ทำให้อัตลักษณ์กลายเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทอย่าง ไม่รู้จบ เป็นคุณสมบัติที่สร้างขึ้นตามสถานการณ์เฉพาะหน้า (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) อัตลักษณ์ถูกสร้างและถูกก่อตัวขึ้นโดยผ่านการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ซึ่งในบุคคล หนึ่ง ๆ จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลายและเมื่อบุคคลนั้นยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้น หมายถึงบุคคลนั้นได้ทำการกำหนดตำแหน่งของตนเองและกำหนดตำแหน่งในทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เกิดความแตกต่างและความหลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์โดยตัวเรามีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเอง (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) การนิยาม การสร้างและการผลิตซ้ำของอัตลักษณ์อาจทำได้สองวิธี ได้แก่

การนิยามอัตลักษณ์ในทางบวก (positive identification) เป็นการนิยามอัตลักษณ์หรือ ให้ความหมายเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์และสังคมวัฒนธรรมของตนเองหรือคนภายในสังคม โดยเฉพาะปัญญาชน สื่อมวลชนและหน่วยงานรัฐ รวมทั้งการนิยามอัตลักษณ์ในทางลบ (negative identification) เป็นการนิยามหรือเป็นการ สร้างอัตลักษณ์โดยคนอื่นหรือกลุ่มอื่น ซึ่งเป็นคนภายนอกชุมชนทั้งที่เป็นศัตรูและพันธมิตร อัตลักษณ์ในแง่นี้เป็นการศึกษาจากมุมมองคนภายนอก อัตลักษณ์ที่ได้มาจึงออกมาในแง่ลบเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น กระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์ (process of identity construction) จึงเป็นความพยายามของผู้คนในสังคมที่ต้องการจะแสวงหาพื้นที่ทางสังคมและการแสดงออกทางวัฒนธรรม เพื่อเรียกร้องสิทธิในการดำรงอยู่อย่างแตกต่างและอย่างมีความเสมอภาคกับกลุ่มคนอื่น ๆ อัตลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล อัตลักษณ์ทางเพศ หรือชาติพันธุ์ หมายถึงกระบวนการปฏิบัติการในการสร้างและต่อรองนิยามความหมาย การ

เปิดพื้นที่ทางสังคมระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ความหมายของอัตลักษณ์จึงถูกกำหนดนิยามโดยสังคม วัฒนธรรม และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบท (อานันท์ กาญจนพันธ์, 2548)

ความเกี่ยวเนื่องและจุดเน้นที่ต่างกัน ของอัตลักษณ์และตัวตน คืออัตลักษณ์ที่อ้างอิงอยู่กับการจำแนกกลุ่มคนด้วยป้ายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น คนไทย (อัตลักษณ์ทางเชื้อชาติ) ชายหญิง (อัตลักษณ์ทางเพศ) คนชั้นกลาง ชาวบ้าน (อัตลักษณ์ทางชนชั้น) ป้ายเหล่านี้มิได้เป็นเพียงความคิดหรือคำที่ประดิษฐ์ขึ้นอย่างเดียว แต่มีกลไกทางปฏิบัติการของการสร้างความหมายที่จะทำให้เกิดความสำนึกขึ้นภายในบุคคลว่า เขาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่มีลักษณะร่วมบางอย่าง เช่น มีลักษณะทางกายภาพเหมือนกัน มีประวัติศาสตร์หรือความทรงจำร่วมกัน หรือมีเป้าหมายเดียวกัน ส่วนคำว่า “ตัวตน” หรือ “สำนึกเกี่ยวกับความมีตัวตน” เน้นการดำรงอยู่ของเราในฐานะ ที่เป็นบุคคล (person) ประธานหรือผู้กระทำ (subject, agent) นำมาสู่การรับรู้ทางอารมณ์ ความรู้สึก และเป็นผู้ออกให้เกิดการกระทำต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วอัตลักษณ์และตัวตนยังมีความเกี่ยวข้องกันมากขึ้นในกระแสความคิดร่วมสมัย อัตลักษณ์มีการเปลี่ยนแปลงตามสถานที่ เวลาและ ปรับตัวไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งทำให้เห็นว่าอัตลักษณ์และตัวตนก็คือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง คนกับกลุ่ม หรือระหว่างกลุ่มกับคน นั่นเอง (ปริตดา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล, 2545)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ที่อัตลักษณ์อาจเกิดจากการแสดงตัวตนของคนหรือกลุ่มคนในอีกบริบทหนึ่งทางสังคมคือพื้นที่ออนไลน์ ที่ไม่มีใครรู้จักตัวตนจริงของเราการแสดงตัวตนจึงเป็นการสร้างตัวตนขึ้นมาใหม่ของบางกลุ่มคน ที่ไม่สามารถเปิดเผยตัวตนจริงในบริบทของสังคมแห่งความเป็นจริงได้ อย่างไรก็ตามก็ยังมีนักคิด Erikson (1950) ได้แย้งว่า การก่อรูปของอัตลักษณ์นั้นเป็นกระบวนการตลอดทั้งชีวิต (Life-long process) กล่าวคือ อัตลักษณ์ในแนวทางของ Erikson นี้ เน้นที่บูรณาการและดุลยภาพของพลังที่ขัดแย้งกัน อัตลักษณ์เป็นความต่อเนื่องของคุณสมบัติที่เป็น “เอกลักษณ์” ของคนคนหนึ่ง ทำให้เกิดความรู้สึกว่า อัตลักษณ์คือแก่นแกนของบุคคลและเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ที่สมดุลสอดคล้องระหว่างปัจเจกและสังคม เป็นผลผลิตของการต่อรองและเลือกสรรของปัจเจก (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546)

การศึกษาเพศบุคคลแพนเพกอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมนั้นให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลที่มีการแสดงออกทางความคิดผ่านเหตุการณ์ในสังคมที่เกิดขึ้น เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในปัจจุบันว่าเป็นผลผลิตที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเข้ามาแสดงออกถึงตัวตนภายในบริบทของสังคมรูปแบบใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางสังคมและการนำเสนอตัวตน สามารถแบ่งได้เป็นการแสดงตัวตนผ่านการใช้พื้นที่ สัญญา ในการนำเสนอตัวตนมาสู่อัตลักษณ์ทางสังคมของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังงานวิจัยของ อัครเดช พวงโต (2552) ทำศึกษานำเสนอตัวตนผ่านการใช้พื้นที่บริเวณตลาดราชพัสดุกรมธนารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีของกลุ่มชายรักชาย จากการศึกษาพบว่า กลุ่มชายรักชายได้ให้ความหมายว่าสถานที่สำหรับผู้มีเพศสภาพและรสนิยมทางเพศที่เหมือนกัน ทั้งนี้เป็นสถานที่ที่บปะของกลุ่มชายรักชายเพื่อการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ทางเพศ ความสัมพันธ์ทางสังคม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และเครือข่ายทางสังคม ขณะที่ เยาวลักษณ์ กล้ามาก

(2549) ศึกษาการนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นผ่านสัญลักษณ์ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น และความรู้สึกนึกคิดของวัยรุ่นที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด พบว่า วัยรุ่นได้เลือกอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นเครื่องมือในการนำเสนอตัวตน และแสดงพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับบรรณนิยมนิยมความเป็นตัวตน บุคลิกภาพ ลักษณะความชอบส่วนตัวอื่น ๆ โดยพื้นที่ในร้านฟาสต์ฟู้ดได้ถูกใช้เพื่อสื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์ บางอย่างที่แตกต่างกันมาตามสภาพพื้นที่บริบทของร้านและบุคลิกภาพเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตัวตนคนรุ่นใหม่ ที่มีรสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจโดยแสดงออกผ่านสัญลักษณ์ ทั้งนี้ เอมอร ลิ้มวัฒนา (2550) ทำการวิเคราะห์ตัวตนบนพื้นที่ส่วนตัว และพื้นที่สาธารณะในไดอารีออนไลน์ ซึ่งตัวตนที่ปรากฏในไดอารีออนไลน์ มีลักษณะตัวตนทางด้านจิตวิทยา โดยการแสดงตัวตนที่ปรากฏในไดอารีออนไลน์นั้นมีความเชื่อมโยงกับตัวตนในโลกของความจริง ซึ่งผู้เขียนมักจะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวชีวิตที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน อีกทั้งยังพบว่ารูปแบบตัวตนที่นำเสนอผ่านไดอารีออนไลน์เป็นไปในรูปแบบปิดบัง (Hidden) ที่ตนเองรู้จักตนเองดีแต่ผู้อื่นไม่รู้ แต่หากอาศัยระยะเวลาในการติดตามอ่านเรื่องราว และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลในไดอารีออนไลน์ให้มากขึ้นก็จะทำให้รูปแบบการนำเสนอตัวตนที่ปรากฏเป็นไปในแบบเปิดเผย (Open) คือตนเองรู้จักตนเองและผู้อื่นรู้ด้วยเช่นกัน ในส่วนของงานวิจัยครั้งนี้จะศึกษาบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นพื้นที่ที่มีการเข้ามาแสดงออกทางความคิดบนกระดานผ่านพื้นที่แฟนเพจภายใต้มิติทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งนี้การแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทของสังคมได้ ขณะที่ ชุชญา ขำบุญเกิด (2553) ศึกษาเว็บไซต์บล็อกในฐานะพื้นที่ของการแสดงอัตลักษณ์และภาพตัวตน บุคคลมีการแสดงตัวตนของผู้เขียนเองโดยผ่านการนำเสนอผ่านชื่อเว็บไซต์ รูปภาพแสดงตัวตน ภาพวาด เพลง มีการเขียนในเชิงทั้งบันทึกเรื่องราวส่วนตัว และการเขียนเพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราวที่เจ้าของบล็อกสนใจ ซึ่งทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เขียนเองและผู้อ่าน ทำให้เกิดการเป็นชุมชนออนไลน์ย่อย ๆ และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่สามารถพูดคุยพบปะกันในชีวิตจริงได้

นอกจากนี้ จิรัฏฐ์ ศุภการ (2545) ศึกษาการอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง บนพื้นที่ไซเบอร์สเปซที่มีชื่อว่าแลมป์ตามู เป็นสถานที่ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างตัวตนใหม่ได้อย่างที่ตนเองต้องการผ่านการบรรยายด้วยตัวอักษร ภายใต้ระบบการสร้างสภาพแวดล้อมจำลอง และมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างเช่นในโลกแห่งความเป็นจริงรวมถึงมีรูปแบบการปกครองตนเอง ทั้งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของค่านิยมต่าง ๆ ในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านคำอธิบายตัวตนของประชากร แลมป์ตามูจึงเปรียบเสมือนสถานที่ที่เหมือนกับห้องทดลองเสมือนจริงในการสร้างรูปแบบการปกครองสังคมแบบใหม่ ๆ ขณะที่ เนติ สุนทราราววิทย์ (2552) เน้นในศึกษาเรื่องของการสร้างความหมายและตัวตน “เกย์” ในพื้นที่แห่งความเป็นจริงและพื้นที่ไซเบอร์ พบว่า การสร้างความหมายเกย์ ในพื้นที่แห่งความเป็นจริง ถูกสร้างความหมายจากสังคมผ่านสถาบันทางสังคมต่าง ๆ และความ เป็นเกย์จะเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ เมื่อตัวเกย์เองยอมรับเอาวาทกรรมความเป็นเกย์ที่ผู้อื่นสร้างขึ้นมาจน เกิดการสร้างความเป็นอื่น ซึ่งก่อร่างกลายเป็นตัวตนเกย์ขึ้นมา โดยมีการช่วงชิงต่อรองความสัมพันธ์เชิงอำนาจอยู่เสมอ ส่งผลให้การนิยามความหมายมีการสั่นไหว ไม่หยุดนิ่งตายตัว ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้นิยาม สำหรับการสร้างความหมายบนพื้นที่ไวเบอร์มักถูกมองว่าเป็นพื้นที่ที่เสื่อมศีลธรรม อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์ (2554) ศึกษาการสื่อสารเรื่องผู้หญิงบนพื้นที่สาธารณะผ่านโลกไซเบอร์สเปซในรูปแบบ การนำเสนอตัวตนและได้สร้างความหมายของความเป็นผู้หญิงด้วยการเขียนเรื่องเล่าผ่านสถานะต่างๆ

พบความเป็นผู้หญิงในลักษณะเปิดเผย และซ่อนเร้น โดยการสร้างความหมายการเป็นผู้หญิงภายใต้กรอบวัฒนธรรมเพศภาวะ บนพื้นที่สาธารณะผ่านโลกไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) ด้วยการสื่อสารถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นผู้หญิง ต้องการพื้นที่ที่ดี ใ่วางใจ ในการระบายความรู้สึก ถึงแม้ว่ายังไม่หลุดพ้นภายใต้วัฒนธรรมชายเป็นใหญ่เพียงแต่พื้นที่ไซเบอร์เป็นทางเลือกหนึ่งที่ใช้ในการนำเสนอเรื่องเล่าของตนเองผ่านอารมณ์ความรู้สึกของความเป็นผู้หญิงที่ดีเท่านั้น อย่างไรก็ตาม วันเฉลิม สารไชย (2544) ศึกษาการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงใหม่ ซึ่งวัยรุ่นแสดงออกถึงความเป็นตัวตนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการใช้ชื่อที่โดดเด่นประโยชน์นำความสนใจ สัญลักษณ์ หรือกริยาท่าทางต่าง ๆ ผ่านตัวอักษรสื่อภายในห้องสนทนาไปยังสมาชิก การแสดงตนของวัยรุ่นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้แต่ละคนจะมีวิธีการแสดงตนแตกต่างกันไป แต่วัตถุประสงค์จะเหมือนกันคือ การแสวงหาเพื่อนต่างเพศเป็นหลัก

การศึกษาเรื่อง เฟซบุ๊กแฟนเพจ อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมนั้น เป็นการศึกษาที่พยายามศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่น โดยวัยรุ่นที่เป็นผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีการแสดงตัวตนหรือสร้างอัตลักษณ์ของเขา จากการแสดงออกทางความคิด มุมมอง ความรู้สึกนึกคิด ภายใต้มิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจอย่างไร จึงได้นำวิธีการศึกษาจากทัศนคติในของผู้บริโภคข่าวสาร แล้วนำมาตีความในกรอบของแนวคิดอัตลักษณ์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ผู้วิจัยใช้แนวคิดอัตลักษณ์ เพื่ออธิบายการเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองของกลุ่มวัยรุ่นของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจว่า มีการสร้างและการแสดงอัตลักษณ์ทางสังคม เช่น มีการแสดงออกทางความคิด มุมมอง การแสดงอารมณ์ความรู้สึกต่อข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมืองผ่านการใช้ภาษาตัวหนังสือภายใต้มิติทางสังคมทั้งทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง กีฬา สุขภาพ สังคม ในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ยังเกี่ยวข้องกับมิติภายในของความเป็นตัวเรา ทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึก เพื่อสังคมได้รู้ว่าผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงการรวมตัวกันของวัยรุ่นทั่วไปกันเท่านั้น แต่ยังสามารถสะท้อนความเป็นไปของสังคม การรู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ในมิติทางสังคมหรือสะท้อนกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมได้และยังใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ทางสังคม เพื่อเข้าใจกลุ่มคนที่ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในปัจจุบันนี้ได้ชัดเจนมากขึ้น

พื้นที่กับการปฏิบัติการทางสังคม

เมื่อพูดถึงเรื่อง “พื้นที่” (Space) มักจะมองในเชิงความเป็นจริงทางเรขาคณิต ที่ประกอบขึ้นและวัดได้ด้วยมิติความกว้าง ความยาว และความลึก เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดมาในฐานะเป็นมิติของการมีอยู่ในโลกของสิ่งต่าง ๆ ดังนั้นพื้นที่จึงเป็นความจริงและเงื่อนไขถูกกำหนดขึ้น ในแง่พื้นที่ “ว่างเปล่า” คือปลอดพ้นจากการให้คุณค่าไม่ได้ขึ้นอยู่กับหรือรับใช้ผลประโยชน์ของใคร จึงปลอดจาก

อำนาจและการเมือง มีความเป็นกลางโดยธรรมชาติในสามัญสำนึกของคนทั่วไป (อภิญา เพื่อฟู สกุล, 2543) ทั้งนี้พื้นที่ไม่ได้ถูกมองเป็น “พื้นที่ว่าง” แต่มองพื้นที่ในฐานะสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมที่ บรรลุไว้ด้วยความหมาย ซึ่ง Yoshimi (1992, อ้างถึงใน สิริรัตน์ รัตนกาญจน์, 2549) ได้ศึกษาพบว่า พื้นที่นั้นถูกมองเป็นสี่แบบ คือ พื้นที่ในฐานะที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม โครงสร้าง และในฐานะ ความสัมพันธ์ สิ่งเหล่านี้ทำให้พื้นที่เกิดความหลากหลายต่อการให้ความหมาย ขณะเดียวกัน Cactells (1999, อ้างถึงใน สิริรัตน์ รัตนกาญจน์, 2549) ได้ศึกษาจากมุมมองของทฤษฎีทางสังคมว่า พื้นที่ คือ เวทีหรืออาณาบริเวณแห่งหนึ่งที่มีการปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ เกิดขึ้นในเวลาพร้อม ๆ กัน สิ่ง เหล่านี้คือการกระทำระหว่างกันที่เกิดขึ้น เพื่อประสานรวมหรือแลกเปลี่ยนกันทางวัตถุในสังคม” นั่น คือ พื้นที่ที่จะเกิดขึ้นมาได้เมื่อมีวัตถุ และวัตถุเหล่านั้นจะถูกจัดระเบียบให้เป็นระบบความสัมพันธ์ โดย การกระทำของมนุษย์ ซึ่งการจัดระเบียบนี้จะก่อให้เกิด “พลวัต” ของวัตถุที่มีผลต่อการกำหนดรูปร่าง หน้าที่ที่ตลอดจนความหมายทางสังคมของพื้นที่แห่งนั้น

พื้นที่นั้นมีลักษณะที่มองเห็นจับต้องได้เป็นรูปธรรม ดังนั้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “พื้นที่” จึงมีขอบเขตความหมายที่กว้างขวาง ครอบคลุมตั้งแต่ระดับรูปธรรมไปจนถึงนามธรรมที่ปรากฏ คำที่ เกี่ยวกับพื้นที่ในหลาย ๆ ความหมาย เช่น (พื้นที่/อาณาเขต/ปริมาตร/เทศะ) ทุกหนทุกแห่งในสังคม สามารถประกอบสร้างขึ้นเป็น “พื้นที่ทางสังคม” (Social Space) ได้ทั้งสิ้น หากว่ามีการปฏิบัติการ ทางสังคมต่าง ๆ เกิดขึ้นในบริเวณดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ Foucault จึงถือว่า “ร่างกายของคน” เป็น พื้นที่อย่างหนึ่ง เนื่องจากมีการใช้อำนาจแบบต่าง ๆ บนพื้นที่แห่งนี้ นับตั้งแต่การรัดเท้าให้เล็กของ ผู้หญิงจีนในสมัยโบราณ มากระทั่งการบังคับให้ผู้หญิงสมัยใหม่มีรูปร่างที่ผอมสูงในปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ของ Foucault ที่ได้กล่าวไว้ยังมีอีกสองประเภท คือ พื้นที่ในอุดมคติ (The Utopias) เป็นพื้นที่ในจินตนาการที่เชื่อมโยงหรือไม่ขัดแย้งกับพื้นที่จริงใน สังคมแต่เป็นพื้นที่ที่ไม่มีที่ตั้งจริงในสังคม และพื้นที่แบบพิเศษ (Heterotopias) เป็นพื้นที่ที่เชื่อมโยง สะท้อน หรืออยู่ระหว่างพื้นที่จริงและมิติในอุดมคติอยู่ด้วยกัน เป็นพื้นที่อีกชนิดที่แตกต่างไปจากทั้ง พื้นที่ในอุดมคติกับพื้นที่จริง ความสำคัญของพื้นที่แบบพิเศษนี้เป็นพื้นที่ที่มนุษย์ในสังคมใช้ชีวิตอยู่เป็น ส่วนใหญ่ คือเป็นพื้นที่จริงและพื้นที่สร้างขึ้นมาอยู่ด้วยกัน (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2545)

ดังการศึกษาเรื่องเฟซบุ๊กแฟนเพจอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม ที่ได้ศึกษานบน พื้นที่ออนไลน์กล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่หนึ่งที่มนุษย์ใช้เป็นพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคมในการแลกเปลี่ยน ความคิด ข้อมูลข่าวสาร โต้ตอบกันบนพื้นที่ที่ใครก็สามารถเข้าถึงได้ ทั้งยังมีการเคลื่อนไหวของข้อมูล ข่าวสารอยู่ตลอดเวลา

การนิยามความหมายของพื้นที่ทางสังคม Lefebvre อธิบายไว้ว่า เป็นที่ซึ่งบรรลุไป ด้วยความแตกต่างหลากหลายทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่เป็นผลผลิตทางสังคมรวมถึง เครื่องข่าย (ในที่นี้หมายถึงการติดต่อสื่อสาร) เส้นทางที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการแลกเปลี่ยน สรรพสิ่ง และข้อมูล ข่าวสาร การแลกเปลี่ยนดังกล่าวไม่ได้เป็นการแลกเปลี่ยนแต่เพียงสิ่งของเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของการแลกเปลี่ยนเชิงความสัมพันธ์ทางสังคมด้วย Lefebvre (1998, อ้างถึงใน ภูริทัต ไชยเศรษฐ์, 2547)

ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ผู้ที่ให้แนวคิดเรื่องนี้ไว้อย่างกว้างขวางและลึกซึ้งคือ Foucault ได้ศึกษาพื้นที่ที่เรียกว่า เมือง เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจในฐานะที่เป็น ยุทธศาสตร์ของอำนาจในการต่อต้านขัดขืนอำนาจ หรือการสร้างอำนาจผ่านทางการทำงานทำสงครามแย่งพื้นที่ Foucault สรุปไว้อย่างสั้น ๆ ว่า พื้นที่คือรากฐานของการทำงานของอำนาจทุกชนิด และสำหรับเขาแล้วอำนาจแยกไม่ออกจากความรู้ และความจริง เนื่องจากทันทีที่ความรู้สามารถถูกวิเคราะห์ในเชิงพื้นที่ การสร้างความหมาย การแทนที่ การสวมรอย การเปลี่ยนรูป ก็จะสามารถเห็นถึงกระบวนการที่ทำให้ความรู้กลายเป็นอำนาจ กระบวนการที่ทำให้ผลลัพธ์ของอำนาจแพร่กระจายไปในพื้นที่ได้ (ชัชวาลย์ ชำบุญเกิด, 2553) ขณะเดียวกันที่ Lefebvre อธิบายพื้นที่โดยยกตัวอย่าง “เมือง” ในฐานะที่เป็นพื้นที่ที่เป็นผลผลิตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเมืองที่อยู่ในเมือง เพราะองค์ประกอบหลักของพลังแห่งการผลิตทั้งหลายเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ทางสังคม (การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม) ของมนุษย์ภายในพื้นที่ทางสังคม (Social Space) อนึ่งการผลิตในความหมายของ Lefebvre นั้นแตกต่างจากความหมายของการผลิตในแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ ที่เน้นมโนทัศน์ 3 ประการคือ การผลิต ผลผลิต และแรงงาน แต่สำหรับ Lefebvre นั้น การผลิตมีความหมายครอบคลุมปริณทลของการผลิตความรู้ ภาษา และสัญญาณ โดยได้ใช้เรื่องการสร้างพื้นที่ (Production of Space) เป็นตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม (ภริทัต ไชยเศรษฐ์, 2547)

แนวคิดของ Habermas (1995) ให้ความสนใจอย่างมากคือเรื่อง เหตุผล ความรู้ และการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ได้ปฏิเสธสมมติฐานเบื้องต้นของกลุ่มเสรีนิยม ความรู้นั้นสามารถเป็นกลางปราศจากค่านิยมได้แต่กลับเสนอว่าปัญญาชนทุกคนต้องมีอุดมการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ในความรู้ที่ผลิตออกมา ข้อเสนอในการพัฒนาสังคมคือ ต้องใช้การสื่อสารที่เรียกว่า “Ideal Speech community” ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนอภิปรายโต้เถียงกันได้อย่างเสรี และใช้เหตุผลเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของสังคมอันเป็นแนวคิดที่เรารู้จักกันในเรื่องการเปิดเวทีพื้นที่สาธารณะ ในช่วงศตวรรษที่ 17-18 เป็นช่วงเฟื่องฟูของ “พื้นที่สาธารณะ” ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการต่อสู้ของชนชั้นกลางที่ดำเนินต่อชนชั้นศักดินา อย่างไรก็ตาม Habermas ค้นพบว่า หลังจากที่ชนชั้นกระฎุมพีได้ชัยชนะแล้วก็ได้ค่อย ๆ แปรเปลี่ยนความหมายของพื้นที่สาธารณะจากมิติทางด้านการเมืองมาเป็นมิติทางด้านเศรษฐกิจสังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

พื้นที่สาธารณะปัจจุบันนี้ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางแสดงความคิดเห็นทางด้านการเมืองอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงเรื่องอื่น ๆ ที่น่าสนใจในสังคมด้วย พื้นที่สาธารณะบางส่วนย้ายมาในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ ที่เกิดขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นการแสดงความคิดเห็นในประเด็นทั่ว ๆ ไป อันเป็นสิ่งที่น่าสนใจในสังคมหรือเรียกว่า เวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Cultural Forum) ซึ่งเป็นตัวแทนของคนในสังคม (Social Representation) Poster (1995, อ้างถึงใน โอทม์ สุขศรี, 2549) นอกจากนี้ Poster ยังอธิบายอีกว่า เมื่อวิวัฒนาการสื่อสารไร้พรมแดนมาถึงอินเทอร์เน็ตก็ได้ก่อให้เกิดชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะใหม่ในปัจจุบัน แต่พื้นที่สาธารณะที่เกิดขึ้นในอาณาบริเวณเครือข่ายการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ แตกต่างจากพื้นที่สาธารณะในอดีต เนื่องจากการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์มีความแตกต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้า พื้นที่สาธารณะในสมัยก่อนเป็นสถานที่ที่ประชาชนสามารถพูดได้อย่างเท่าเทียมกัน ผู้แสดง

ความคิดเห็นมีข้อโต้แย้งอย่างมีเหตุผลเพื่อบรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกัน แต่คำนิยามของพื้นที่สาธารณะในอดีตไม่สามารถใช้ได้กับชุมชนเสมือนที่เกิดขึ้นในระบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีสิทธิพูดได้เท่าเทียมกันแต่เป็นการโต้แย้งกันอย่างไม่ค่อยมีเหตุผลและไม่มี ความสอดคล้องกัน (ไอห้ม สุขศรี, 2549)

เช่นเดียวกับการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ที่พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ในการเข้ามา บริโภคข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างอิสระ เกิดการแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารแลกเปลี่ยน ความคิด ถกเถียง โดยมีทั้งความเห็นตรงกัน และขัดแย้งกันอันนำมาซึ่งการเกิดการปฏิสัมพันธ์กันของ กลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาใช้งาน

ปัจจุบันสังคมไทยได้เริ่มคุ้นเคยกับปรากฏการณ์ของการสร้างพื้นที่สาธารณะผ่าน การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์มากขึ้นทุกที เช่น ทุกครั้งที่เกิดเหตุการณ์ขึ้นในสังคม นับตั้งแต่ประเด็น ทางการเมืองไปจนถึงประเด็นทางการสังคมวัฒนธรรมจะมีการแสดงความคิดเห็นโดยตรงจากผู้ ใช้คอมพิวเตอร์เข้าไปในห้องสนทนาของอินเทอร์เน็ต ประเด็นเหล่านี้จะมีการพูดคุยแสดงความคิดเห็น อย่างกว้างขวางในหน้าจocomพิวเตอร์ (กอบชัย ศักดาวงศ์ศิริวิมล, 2552) หรือที่เราเรียกกันว่า เป็น พื้นที่ไซเบอร์สเปซอย่างเช่นปัจจุบัน ไซเบอร์สเปซ เป็นพื้นที่สาธารณะอีกรูปแบบหนึ่งในยุคของการ สื่อสารเสมือนจริง (Virtual Communication) โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นสื่อกลางในการ สื่อสาร เพื่อเกิดพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ที่เรียกว่า ไซเบอร์สเปซ ขึ้นมา เป็นพื้นที่ที่ไร้ขอบเขตไม่มี พรหมแดนแน่ชัดว่าอยู่ที่ใด ทำให้การที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่างหรือการไปแสดงออกตามความ ต้องการของตนเองจึงเป็นเรื่องง่าย (Robbins, 1996) อีกทั้งการสื่อสารบนพื้นที่ไซเบอร์สเปซ เอื้อต่อ การให้ผู้คนทั้งหลายมีโอกาสในการสร้างตัวตน ในแบบที่อยากจะเป็นได้ในโลกเสมือนจริง เนื่องจาก เป็นพื้นที่ที่ไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ผู้ใช้งานทุกคนมีสิทธิเสรีภาพ ในการแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียม สามารถแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ ดังนั้นผู้คนจึงต้องการที่จะเข้าไปแสดงออกถึงตัวตนให้กับ ตนเองในพื้นที่แห่งนี้ (Kiesler, et al, 1984)

ซึ่งการวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษาการเข้ามาแสดงตัวตนของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟน เพจเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ไม่มีใครรู้จักตัวตนที่แท้จริงของเรา นอกจากตัวเราเอง และวัยรุ่นได้เข้ามา แสดงออกถึงความเป็นตัวตนที่สามารถสร้างขึ้นมาได้จากการปิดกั้นการเปิดเผยตัวตนจริงของตนเอง เมื่ออยู่ในพื้นที่ทางสังคมในชีวิตจริง

เมื่อบุคคลต่าง ๆ ติดต่อกันก็ย่อมมีเอกลักษณ์ (Identity) ของตัวเอง เอกลักษณ์เป็นสิ่งที่ยึดติดกับลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ ซึ่งเอกลักษณ์นี้เองทำให้บุคคลต้อง รับผิดชอบต่อจุดยืนของตนเอง และมีความไว้วางใจระหว่างกันเพราะเป็นการสื่อสารที่เห็นหน้าซึ่ง กันและกัน แต่สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานสามารถเลือกเอกลักษณ์และ สามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองได้ตามความต้องการ การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จึงเป็นการ แสดงความคิดเห็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน เอกลักษณ์ของผู้ใช้แต่ละคนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ (ไอห้ม ศรีสุข, 2549)

การสื่อสารของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้ามาแสดงออกทางความคิดผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งพูดคุยในประเด็นที่ได้รับความสนใจ ทั้งด้านมิติทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรม การสื่อสารผ่านพื้นที่ออนไลน์นี้ส่งผลให้ผู้ใช้งานมีการแสดงเอกลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นตัวตน และเอกลักษณ์อื่น ๆ ออกมาให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้รับรู้

จากแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะทำให้ทราบว่าพื้นที่สาธารณะในปัจจุบันโดยเฉพาะในสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างจากพื้นที่สาธารณะในอดีต ทำให้ทราบถึงรูปแบบการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งในเรื่องที่ผู้วิจัยทำการศึกษานี้เป็นรูปแบบหนึ่งของกลุ่มคนที่มีการรวมตัวกันขึ้นเพื่อใช้และสร้างพื้นที่สาธารณะของตนเองขึ้นมา และบทบาทของเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่งที่ถูกใช้เป็นพื้นที่สาธารณะ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะมาเป็นกรอบในการใช้พื้นที่สาธารณะในการศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่น ที่เข้ามาแสดงออกทางความคิด มุมมองผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งเป็นพื้นที่ในการแสดงอัตลักษณ์ของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน

เนื่องจากการเข้ามาของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ วัยรุ่นเกิดการแสดงออกถึงตัวตน นำเสนอตัวตนในอีกด้านหนึ่ง ซึ่งทำให้การศึกษาครั้งนี้สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นได้ชัดเจน นำมาซึ่งอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ถูกศึกษาในเชิงของการต่อรองความหมาย การนำแนวคิดพื้นที่มาวิเคราะห์สังคมตามบริบทภายใต้มิติทางสังคมต่างๆ ดังกรูทิต ไชยเศรษฐ์ (2547) ศึกษาการสร้างและต่อรองความหมายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนป้อมมหากาฬโดยเน้นศึกษาไปที่ปรากฏการณ์ความขัดแย้ง ความเป็นคู่ปฏิปักษ์ระหว่างกรุงเทพฯ กับชวบ้านชุมชนป้อมมหากาฬ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การผลิตสร้างความหมายของพื้นที่โดยรัฐนั้น เป็นความหมายที่เกิดขึ้นภายใต้แบบแผนทางอำนาจในการกำหนดสร้างพื้นที่ โดยไม่เปิดโอกาสให้ชุมชนที่เป็นสลิ้มเข้าร่วมในการกำหนด ขณะที่ ยงยุทธ บุรณาเจริญกิจ (2545) ได้ทดลองใช้แนวคิด “พื้นที่ทางสังคม” ทำการวิเคราะห์โดยศึกษาการใช้พื้นที่วัดในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจ การเมืองของรัฐ/สถาบันสงฆ์ และสังคมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความหมายของวัด ผลการศึกษา มองว่าการใช้พื้นที่วัดในเชิงเศรษฐกิจที่เป็นการสร้างและต่อรองความหมายของวัดระหว่างเจ้าอาวาส พระสงฆ์และคนในย่านวัด พบว่าความหมายที่กลุ่มคนเหล่านี้สร้างขึ้นมีส่วนที่หนุนเสริมกันคือ การจัดหารายได้เพื่อนำเงินมาบำรุงวัด โดยสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจบนพื้นที่ “สาธารณ” ทั้งนี้แล้ว การใช้พื้นที่วัดในวันสำคัญทางศาสนาในปัจจุบันมีนัยสำคัญต่อผู้คนในย่านวัดลดลง พระสงฆ์และฆราวาสที่ให้ความสำคัญกลุ่มหนึ่งได้ต่อรองความหมายของวันสำคัญทางศาสนากับผู้คนในย่านวัดด้วยการจัดงานสำคัญทางศาสนาอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผู้คนในย่านวัดที่เข้าร่วมงานกลับให้ความสำคัญเฉพาะ “พิธีกรรม” โดยไม่สนใจนัยเชิงศาสนา ส่วนวันสำคัญที่วัดสร้างขึ้น เป็นการสร้างความหมายของวัดร่วมกับคนนอกย่านวัด โดยพยายามสร้างความหมายเฉพาะด้านให้กับวัด พื้นที่วัดจึงมีความหมายที่หลากหลายผ่านการสร้างและการต่อรองของกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามาใช้พื้นที่วัด อย่างไรก็ตาม เอกศักดิ์ เนตรวิเชียร (2549) ศึกษากระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทใหญ่ทางสถานีวิทยุชุมชน พบว่า กระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมมีนัยทางการเมืองและสังคมอยู่เบื้องหลังกระบวนการสื่อสารการนำเสนอเนื้อหา

โดยมีวิฑูรย์ชุมชนเป็นสื่อกลางในกระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคม เอกศาสตร์ สรรพช่าง (2546) ศึกษาพื้นที่คาราโอเกะคลับและตัวตนของเกย์อ้วน โดยผู้เขียนพยายามเสนอให้เห็นถึงการสร้างพื้นที่ใหม่ ๆ ของเกย์อ้วน เพื่อเปิดเผยตนเองต่อสังคม ซึ่งพื้นที่แห่งนี้ทำให้ “ร่างกาย” ที่เคยถูกรังเกียจกลับกลายเป็นสิ่งที่มีค่า และทำให้พื้นที่แห่งนี้กลายเป็นโลกส่วนตัวของเกย์อ้วนในการสร้างสัมพันธ์และจนกระทั่งรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน” และทำให้เกย์อ้วนสามารถแสดงตัวตนของตนเองเป็นเสมือนพื้นที่แห่งพิธีกรรมของกลุ่มเกย์อ้วน

นอกจากนั้นแล้วพื้นที่ออนไลน์ยังเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อให้คนในสังคมเข้ามาแสดงความคิดเห็นในมิติต่าง ๆ ในสังคม รวมถึงมิติทางการเมืองดังที่ อธิราชูท ทองสุข (2555) ศึกษาการเมืองในพื้นที่สาธารณะบนระบบอินเทอร์เน็ต พบว่า พื้นที่สาธารณะบนระบบอินเทอร์เน็ตเป็นกระดานสนทนาทางการเมือง เป็นสื่อกลางในการสื่อสารทางการเมืองระหว่างกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอยู่สองลักษณะ คือ การสนับสนุน การต่อต้าน และยังหยิบวาทกรรมทางการเมืองเข้ามาใช้ในการแสดงความคิดเห็น อีกทั้ง สิริรัตน์ รัตนกาญจน์ (2549) ศึกษาการสร้างพื้นที่ความเป็นส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะของสังคมผ่านร่องรอยขีดเขียนในส้วมสาธารณะและเว็บบอร์ดในไซเบอร์สเปซ พบว่า พื้นที่ส่วนตัว กับพื้นที่สาธารณะในสังคมไทยแต่เดิม มีการแบ่งขอบเขตระหว่างพื้นที่อย่างชัดเจน การข้ามจากพื้นที่หนึ่งไปยังพื้นที่หนึ่งต้องมีการเปลี่ยนตนเองเพราะในแต่ละพื้นที่นั้นจะมีกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ ในการเข้าถึง เมื่อกาลสมัยเปลี่ยนไปความเป็นพื้นที่เริ่มมีมิติทางกายภาพมากขึ้น กล่าวคือพื้นที่ที่บ่งบอกอาณาเขตได้อย่างแน่ชัด กลายมาเป็นพื้นที่ที่ไร้ขอบเขต ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ (Space) และเวลา (Time) หรือที่เรียกว่าพื้นที่เสมือนจริง (Cyberspace) ทำให้คนเข้าไปสร้างพื้นที่ส่วนตัวให้กับตนเองในอีกมิติหนึ่ง แต่การไปสร้างพื้นที่ส่วนตัวมีพื้นที่สาธารณะที่ไร้ขอบเขตเช่นนี้ ทำให้เห็นได้ว่าพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่สาธารณะในปัจจุบันแทบจะไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างเด็ดขาดเพราะคนเรายังเอาเรื่องความเป็นส่วนตัวออกมาสู่พื้นที่สาธารณะอย่างเปิดเผย จากผลการศึกษาเป็นการตอบย้ำว่าพื้นที่ออนไลน์เป็นเวทีสาธารณะของกลุ่มคนในการเข้ามาแสดงถึงพื้นที่แสดงความเป็นตัวตน

จากแนวคิดพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่สาธารณะที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ทราบถึงความหมาย คำนิยาม และรูปแบบของพื้นที่ของกลุ่มต่าง ๆ ในอดีตและเข้ามาสู่ยุคปัจจุบัน ซึ่งในเรื่องที่ผู้วิจัยทำการศึกษาอยู่นี้ ได้เป็นรูปแบบและพื้นที่หนึ่งของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่ทางสังคมในรูปแบบของพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งเป็นพื้นที่ชุมชนเสมือนที่ผู้มีความสนใจคล้าย ๆ กันเข้ามาใช้งาน ผู้วิจัยจึงสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ของการสร้างพื้นที่ทางสังคมในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นได้ ว่ากลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาใช้งานบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ มีการเข้ามานำเสนอตัวตนแสดงออกถึงความเป็นตัวตนในลักษณะรูปแบบใด และภายใต้มิติทางสังคม อาทิ ขาวดำนักกีฬา วัฒนธรรม การเมือง สุขภาพ และสังคม มีอิทธิพลต่อการนำเสนอตัวตนของกลุ่มวัยรุ่น แนวคิดพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่สาธารณะจึงนำมาเป็นกรอบในการอธิบายพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคมของกลุ่มวัยรุ่นรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน

ความทันสมัยกับพื้นที่เสมือนจริง

ทฤษฎีภาวะความทันสมัย (Modernization theory) เป็นแนวคิดในการพัฒนาของนักวิชาการในประเทศแถบยุโรป โดยมีจุดกำเนิดมาจากการประสบผลสำเร็จอย่างรวดเร็วของโครงการฟื้นฟูยุโรป เนื่องจากภัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งมีฐานคติสำคัญคือ การพัฒนาอุตสาหกรรมและการสร้างสรรค์สังคมประชาธิปไตยตะวันตก เป็นสังคมพึงปรารถนาที่ประเทศกำลังพัฒนาควรกำหนดเป้าหมายและกระบวนการ เพื่อการเปลี่ยนแปลงระบบสังคมของตนให้มีลักษณะอุดมสมบูรณ์ตามขั้นตอนของการเจริญเติบโตแบบตะวันตก เมื่อก้าวถึงทฤษฎีของการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย สามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวความคิดคือ ทฤษฎีที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยจากระบบประเพณีดั้งเดิมไปสู่ระบบความทันสมัย และทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง หรือหลายตัวแปรว่าเป็นปัจจัยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย

ในด้านความหมายของภาวะความทันสมัยได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ เช่น Rogers ได้กล่าวถึงความทันสมัยว่า ความทันสมัยหมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่ล้าหลังไปสู่สิ่งที่ทันสมัยกว่า คือเป็นกระบวนการซึ่งทำให้คนเปลี่ยนแปลงจากชีวิตแบบโบราณไปสู่ชีวิตที่ซับซ้อนกว่า มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากกว่า และการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตดำเนินไปอย่างรวดเร็ว และ Smelser (1966, อ้างถึงใน จามมะรี พิทักษ์วงศ์, 2529) กล่าวว่า ความทันสมัย หมายถึง กระบวนการซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันและกัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ระบบนิเวศน์ ระบบวัฒนธรรมและสังคม การเปลี่ยนแปลงทางศาสนา จากความเชื่อทางโลกเข้ามาแทนที่ความเชื่อเก่า ๆ อีกทั้ง Spenser (1971, อ้างถึงใน รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ, 2548) ที่ว่าสังคมมีเอกลักษณ์ไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้โครงสร้างของสังคมและวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละสังคมเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่หยุดนิ่งเกิดขึ้นตลอดเวลา โดยการเปลี่ยนแปลงนั้นหมายถึง ความแตกต่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อวันเวลาเปลี่ยนไป หรือการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นสภาพที่เคยเป็นอยู่ไปสู่สภาพใหม่ ที่แตกต่างไปจากเดิมโดยอาศัยองค์ประกอบด้านเวลาเป็นเครื่องกำหนด

ภาวะความทันสมัยสามารถสรุปได้ว่า จะต้องสร้างขึ้นทั้งในระดับโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และตัวบุคคล โดยสังคมทันสมัยจะมีสถาบันต่างๆ ที่มีลักษณะหน้าที่เฉพาะเจาะจง มีบทบาทเฉพาะด้าน แต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันอย่างแน่นแฟ้น การกำหนดภาระหน้าที่ที่เด่นชัดถือเป็นการเพิ่มสมรรถภาพของสังคม ที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบที่เกิดขึ้นทั้งจากสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน

นอกจากนี้ Lerner (1958) นักทฤษฎีชาวอเมริกา ได้ศึกษาถึงภาวะความทันสมัยที่เกิดจากระบบการสื่อสาร โดยเขาเชื่อว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดของความทันสมัยคือ การสื่อสารที่ทันสมัย เพราะการสื่อสารที่ทันสมัยทำให้การรับข่าวสารของคนในสังคมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม เกิดจินตภาพใหม่ ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทาง

สังคม และวัฒนธรรมเป็นภาวะทันสมัยที่สุด ในการพัฒนาสังคมให้ประสบผลสำเร็จนั้น การสื่อสารแบบทันสมัยเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในการติดต่อประสานงาน เป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความทันสมัยคือ ลักษณะทางพฤติกรรมและความนึกคิดของบุคคลที่สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความทันสมัยที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความทันสมัยในระดับบุคคล ระดับสังคม โดยเป็นกระบวนการที่การดำรงชีวิตของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยเป็นมาในอดีต มาสู่การเป็นอยู่ที่มีความสลับซับซ้อน มีการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีใหม่ ๆ การยอมรับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทำความเข้าใจ รวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามาสู่การดำเนินชีวิต ซึ่งในการศึกษาเรื่อง เพชบุ๊คแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม ได้ใช้แนวคิดเรื่องความทันสมัย มาเป็นส่วนสนับสนุนในการวิเคราะห์ การเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีการพัฒนาให้มีความทันสมัยอย่างเช่นปัจจุบัน ที่มีพื้นที่ที่เรียกว่า พื้นที่เพชบุ๊คแฟนเพจซึ่งเป็นพื้นที่ออนไลน์ของคนปัจจุบัน ในการเข้ามาติดต่อสื่อสาร บริโภคข่าวสาร และแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกันต่อประเด็นข่าวสารที่ได้นำเสนอ อันนำมาซึ่งการใช้ความทันสมัยที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ และทันต่อเหตุการณ์บ้านเมือง เป็นผลมาจากการต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคข่าวสารของคนปัจจุบัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความทันสมัย อุทัยวรรณ มินสุวรรณ (2541) ศึกษาเรื่อง ภาวะความทันสมัยในระบบครอบครัว และเครือญาติกับวัฒนธรรมการนับถือผีของชาวกะเหรี่ยง พบว่า ความทันสมัยในระบบครอบครัวและเครือญาติไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการนับถือผีของชาวกะเหรี่ยง ซึ่งชาวกะเหรี่ยงยังคงเน้นการนับถือผีแบบดั้งเดิมมากกว่าการนับถือผีแบบก้าวหน้า แต่ทั้งนี้ภาวะความทันสมัยไม่สามารถเข้าไปทำลายระบบความเชื่อในเรื่องผีของชาวกะเหรี่ยงได้อย่างสิ้นเชิง แต่มีแบบแผนความทันสมัยให้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของชาวกะเหรี่ยงมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถเข้าไปปฏิบัติความเชื่อในเรื่องผีของชาวกะเหรี่ยงได้ ขณะที่ พรณพิมล ชันติยู (2554) ศึกษาเรื่อง วิถียังชีพชนบท การปรับตัวต่อสู่ภายใต้ กระแสการพัฒนาเพื่อสร้างความทันสมัยในยุคของโลกาภิวัตน์ กรณีศึกษา: บ้านโคกสว่าง ตำบลโคกสูง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ในอดีตวิถียังชีพของครัวเรือนเกษตรกรในอดีตมีวิถีชีวิตพึ่งพิงทุนทางธรรมชาติด้านปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เมื่อเกิดการสร้างความทันสมัยขึ้นมาอย่างปัจจุบัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำรงชีวิตของเกษตรกร เช่น กระทบต่อต้านทรัพยากรมนุษย์ต่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา สังคมเกิดความเหลื่อมล้ำในการใช้ทุนทางสังคม นำมาซึ่งการปรับตัวเพื่อการยังชีพภายใต้กระแสการพัฒนาในยุคโลกาภิวัตน์ โดยการอยุ่อนุรักษ์ไว้ซึ่งการใช้ประโยชน์ของทุนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และมีลักษณะการส่งเสริมความรู้ การลดต้นทุนการผลิต และการสร้างอาชีพเสริมเพื่อให้เพียงพอสำหรับครัวเรือน

นอกจากนี้ ภาณุ ชาญประโดน (2550) ศึกษาเรื่อง การสร้างความทันสมัยในประเทศไทย: เปรียบเทียบระหว่างรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กับยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม พบว่า พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เริ่มการเปลี่ยนแปลงสร้างความ

ทันสมัยในด้านการเมืองก่อนเป็นอันดับแรก จากระบบราชการแบบดั้งเดิมมาสู่ระบบราชการแบบใหม่ อย่างประเทศในแถบยุโรป จากนั้นจึงมุ่งเน้นเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และจัดให้มี สาธารณูปโภค ยกเลิกประเพณีที่ล้าสมัย ส่วนทางด้านของจอมพล ป. พิบูลสงคราม จะเปลี่ยนแปลง ในด้านรูปแบบมากกว่าด้านโครงสร้าง ทั้งการแต่งกาย และธรรมเนียมปฏิบัติที่ทันสมัยมาใช้ แต่ทั้งนี้ ทั้งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และจอมพล ป. พิบูลสงคราม จะมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ การสร้างความทันสมัยแต่ประชาชนก็มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมากกว่า

จากงานวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคม ที่ได้รับอิทธิพลมา จากกระแสความทันสมัย ระบบการพัฒนา รูปแบบการบริหารประเทศเพื่อยกระดับให้ประเทศมีการ พัฒนาการดำรงชีวิตที่ทันสมัยยิ่งขึ้น ทั้งระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่เน้นอุตสาหกรรม การ กลายเป็นสังคมเมือง ระบบการสื่อสารให้มีความก้าวหน้า ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้มุมมอง ศึกษาแนวทางการเกิดความทันสมัยของงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น มาศึกษาแนวทางการเกิดความ ทันสมัยในการสื่อสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจอย่างเช่นปัจจุบัน จากการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีส่งผลให้ การติดต่อสื่อสารของคนปัจจุบันแคบลง เกิดการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายขึ้น การบริโภคข่าวสารมี ความรวดเร็ว พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่รูปแบบหนึ่งที่สามารถ อธิบายถึงความทันสมัยอัน นำมาซึ่งพื้นที่ในการปฏิบัติการทางสังคม การแลกเปลี่ยนความคิด การนำเสนอตัวตน อันจะสะท้อน ถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจหรือพื้นที่เสมือนจริงอย่างเช่นปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็น แนวทางในการศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยมองว่าพื้นที่ เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ออนไลน์ที่ผู้ใช้งานได้เข้ามาแสดงออกทางความคิด มุมมอง ของเรื่องราว ต่างๆ ภายใต้มิติทางสังคม นี้มาสู่การเป็นพื้นที่ที่สร้างอัตลักษณ์ ตัวตน ของวัยรุ่น และอัตลักษณ์ที่เกิด บนพื้นที่นี้สามารถเลื่อนไหลไปตามสถานการณ์ ภายใต้เงื่อนไขของเวลา ที่ผู้ใช้งานเลือกที่จะนิยามตัวตน ให้เป็นเช่นไร ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดอัตลักษณ์ แนวคิดพื้นที่ และทฤษฎีความทันสมัย มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้

อัตลักษณ์เป็นความรู้สึกนึกคิดว่า “ฉันคือใคร” โดยเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับตัว เราและผู้อื่นผ่านการที่ตัวเรามองตนเองและผู้อื่นมองเราในขณะนั้น อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพล จากโครงสร้างของสังคม ซึ่งแยกไม่ออกระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม เนื่องจากมีความทับซ้อนกันอยู่ โดยสังคมเป็นสิ่งที่หล่อหลอมความเป็นตัวตนขณะเดียวกันตัวตนก็หลอมรวมกันเป็นสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้คำนึงถึงจุดเน้นที่แตกต่าง ความหลากหลายของการสร้างอัตลักษณ์กับการ ตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์เหล่านี้ได้เชื่อมโยงกับสังคมได้อย่างไร และเรามีส่วนร่วมในการก่อตัวของ

อัตลักษณ์ของเราเองไปด้วยเช่นกัน (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2543) การศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในครั้งนี้อย่างวิเคราะห์การสร้างตัวตนของวัยรุ่นว่ามีการมองตนเอง นิยามความเป็นตัวตนเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการแสดงออกทางความคิดผ่านพื้นที่ออนไลน์ การแสดงออกหรือการสื่อสารกันเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์ Foucault เสนอว่า บทบาทสำคัญที่ครอบคลุมกิจกรรมทุกประเภทของมนุษย์คือการสื่อสาร ทั้งรูปถ้อยคำ คำพูด การเขียน อาจมาในรูปของการปฏิบัติ พฤติกรรม อากัปกริยาต่าง ๆ Foucault ชี้ว่า มนุษย์อยู่กันเป็นสังคมได้ด้วยการสื่อสาร มนุษย์สามารถสำนึกได้ว่าตนเป็นมนุษย์อยู่ได้ เพราะมนุษย์รู้จักใช้ภาษาสื่อความกันซึ่งถือเป็นคุณลักษณะที่ยิ่งใหญ่ของความเป็นมนุษย์ Foucault (1976, อ้างถึงใน ธงชัย วินิจจะกุล, 2534)

นอกจากนั้นแล้ว Foucault สรุป เรื่อง “พื้นที่” ไว้ว่า พื้นที่คือรากฐานการทำงานของอำนาจทุกชนิด และไม่สามารถแยกออกจากความรู้ และความจริง เนื่องจากพื้นที่ที่ความรู้สามารถถูกวิเคราะห์ในเชิงพื้นที่ การสร้างความหมาย การแทนที่ การสวมรอย จะสามารถเห็นถึงกระบวนการที่ทำให้ความรู้กลายเป็นความจริง ดังการศึกษาถึงพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเนื่องจากการเป็นพื้นที่ของชุดความรู้ชุดหนึ่งทางสังคม ซึ่งคนในสังคมให้ความสนใจในการสร้างความจริง การรับรู้ เพื่อสะท้อนมิติทางสังคม อันนำไปสู่การแสดงตัวตน ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดอัตลักษณ์ มาเป็นแนวทางศึกษาวิเคราะห์ถึง การเข้ามาแสดงออกทางความคิด มุมมองของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผ่านมุมมอง ค่านิยม อารมณ์ความรู้สึก ภายใต้มิติทางสังคม ทั้งวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง นำมาสู่การสร้างตัวตน อัตลักษณ์ทางสังคมของวัยรุ่นผ่านการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ ทั้งนี้ นำแนวคิดพื้นที่ไปวิเคราะห์พื้นที่ออนไลน์ คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งเป็นพื้นที่ที่ใคร ๆ สามารถเข้ามาแสดงออกทางความคิดได้อย่างอิสระ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของการใช้ภาษา เนื้อหาในการเข้ามาซึ่งพื้นที่แห่งนี้เป็นการรวมตัวกันของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการค้นหาตัวตน สร้างตัวตนให้เป็นที่สนใจของสังคม ดังที่ Kelly กล่าวว่า อัตลักษณ์ของวัยรุ่นคือความเป็นตัวตนของวัยรุ่น การที่วัยรุ่นมองตัวตนของเขาอย่างไร และการที่บุคคลอื่นในสังคมมองเขาอย่างไรในการที่เขาแสดงบทบาทต่อผู้อื่น การแปลความหมายจากพฤติกรรมต่าง ๆ บางครั้งก็เกิดความพยายามจำกัดตัวตนของตนเองขึ้นมาใหม่ ด้วยลักษณะที่อยากให้ผู้อื่นมองเขา Kelly (1990, อ้างถึงใน กอบชัย ศักดาวงศ์ศิริมล, 2552) ด้วยเหตุนี้พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่หนึ่งในการแสดงถึงความเป็นตัวตน อัตลักษณ์ทางสังคมของวัยรุ่นได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยนำทฤษฎีภาวะความทันสมัยมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่ซึ่งเป็นพื้นที่ของการสื่อสาร หรือบริโภคนิยมข่าวสารรูปแบบใหม่ของผู้ใช้งานปัจจุบัน อันเนื่องมาจากความทันสมัยจากการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ นำมาสู่การเกิดพื้นที่ในการติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่ออนไลน์ ดังที่ Lerner (1958) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของความทันสมัย เพราะการสื่อสารที่ทันสมัยทำให้การรับข่าวสารของคนในสังคมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม เกิดจินตภาพใหม่ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีความทันสมัยมาเป็นอีกหนึ่งแนวคิดของการศึกษาเรื่อง เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลและความหมายของข้อมูล จากมุมมอง ทักษะของผู้ให้ข้อมูลของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาตอบข้อคำถาม ผู้วิจัยจึงพยายามทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงเรื่องราวการสร้างตัวตนของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์ โดยมุ่งทำความเข้าใจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ภายใต้มิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการนำเสนอตัวตน การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์อันถือเป็นเป้าหมายของการศึกษา ซึ่งลักษณะของข้อมูลที่ได้เกิดจากการสังเกต การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบขั้นตอนการวิจัยดังนี้

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ในการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาบนพื้นที่ออนไลน์ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นการศึกษาในลักษณะการแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานเพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ภายใต้มิติทางสังคม ทั้งทางวัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจบนพื้นที่ออนไลน์ เนื่องจากพื้นที่การศึกษาคั้งนี้เป็นพื้นที่ออนไลน์ คือ เว็บไซต์เฟซบุ๊กดอจคอม (www.facebook.com) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย จากการสำรวจพบว่าพื้นที่ชุมชนออนไลน์ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากในขณะนี้ คือ แฟนเพจอีเจียบเลียบต่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิค (Drama-addict) และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ (CSI LA) โดยผู้วิจัยมีเหตุผลในการเลือกพื้นที่ดังนี้

แฟนเพจอีเจียบเลียบต่วนได้เปิดบัญชีผู้ใช้เมื่อ พ.ศ. 2557 โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้าง Community เป็นแหล่งรวมตัว พบปะพูดคุยสำหรับผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้เข้ามาแสดงออกทางความคิด มุมมอง ค่านิยมต่อเหตุการณ์ข้างสารของสังคม ทั้งเจ้าของแฟนเพจมีการใช้ภาษาที่ค่อนข้างแรงในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ บนพื้นที่แฟนเพจ ทั้งการนำเสนอข่าวสารเป็นเรื่องที่เจ้าของแฟนเพจรู้และเข้าใจ และเป็นจริงในเรื่องที่นำเสนอ ด้วยเหตุนี้ส่งผลต่อการเข้ามาติดตามของผู้ใช้งานเพื่อเข้ามาตอบโต้ระหว่างเจ้าของแฟนเพจ นำมาสู่การเป็นที่นิยมของผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก

แฟนเพจดราม่าแอดดิก (Drama-addict) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2552 มีจุดมุ่งหมายในการแบ่งปัน (Share) ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประเด็นของคนในสังคมให้มีความสนใจ โดยแฟนเพจนี้มีคอนเซ็ป (Concept) ว่า “ที่ใดมีชุมชน ที่นั่นมีดราม่า” ทั้งนี้เจ้าของแฟนเพจมีความรู้เรื่องกฎหมาย ทำให้ผู้ใช้งานมีความน่าเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

แฟนเพจซีเอสไอแอลเอ (CSI LA) เป็นอีกแฟนเพจหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายในการสืบหาความจริงของข่าวที่เป็นประเด็นของสังคม เพื่อมาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างผู้ใช้งานและเจ้าของแฟนเพจ อีกทั้งสามเพจนี้มีการเคลื่อนไหวของผู้ใช้งานอยู่เสมอ มีการอัปเดตข้อมูล (Update) เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และทั้งสามแฟนเพจนำเสนอข่าวสารที่เป็นเหตุการณ์ปัจจุบันทำให้ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ความสนใจและติดตาม และเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็น มุมมอง ผ่านการใช้ภาษาตัวหนังสือผ่านพื้นที่ออนไลน์ นอกจากนี้จากการจัดอันดับของ Zocial, Inc. พ.ศ. 2558 ในการจัดอันดับแฟนเพจหรือเฟซบุ๊กเพจเรงกิ้ง (Facebook Pages Ranking) ทั้ง 3 แฟนเพจเป็น หนึ่งในห้าที่มีผู้ใช้งานติดตามมากที่สุดของแฟนเพจ Community ที่ผู้ใช้งานให้ความนิยม ผู้วิจัยจึงเลือก 3 พื้นที่นี้ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของวัยรุ่นได้อย่างชัดเจน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาบนพื้นที่ออนไลน์ซึ่งมีกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้โดยการสำรวจจากการเข้าไปใช้แฟนเพจที่ได้กำหนด และทำการสังเกตจากการนำเสนอ (Post) ข้อมูลของเจ้าของเพจในเรื่องราวต่าง ๆ และดูการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่ติดตามแฟนเพจ (Fanpage) ที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นนั้นได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานด้วยกันโดยดูจากการกดถูกใจ (Like) ของการแสดงความคิดเห็นนั้น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงมิติทางสังคม และการนำเสนอตัวตนของผู้ใช้งาน จากการสังเกตปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนำมาซึ่งการกำหนดผู้ให้ข้อมูลของการศึกษา

โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ใช้งานที่เป็นวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่เข้ามาติดตามทั้ง 3 แฟนเพจ โดยแบ่งเป็นแฟนเพจละ 20 คน รวม 3 แฟนเพจทั้งหมด 60 คน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลจะต้องเข้ามาใช้งานบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นประจำ และมีการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้การแสดงออกทางความคิดเห็นนั้นได้รับความสนใจจากผู้ใช้งานคนอื่นโดยสังเกตจากการเข้ามากดถูกใจความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากผู้ติดตามที่เข้ามาส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นเพราะเป็นวัยที่มีเวลาว่างมากที่สุดช่วงหนึ่ง รวมทั้งเป็นวัยที่มีวุฒิภาวะที่กำลังเจริญเติบโตไปเป็นผู้ใหญ่ มีการพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเองมาพอสมควร และผู้วิจัยได้มองเห็นการแสดงตัวตนของวัยรุ่นในพื้นที่แฟนเพจ กับการแสดงออกทางความคิดเห็น มุมมองภายใต้มิติทางสังคม โดยใช้พื้นที่ออนไลน์ในการนำเสนอตัวตน ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์ผลการศึกษาที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและบริบททางสังคม ทั้งยังเชื่อมโยงมิติทางสังคมอันสะท้อนไปสู่อัตลักษณ์ของ

วัยรุ่น ทั้งนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลต้องเป็นผู้ที่เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจและเคยตอบกระทู้ต่างๆบนแฟนเพจ จำนวน 50 ครั้งขึ้นไป ซึ่งเป็นจำนวนที่จะแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์ได้อย่างชัดเจน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในประเด็นของอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่มีการแสดงออกทางความคิดในการใช้ภาษา ค่านิยม บนพื้นที่ออนไลน์ภายใต้มิติทางสังคมโดยเผยให้เห็นถึงความทันสมัยที่เข้ามามีบทบาทในสังคมเป็นอย่างมากจากการพัฒนาของเทคโนโลยี การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ย่างเพียงมีสมาร์ตโฟน (Smart Phone) ในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์นำมาสู่การนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นบนพื้นที่ออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย และเพื่อให้เข้าใจถึงการสร้างอัตลักษณ์จากการแสดงออกทางความคิดซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามมิติทางสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ๆ โดยผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของผู้ให้ข้อมูล โดยทำแบบสัมภาษณ์จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ติดตามแฟนเพจอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 10 คน แฟนเพจตรามาแอดดิค จำนวน 10 คน แฟนเพจซีเอสไอแอลเอ จำนวน 10 คน โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นอุปกรณ์ในการสนทนาระหว่างผู้ให้ข้อมูลและผู้วิจัย

การสัมภาษณ์ออนไลน์ (Online interview) เป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมและชัดเจน จากการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในช่องสนทนาออนไลน์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเข้าใจง่าย และตอบคำถามได้อย่างตรงประเด็นชัดเจน ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ได้กำหนดโดยผู้วิจัยได้ทำการจัดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หลังจากการสนทนาช่องทางการสื่อสารของเว็บไซต์เฟซบุ๊กดอทคอม โดยผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง สถานภาพทั่วไปและการเข้ามาติดตามแฟนเพจของผู้ให้ข้อมูลว่ามีเหตุผลใดในการเลือกติดตามแฟนเพจ

ประเด็นที่สอง การแสดงออกทางความคิด มุมมอง บนพื้นที่ออนไลน์ในมิติทางสังคม ทั้งทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง และมิติทางสังคมด้านใดที่ผู้ใช้งานให้ความสนใจมีมุมมองต่อเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองอย่างไร

ประเด็นที่สาม การสร้างตัวตนของผู้ใช้งานผ่านพื้นที่ออนไลน์ในฐานะพื้นที่ที่แสดงอัตลักษณ์ของผู้ใช้งาน

การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อสังเกตช่วงเวลาในการเข้าแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานท่านอื่น ๆ และมีทิศทางสังคมด้านใดที่ได้รับความสนใจจากผู้ใช้งานจนกว่าจะได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ พื้นที่สังคมออนไลน์ นำมาเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ทั้งการสัมภาษณ์ออนไลน์และการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาบนพื้นที่ออนไลน์ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมภาษณ์ออนไลน์(Online) ผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก ทั้งการสังเกตจากการเข้าสู่พื้นที่ โดยผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งาน โดยทำการศึกษาและสังเกตการแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งาน เพื่อให้ช่วยในการวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นผ่านพื้นที่ออนไลน์ภายใต้มิติทางสังคม ทั้งทางวัฒนธรรม การเมือง สังคม จากการนำเสนอผ่านตัวหนังสือบนพื้นที่สังคมออนไลน์ โดยการเก็บข้อมูลจากแฟนเพจนั้นผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากช่องทางที่โซเชียลมีเดียเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (www.facebook.com) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลสัปดาห์ละ 3 ครั้ง โดยจะเก็บข้อมูลตามประเด็นที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นในสังคมของการเข้ามานำเสนอตัวตนบนพื้นที่เสมือนจริง โดยการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ทั้งการสังเกตรูปแบบ ภาษา เนื้อหาในการแสดงออกทางความคิด รวมทั้งมุมมอง ค่านิยม โดยใช้เวลาเก็บข้อมูลครั้งละ 1 ชั่วโมง โดยคัดลอกและบันทึกลงในสมุดบันทึก เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์เนื้อหาระหว่างที่ไม่ได้ออนไลน์ (Online) และการสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสัมภาษณ์ออนไลน์ (Online) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้กับผู้ใช้งานที่เข้ามาแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การใช้แนวคำถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม อีกทั้งข้อมูลจากเอกสาร หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาแยกประเภทข้อมูลจัดหมวดหมู่เป็นประเด็นย่อย ๆ และทำการถอดรหัสตีความและสรุปประเด็นตามวัตถุประสงค์ เพื่ออธิบายถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซ

บุ๊กแฟนเพจ และหากพบว่ามีข้อมูลส่วนใดที่บกพร่องจะกลับไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมมากที่สุด พร้อมกันนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า คือ การไม่ปักใจว่าแหล่งข้อมูลแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ได้มาครั้งแรกเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ ซึ่งจำเป็นต้องแสวงหาความเป็นไปของข้อมูลจากแหล่งอื่น โดยมีวิธีการ คือ การตรวจสอบโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกัน แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน และผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน (สุภางค์ จันทวนิช, 2552) เมื่อได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและครบถ้วนแล้วจึงนำข้อมูลมาหาข้อสรุปเพื่อเขียนรายงานการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

การนำเสนอข้อมูล

ในการนำเสนอข้อมูลผู้วิจัยเลือกนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยแบ่งประเด็นสำคัญดังนี้

ประการแรก การแสดงตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์: ปัจจัยที่ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

ประการที่สอง มิติทางสังคมกับการสร้างตัวตน: การแสดงออกทางความคิด มุมมองต่อข่าวสารบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจภายตมิตติทางสังคมที่นำมาสู่การสร้างตัวตนของผู้ใช้งาน

ประการที่สาม พื้นที่ออนไลน์ในฐานะพื้นที่การสร้างอัตลักษณ์: พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงตัวตนได้อย่างไร

ประการสุดท้าย ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลและการวิเคราะห์

จากการศึกษาเรื่องเฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม ผู้วิจัยใช้แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity) เป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ไซเบอร์สเปซรวมถึงทฤษฎีความทันสมัยมาเป็นตัวกำหนด โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของพรรณนาวิเคราะห์และจำแนกผลการศึกษาข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจำแนกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การแสดงตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์: สาเหตุการเข้ามาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

ตอนที่ 2 การแสดงความคิดเห็นในมิติทางสังคม: การสร้างตัวตนจากการแลกเปลี่ยนทางความคิดมุมมองต่อข่าวสารบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

ตอนที่ 3 เฟซบุ๊กแฟนเพจในฐานะพื้นที่การนำเสนออัตลักษณ์: อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

การแสดงตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์: สาเหตุการเข้ามาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

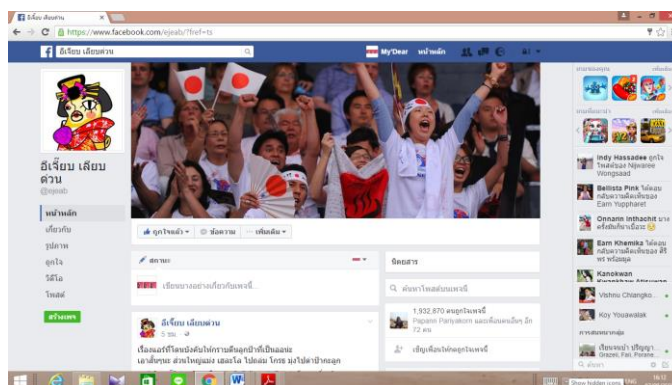
เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเปิดใช้งานเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย Zuckerberg นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ในช่วงแรกนั้นเฟซบุ๊กเปิดให้ใช้งานเฉพาะมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกา และตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้ขยายมาสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปเหมือนในปัจจุบัน (ฤดีพร ผ่องสุภาพ 2551) ซึ่งเฟซบุ๊กสามารถสร้างพื้นที่หนึ่งเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ที่เรียกว่า แฟนเพจ (Fan Page) เป็นหน้าของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสามารถสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โฆษณาสินค้า สร้างเพื่อติดตามดารา ทั้งยังสร้างเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม หรือเผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์และบริการต่าง ๆ ในเชิงธุรกิจได้ และยังเข้าถึงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและเป็นอีกช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยู่บนโลกออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้สามารถสื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจ และความคิดเห็นของผู้คนในสังคมออนไลน์ที่มีต่อเหตุการณ์ในสังคมแต่ละช่วงเวลา (พรหมอาสา กัณวเศรษฐ 2557)

การแสดงตัวตนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจะเป็นการกล่าวถึงปัจจัยในการเข้ามาแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 3 แฟนเพจอันได้แก่ แฟนเพจอีเจียบเลียบด่วน แฟนเพจตราม้าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นการแสดงตัวตนของวัยรุ่นผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

1.1 วัตถุประสงค์ในการเปิดพื้นที่ของแฟนเพจอีเจียบเลียบด่วน แฟนเพจตราม้าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ

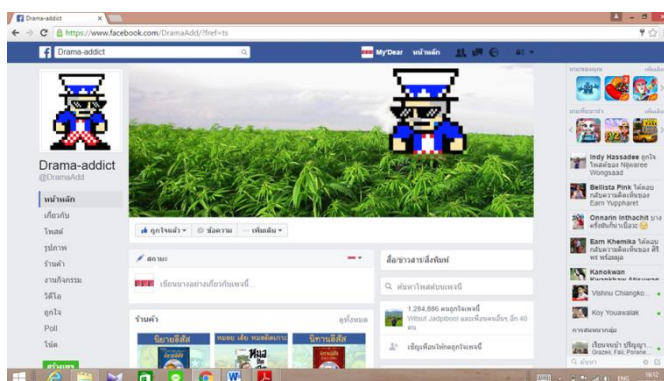
เฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 3 แห่งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมุมมองระหว่างเจ้าของแฟนเพจกับผู้ติดตามหรือผู้ติดตามกับผู้ติดตามคนอื่นๆ

แฟนเพจอีเจียบเลียบด่วนเปิดพื้นที่ในปีพ.ศ. 2557 ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากการอยากนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสังคมที่เกิดขึ้น และให้ผู้ติดตามได้เข้ามาคุยแลกเปลี่ยนมุมมอง แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ โดยการนำเสนอช่างของแฟนเพจนั้นจะใช้คำหยาบ คำแสลง ที่ทำให้เป็นจุดสนใจของวัยรุ่นทำให้วัยรุ่นเข้าถึงง่ายต่อข่าวสารนั้น เช่นเดียวกับแฟนเพจซีเอสไอแอลเอที่อยากนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่คนในสังคมอยากรู้ความเป็นมาและเข้ามาตั้งประเด็นคำถามของข่าวสารนั้น ๆ เกี่ยวกับคดีความที่เกิดขึ้นและผู้คนให้ความสนใจขณะนั้น ในส่วนของแฟนเพจตราม้าแอดดิก เริ่มต้นจากการมีปัญหาเกี่ยวกับหัวหน้างานเกิดการเข้ามาตั้งกระทู้ข่าวและมีคนสนใจเป็นจำนวนมากจนกลายเป็นแรงบันดาลใจในการผลักดันให้เกิดการเปิดพื้นที่ออนไลน์ขึ้นมาโดยจุดประสงค์แรกของการเปิดพื้นที่ที่จะเป็นการนำกระทู้ที่น่าสนใจจากเว็บไซต์พันทิปมานำเสนอ เนื่องจากในกระทู้ของพันทิปมีประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจจึงมีผู้เข้ามาติดตามเป็นจำนวนมากจึงได้พัฒนารูปแบบในการนำเสนอมาในปัจจุบันคือการนำเสนอข่าวสารที่เกิดขึ้น และด้วยการที่เจ้าของแฟนเพจมีอาชีพเป็นแพทย์ทั้งยังมีประเด็นเกี่ยวกับเรื่องยาหรือสุขภาพจึงสามารถอธิบายให้ผู้ติดตามได้รับความเข้าใจได้ ปัจจุบันทั้งสามแฟนเพจจึงมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องด้วยทั้งสามแฟนเพจมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอข่าวสารที่แตกต่างกันผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามได้มีทางเลือก และสนใจในตัวแฟนเพจที่หลากหลายส่งผลให้มีผู้ใช้งานหลายรูปแบบอันจะนำไปสู่การศึกษาในการวิจัยเรื่องนี้ได้ยิ่งขึ้น

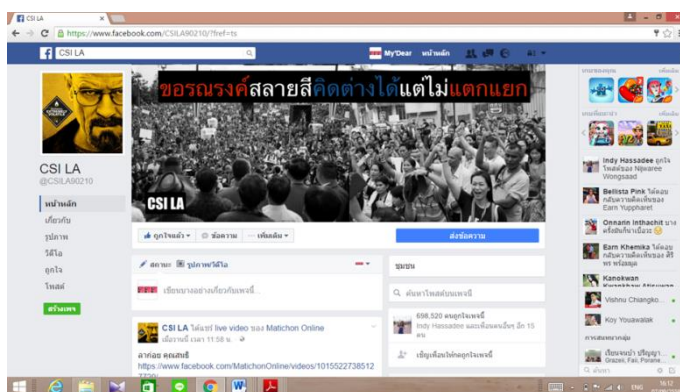


ภาพประกอบที่ 1 หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจอีเจียบเลียบด่วน

(ที่มา: เว็บไซต์เฟซบุ๊กดอทคอม, <https://www.facebook.com/ejeab/?fref=ts>)



ภาพประกอบที่ 2 หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจดรามามาแอดดิค
(ที่มา: เว็บไซต์เฟซบุ๊กดอทคอม, <https://www.facebook.com/DramaAdd/?fref=ts>)



ภาพประกอบที่ 3 หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ
(ที่มา: เว็บไซต์เฟซบุ๊กดอทคอม, <https://www.facebook.com/CSILA90210/?fref=ts>)

1.2 สาเหตุการเข้ามาของเฟซบุ๊กแฟนเพจกับภาพสะท้อนสังคม

หากกล่าวถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจน้อยคนนักที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่จะไม่รู้จักร สำหรับผู้ที่ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กแล้วส่วนมากจะมีการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อติดตามข่าวสารในชีวิตประจำวัน ซึ่งแต่ละผู้ใช้งานจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ติดตามแตกต่างกันออกไปตามความชอบของผู้ใช้งาน ซึ่งแต่ละแฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป และสาเหตุของการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งานแบ่งออกได้ดังนี้

1.2.1 ความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจ และได้มีการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อความบันเทิง กล่าวได้ว่าปัจจัยจากความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจจะเป็นตัวดึงดูดผู้ใช้งาน จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานทั้ง 3 แฟนเพจพบว่าผู้ใช้งานจะชื่นชอบในตัวของผู้ใช้งานที่มีการนำเสนอในแบบของตนเองทำให้มีความโดดเด่นกว่าแฟนเพจคอมมิวนิตี้อื่นๆ ได้แก่ แฟนเพจซีเอสไอแอลเอมีการนำเสนอข่าวสารที่เป็นคดีความในสังคมมีการ

ติดตามข่าวจนกว่าเรื่องราวจะสรุปผลได้ทำให้ผู้ที่ต้องการจะติดตามข่าวนั้น ๆ เป็นพิเศษจะให้ความสนใจและเข้ามาติดตาม ทั้งนี้แล้วทางแฟนเพจมีการนำเสนอข่าวโดยใช้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษส่งผลให้ผู้ใช้งานได้ฝึกฝนภาษาอังกฤษไปในตัว (หยก(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558) แฟนเพจอีเจียบเสียบด่วนจะนำเสนอโดยการใช้น้ำคำที่ไม่สุภาพซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่เป็นที่พูดถึงของผู้ใช้งานทำให้วัยรุ่นเข้ามาพูดคุยแสดงความคิดเห็นเพื่อโต้ตอบกับเจ้าของแฟนเพจ ทั้งนี้แฟนเพจจะตั้งประเด็นเพื่อหาความคิดเห็นจากผู้ใช้งานว่ามีความคิดเห็นกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างไรเพื่อให้ผู้ติดตามเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (หนึ่ง(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 ธันวาคม 2558) ส่วนแฟนเพจดราม่าแอดดิก เนื่องจากเจ้าของแฟนเพจมีอาชีพเป็นแพทย์เมื่อมีข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเจ้าของแฟนเพจจะให้คำแนะนำหรือให้ความรู้กับเรื่องนั้น ๆ ให้ผู้ติดตามได้รับข้อมูลที่เป็นจริง จะเห็นว่าทั้ง 3 แฟนเพจมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความชื่นชอบของผู้ใช้งาน ส่งผลให้แฟนเพจทั้งสามนี้มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากแสดงให้เห็นว่ารูปแบบ ลักษณะการนำเสนอเป็นเหตุผลสำคัญต่อจำนวนผู้เข้ามาติดตาม (แดงโม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

1.2.2 แฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็วและง่ายต่อการเสพข่าวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยเมื่อมีข่าวเกิดขึ้นทางแฟนเพจจะมีการทวงข่าวสารว่าเกิดขึ้นจริงหรือไม่และเมื่อไหร่ จากนั้นจึงนำเสนอข่าวบนเฟซบุ๊กแฟนเพจทันทีส่งผลให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจได้รับรู้ข่าวสารระหว่างวันโดยไม่ต้องรอดูข่าวในสถานีโทรทัศน์อย่างที่ผ่านมา เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีข่าวสารความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารเป็นเหตุหนึ่งที่ตอบโจทย์ของคนในยุคสมัยนี้ โดยการที่ผู้ใช้งานอยู่ในยุคของโลกแห่งเทคโนโลยีข่าวสารความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวเป็นสิ่งส่งผลให้ผู้ใช้งานหรือผู้เสพข่าวสารต้องการเป็นอย่างมากเพื่อมาตอบสนองการดำเนินชีวิตประจำวันของคนปัจจุบัน (ป๊อป(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558) และในปัจจุบันการเข้าถึงสังคมออนไลน์หรือพื้นที่เสมือนจะเข้าถึงได้ง่าย การที่เราได้รับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วทำให้เราสามารถถกเถียงหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น ๆ และทันต่อเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมือง (แนน, สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559)

1.2.3 การเข้ามาแสดงออกทางความคิดเกี่ยวกับเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนี้ก็เป็นเหตุปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้มีการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งาน เนื่องจากเปรียบเสมือนเป็นเวทีสาธารณะของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น มุมมอง ในข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับทางแฟนเพจเองหรือผู้ใช้งานคนอื่น ๆ (ฝน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559) ยกตัวอย่างเช่นข่าวอุ้มบุญของเด็กหญิงคาล์เมนที่มีการนำเสนอมาดังแต่ต้นและมีผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมากโดยทางแฟนเพจไม่เพียงนำเสนอข่าวแล้วจบไปแต่ยังคงมีการนำเสนอและมีการติดตามข่าวสารอยู่เรื่อย ๆ ทำให้ผู้ใช้งานที่ติดตามรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับที่เจ้าของแฟนเพจนำเสนอข้อมูลข่าวสารแบบที่ตั้งประเด็นคำถาม เพื่อนำไปสู่การต่อยอดในการเกิดข้อคำถามหรือความเห็นต่างของผู้ใช้งานกับข่าวสารที่เกิดขึ้น (จ๊อบ(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) การเข้ามาแสดงออกทางความคิดเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มุมมอง ความรู้สึกนึกคิดของผู้ใช้งานจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าปัจจัยจากความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจกับการเข้ามาแสดงออกทางความคิดถือเป็นปัจจัยหลักของผู้ใช้งาน ซึ่งบางคนมีทั้งสองลักษณะประกอบกัน กล่าวคือ มีความชื่นชอบในการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจส่งผลให้เข้ามาแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองของเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าคนในยุคปัจจุบันต้องการการสื่อสารที่รวดเร็วเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองและแฟนเพจทั้งสามนี้ สามารถตอบโต้การเข้าถึงข้อมูลและรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เกิดการเข้าใช้งานในพื้นที่ออนไลน์หรือพื้นที่เสมือนจริงที่สามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้อาจกล่าวได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่หนึ่งที่คนในปัจจุบันต้องการพื้นที่ในการแสดงออกที่เข้าถึงง่ายในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

แต่ในอีกแง่มุมหนึ่งของการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งานแล้ว ทำให้เห็นว่าคนในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อความเร็วในการใช้เทคโนโลยีมากเกินความจำเป็น ดังจะเห็นว่าการดำเนินชีวิตประจำวันครั้งหนึ่งถูกใช้ไปกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ อันนำมาสู่การใช้ชีวิตจริงของผู้ใช้งานถูกกลืนไปกับชีวิตในอีกมิติหนึ่ง การพูดคุยต่อคนรอบข้างลดน้อยลง ความรู้เท่าทันสื่อมีความบกพร่อง อันเนื่องมาจากการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารจากผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ความเห็นที่ไม่ตรงกันของผู้ใช้งานที่มีความคิดมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เกิดเป็นการทะเลาะขึ้น มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก ความยับยั้งชั่งใจต่ออารมณ์ความรู้สึกจึงมีความรุนแรงของการใช้ภาษาที่หยาบคาย นำมาซึ่งการบันดาลโทสะ เนื่องด้วยการสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้า ทำให้ผู้ใช้งานขาดการหยุดยั้งอารมณ์ที่เกิดขึ้นของคนในยุคการสื่อสารที่ทันสมัย

จากการศึกษาข้อมูลพบลักษณะที่แสดงถึงความเป็นพื้นที่สาธารณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจ คือเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงพื้นที่อย่างอิสระ ในการแสดงความคิดเห็น มุมมองต่อข่าวสารที่นำเสนอสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเปิดพื้นที่ที่เปรียบเสมือนเวทีสาธารณะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การเข้าถึงพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

ทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่นี้ได้โดยสะดวก โดยไม่ปรากฏเงื่อนไขข้อจำกัดการเข้าถึงพื้นที่จากลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน อาทิเช่น เพศ ศาสนา การศึกษา สถานภาพทางสังคม เป็นต้น กล่าวคือ ผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงพื้นที่นี้ได้โดยไม่ต้องรอรับการอนุญาต จากการเข้าไปใช้งาน ผู้วิจัยพบว่าผู้ใช้งานที่เข้ามาบริโภคข่าวสารนั้นมีกลุ่มคนทุกกลุ่มซึ่งแต่ละวัยที่เข้ามาบริโภคข่าวสารนั้นแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความสะดวกของแต่ละคน ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นในช่วงอุดมศึกษาจะมีเวลาว่างของการเข้ามาใช้งานมากที่สุด พบว่าเป็นกลุ่มวัยที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นข่าวสารได้อยู่ตลอดทุกช่วงของการนำเสนอข่าวจากแฟนเพจ

การมีอิสระในการเข้ามาใช้งาน

ผู้ใช้งานทุกคนสามารถเลือกประเด็นในการเข้ามาแสดงความคิดเห็นตามหัวข้อที่สนใจได้อย่างอิสระ โดยไม่มีข้อจำกัดจำนวนการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งาน เนื่องจากเฟซบุ๊กแฟนเพจเปรียบเสมือนกับเวทีสาธารณะ และมีได้เป็นพื้นที่จำกัดผู้ใช้งานที่เข้ามาบริโภคข่าวสาร ผู้ใช้งานจึง

เลือกบริโศคบางข่าวสารที่ตนเองสนใจเป็นกรณีพิเศษ จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอข่าวสารในประเด็นข่าว เช่น ด้านสังคม ด้านกีฬา ด้านสุขภาพ เป็นต้น จะมีผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองเป็นจำนวนมากเหมือนข้อความ ของทุก ๆ กระดานข่าวจะเห็นได้ว่าพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ที่มีผู้ใช้งาน เข้ามาบริโศคข่าวสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

การพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนมุมมอง

เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นการสนทนาในเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้ากัน ทำให้การพูดคุย การแสดงออกทางความคิดเป็นลักษณะของการพิมพ์ข้อความทิ้งไว้เพื่อโต้ตอบกันไปมา ในหัวข้อประเด็นข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอไว้ โดยมีประเด็นที่ได้รับความนิยมและมักถูกนำมาเสนอเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างต่อเนื่องแทบทุกวัน การเข้ามาแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นพลเมืองในสังคม ที่มีความสนใจในการติดตามความเคลื่อนไหวและการแสดงออกทางความคิด อย่างเป็นรูปธรรมผ่านข้อความที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ กล่าวคือ เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอีกพื้นที่หนึ่งในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่มีทัศนคติหรือมุมมองเดียวกัน เกิดการสร้างความสัมพันธ์อันนำไปสู่การติดต่อสื่อสาร เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อข่าวสารที่แฟนเพจได้นำเสนอ

การแสดงความคิดเห็นในมิติทางสังคม: การสร้างตัวตนจากการแลกเปลี่ยนทางความคิดมุมมองต่อข่าวสารบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

พื้นที่เสมือนจริงเป็นพื้นที่ของไซเบอร์สเปซ คนทุกคนสามารถเข้าถึงได้และมีสิทธิเท่าเทียมกันในการใช้งาน เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่สังคมเสมือนจริงที่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นที่ไซเบอร์สเปซและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมไทยปัจจุบัน การศึกษาเรื่องของเฟซบุ๊กแฟนเพจจะสามารถนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบของสังคมเฟซบุ๊กแฟนเพจในบริบทเรื่องพื้นที่เสมือนจริง คือโลกที่มนุษย์สามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในโลกนี้ผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เพื่อคนมากมายจากหลากหลายที่ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน การแสดงความคิดเห็นจึงไม่รู้จบสิ้น จากอีกคนไปสู่อีกคนหรือหลาย ๆ คน(พิสุทธิกุล บุญมี 2556, หน้า 11) สำหรับแฟนเพจอีเจียบเลียบดาวน์ แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากนี้เกิดขึ้นเนื่องจากเจ้าของแฟนเพจอยากมีพื้นที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร และอยากให้ผู้ติดตามเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกทางความคิด เมื่อกล่าวถึงการเข้ามาในพื้นที่เสมือนจริงเพื่อการแสดงออกทางความคิดในเรื่องราวต่าง ๆ แล้วนั้นจากการสัมภาษณ์สมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจถึงความคิดเห็นของตนเองที่มีต่อการใช้งานพื้นที่เสมือนจริงทำให้พบว่า ผู้ใช้งานมีมุมมองของความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันบ้างเห็นต่างกันบ้าง กล่าวคือ เป็นเรื่องที่ดีที่มีการเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงออกทางความคิด ถกเถียงกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมด้วย โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้งานที่เข้ามาบริโศคข่าวสารและแสดง

ความคิดเห็นนั้นเป็นกลุ่มวัยรุ่น ทั้งนี้ผู้ใช้งานบางคนกล่าวว่ามีผู้ใช้งานอีกส่วนหนึ่งที่เข้ามาก่อนหรือเข้ามาพูดเรื่องไร้สาระที่ไม่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่นำเสนอ ซึ่งคนกลุ่มนี้เข้ามาเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ใช้งานคนอื่น ๆ จากการแสดงความคิดเห็นที่ไม่ตรงประเด็นกับข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ อาทิ การเข้ามาพูดประเด็นของสูตรอาหาร ภาพยนตร์ ดารานักแสดง ทั้งที่ความเป็นจริงแฟนเพจได้นำเสนอข่าวในเรื่องของการเมืองก็ตาม ส่งผลให้สร้างความรำคาญให้แก่ผู้ใช้งานคนอื่นที่ต้องการเข้ามาถกเถียงสาระสำคัญของเนื้อหา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารยังคงมีมากกว่าผู้ที่เข้ามาก่อน (มิว(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559)

กล่าวได้ว่าการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนมุมมอง หรือเวทีสาธารณะ ถกเถียงในประเด็นข่าวสารต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ดี เนื่องจากสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วซึ่งปัจจุบันนี้การเข้าถึงพื้นที่ที่เสมือนจริงเป็นเรื่องง่ายเนื่องจากเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า เพียงมีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ก็สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ (เนม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) และการที่ผู้ใช้งานมีพื้นที่ที่หลายคนเรียกว่าเป็นพื้นที่เสมือนจริงที่ใครก็สามารถเข้าได้ส่งผลให้สังคมเปิดกว้างมากขึ้นจากการที่ตัวเองได้รับรู้ข่าวสารนอกจากจะได้แลกเปลี่ยนความเห็นกับคนรอบข้างแล้ว พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ผู้ใช้งานสามารถรับรู้มุมมองและความคิดเห็นของผู้ใช้งานคนอื่นอีกมากมายทำให้เกิดประเด็นที่หลากหลายมากขึ้น (เมย์(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2559) ซึ่งการนำเสนอข่าวสารของเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 3 นั้นมีหลากหลายประเด็น หากจะกล่าวถึงแฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วนเป็นแฟนเพจที่มีการนำเสนอข่าวในหลากหลายประเด็น ไม่ว่าจะเป็นข่าวด้านกีฬาที่เป็นที่กล่าวถึงสำหรับผู้ติดตามโดยส่วนใหญ่ที่ หากแฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วนจะเชียร์ (Cheer) อย่างเช่นกีฬาฟุตบอล ถ้าเชียร์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายนั้นจะแพ้เสมอจนกลายเป็นประเด็นร้อนแก่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจเสมอ จากการเชียร์กีฬาเหล่านี้แฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วนนำมาสู่การให้คำนิยามแก่แฟนเพจ จากผู้ใช้งานทุก ๆ คน ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นแฟนเพจแห่งความกาลกิณีที่เชียร์ใครก็แพ้เสมอ และการเข้ามาแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานจะเป็นไปในแนวทางการด่าทอของต่างฝ่ายและการชื่นชมอีกฝ่ายอย่างเป็นประจำ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ใช้งานยังคงเข้ามาใช้งานบริโภคข่าวสารกันอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นสีสันของการเชียร์กีฬาที่ต้องมีแพ้และมีชนะเสมอ ทั้งนี้ข่าวสารในด้านวงการบันเทิงยังคงเป็นที่สนใจของผู้ใช้งานอยู่ทุกยุคทุกสมัยเนื่องจากข่าวสารที่ไม่จบสิ้น และเนื้อหาของข่าวสารเป็นที่กล่าวถึงของผู้ใช้งานเสมอ การเข้ามาแสดงความคิดเห็นในเนื้อหาข่าวด้านนี้ผู้ใช้งานจะเข้ามาเพิ่มเติมเนื้อหาที่ได้รับมาจากแหล่งอื่น เกิดการพูดคุยกันเสมือนการจับกลุ่มคุยกันในชีวิตจริง ในอีกประเด็นที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจให้ความสนใจคือเรื่องสุขภาพของแฟนเพจดราม่าแอดดิก เนื่องจากผู้ดูแลแฟนเพจมีอาชีพเป็นแพทย์ส่งผลให้สามารถอธิบายความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวยาหรือวิธีการรักษา การปฐมพยาบาลเบื้องต้น เมื่อมีข่าวที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์ จะเข้ามาแสดงความคิดเห็นจากผู้ใช้งานคนอื่นที่รู้และเข้ามาอธิบายเพิ่มเติม ทั้งนี้ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็นในเชิงสอบถามในเรื่องสรรพคุณของยา การปฐมพยาบาลเบื้องต้น เช่น การจมน้ำจะปฐมพยาบาลอย่างไรจึงจะถูกต้องจะมีผู้รู้มาให้คำตอบ เกิดเป็นพื้นที่หนึ่ง ๆ ที่ให้ผู้ใช้งานเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทั้งนี้ข่าวสารที่ผู้ใช้งานให้ความสนใจเป็นอย่างมากจะเป็นข่าวสารด้านสังคมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ในแต่ละวันมีข่าวใดเกิดขึ้นบ้าง การติดตามข่าวสารที่รวดเร็วในปัจจุบันคือข่าวสารออนไลน์ ซึ่งทั้ง 3 แฟนเพจมีการนำเสนออย่างรวดเร็ว ผู้ใช้งานที่ติดตามสามารถ

รับรู้ได้อย่างรวดเร็ว และเข้ามาแสดงความคิดเห็นทั้งสามารถนำไปพูดคุยกับผู้คนในสังคมจริงได้อย่างรวดเร็ว กล่าวได้ว่าเป็นการทันต่อเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองในยุคของเทคโนโลยี

ความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารนั้นนอกจากการทันต่อเหตุการณ์บ้านเมือง ข้อเสียของการเข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจก็ยังคงมีให้เห็นกันอยู่บ่อยครั้ง จากการยั้งคิดของวัยรุ่น เนื่องจากการบริโภคข่าวสารที่ไม่มีการไตร่ตรองให้ถูกต้องแล้วตีความหมายของข่าวนั้น ๆ แบบผิด ๆ ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารที่ผิดจากความจริงสู่ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ อีกมากมาย การเจริญเติบโตของเทคโนโลยีในปัจจุบันที่ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว นำมาสู่การขาดความรับผิดชอบของวัยรุ่นที่มีต่อหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งวัยรุ่นจะอยู่ในระหว่างการเรียนหนังสือ และวัยรุ่นจำนวนมากที่นำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาเล่นในเวลาเรียน ซึ่งเป็นเวลาที่ต้องเรียนหนังสือ แต่กลับนำสมาร์ทโฟนขึ้นมาเล่นมาดูข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการขาดการรู้สึกสำนึกต่อหน้าที่ของตนเองที่พึงกระทำของการใช้ชีวิตในสังคม

ถึงแม้ว่าผู้ใช้งานบางคนจะใช้พื้นที่นี้ผิดที่ผิดทางไปบ้างและเพื่อเข้ามาพูดในประเด็นที่ไม่ใช่ข่าวสารของทางแฟนเพจได้นำเสนอบ้าง แต่ส่วนใหญ่จะเข้ามาแสดงออกทางความคิดที่ทำให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ เกิดการชื่นชอบในทัศนะหรือมุมมอง นำมาสู่การเกิดปฏิสัมพันธ์กันขึ้นในพื้นที่เสมือนจริงและเกิดเป็นมิตรภาพในสังคมหรือชุมชนออนไลน์ (เอม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 17 มกราคม 2559) เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงมิได้เป็นเพียงแต่การประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่หนึ่งในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอันนำมาสู่พื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นหรือเวทีสาธารณะ การสร้างปฏิสัมพันธ์และการเข้ามาแสดงตัวตนด้วย จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ที่เปิดให้ผู้ติดตามหรือผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองของข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเพื่อให้ทราบความเป็นมาของประเด็นข่าวสารที่เกิดขึ้น ทั้งนี้แล้วผู้ใช้งานบางส่วนคิดว่าเป็นพื้นที่หนึ่งที่สามารถเข้ามาแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง เนื่องจากผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่อยากรู้อยากลอง พื้นที่นี้จึงเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่กลุ่มวัยรุ่นเข้ามาแสดงตัวตนเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ และแสดงให้เห็นถึงตัวตนของวัยรุ่นที่ใช้งานในเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอย่างไร (ออน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559) จากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นโดยการใช้ภาษาที่เข้าใจกันในหมู่วัยรุ่นหรือผู้ที่ใช้งานเฟซบุ๊กมาเป็นเวลานานจะรู้และเข้าใจในภาษาที่ใช้สื่อสารกัน ทั้งนี้แล้วการเข้ามาในพื้นที่นี้เป็นการเข้ามาเพื่อแสดงความคิดเห็นที่ไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง เนื่องจากไม่มีใครรู้จักตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้งานในพื้นที่ออนไลน์แห่งนี้ได้นอกจากตัวตนที่เราต้องการแสดงให้เห็นเพียงเท่านั้น (แดงกวาง(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

ผู้วิจัยจำแนกการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ผู้ใช้งานที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น 2) ความคิดเห็นในประเด็นข่าวสารที่นำเสนอ ดังนี้

2.1 ผู้ใช้งานที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น

ผู้ใช้งานที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญที่ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจมีความเคลื่อนไหวและมีลักษณะของการเป็นเวทีสาธารณะ ที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มุมมอง ต่อข่าวสารกันอย่างต่อเนื่อง และด้วยการเข้าถึงพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจที่ไม่มีเงื่อนไขของเวลาและสถานที่เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงทำให้ปรากฏความคิดเห็นอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่ง

ผู้ใช้งานที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นจะมี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่เข้ามาเป็นประจำ และกลุ่มที่เข้ามาเป็นครั้งคราว จากข้อมูลที่ศึกษาผู้วิจัยพบว่า กลุ่มที่เข้ามาเป็นประจำจะเข้ามาแสดงความคิดเห็นในประเด็นข่าวสารทุก ๆ ประเด็นที่แฟนเพจได้นำเสนอ ทั้งข่าวด้านการเมือง ข่าวสังคม ข่าววงการบันเทิง ข่าวกีฬา และข่าวด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มที่เข้ามาเป็นประจำพบว่า จะเข้ามาแสดงความคิดเห็นในบางประเด็นที่ผู้ใช้งานสนใจเพียงเท่านั้น เช่น บางผู้ใช้งานจะเข้ามาในประเด็นเรื่องของข่าวกีฬา หรือข่าวเพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่งที่ผู้ใช้งานต้องการบริโภค

2.2 ความคิดเห็นในประเด็นข่าวสารที่นำเสนอ

ความคิดเห็นในประเด็นข่าวสารที่นำเสนอโดยทั้ง 3 แฟนเพจจะนำเสนอข่าวอาทิในด้านการเมือง ด้านกีฬา ด้านสุขภาพ ด้านวงการบันเทิง และด้านสังคม ซึ่งในแต่ละแฟนเพจมีประเด็นข่าวสารที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษแตกต่างกันไปตามสถานการณ์บ้านเมืองที่ได้รับความนิยมอยู่ในขณะนั้น โดยจะมีช่วงเวลาที่ข่าวในแต่ละด้านจะได้รับความสนใจอย่างเช่นข่าวในเรื่องของวงการบันเทิงก็จะเป็นที่กล่าวถึงเป็นอาทิขยขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น

ลักษณะความคิดเห็นที่ปรากฏบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ การสนับสนุนความคิดเห็นของเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นการแสดงความคิดเห็นในลักษณะของการเห็นด้วยต่อความคิดเห็นของเจ้าของแฟนเพจที่ได้นำเสนอข่าว และการเห็นต่างต่อความคิดเห็นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นการแสดงความคิดเห็นในลักษณะที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากเจ้าของแฟนเพจ และได้แลกเปลี่ยนมุมมองกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้อย่างหลากหลาย

จากข้อมูลภาคสนามเบื้องต้น สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่หนึ่งในยุคของเทคโนโลยีข่าวสาร ที่คนปัจจุบันเข้ามามีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเสมือนเวทีสาธารณะในปัจจุบันเมื่อมนุษย์ได้ก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น การเสพข่าว การแสดงความคิดเห็น หรือมีการแสดงตัวตนเกิดขึ้นบนโลกเสมือนจริงพื้นที่ออนไลน์จึงเป็นพื้นที่หนึ่งที่ได้เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน เนื่องจากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดพื้นที่เสมือนจริงเป็นพื้นที่ในระบบอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมอง เปรียบเสมือนพื้นที่ที่สะท้อนภาพของสังคมเทคโนโลยีข่าวสารโดยไม่มีข้อจำกัดของมิติด้านเวลาหรือสถานที่ทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ต่อข่าวสารที่มีต่อสังคม รับรู้ความเป็นไป ผู้ใช้งานเข้ามาใช้งานได้ตลอดเวลาเพียงมีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ทั้งนี้สามารถเข้าไปแสดงตัวตนที่เราไม่สามารถเปิดเผยในโลกแห่งความเป็นจริงได้

เมื่อมีพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดการเข้ามาบริโภคข่าวสารของผู้ใช้งาน และการเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองขึ้นนำมาสู่การแสดงตัวตนของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามทั้ง 3 แฟนเพจ ทั้งนี้การแสดงความเป็นตัวตนเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการนำเสนอตัวตนต่อการรับรู้และการยอมรับของผู้ติดตามคนอื่น ๆ โดยจะเกิดการรับรู้มากขึ้นเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความสม่ำเสมอและระยะเวลาที่นำเสนอที่จะแสดงออกถึงตัวตน ซึ่งการแสดงออกทางความคิดเพื่อแสดงตัวตนผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นนอกจากจะสามารถเข้ามาเวลาใดก็ได้แล้ว ยังสามารถให้ผู้ติดตามเข้ามาแสดงออกทางความคิดได้ทุก ๆ กระดานข่าวหรือข้อความที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ เหล่านี้จะเป็นแรงดึงดูดให้ผู้ติดตามคนอื่น ๆ ให้ความสนใจเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันมากขึ้น จนเกิดความคุ้นเคยทำให้สามารถเข้าใจและยอมรับตัวตนที่แสดงออกมานั้นได้ ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่เข้ามา

ติดตามพร้อม ๆ กับการสร้างแฟนเพจของเจ้าของแฟนเพจขึ้นมา และเข้ามาบริโภคข่าวสารมาโดยตลอด จากผลการวิจัยพบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่ยอมรับว่าการเข้ามาแสดงตัวตนผ่านการเข้ามาแสดงออกทางความคิด แลกเปลี่ยนมุมมองบนเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นสามารถบ่งบอกซึ่งความเป็นตัวตนของผู้ใช้งานได้ เพราะสิ่งที่ผู้ใช้งานมีความรู้สึกนึกคิดและพิมพ์ลงไปเอง แต่วัยรุ่นบางคนคิดว่าการแสดงความคิดเห็นในการใช้คำ ภาษากลุ่มวัยรุ่นไม่ได้บ่งบอกความเป็นตัวตนทั้งหมดของผู้ใช้งาน แต่ทั้งนี้ไม่มีวัยรุ่นคนไหนปฏิเสธว่าการใช้ภาษา การแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของเขาได้ตั้งคำสัมภาษณ์

“...ในเฟซบอกความเป็นตัวตนของเราได้บ้าง แต่ก็คงจะไม่ทั้งหมดเพราะในแฟนเพจมีคนมากมายทั้งที่เรารู้จักและไม่รู้จัก...”

(เมก(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 เมษายน 2559)

“...ก็สามารถบอกถึงความเป็นตัวตนของเราได้นะ เพราะทุกสิ่งทุกอย่างที่เราแสดงความคิดเห็นออกไปคือความรู้สึก ณ ตอนนั้นล้วน ๆ ถ้าใครเข้ามาใช้งานบ่อย ๆ จะรู้เลยว่าเป็นคนที่มีหลากหลายอารมณ์มากเพราะติดตามทุกข่าวสารเลย ซึ่งก็ไม่ต่างจากชีวิตจริงเท่าไรค่ะ...”

(แอปเปิล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 เมษายน 2559)

“...คิดว่าสามารถบอกถึงตัวตนของเราได้นะครับเพราะในนี้เราสามารถทำอะไร บอกอะไรรู้สึกยังไงก็ได้ที่เป็นตัวเรา ไม่ต้องไปสนใจใคร...”

(เอ้(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 10 พฤษภาคม 2559)

“...ก็คงจะบอกความเป็นตัวตนได้บ้างแต่ไม่ทุกอย่าง เพราะบางที่เราก้สร้างภาพในนั้นนะเวลาแสดงความคิดเห็นและอีกอย่างเราเป็นเพศที่สามที่ไม่สามารถบอกที่บ้านได้ เราก้เข้ามาเฉิดฉายในที่นั้น...”

(อ้ม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 เมษายน 2559)

“...สำหรับหนูไม่สามารถบอกความเป็นตัวตนจริง ๆ ได้นะ เพราะพฤติกรรมในแฟนเพจเราแรงได้แสดงความคิดเห็นยังไงก็ได้ใช้คำหยาบได้ แต่ชีวิตจริงทำแบบนั้นไม่ได้ค่ะเพราะแม่ดู...”

(ชนม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 เมษายน 2559)

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าตัวตนที่แสดงออกในเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความคล้ายคลึงกับตัวตนของผู้ใช้งานจริง ๆ เพราะทุกข้อมูลทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้ใช้งานแสดงความคิดเห็นลงไปบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นความจริงจากความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน แต่ก็มีบางผู้ใช้งานที่ปฏิเสธว่าไม่เหมือนดังตนจริงในทางสังคม เนื่องจากสภาพสังคมเมื่ออยู่ที่บ้านที่มีบุคคลิก

ความเป็นจริงเรียบง่ายแต่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจอาจจะไม่เรียบง่ายบ้าง รวมทั้งการแสดงออกของเพศที่สามบางคนที่ไม่สามารถแสดงออกในสังคมความเป็นจริงได้

นอกเหนือไปจากการแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงตัวตนแล้วการเข้าไปแสดงความความคิดเห็นผ่านคอมเมนต์ของผู้ติดตามคนอื่น ๆ ก็เป็นส่วนประกอบหนึ่งที่ปรากฏอยู่บนเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ติดตามด้วยกันเอง ซึ่งเป็นปัจจัยอันหนึ่งที่ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงตัวตนบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจขึ้น กระนั้นแล้วพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ที่เปิดและเป็นพื้นที่ของผู้ใช้งานที่จะเข้าไปในเวลาใดก็ได้และเลือกได้ว่าเราอยากเข้าไปแสดงความคิดเห็นในประเด็นไหนที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอมาก่อนหน้านี้ (มาร์ค(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 เมษายน 2559) ด้วยลักษณะการสื่อสารในเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ไม่ยึดติดกับข้อจำกัดเงื่อนไขของเวลาและสถานที่นั่นเอง ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นเพื่อการแสดงตัวตนขึ้น โดยที่ผู้ติดตามมีอิสระในด้านของเวลาและสถานที่ในการแสดงออกทางความคิด และลักษณะการแสดงความเป็นตัวตนที่จะนำไปสู่พื้นที่สาธารณะทางสังคม

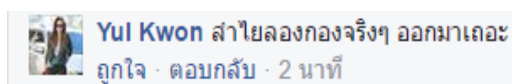
ซึ่งหลักการสำคัญของการเป็นพื้นที่สาธารณะอยู่ที่การเป็นพื้นที่อิสระเป็นพื้นที่ของคนหลากหลายมีการติดต่อกันสม่ำเสมอ ผู้เข้าร่วมจะเข้าร่วมในฐานะที่เป็นพลเมืองมากกว่าผู้บริโภค โดยมีจิตสำนึกสาธารณะร่วมกันมีการพูดคุยเรื่องสาธารณะ (มนทกานต์ ตปนียางกุล 2545, หน้า 16) การแสดงออกทางความคิดเพื่อแสดงตัวตนผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในการแสดงความคิดเห็นแม้จะให้อิสระแก่ผู้ใช้งานได้แสดงออกถึงตัวตนตามที่ต้องการก็ตาม แต่ทั้งนี้ตัวตนที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจก็ล้วนเป็นตัวตนที่อ้างอิงมาจากตัวตนที่เกิดขึ้นในบริบทของสังคมจริง

เฟซบุ๊กแฟนเพจในฐานะพื้นที่การนำเสนออัตลักษณ์: อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

เฟซบุ๊กแฟนเพจกล่าวได้ว่าเป็นเวทีสาธารณะรูปแบบหนึ่งที่คนในสังคมปัจจุบันได้ให้ความสนใจและเข้ามาใช้บริการกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีลักษณะรูปแบบการใช้งานแบบเปิดหรือเป็นสาธารณะที่คนทุกคนสามารถเข้ามาใช้งานได้ โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่เข้ามาเกี่ยวข้อง อันเนื่องมาจากการเข้าใช้งานจากสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ และลักษณะการใช้พื้นที่ของผู้ใช้งานอาจถูกใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน บางผู้ใช้งานอาจเข้ามาใช้งานเพื่อการแสดงออกทางความคิดในข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ หรือบางผู้ใช้งานอาจเข้ามาแสดงตัวตนเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ เหล่านี้เป็นลักษณะที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาในพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจได้จากการสำรวจและการศึกษาจากภาคสนามสามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งผู้วิจัยได้มองว่า อัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอัตลักษณ์ร่วมที่กลุ่มวัยรุ่นให้การนิยามและให้ความหมาย ก็คือการใช้ภาษาตัวหนังสือในการเข้ามาแสดงความคิดเห็น เนื่องจากภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นใช้เป็นคำที่มีความหมายซึ่งเข้าใจกันของกลุ่มวัยรุ่น เกิดจากการคิดคำขึ้นมาใหม่และการให้ความหมายใหม่ของคำต่าง ๆ ขึ้นมาโดยต้องอาศัยสัญญาะในการแปลความหมาย

กลุ่มต่าง ๆ ในสังคมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใดก็ตามจะมีการกำหนดสัญญาณเพื่อความเข้าใจในการสื่อสารกันภายในกลุ่ม ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจก็เช่นเดียวกันเนื่องจากเป็นผู้คลุกคลีอยู่กับการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตย่อมต้องคุ้นเคยกับสัญญาณที่เกิดขึ้นใหม่จากการตัดแปลงคำพูดต่าง ๆ เพื่อใช้บ่งบอกอารมณ์ความรู้สึก และความหมายของผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น เช่น สัญญาประเภทภาษาเป็นสัญญาณที่พบมากในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำจะสามารถเข้าใจความหมายได้ทันที ได้แก่ คำว่า เท หมายถึง การผิมนัดหรือการถูกทิ้ง คำว่า นก หมายถึง การอดได้ในสิ่ง ๆ นั้น คำว่า ลำไย หมายถึง การรำคาญ คำว่า กล้วย หมายถึง สบายสบายง่าย ๆ เป็นต้น (ขวัญ, สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2559)

ลักษณะการใช้ภาษาอย่างที่ทราบกันดีว่าภาษาที่ใช้กันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นคำเฉพาะที่ใช้กันในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นหรือผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจจะสามารถเข้าใจกันดีว่า คำ ๆ นี้มีความหมายว่าอย่างไรซึ่งลักษณะของภาษานั้นอาจมีสัญญาณของภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นสามารถรู้และเข้าใจได้เป็นอย่างดีดังที่กล่าวมาข้างต้น



ภาพประกอบที่ 4 การใช้ภาษาที่ใช้กันในกลุ่มวัยรุ่น
(ที่มา: <https://www.facebook.com/ejeab/>)

จากภาพประกอบ ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจได้แสดงความคิดเห็นว่า “สำไลลองกองจริง ๆ ออกมาเถอะ” สามารถแปลความหมายได้ว่า รำคาญจริง ๆ ออกมาเถอะ เหล่านี้คือภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ได้นำคำมาสร้างความหมายใหม่เพื่อใช้กันในกลุ่มวัยรุ่นที่มักพบอยู่เป็นประจำบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดจากการเข้ามาแสดงตัวตนหรือการแสดงออกทางความคิด การแสดงความคิดเห็นเหล่านี้เกิดจากการที่ผู้ใช้งานแต่ละคนแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดของตนผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่มวัยรุ่นที่สื่อสารกันผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจส่วนใหญ่เกิดจากความสนใจในข่าวสาร เช่น ข่าวเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพและข่าวสารทั่วไปที่เกิดขึ้นประจำวันจากการติดตามข่าวสารเป็นเวลานานจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต จากการสัมภาษณ์ของผู้ใช้งานกล่าวว่า ในตอนแรกที่เข้ามาติดตามเพราะชอบการนำเสนอข่าวสารของทางแฟนเพจจากการเป็นตัวของตัวเองในการนำเสนอข่าว และผู้ใช้งานคนอื่น ๆ จะเข้ามาแสดงความคิดเห็นโดยใช้ภาษาที่ไม่ค่อยสุภาพและมีภาษาเฉพาะที่คนเข้ามาใหม่ ๆ จะไม่รู้จัก และเมื่อเข้ามาติดตามนาน ๆ เข้ารู้ตัวอีกที่เราก็กายเป็นส่วนหนึ่งของแฟนเพจไปแล้ว (แพม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2559) หรือผู้ใช้งานบางคนจะเข้ามาเนื่องจากคำบอกเล่าของคนรอบข้างจึงนำมาสู่การติดตามในปัจจุบันและด้วยการที่อยากแสดงตัวตนในโลกออนไลน์จึงได้เข้าไปแสดงความคิดเห็นใช้ภาษาที่เข้าใจกันในหมู่ผู้ติดตาม (นิว(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

2546, หน้า 28) โดยอัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีหนึ่งเดียว แต่อาจมีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นตัวเรา พวกเรา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม อัตลักษณ์จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ซึ่งในกระบวนการนี้อาจมีทั้งการสร้างขึ้นมาใหม่และการหยิบยืมของคนอื่นมาทำให้เป็นของเรา อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนตายตัวและไม่หยุดนิ่ง การสืบทอดและผลิตอัตลักษณ์ใหม่จึงเกิดขึ้นได้เสมอภายใต้กาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป (ฉลาดชาย รมิตานนท์ 2546, หน้า 53)

เมื่อพิจารณาลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า “อัตลักษณ์” ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจจากการเข้ามาแสดงออกทางความคิดทางมิติทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ ผ่านการใช้ภาษา ตัวหนังสือ ตลอดจนสัญลักษณ์ต่าง ๆ อาจสรุปได้ว่าสิ่งที่ถือเป็น “อัตลักษณ์” ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถจำแนกได้เป็นอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ร่วม โดยแบ่งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลได้ดังนี้

3.1 อัตลักษณ์ส่วนบุคคลของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล ในการศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่เข้ามาบริโภคข่าวสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นจะให้ความสำคัญในอัตลักษณ์ทางด้านนี้ เพราะถือเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะที่มีความเป็นรูปธรรม สังเกตได้โดยผ่านรูปโปรไฟล์ (Profile) หน้าแรกของเฟซบุ๊กที่วัยรุ่นส่วนใหญ่จะใช้รูปตัวเอง และการตั้งชื่อเฟซบุ๊กที่ถึงแม้บางผู้ใช้งานจะไม่ได้ตั้งชื่อตามชื่อจริงนามสกุลจริงแต่สามารถรับรู้ได้ว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่น การตั้งชื่อนี้อาจใช้ชื่อจริงของตนเอง หรืออาจใช้ชื่อที่เรียกกันในกลุ่มเพื่อน บางผู้ใช้งานอาจใช้เป็นชื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักกีฬา หรือชื่อภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบ เป็นต้น การตั้งชื่อในลักษณะนี้อาจบ่งบอกได้ว่าผู้ใช้นั้นชื่นชอบบุคคลใด และชื่นชอบสิ่งใดเป็นพิเศษ กล่าวได้ว่าเป็นการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้ใช้งานอีกทางหนึ่ง โดยสังเกตได้จากลักษณะการตั้งชื่อตามตารางประกอบ

ลักษณะการตั้งชื่อที่ใช้เรียกกันในกลุ่มเพื่อน	ลักษณะการตั้งชื่อบุคคลที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ
Violet statice	ท่านผู้นำเฮฮา
โซล ออฟ เวสป้า	โนงามิ เรียวทาโร่
Dong Dong Meaow	Guide Walter
ฮ็อตแอต เว้ยเฮ้ย	Kimmy Stone
โด่ง ไม้งาม	Sunny Dallas
แก้มป่อง สองข้าง	ดีเจมดดำ วันเลิฟเรดิโอ
น้ำโง ไรเดอร์	อลิซาเบธฟาน ไชคอฟสกี

จากการสัมภาษณ์ของผู้ใช้งานสามารถยืนยันและบ่งบอกได้ว่าผู้ใช้งานที่ตั้งชื่อประเภทนี้จะเป็นกลุ่มวัยรุ่น โดยเหตุผลในการตั้งชื่อลักษณะนี้ของวัยรุ่นพบว่า ผู้ใช้งานมีความคิดว่าการตั้งชื่อแบบนี้มีความแปลก มีความเท่ และทำให้รู้สึกตัวเองมีความโดดเด่นในกลุ่มผู้ใช้งาน บางครั้งก็เป็นการดึงดูดความสนใจให้คนเข้ามาถามว่าชื่อนี้มีความหมายว่าอย่างไร โดยผู้ใช้งานบางคน

มีความชื่นชอบในตัวบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก นำมาสู่การตั้งชื่อที่ยังยึดแบบอย่างของคุณบุคคลเหล่านี้มาเป็นต้นแบบในการดำเนินชีวิต รวมถึงการใช้ชื่อของกลุ่มเพื่อนที่ใช้เรียกเพื่อให้เป็นที่ยึดจำแก่ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ (คริส(นามสมมติ) สัมภาษณ์วันที่ 18 พฤษภาคม 2559)

อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงลักษณะทางเพศเป็นการแสดงออกซึ่งบทบาทความเป็นตัวตนทางเพศของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจว่าตนเองเป็นเพศใด และการแสดงออกทางอัตลักษณ์ทางเพศเป็นสิ่งที่ปรากฏได้ชัดแจ้งผ่านทางโปรไฟล์ (Profile) ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ทางเพศที่สามารถมองเห็นได้จากการสังเกตที่สามารถเห็นเป็นรูปธรรม นอกจากนั้นการเข้ามาแสดงความคิดเห็นในหัวข้อข่าว และความสนใจในข่าวต่าง ๆ สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางเพศของผู้ใช้งานได้

ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นเพศชายบนเฟซบุ๊กแฟนเพจมีการใช้สรรพนามที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศชาย เช่น ผม และมีการลงท้ายด้วย ครับ หรือการเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมอง ในหัวข้อข่าวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา อาทิเช่นกีฬาฟุตบอล (Football) ที่มีจำนวนผู้ใช้งานที่เป็นเพศชายเข้ามาแสดงออกทางความคิดเป็นจำนวนมากว่าผู้ใช้งานที่เป็นเพศหญิง และมีรูปแบบการใช้ภาษาที่มีความแข็งกระด้าง การแสดงออกถึงการใช้พลัง ที่แสดงออกในลักษณะสุภาพบุรุษเพื่อแสดงความเป็นเพศชาย และในเพศหญิงการใช้ภาษามีการใช้สรรพนามแทนตนที่บ่งบอกความเป็นเพศหญิง เช่น หนู ฉัน และใช้คำลงท้ายว่า ค่ะ โดยการเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือมีความสนใจในหัวข้อข่าวที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเรื่องดารา ส่วนใหญ่แล้วนั้นผู้ใช้งานที่เข้ามาเป็นเพศหญิง เนื่องจากลักษณะนิสัยของผู้หญิง มีความจุกจิก อยากรู้อยากเห็นสนใจในเรื่องดารา ดังคำสัมภาษณ์

“...หนูเข้ามาบ่อยนะแต่เวลามีข่าวเกี่ยวกับสังคมหรือข่าวดารานี้จะชอบเข้ามาสิงอยู่เป็นวัน ๆ เลยพี่ คือคนอื่น ๆ เข้ามาแบบคอมเมนต์กันเร็ว ๆ เหมือนเข้ามาพูดคุยกับเพื่อนคนอื่น ๆ ยิ่งถ้าเป็นคนที่ชอบเรื่องแบบนี้เหมือนกันก็ยิ่งคุยกันสนุก ถ้าเป็นผู้หญิงแล้วอายุเท่ากันแล้วคุยยาวเลยคะ...”

(เนิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 พฤษภาคม 2559)

“...ผมชอบเข้ามาเวลามีข่าวเกี่ยวกับฟุตบอลนะเข้ามาตลอดเลยคือแอดมินเขาใช้ภาษาที่วัยรุ่นเข้าใจได้ไม่เบื่อเหมือนตามอ่านข่าวจากในเพจข่าวอื่น ๆ นะ ก็เข้ามาแสดงความคิดเห็นกับคนอื่น ๆ เวลาบอลแข่งแล้วพี่เค้าเข้ามารายงานผลการแข่งขันไรแบบนี้...”

(อาร์ม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 10 พฤษภาคม 2559)

สะท้อนให้เห็นว่า หัวข้อข่าวในมิติด้านต่าง ๆ สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจได้เป็นอย่างดี รวมถึงการใช้ภาษาในการเข้ามาแสดงความคิดเห็นสามารถบ่งบอกถึงความเป็นเพศหญิงและเพศชายได้

อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงด้านอารมณ์ความรู้สึก เป็นลักษณะที่สามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์อันจะนำไปสู่การแสดงออกด้านพฤติกรรม จากการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดในการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจมักมีการสร้างอัตลักษณ์ด้านบุคลิกภาพผ่านการใช้ภาษา มีการเปรียบเทียบเรื่องราวต่าง ๆ ให้เห็นภาพของการสื่อสารความรู้สึกผ่านตัวอักษร รวมไปถึงการใช้ภาษาของกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นการใช้อารมณ์ความรู้สึกเข้าไปในประโยคที่แสดงความคิดเห็นผ่านการใช้คำต่าง ๆ ด้วยการสร้างคำใหม่ หรือการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ บุคลิกภาพที่พบเป็นการแสดงออกผ่านทางอารมณ์ ความสนใจต่าง ๆ ข่าวสารที่เป็นแรงจูงใจนำมาสู่ลักษณะการแสดงออก อัตลักษณ์ด้านบุคลิกภาพคือ สิ่งที่แสดงเอกลักษณ์หรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากคนอื่นว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร หรือบางผู้ใช้งานให้ความหมายว่าเป็นลักษณะต่าง ๆ ซึ่งกำหนดพฤติกรรมความสนใจของแต่ละผู้ใช้งาน เช่น การเข้ามาแสดงความคิดเห็น ทักสนทนา ลักษณะการใช้ภาษา โดยอัตลักษณ์ด้านบุคลิกภาพบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถแยกได้ตั้งคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“...หนูจะมีความรู้สึกที่ว่าบางช่วงมันทำไมลังคมมันถึงเป็นแบบนี้ คนเราถึงฐานะจะไม่เท่าเทียมกันแต่ก็มีความเป็นคนเหมือนกันนะ หนูแบบรู้สึกแย่นะเวลามีข่าวอะไรแบบนี้...”

(ณดา(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 มิถุนายน 2559)

“...ผมเป็นคนเฮฮาตลก ๆ อยู่แล้วเวลาอยู่กับเพื่อนก็จะเล่นมุกตลกกัน แล้วเวลาเข้ามาคอมเมนต์ในข้างต่าง ๆ ผมจะเล่นมุกไปด้วยทำให้คนอื่น ๆ เข้ามาเล่นกับผมด้วยมึนๆ นุกดี...”

(อัน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มิถุนายน 2559)

“...คือบางคนเค้าก็ใช้คำหยาบเกินไปนะ มันอิสระก็จริงแต่ในนี้เด็ก ๆ เค้าก็ติดตามเยอะบางทีมันก็หยาบเกินไป...”

(นิหน้า(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 พฤษภาคม 2559)

จากผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ได้แก่ บุคลิกภาพตลก สนุกสนานร่าเริง เป็นการนำเสนอตัวตนในการเข้ามาแสดงความคิดเห็นโดยใช้ภาษาที่ตนเองใช้ในชีวิตประจำวัน มีการนำมุกตลกเพื่อสร้างความบันเทิงให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ที่เข้ามาบริโภคข่าวสาร บุคลิกภาพอ่อนไหว อันเนื่องมาจากการติดต่อเรื่องราวข่าวสารทางสังคมที่เกิดขึ้น เพราะในเฟซบุ๊กแฟนเพจนี้เป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้งานทุกคนสามารถแสดงความรู้สึกต่าง ๆ ออกมาได้ โดยมีลักษณะของการเข้ามาบรรยายถึงอารมณ์ความรู้สึกต่อเนื้อหาของข่าวสารในความรู้สึกนึกคิดของตนเอง รวมถึงบุคลิกภาพการก้าวร้าว ซึ่งมีลักษณะการใช้คำพูดหยาบคายของการแสดงอารมณ์ความรู้สึกของตนเองร่วมอยู่ด้วย และจากข้อมูลภาคสนามข้างต้น ทำให้พบว่าพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่หนึ่งที่คนในสังคมใช้เวลาครั้งหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน เกิดการเข้ามาบริโภคข่าวสารนำมาสู่การ

แสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด ส่งผลให้ผู้ใช้งานบางคนเกิดการรู้เท่าทันปัญหาของสังคมที่เกิดขึ้น

3.2 อัตลักษณ์ร่วมของวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

นอกจากอัตลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วผู้วิจัยพบว่า พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจแสดงถึงอัตลักษณ์ร่วม จากการศึกษาเนื้อหาในส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะการใช้ภาษาของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถเข้าใจความหมายของคำหรือภาษาที่ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ใช้ในการแสดงความคิดเห็นเหล่านี้สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ทางสังคม อย่างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ใช้งาน ทั้งนี้อัตลักษณ์ดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานของความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น

อัตลักษณ์ร่วมคืออัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีลักษณะเป็นนามธรรมจากการแสดงอารมณ์ ความรู้สึกผ่านตัวหนังสือต่อเรื่องราวข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ ที่มีต่อเรื่องราวนั้น ๆ ในการใช้ภาษาจากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงออกหรือแลกเปลี่ยนมุมมองต่าง ๆ นี้ ไม่ได้มีกำหนดกฎเกณฑ์หรือหลักการใช้อย่างถูกต้องหรือตายตัว มีการปรับเปลี่ยน สร้างขึ้นมาใหม่ เช่นเดียวกับวิวัฒนาการของภาษาทั่วไป แล้วแต่ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคนที่จะพยายามแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ของตนให้ผู้ใช้งานคนอื่น เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองกันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นวัฒนธรรมกลุ่มของการใช้คำหรือภาษากันเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ส่งผลให้ผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดความรู้สึกและสำนึกร่วม โดยการบรรยาย หรือการแสดงออกทางความคิดผ่านตัวหนังสือบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อให้แลกเปลี่ยนมุมมองความคิดและได้รับรู้ว่ายังมีคนอื่นกลุ่มหนึ่งที่มีความรู้สึกเดียวกับตัวเอง

ในการเข้ามาเพื่อแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานเพื่อแสดงออกถึงเรื่องราวที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอเป็นการสื่อสารความเป็นตัวตนสื่อถึงความรู้สึกผ่านตัวอักษร เหล่านี้สามารถบ่งบอกถึงการเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกร่วม ผู้วิจัยจะขอเสนอบทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเข้ามาแสดงความคิดเห็นที่บ่งบอกถึงจิตสำนึกร่วมของคนในสังคม เพื่อที่จะมองเห็นภาพอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมได้ชัดเจนยิ่งขึ้นดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่เราเข้ามาแสดงออกในเรื่องนั้น ๆ มันเหมือนเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนหนึ่ง ความสำนึกรับผิดชอบต่อเรื่องราว เป็นการเปิดมุมมองทางความคิดให้คนอื่น ๆ ได้รับรู้และได้รู้ว่ายังมีอีกหลายคนที่คิดแบบเรา...”

(เกล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 เมษายน 2559)

“...เวลาเข้ามาแสดงความคิดเห็นคืออยากจะเสนอความคิด อยากให้คนในสังคมออกมาพูดในสิ่งที่ถูกต้องเวลาเรื่องคดีข่มขืนเอย ฉ้อโกงเอย อยากมาแชร์ความคิดเห็นกันมากกว่าว่าคนที่เข้ามาเสพข่าวในนี้เค้าจะมีความคิดเห็นยังไง เหมือนหรือแตกต่างกับเรามากแค่ไหน แต่ถ้าไม่เหมือนทำไมเค้าถึงคิดแบบนี้ มันก็สามารถเปิดมุมมองความคิดอีกแบบหนึ่งให้เราได้ติดตาม...”

(ปุย(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มีนาคม 2559)

“...ผมเรียนหมอผมติดตามแฟนเพจมานานแล้วเจ้าของแฟนเพจก็คลุกคลีอยู่ในวงการแพทย์ เมื่อมีเรื่องราวที่คนในสังคมต้องการความถูกต้องไม่ว่าจะเป็นเรื่องยา เรื่องการดูแลสุขภาพ เจ้าของแฟนเพจจะให้คำแนะนำที่ถูกต้อง เวลาผมเข้ามาเจอจะแสดงความคิดเห็นในสิ่งนั้นๆ เพิ่มเติมลงไปการมีแฟนเพจแบบนี้ก็ทำให้คนในสังคมมีทางเลือกในการเข้ามาเสพข้อมูล...”

(นิม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 29 เมษายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญในการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ให้คนในสังคมได้รับรู้และเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นจนเกิดเป็นความรู้สึกสำนึกร่วมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจในทางที่ดี และจะเห็นได้ว่าผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจให้ความสนใจในทุก ๆ เรื่องที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอเฟซบุ๊กแฟนเพจจึงกล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่หนึ่งที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจได้ เนื่องจากเกิดความรู้รอบรู้ หนวของคนในสังคมที่มีต่อเหตุการณ์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อันจะเป็นการนำมาสู่การรู้จักความผิดชอบชั่วดี ต่อการกระทำของมนุษย์ที่ขาดความยั้งคิดของคนเรา แต่ขณะเดียวกันเฟซบุ๊กแฟนเพจมีได้เพียงข้อดีเพียงด้านเดียว แต่อีกด้านหนึ่งคือความรวดเร็วต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการส่งต่อกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งบางข่าวสารหรือบางข้อมูลอาจเป็นข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง เป็นข้อมูลเท็จ อันจะส่งผลเสียต่อผู้ที่เผยแพร่ และเกิดเป็นเรื่องราวใหญ่โตแก่สังคมได้ ดังนั้นการที่ผู้ใช้งานจะบริโภคเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือส่งต่อเรื่องราวให้กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องเกิดการไตร่ตรองของข้อมูลข่าวสาร อันนำมาสู่การบริโภคข่าวที่ถูกต้องและเกิดการรู้เท่าทันสื่อ โดยไม่กลายเป็นเหยื่อของสื่อในยุคของเทคโนโลยี

การรู้รอบรู้หนวถึงความเคลื่อนไหวของสังคม และตระหนักรู้ถึงปัญหาของสังคมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของข่าวสาร ทั้งข่าวการเมือง สังคม ข่าวสุขภาพเกี่ยวกับเรื่องยาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นยาลดความอ้วน ครีมบำรุงผิวหน้า ที่ไม่ได้มาตรฐานขององค์การอาหารและยาจากการขายของออนไลน์ การโฆษณาสรรพคุณที่เกินความจริง ส่งผลให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อกันเป็นจำนวนมากนำมาสู่การสูญเสียของครอบครัวและคนรอบข้าง จากการกินยาลดความอ้วนที่เกินขนาดหรือการใช้ครีมบำรุงผิวหน้าจนเสียโฉม (ฝน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559) เหล่านี้ล้วนเป็นข่าวที่ทำให้ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นความจริง ช่วยกันกระจายข่าวสารเพื่อให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ได้รับรู้ถึงอันตรายของยาเหล่านั้น เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้สูญเสียขั้นซ้ำแล้วซ้ำอีก

เห็นได้ว่าการตระหนักรู้ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นข้อดีอย่างหนึ่งที่ทำให้ทราบว่าการเข้ามาบริโภคข่าวสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถบอกเล่าให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีสติ ถึงแม้ผู้วิจัยมองว่าอาจเป็นเพียงส่วนหนึ่งเนื่องจากผู้บริโภคข่าวสารบางคนอาจเข้ามาตามกระแสของข่าวสารนั้น ๆ เพราะเป็นข่าวดังที่คนในสังคมให้ความสนใจ แต่กระนั้นแล้วเหล่านี้ล้วนบอกถึงอัตลักษณ์ร่วมของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่ปรากฏให้เห็นจากการเข้ามาแสดงความคิดเห็น มุมมอง ของข้อมูลข่าวสารที่แฟนเพจได้นำเสนอ และมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างเป็นจำนวนมาก การตื่นรู้ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจจึงสามารถบอกถึงปรากฏการณ์อย่างหนึ่งทางสังคมที่ให้หน่วยงานต่าง ๆ ใช้เป็นกรณีศึกษาในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมของยุคเทคโนโลยีข่าวสารได้อย่างเช่นปัจจุบัน

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

เฟซบุ๊กแฟนเพจ: อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อัตลักษณ์ของวัยรุ่นในมิติทางสังคมผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 3 แฟนเพจ คือ แฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิค และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ซึ่งใช้แนวคิด อัตลักษณ์เป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ไซเบอร์สเปซ รวมถึง ทฤษฎีความทันสมัย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา ตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์ ถอดรหัสตีความ แล้วนำข้อมูลมาหาข้อสรุปและนำเสนอด้วยวิธีเชิงพรรณนาวิเคราะห์

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่สร้างขึ้นโดย Zuckerberg นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ซึ่งเฟซบุ๊กสามารถสร้างพื้นที่หนึ่งเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่า แฟนเพจ (Fan Page) เป็นพื้นที่ของเฟซบุ๊กที่สามารถสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน รวมถึงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากได้แก่ แฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิค และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ซึ่งทั้ง 3 แฟนเพจสร้างขึ้นมาจากมีวัตถุประสงค์เพื่ออยากนำเสนอข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมให้ผู้ใช้งานที่ติดตามได้รับรู้ข่าวสาร ที่สะดวกรวดเร็วในยุคแห่งเทคโนโลยีข่าวสาร อย่างเช่นปัจจุบัน

ทั้งนี้สาเหตุของการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งานประกอบไปด้วย ความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจ แฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็วและง่ายต่อการบริโภคข่าว การเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งการเข้ามาสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานอื่น ๆ เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเปรียบเสมือนเป็นพื้นที่เสมือนจริงหรือพื้นที่ไซเบอร์สเปซ ที่ผู้ใช้งานทุกคนสามารถเข้าถึงและมีสิทธิเท่าเทียมกันในการใช้งาน โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจนอกจากจะเป็นพื้นที่เพื่อให้ผู้ติดตามเข้ามาบริโภคข่าวสารแล้ว ยังเป็นพื้นที่ที่ให้ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็น มุมมองต่อข่าวสารด้วยเช่นกัน ซึ่งการเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย เปรียบเสมือนเป็นเวทีสาธารณะของผู้ใช้งานในพื้นที่เสมือนจริง และการเข้ามาแสดงความคิดเห็น มุมมองในพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจนำมาซึ่งการแสดงตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์จากการมีอิสระในการเข้าใช้งาน กล่าวได้ว่าพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเปรียบเป็นพื้นที่ในการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่เข้ามาใช้งาน

อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดจากการเข้ามาแสดงตัวตนหรือการเข้ามาแสดงความคิดเห็นของมิติทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ ผ่านการใช้ภาษา ตัวหนังสือ ตลอดจนสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจคืออัตลักษณ์ส่วน

บุคคลและอัตลักษณ์ร่วม ซึ่งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล สังเกตได้โดยผ่านรูปโปรไฟล์ และการตั้งชื่อเฟซบุ๊ก อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศชายหรือหญิง ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นการเข้ามาแสดงความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึกในมิติด้านข่าวสาร ต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากเพศชายจะให้ความสนใจในข่าวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ซึ่งในเพศหญิงนั้นจะให้ความสนใจในข่าวที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงด้านอารมณ์ความรู้สึกที่สามารถแยกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ บุคลิกด้านความอ่อนไหว บุคลิกด้านความตลกสนุกสนาน และบุคลิกด้านความก้าวร้าว รวมถึงอัตลักษณ์ร่วมทางสังคมที่ผู้ใช้งานรู้เท่าทันสื่อ รู้ร้อนรู้หนาวต่อข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมอันจะนำมาสู่การแก้ปัญหาของคนในสังคม จากการเข้ามาแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนมุมมองผ่านการใช้ภาษา ต่อหัวข้อข่าวสารในเรื่องราวต่าง ๆ กล่าวได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่เสมือนจริงอีกหนึ่งพื้นที่ที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

การแสดงตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์: สาเหตุการเข้ามาใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

การเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมีหลายสาเหตุด้วยกัน เนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งยังเป็นยุคของเทคโนโลยีข่าวสาร การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นสามารถเข้าถึงได้ง่าย คนส่วนใหญ่จะใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นจำนวนมากและการเกิดขึ้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจก็มีมากเช่นกัน ทั้งนี้ปัจจัยหลักของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามแฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ มีหลายสาเหตุคือ มีความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจ การเข้ามาแสดงออกทางความคิดกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอลงบนพื้นที่ออนไลน์ แฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็วและง่ายต่อการเสพข่าว ทั้งการแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่เสมือนจริงในยุคของเทคโนโลยีข่าวสารของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งมุมมองของผู้ใช้งานนั้นได้กล่าวว่าเป็นเรื่องที่ดีที่มีพื้นที่ที่สามารถเข้ามาแสดงออกทางความคิดในเรื่องราวต่าง ๆ ในทิศทางเดียวกันหรือมีความคิดที่แตกต่างกันตามมุมมองของแต่ละคน สอดคล้องกับ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2549) กล่าวว่า พื้นที่มิได้เป็นเพียงพื้นที่ทางสังคมเท่านั้นแต่เป็นพื้นที่ทางความคิด อุดมการณ์ และวัฒนธรรม เป็นเวทีของการต่อสู้ ได้เถียง ในความหมายหรือเรื่องราวต่าง ๆ และพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจากข้อมูลยังกล่าวได้ว่า เป็นเวทีสาธารณะที่ใครก็ได้สามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น และเป็นพื้นที่ทางความคิดที่ผู้ใช้งานเข้ามาแลกเปลี่ยนมุมมอง จากการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงพื้นที่อย่างอิสระ โดยไม่ปรากฏเงื่อนไขข้อจำกัดการเข้าถึงพื้นที่จากลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน เช่น เพศ ศาสนา การศึกษา สถานภาพทางสังคม เป็นต้น ดังที่ ฮาเบอร์มาส (Habermas) (อ้างถึงใน กาญจนาก้าวเทพ 2543) กล่าวว่า พื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ของ

การติดต่อสื่อสารระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ดังนั้นช่องทางแห่งการสื่อสารสาธารณะหรือตัวสื่อสารสาธารณะที่เปิดกว้าง พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่หนึ่งในพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชนได้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องสาธารณะเป็นสำคัญ เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นการสนทนาในเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้ากัน ทำให้การพูดคุย การแสดงออกทางความคิดเป็นลักษณะของการพิมพ์ข้อความทิ้งไว้เพื่อโต้ตอบกันไปมา ในหัวข้อประเด็นข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอไว้ สอดคล้องกับ เฮย์ม (Heim) (อ้างถึงใน จิรัฏฐ์ ศุภการ 2545, หน้า 36) กล่าวว่า ไฮเบอร์สเปซเป็นพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนใช้ร่วมกันได้ ไม่มีการกีดกัน ปิดกั้นการเข้าถึงได้ ดังนั้นพื้นที่นี้จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกคนไม่ว่ามีสถานภาพใดก็ตามสามารถเข้ามาใช้ได้เช่นกัน เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ รวมไปถึงพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นพื้นที่ในการนำเสนอตัวตนจากการเข้ามาแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในชีวิตจริง ดังผลการศึกษาของ จิรัฏฐ์ ศุภการ (2545, หน้า 4) ที่ได้ศึกษาการอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริงบนพื้นที่ไฮเบอร์สเปซที่มีชื่อว่า แลมป์ดามู ซึ่งเป็นสถานที่ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างตัวตนใหม่ได้อย่างที่ตนเองต้องการผ่านการบรรยายตัวอักษร ภายใต้ระบบการสร้างสภาพแวดล้อมจำลองและมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างเช่นในโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของค่านิยมต่าง ๆ ในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านคำอธิบายตัวตนของประชากร สอดคล้องกับพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจที่ผู้ใช้งานบางผู้ใช้งาน สร้างตัวตนของตนเองขึ้นมาใหม่เนื่องจากตัวตนจริงของตนเองไม่สามารถแสดงออกมาได้ อย่างเช่น ตัวตนของเพศที่สามที่ไม่สามารถแสดงออกได้ตอนอยู่ในสังคมจริง

การแสดงความคิดเห็นในมิติทางสังคม: การสร้างตัวตนจากการแลกเปลี่ยนทางความคิดมุมมองต่อข่าวสารบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่สังคมเสมือนจริงที่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นที่ไฮเบอร์สเปซ และกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมไทยปัจจุบัน การที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนมุมมองหรือเวทีสาธารณะถกเถียงในประเด็นข่าวสารต่าง ๆ เป็นเรื่องที่ดีเนื่องจากสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว จากการใช้เทคโนโลยีมีความก้าวหน้า ส่งผลให้สังคมเปิดกว้างมากขึ้นจากการที่ผู้ใช้งานได้รับรู้ข่าวสารนอกจากจะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนรอบข้างแล้ว ยังเป็นพื้นที่หนึ่งที่ผู้ใช้งานสามารถรับรู้มุมมองของผู้ใช้งานคนอื่นอีกมากมาย และได้รับรู้ประเด็นที่หลากหลาย การนำเสนอข่าวสารของทั้ง 3 แฟนเพจสามารถแบ่งเป็นมิติทางสังคมแล้วแต่ความสนใจของผู้ใช้งานในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านกีฬา ด้านสุขภาพ หรือแม้กระทั่งด้านวงการบินเทิง เป็นต้น ซึ่งการแสดงความคิดเห็นมุมมองต่าง ๆ จะขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้ใช้งานแต่ละคนไม่เหมือนกัน ทั้งการเข้ามาเห็นด้วยต่อความคิดเห็นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ และการเห็นต่างต่อการแสดงความคิดเห็นที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอ นอกจากนี้การแสดงความคิดเห็นจะมีทั้งการสอบถาม การให้ข้อมูลเพิ่มเติม และการเข้ามาแสดงอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดต่อข่าวสารนั้น ๆ กลุ่มผู้ที่แสดงความคิดเห็นที่เป็นขาประจำเหล่านี้มักจะเข้ามาติดตามความเคลื่อนไหวและแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวอยู่เป็นประจำ ส่งผลให้เกิดความเคลื่อนไหวและกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้ใช้งานบางคนเพียงแต่เข้ามาติดตามข่าวสาร อ่านข่าวโดยไม่ได้แสดงความคิดเห็น และผู้ใช้งานบางคนได้มีการแสดงความคิดเห็นกับข้อมูลข่าวสารอยู่เป็นประจำ ซึ่งถือได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเปรียบเสมือนพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้เข้ามาแสดงออกทางความคิด อันเนื่องมาจากกระแสความทันสมัยที่พัฒนาขึ้นอย่างในปัจจุบัน ที่ทำให้คนในยุคสมัยนี้มีพื้นที่ใหม่ในการติดตามบริบทข่าวสาร และพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับที่ สเปนเซอร์ (Spencer) (อ้างถึงใน รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ 2548, หน้า 99) กล่าวว่า สังคมมีเอกลักษณ์ไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้โครงสร้างของสังคมและวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละสังคมเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่หยุดนิ่งเกิดขึ้นตลอดเวลา โดยการเปลี่ยนแปลงนั้นหมายถึงความแตกต่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อวันเวลาเปลี่ยนไปหรือการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นสภาพที่เคยเป็นอยู่ไปสู่สภาพใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมโดยอาศัยองค์ประกอบด้านเวลาเป็นเครื่องกำหนด อีกทั้งโรเจอร์ (Roger) (1968, หน้า 45) ได้อธิบายความทันสมัยว่า ความทันสมัยที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความทันสมัยในระดับบุคคลโดยเป็นขบวนการที่การดำรงชีวิตของบุคคลได้เปลี่ยนแปลงไปจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยเป็นมาในอดีต โดยมีการรับเอาเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการดำรงชีวิตในระดับบุคคลที่รวดเร็วขึ้น มีการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่และเกิดการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และ Lerner (1958) อธิบายว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของความทันสมัย เพราะการสื่อสารที่ทันสมัยทำให้การรับข่าวสารของคนในสังคมมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งสามแฟนเพจที่สะท้อนภาพของสังคมปัจจุบันว่าคนยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตประจำวันความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นของผู้ใช้งาน และแฟนเพจทั้งสามสามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้ใช้งาน กล่าวได้ว่ายุคปัจจุบันเป็นยุคของสังคมที่หันมาให้ความสำคัญกับการที่ผู้ใช้งานรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วจะทำให้สามารถสื่อสารกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ในพื้นที่เสมือนจริงหรือพื้นที่ทางสังคมได้อย่างถูกต้อง เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเปรียบเสมือนพื้นที่ที่สามารถสะท้อนภาพสังคมในยุคของความทันสมัยได้เป็นอย่างดี

จากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นและการเข้ามาบริโภควารสารแลกเปลี่ยนมุมมอง จนนำมาสู่การเข้ามาแสดงตัวตนของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ การเข้ามาแสดงตัวตนของวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจในการเข้ามาแสดงออกทางความคิด แสดงอารมณ์ความรู้สึก วัยรุ่นส่วนใหญ่ยอมรับว่าสามารถบอกรับรู้ความเป็นตัวตนของผู้ใช้งานได้ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานมีความรู้สึกนึกคิดและพิมพ์ลงไป แต่ก็มีบางผู้ใช้งานที่ปฏิเสธว่าไม่เหมือนตัวจริงในทางสังคมทั้งหมด เนื่องจากการแสดงออกต่อสถานภาพทางบ้าน และบางคนก็มีการสร้างภาพขึ้นมาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังการอธิบายของ (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546) กล่าวว่า การแสดงออกทางสังคมมีบทบาทในการสร้างภาพขึ้นมาเป็นตัวแทนของเขาตลอดเวลา ตอนอยู่ในบริบททางสังคมกับเพื่อนหรือบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจอาจเป็นเช่นนี้ แต่เมื่อเวลาอยู่กับพ่อแม่ หรือสังคมข้างนอก ตัวตนของวัยรุ่นอาจเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ สอดคล้องกับ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) อธิบายว่า ตัวตนของบุคคลนั้นมีอิทธิพลมาจากสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวตนที่ได้จากการเสพสื่อ ตัวตนที่เกิดในโลกของความเป็นจริงในแบบอุดมคติ ตัวอย่างเช่น ความชอบของบุคคลนั้น ๆ ตัวตนที่มีความขัดแย้งกันเอง หรือตัวตนที่เกิดจาก

รสนิยม ซึ่งตัวตนเหล่านี้ตัวเราเองเป็นผู้กำหนด และแสดงออกมาเองตามปัจจัยต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์

เฟซบุ๊กแฟนเพจในฐานะพื้นที่การนำเสนออัตลักษณ์: อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ

เฟซบุ๊กแฟนเพจกล่าวได้ว่าเป็นเวทีสาธารณะรูปแบบหนึ่งที่คนปัจจุบัน เข้ามาใช้บริการและการบริโภคข่าวสารจากการศึกษาแฟนเพจทั้ง 3 แฟนเพจได้แก่ แฟนเพจอีเจ็บบลิวบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ที่มีการนำเสนอข่าวในมิติข่าวในหลากหลายด้าน มีวัยรุ่นเข้ามาติดตามบริโภคข่าวสารและเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของข่าวสารในมุมมอง ความคิด ความรู้สึกของตนเอง เหล่านี้เป็นการเข้ามาแสดงให้เห็นถึงการแสดงตัวตนเพื่อให้เป็นที่รู้จักต่อผู้ใช้งานคนอื่น ๆ เป็นลักษณะที่บ่งบอกถึงการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นที่เข้ามาในพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอัตลักษณ์ร่วมที่กลุ่มวัยรุ่นให้การนิยาม และให้ความหมายนั้น คือการใช้ภาษาตัวหนังสือจากการเข้ามาแสดงความคิดเห็น เนื่องจากภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นใช้กันนั้นเป็นคำที่มีความหมายที่เข้าใจกันในกลุ่มวัยรุ่น เกิดจากการคิดคำขึ้นมาใหม่และการให้ความหมายใหม่ของคำต่าง ๆ ขึ้นมาโดยอาศัยสัญญาะในการแปลความหมาย รวมทั้งการตัดแปลงคำพูด การใช้รูปภาพต่าง ๆ ในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังที่กาญจนา แก้วเทพ 2542 ได้อธิบาย คำว่าสัญญาะ หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อความหมายแทนของจริงในตัวหรือบริบทหนึ่ง ๆ ซึ่งในบริบทหนึ่ง ๆ ของสังคมอาจให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไป สิ่งที่น่ามาใช้เป็นสัญญาะนั้นอาจจะเป็นวัตถุสิ่งของแต่สัญญาะที่เรารู้จักมากที่สุดก็คือ ภาษา ซึ่งสอดคล้องกับการสร้างสัญญาะต่าง ๆ ของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาสื่อสารในเฟซบุ๊กแฟนเพจได้สร้างสัญญาะที่เข้าใจกันในกลุ่มของผู้ติดตามหรือกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องใช้การตีความหรือการถอดรหัส ซึ่งผู้ใช้งานคนอื่นจะสามารถตีความได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับที่เข้ามาใช้งานและแสดงความคิดเห็นในข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นผ่านการสื่อสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจจะอยู่ในลักษณะของการใช้ภาษาในการเข้ามาแสดงออกทางความคิด มุมมอง การแสดงอารมณ์ความรู้สึก และอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถแยกอัตลักษณ์ส่วนบุคคลเป็น 3 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเพศ และอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึก โดยอัตลักษณ์ส่วนบุคคลสามารถอธิบายได้จากการตั้งชื่อของเฟซบุ๊ก เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นมีการตั้งชื่อโดยการตั้งชื่อจากบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือสิ่งที่วัยรุ่นสนใจ เช่น ชื่อดารานักกีฬา ชื่อภาพยนตร์ที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งผู้ใช้งานให้เหตุผลว่ามีความแปลก สามารถทำให้ตนเองมีความรู้สึกโดดเด่นจากผู้อื่น ๆ ในส่วนของอัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นเพศที่สามารถบอกถึงความเป็นเพศหญิงและเพศชายจากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นในมิติของข่าวสารด้านต่าง ๆ และมีรูปแบบการใช้ภาษาที่บอกได้ถึงความเป็นเพศชายจะใช้ภาษาที่ให้ความรู้สึกแข็งกระด้าง ใช้พลังในการแสดงความคิดเห็นทางด้านข่าวสารเกี่ยวกับกีฬา และเพศหญิงให้ความสนใจในข่าวสารเกี่ยวกับวงการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ และอัตลักษณ์

ที่บ่งบอกอารมณ์ความรู้สึกเป็นลักษณะที่จะสามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์ อันนำไปสู่การแสดงออก ด้านพฤติกรรมที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นถึงด้านอารมณ์ความรู้สึก ของการใช้ภาษาในการอธิบาย ความรู้สึกนึกคิดของผู้ใช้งานสอดคล้องกับ Foucault เสนอว่า การแสดงออกหรือการสื่อสารกันเป็น สื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์ โดยมีบทบาทสำคัญและครอบคลุมกิจกรรมทุกประเภท ของมนุษย์ การสื่อสารกันทั้งรูปแบบถ้อยคำ การเขียน อาจมาในรูปการปฏิบัติ พฤติกรรม Foucault ชี้ว่า มนุษย์อยู่กันเป็นสังคมด้วยการสื่อสารกัน ด้วยวาทกรรม ที่เข้าใจกันได้รู้เรื่อง มนุษย์สามารถ สำนักรับรู้ว่าตนเป็นมนุษย์อยู่ได้ เพราะมนุษย์รู้จักใช้ภาษาสื่อความกัน ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะพิเศษยิ่ง ของความเป็นมนุษย์ อีกทั้ง Woodward (1997) (อ้างถึงในอภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546) อธิบายว่า อัตลักษณ์เป็นปริมลทลที่เชื่อมปัจเจกกับโครงสร้างเข้าด้วยกัน ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์คือความเป็น ปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม (Social aspect) ซึ่งเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic aspect) ส่วนในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์เกี่ยวข้องกับมิติภายในของความเป็นตัวตน เช่นเดียวกับ อัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น จากความรู้สึกนึกคิดของตนเองที่มี ต่อข่าวสารนั้นแล้วแสดงออกมาในรูปแบบของการใช้ภาษาที่แสดงออกถึงความรู้สึกของตนเองร่วมอยู่ ด้วย อันนำมาสู่การสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้ใช้งานคนอื่น ๆ และแลกเปลี่ยนมุมมองข่าวสารที่เกิดขึ้นใน สังคม สอดคล้องกับ อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2543) อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลจากโครงสร้างของ สังคม ซึ่งแยกไม่ออกระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคมเนื่องจากมีความทับซ้อนกันอยู่ โดยสังคมเป็นสิ่งที่ หล่อหลอมความเป็นตัวตนขณะเดียวกันตัวตนก็หลอมรวมกันเป็นสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้ คำนึงถึงจุดเน้นที่แตกต่าง ความหลากหลายของการสร้างอัตลักษณ์กับการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ เหล่านี้ได้เชื่อมโยงกับสังคมได้อย่างไร และเรามีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเองไป ด้วยเช่นกัน พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่ที่สามารถอธิบายอัตลักษณ์ของวัยรุ่น ที่ปรากฏอยู่บน พื้นที่ได้จากการนำเสนอประเด็นข่าวด้านต่าง ๆ ของสังคมที่เกิดขึ้นถึงความเป็นอัตลักษณ์ทางเพศ ที่ สามารถอธิบายได้ถึงความเป็นเพศหญิงและเพศชายของวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจได้ ทั้งอัต ลักษณ์ด้านบุคลิกภาพที่แสดงออกถึง อารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อประเด็นข่าวสารที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ของสังคม อันนำมาสู่การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจได้อย่างเช่นปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มวัยรุ่น มักจะใช้เวลาในการเล่นเกินความจำเป็น และมีลักษณะการแสดงออกที่ไม่เหมือนกับตัวตนจริง ๆ ของ กลุ่มวัยรุ่นในบางผู้ใช้งาน โดยปราศจากการดูแลของผู้ปกครอง อาจมีผลต่อจิตวิทยาของวัยรุ่น เนื่องจากเขาจะซึมซับเอาตัวตนในโลกเสมือนจริงมาใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างเช่นการใช้ภาษาที่ผิด การพูดหยาบคาย การไม่รู้จักกาลเทศะ เป็นต้น ซึ่งนาน ๆ ไปเขาจะมีพฤติกรรมที่ก้าวร้าว เนื่องจาก เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น พูดคุยกัน สามารถรู้จักเพื่อนใหม่ได้ ตลอดเวลาโดยไม่จำกัดสถานที่ ซึ่งวัยรุ่นสามารถเข้าถึงสิ่งเหล่านี้ได้โดยง่ายอีกทั้งวัยรุ่นยังเป็นวัยที่ ต้องการยอมรับ ต้องการเพื่อน สังคม ดังนั้นการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นอาจจะเปิดเผย

ข้อมูล หรือความเป็นตัวเองมากเกินไปซึ่งบุคคลแปลกหน้าสามารถเข้ามาทำความรู้จักได้ง่าย เกิดการนัดพบ และอาจถูกล่อลวงได้ เหล่านี้ผู้ปกครองจึงเข้ามามีบทบาทและเข้ามาตัดเตือนให้ความรู้ความเข้าใจวางขอบเขตข้อจำกัดในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง

2. จากผลการวิจัยผู้วิจัยเห็นว่าเทคโนโลยีปัจจุบันมีการพัฒนามากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ติดต่อสื่อสารหรือบริโภคข่าวสารต่าง ๆ ทำให้อินเทอร์เน็ตที่นับวันจะยังมีความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูลสูงขึ้น รวมถึงสื่อใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจะส่งผลต่อการสื่อสารรวมทั้งพฤติกรรมของมนุษย์อย่างกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างมาก เมื่อเทคโนโลยีมีราคาถูกลงและต้นทุนความรู้ของมนุษย์สูงขึ้น ทั้งอำนาจของเทคโนโลยีที่สามารถขยายข้อจำกัดของมนุษย์ออกไป และการเกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างซีดจางที่คาดหมายไว้ ดังนั้นการศึกษาให้กลุ่มวัยรุ่นหรือผู้ใช้งานพื้นที่ออนไลน์รู้เท่าทันความเป็นไปต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องทำอย่างต่อเนื่องในการให้ความรู้ความเข้าใจ และนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กอบชัย ศักดาวงศ์ศิริมล. (2552). *การสื่อสารเพื่อการสร้างพื้นที่สาธารณะของวัฒนธรรมย่อย Cos' Play*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *สื่อสารมวลชน “การศึกษาสื่อมวลชนเพื่อทฤษฎีวิพากษ์”*. กรุงเทพฯ: แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศสิรินทร์ แพทอง. (2546). *การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์และวิธีการดำรงอยู่รักษาอัตลักษณ์สำคัญของชาวมอญ อำเภอพระประแดง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2545). *สถาบันครอบครัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในกรุงเทพมหานคร กรณีครอบครัวไทยโซ่ง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทร์เพ็ญ ทศนัยสกุลชัย. (2548). *การศึกษาและพัฒนาอัตลักษณ์ของเยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนหญิงบ้านปรานี*. ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- จามมะรี พิทักษ์วงศ์. (2529). *การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม*. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรัฏฐ์ ศุภการ. (2545). *การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- จุฑามณี คายะนันท์. (2544). *พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอตคอม*. กรุงเทพฯ: โครงการวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2542). *แนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นไทย*. ใน *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่อง การศึกษาประวัติศาสตร์ และวรรณกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย วันที่ 22-25 มีนาคม พ.ศ. 2544 ณ ห้องช้างกระ โรงแรมเชียงใหม่ฮอติล อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*.
- ชาติชาย วิเชษรัตน์. (2552). *Facebook ทุกมุม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิดีตี้กรุ๊ป.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชัชฌา ข้าบุญเกิด. (2553). *การวิเคราะห์เว็บบล็อกในฐานะพื้นที่ของการแสดงอัตลักษณ์และภาพแทนตัวบุคคล*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). *วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์และความเป็นอื่น*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2545). *สัจวิทยา โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์. (2550). *รหัสชุมชน พื้นที่อัตลักษณ์ ภาพแทนความจริงและหลังสมัยใหม่*. สงขลา: ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์. (2542). *องค์การกับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย วินิจจะกุล. (2534). *วิธีการศึกษาประวัติศาสตร์แบบวงศ์วิทยา (Genealogy)* กรุงเทพฯ: รายงานโครงการวิจัยเสริมหลักสูตร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรยุทธ ทองสุข. (2555). *การเมืองในพื้นที่สาธารณะบนระบบอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี
- นิลวดี พรหมพักพิง. (2547). *การสร้างอัตลักษณ์ของชาวมุสลิมแออัดในจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาการพัฒนาศาสตร์วิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- เนติ สุนทราราวาทิย์. (2553). *การสร้างความหมายและตัวตน “เกย์” ในพื้นที่แห่งความเป็นจริงและพื้นที่ไซเบอร์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ปริตตรา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล. (2545). *คนใน: ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2525). กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- พรรณพิมล ชันติยู. (2554). *วิถียังชีพชนบท การปรับตัวต่อสู่ภายใต้กระแสการพัฒนาเพื่อสร้างความทันสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีศึกษา: บ้านโคกสว่าง ตำบลโคกสูง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรหมอาสา กัณวเศรษฐ. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข้อมูลการตลาดเชิงกิจกรรมของผู้บริโภคผ่าน Fan Page บน Facebook*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: กองทุนอินทร์-สมเพื่อการวิจัยทางมานุษยวิทยา.
- พิสุทธิกุล บุญมี. (2556). *การสื่อสารผ่านภาษาสัญลักษณ์บนพื้นที่เสมือนจริง กรณีศึกษา เว็บไซต์เฟซบุ๊ก*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พลทรัพย์ สุบรรณรัตน์. (2538). *ความทันสมัยกับพฤติกรรมการก๊อมนายทหารประทวนสังกัดศูนย์รักษาความปลอดภัย กองบัญชาการทหารสูงสุด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ไพฑูรย์ มีสกุล. (2542). *ความเป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ลาว*. มหาสารคาม: สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน.
- ภาณุ ชาญประโดน. (2550). *การสร้างความทันสมัยในประเทศไทย: เปรียบเทียบระหว่างรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กับยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ภาสกร จิตรไคร์ครวญ. (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรม การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ภูริทัต ไชยเศรษฐ์. (2547). *ชุมชนป้อมมหากาฬ: การสร้างและต่อรองความหมายในพื้นที่ทางสังคม*. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มนทกานต์ ตปนียาวกูร. (2545). *พัฒนาการของสื่อประชาสัมพันธ์ไทยบนอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยงยุทธ บูรณาเจริญกิจ. (2543). *กระบวนการสร้างต่อรองความหมายของวัดในฐานะที่เป็นพื้นที่ทางสังคม กรณีศึกษาวัดปทุมคงคาและวัดไตรมิตรวิทยาราม*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เยาวลักษณ์ กล้ามาก. (2549). *การนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นผ่านสัญลักษณ์ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เยาวลักษณ์ อภิชาติวัลลภ. (2538). *ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์*. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รพีพรรณ สุวรรณณัฐโชติ. (2548). *สังคมและวัฒนธรรมไทย*. สงขลา: ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (2551). *การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วรรณิ ศิริรัตน์รุ่งเรือง. (2547). *ตัวตนและการนำเสนอตัวตนของผู้หญิงในเว็บไซต์หาคู่*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- วันเฉลิม สารไชย. (2544). *การแสดงออกถึงความเป็นตัวตนโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, กรุงเทพฯ.
- วันเฉลิม สารไชย. (2544). *การแสดงออกถึงความเป็นตัวตนโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2540). *ทฤษฎีสังคมวิทยา: เนื้อหาและแนวทางการใช้ประโยชน์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2557). *ก้าวเดินของห้องสมุดในยุคสังคมก้มหน้า*. ค้นเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2558, จาก: <http://library.stou.ac.th/blog/?p=3900>.
- สิริรัตน์ รัตนกาญจน์. (2553). *การสร้างพื้นที่ความเป็นส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะของสังคม: ร่องรอยขีดเขียนในส้วมสาธารณะและเว็บบอร์ดในไซเบอร์สเปซ*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุเทพ สุนทรเกษม. (2540). *ทฤษฎีสังคมวิทยาร่วมสมัยพื้นฐานแนวความคิดทฤษฎีทางสังคมและวัฒนธรรม*. เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุธาริน คุณผล. (2541). บทสำรวจ “พื้นที่สาธารณะ”. *รัฐศาสตร์สาร*. 20, 3.
- สุธีร์ นวกุล. (2554). *ใช้ให้เป็น เล่นให้สนุก Facebook*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาภรณ์ สำเนียง. (2558). *สังคมก้มหน้า*. ค้นเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2558, จาก: <http://www.pr.chula.ac.th/index.php/15-article/78-2014-05-19-01-32-52>.
- เสกสรร สรรสรพิสุทธ์. (2546). *อัตลักษณ์ของไทยสื่อและการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม: กรณีศึกษาบ้านแม่สาย ตำบลสะเมิงใต้ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิธีการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เสถียร เขยประทับ. (2526). *ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิญา เพ็องฟูสกุล. (2543). “พื้นที่” ในทฤษฎีทางสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. 12(2), 65-101.
- อภิญา เพ็องฟูสกุล. (2543). *แนวความคิดหลักทางสังคมวิทยา เรื่อง อัตลักษณ์(ฉบับร่าง)*. ใน เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา ครั้งที่ 1 วันที่ 15-16 ธันวาคม 2543 ณ โรงแรมมิราเคิล กรุงเทพฯ.
- อภิญา เพ็องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาวิชาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์. (2554). *การสื่อสารเรื่องผู้หญิงบนพื้นที่สาธารณะผ่านโลกโซเชียลสเปซ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- อัครเดช พ่วงโต. (2552). *การนำเสนอตัวตนผ่านการใช้พื้นที่บริเวณตลาดราชพัสดุ กรมธนารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ของกลุ่มชายรักชาย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อนันท์ กาญจนพันธุ์. (2549). *ทะลุกรอบคิดของทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- อุทัยวรรณ มินสุวรรณ. (2541). *ภาวะความทันสมัยในระบบครอบครัวและเครือญาติ กับวัฒนธรรมการนับถือผีของชาวกะเหรี่ยง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เอกศักดิ์ เนตรวิเชียร. (2549). *การศึกษากระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์(ไทใหญ่ ปกาเกอญอ ม้ง): กรณีศึกษาทางสถานีวิทยุชุมชน เอฟเอ็ม 99 เมกะเฮิรตซ์ จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เอกศาสตร์ สรรพช่าง. (2546). *คาราโอเกะคลับ พื้นที่และตัวตนของเกย์อ้วน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยศิลปกร, นครปฐม.
- เอมอร ลีวัฒนา. (2550). *การวิเคราะห์ตัวตนบนพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวในไดอารี่ออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- โอห์ม สุขศรี. (2549) *การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรอาร์มีแฟนคลับ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

ภาษาอังกฤษ

- Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T. (1984). *Social Psychological Aspects of Computer Mediated Communication*. In *American Psychologist*, 39: 1123-1134.
- Lerner, D. (1958). *The Passivity of Traditional Society*. New York: The Free Press.
- Robbins, K. (1996). *Cyberspace and The World We Live in The Cyber Cultures Readers*. London: Routledge.
- Roger, E.M. (1968). *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.

บุคลากรกรม

เมก(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

เอ้(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 10 พฤษภาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

คริส(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 พฤษภาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

นีน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 พฤษภาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

อาร์ม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 10 พฤษภาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

นิหน้า(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 พฤษภาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ขัน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 พฤษภาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

อาดิล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 พฤษภาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

จอย(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 พฤษภาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อิมรอน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 22 พฤษภาคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

ปี่(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 พฤษภาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ลิซ่า(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 พฤษภาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เมลอน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 พฤษภาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

หยก(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558 ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ป๊อป(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

หนึ่ง(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 ธันวาคม 2558, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

แนน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

บุคลากรกรม (ต่อ)

ฝน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

จ๊อบ(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

เนม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ขวัญ(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

แพม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

เมย์(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มิว(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

ออน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

แตงโม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

แตงกวา(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

นิว(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

แพร(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

นิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 มกราคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

กัส(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 มกราคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เติร์ก(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 27 มกราคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เนเน่(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

มาริค(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

อาเดล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

เต้(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มีนาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

บุคลากรกรม(ต่อ)

มะปราง(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มีนาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ปุย(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มีนาคม 2559, ที่คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เปียร์(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 มีนาคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

มิ่ง(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 22 มีนาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

เจต(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 22 มีนาคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

กล้วย(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 27 มีนาคม 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ฮารี(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 27 มีนาคม 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

เกล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 เมษายน 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

จานิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

มาร์ค(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

แอปเปิล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

พนม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

อัม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 เมษายน 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

คามิล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ปิม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

นิม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 29 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

แต่้(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 29 เมษายน 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

ฮาซาน(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 30 เมษายน 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

เก้(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 30 เมษายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

แซมป์(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 5 มิถุนายน 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

แบมแบม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 5 มิถุนายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

บุคลากรกรม (ต่อ)

แจ๊ค(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 5 มิถุนายน 2559, ณ หอสมุดคุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทร

น้ำตาล(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มิถุนายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

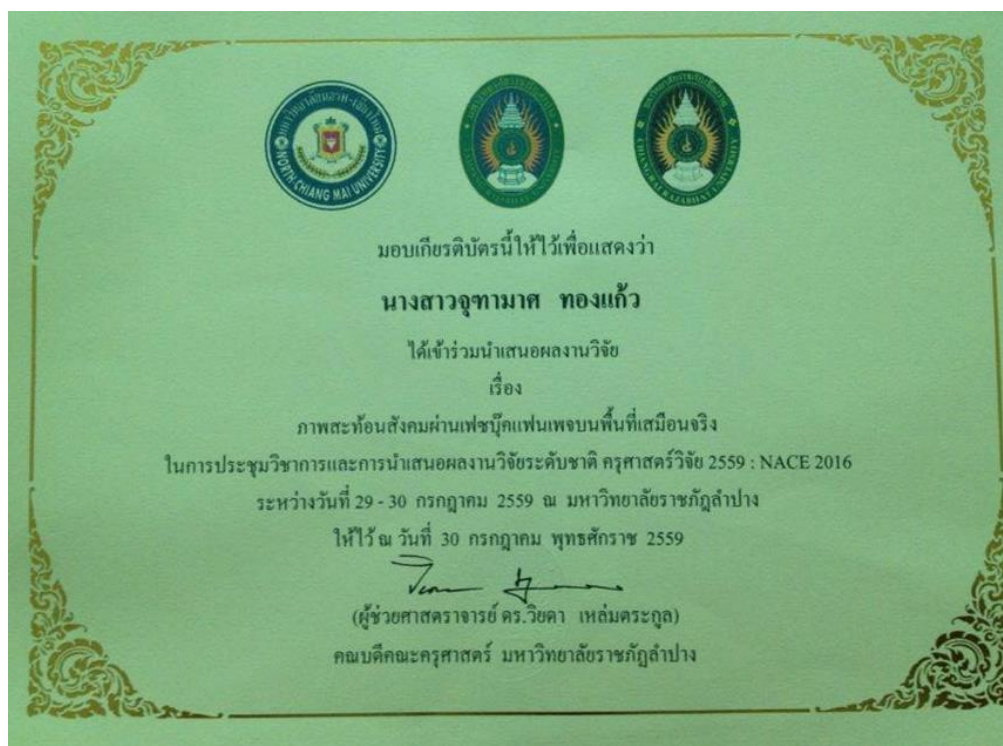
ณดา(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 มิถุนายน 2559, ที่ช่องทางสนทนาออนไลน์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก บทความในที่ประชุมวิชาการ

สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้พิมพ์ผลงาน

การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ครั้งที่ 2 ในหัวข้อ “45 ปี คณะครุศาสตร์ สร้างคุณประโยชน์ทางการศึกษา เพิ่มคุณค่าทางวิชาการ พัฒนาผลงานวิจัย สู่การใช้ นวัตกรรม” ระหว่างวันที่ 29-30 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เรื่อง ภาพสะท้อน สังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบนพื้นที่เสมือนจริง





ภาพสะท้อนสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบนพื้นที่เสมือนจริง

จตุมาศ ทองแก้ว¹ จุรีรัตน์ บัวแก้ว²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพสะท้อนสังคมในปัจจุบันผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ จำนวน 3 แฟนเพจได้แก่ แฟนเพจเจียบเสียบตัวน แฟนเพจครามาแอดดิค และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คนและใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมโดยนำผลการวิจัยมานำเสนอเชิงพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่เปรียบเสมือนเวทีสาธารณะของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนมุมมองกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ซึ่งเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งสามนี้สะท้อนภาพสังคมให้เห็นว่าปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีข่าวสารหรือที่เรียกว่าสังคมก้มหน้า ผู้ใช้งานไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่นหรือวัยทำงานได้เข้ามาสู่เฟซบุ๊กแฟนเพจในการติดตามข่าวสารในชีวิตประจำวันทั้งเข้ามาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองที่เกิดขึ้นในขณะนั้นเนื่องจากแฟนเพจมีการนำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วและง่ายต่อการเข้าถึงของผู้ใช้งานที่มีเวลาไม่มากพอต่อการเสพข่าวสารจากช่องทางอื่นๆ เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเป็นพื้นที่สะท้อนภาพของสังคมให้เห็นว่าคนในสังคมปัจจุบันต้องการความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อไม่ให้ตกกระแสของข่าวที่เกิดขึ้นและสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการแสดงตัวตนอีกช่องทางหนึ่งในยุคของเทคโนโลยีข่าวสารจากความทันสมัยของคนในสังคมปัจจุบัน

คำสำคัญ: พื้นที่เสมือนจริง, เฟซบุ๊กแฟนเพจ, ภาพสะท้อนสังคม

¹สาขาพัฒนาระบบและสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ นครินทร์ วิทยาเขตภาคใหญ่
 e-mail:mario_minig@hotmail.com

²ภาควิชาสารพัดศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ นครินทร์ วิทยาเขตภาคใหญ่

Social Reflections through Facebook Fan Pages on the Virtual Space

Juthamas Thongkaew¹ Jureerat Buakaew²

Abstract

The purpose of this study was to explore social reflections through Facebook fan pages. The data of this qualitative study were collected through non-participant observations and in-depth interviews with 12 informants and the results were presented using analytical description.

The study found that Facebook fan pages can be compared to public spaces where online social network users express their opinions or exchange their viewpoints. The three Facebook fan pages reflect that it is now an information technology age in which "Phubbing Society" exists. Teen and working-age users visit Facebook fan pages to follow daily life news and exchange their opinions on the news feed to keep up with current happenings because Facebook fan pages presents news rapidly and the pages are easily accessed making it suitable for busy users who do not have enough time to get news via other means. Therefore, Facebook fan pages are social reflections indicating that people nowadays need to receive news and information rapidly to keep up with happenings. This reflects how users' daily life proceeds. In addition, Facebook fan pages are spaces used as another means for users to express their self-identities in the information technology age in technologically modern society.

Keywords: virtual space, Facebook fan pages, Social reflection

¹Human and Social Development Faculty of Liberal Arts Prince of Songkla University
 e-mail: mario_min@hotmail.com

²Department of Educational Foundation Faculty of Liberal Arts Prince of Songkla University



1. บทนำ

การสื่อสารในยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ให้คำจำกัดความว่าโลกไร้พรมแดนนั้น สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็วโดยใช้การลงทุนต่ำ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของทุกหน่วยงาน และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวได้ ผู้ใช้งานในปัจจุบันทุกคนต้องให้ความสนใจและปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่เพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าวอย่างเต็มที่ในสังคมยุคข่าวสารเช่นปัจจุบัน (อุทิศพร ผ่องสุภาพ 2551, หน้า 1) กล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของประชากรทั่วโลก เพราะอินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติที่หลากหลายตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งในการทำงาน และเพื่อความบันเทิง ส่งผลให้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย อีกทั้งรูปแบบการใช้งานของอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้บริโภคเข้ามาใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (พรหมอาสา กัญวศเรษฐ 2557, หน้า 3) เมื่อโลกเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมแบบเทคโนโลยีและข่าวสาร พื้นที่ออนไลน์จึงเป็นพื้นที่ใหม่ของบุคคลที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer) สมาร์ทโฟน (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) สามารถเชื่อมต่อตนเองเข้าไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือพื้นที่ออนไลน์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดเป็นเสมือนชุมชนเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของทุกกลุ่มคนและสร้างความสะดวกสบายในวงกว้าง จนกลายเป็นปรากฏการณ์ในมิติของการสร้างระบบเครือข่ายทางสังคมในการสื่อสารของโลกยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ซึ่งดูได้จากสังคมไทยในยุคนี้ที่สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิต เนื่องจากเทคโนโลยีและเครือข่ายที่ให้บริการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมีราคาถูก ส่งผลให้ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้นจะเห็นได้จากการรายงานการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557) พบว่าปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 30 ล้านคน ในประเทศไทยและในจำนวนนี้เป็นผู้ใช้บริการสังคมออนไลน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งเฟซบุ๊ก (Facebook) มากถึง 88.6 เปอร์เซ็นต์ จะเห็นได้ว่าคนในสังคมปัจจุบันมีการใช้งานสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวัน

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเปิดใช้งานเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 โดย Mark Zuckerberg นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ในช่วงแรกนั้นเฟซบุ๊กเปิดให้ใช้งานเฉพาะมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศอเมริกา และตั้งแต่วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้ขยายมาสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปเหมือนในปัจจุบัน (อุทิศพร ผ่องสุภาพ 2551, หน้า 55) ซึ่งเฟซบุ๊กสามารถสร้างพื้นที่หนึ่งเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ที่เรียกว่าแฟนเพจ (Fan Page) เป็นหน้าของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสามารถสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในหลายๆ ด้าน เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โฆษณาสินค้า สร้างเพื่อติดตามดารา ทั้งยังสร้างเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม หรือเผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์และบริการต่างๆ ในเชิงธุรกิจได้ และยังเข้าถึงกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและเป็นอีกช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยู่บนโลกออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้สามารถสื่อสารสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจ และความคิดเห็นของผู้คนในสังคมออนไลน์ที่มีต่อเหตุการณ์ในสังคมแต่ละช่วงเวลา (พรหมอาสา กัญวศเรษฐ 2557, หน้า 5) จากพัฒนาการของระบบอินเทอร์เน็ตนี้เอง ทำให้เกิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรูปแบบของกระดานสนทนาหรือที่มักนิยมเรียกกันว่า “เว็บบอร์ด” ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนบนระบบอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องออนไลน์พร้อมกัน เป็นกระดานสนทนาที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเข้ามาอ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ และสามารถร่วมตั้งประเด็นเพื่ออภิปรายหรือถ้อยทอดแลกเปลี่ยน



ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยการสื่อสารผ่านกระดานสนทนาเป็นการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication) ที่สื่อสารแบบไม่พร้อมกัน (Asynchronous Communication) มีลักษณะเป็นเวทีสาธารณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ รวมทั้งร่วมสนทนาและแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีเกี่ยวกับเรื่องราวที่สนใจด้วยการทิ้งข้อความกลับไปกลับมา ซึ่งส่วนใหญ่มีการแบ่งห้องกระดานสนทนาเป็นห้องต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น และเป็นการจัดแบ่งหมวดหมู่การแสดงความคิดเห็น (ธีรายุทธ ทองสุข 2555, หน้า 2) เช่นเดียวกับเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีการสร้างขึ้นมาเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารและให้ผู้ใช้งานเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับผู้ใช้งานคนอื่นๆ ได้เพื่อให้เห็นมุมมองที่หลากหลายของผู้ใช้งานทั้งนี้เฟซบุ๊กแฟนเพจส่งผลให้เห็นถึงความเป็นไปของสังคมที่เกิดขึ้น จากพื้นที่กรณีศึกษาได้แก่ แฟนเพจอ็อบบี้เลียบตัวน แฟนเพจตราม้าแอดดิก และแฟนเพจซีสไอแอลเอ โดยทั้ง 3 แฟนเพจนี้มีผู้ติดตามกว่าหนึ่งล้านคนซึ่งเป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับแฟนเพจคอมพิวเตอร์อื่นๆ เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของคนในสังคมต่อการติดตามข่าวสารบ้านเมืองในยุคปัจจุบัน

ดังนั้นเฟซบุ๊กแฟนเพจไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่กำลังได้รับความนิยมและความนิยมในวงการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการนำเสนอข่าวสาร แต่เป็นพื้นที่ออนไลน์ที่ทำให้คนในสังคมปัจจุบันเห็นถึงภาพสะท้อนของสังคมที่เกิดขึ้น ที่มีผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์วัยหนุ่มสาวคนทำงานลงไปถึงวัยรุ่นไทยมากมาย ส่งผลให้พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจกลายเป็นพื้นที่เป้าหมายใหม่ของสินค้าหรือบริการต่างๆ นอกจากนั้นแล้วยังเป็นการนำเสนอข่าวสารให้แก่บุคคลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมให้ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับทราบ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาถึงภาพสะท้อนของสังคมในปัจจุบันผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามข่าวสารบนพื้นที่เสมือนจริง ลักษณะการนำเสนอข่าวสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีคนเข้าไปใช้งานเป็นจำนวนมากและเป็นพื้นที่ออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าไปบริโภคข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นประจำวันได้อย่างรวดเร็วและสะดวกในการเข้าถึง จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเกิดข้อคำถามว่า การเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งานมีสาเหตุใดบ้าง มีการแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่เสมือนจริงเป็นอย่างไร และเฟซบุ๊กแฟนเพจช่วยสะท้อนภาพสังคมได้อย่างไรในยุคปัจจุบัน และเพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางให้แก่องค์กรภาครัฐและเอกชน รวมทั้งผู้สนใจนำความรู้และความเข้าใจสภาพของสังคมผ่านพื้นที่เสมือนจริงเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาสังคมต่อไป

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพสะท้อนของสังคมในปัจจุบันผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือพื้นที่ไซเบอร์สเปซ ได้แก่ แฟนเพจอ็อบบี้เลียบตัวน แฟนเพจตราม้าแอดดิก และแฟนเพจซีสไอแอลเอ เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กติดตามเป็นจำนวนมากทั้งเจ้าของแฟนเพจมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างสม่ำเสมอและมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอตามแบบของตนเอง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คน ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลในมาวิจัยครั้งนี้โดยการสำรวจจากการเข้าไปใช้งานแฟนเพจที่ได้กำหนด และทำการสังเกตจากการโพสต์ (Post) ข้อมูล



ข่าวสารของเจ้าของเพจในเรื่องราวต่างๆ และดูการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่ติดตามแฟนเพจ (Fanpage) ที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นนั้นได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานด้วยกัน ดูจากการกดถูกใจ (Like) ของการแสดงความคิดเห็นนั้นในข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ โดยการแบ่งผู้ให้ข้อมูลได้แก่ แฟนเพจอ็เจียบเลียบด่วนจำนวน 4 คน แฟนเพจตราม้าแอดดิกจำนวน 4 คน และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอจำนวน 4 คน ตลอดจนการใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมโดยผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งาน ทำการศึกษาและสังเกตการแสดงความคิดเห็นเพื่อช่วยในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของสังคม นำข้อมูลมาวิเคราะห์จำแนกหมวดหมู่ ดีความ หาข้อสรุป และนำเสนอการศึกษาด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

4. ผลการวิจัย

1. เฟซบุ๊กแฟนเพจ สาเหตุของการเข้ามากับการสะท้อนภาพสังคม

หากกล่าวถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจน้อยคนนักที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์จะไม่รู้จักเนื่องจากเป็นพื้นที่สาธารณะหนึ่งที่คนปัจจุบันให้ความสนใจ สำหรับผู้ที่ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กแล้วส่วนมากจะมีการติดตามแฟนเพจเพื่อติดตามข่าวสารในชีวิตประจำวัน ซึ่งแต่ละผู้ใช้งานจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ติดตามแตกต่างกันออกไปตามความชอบของผู้ใช้งาน และเฟซบุ๊กแฟนเพจชุมชนออนไลน์ที่คนปัจจุบันให้ความสนใจเป็นอย่างมากได้แก่ แฟนเพจอ็เจียบเลียบด่วน แฟนเพจตราม้าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ เนื่องจากทั้ง 3 แฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ซึ่งแต่ละแฟนเพจก็มีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป และสาเหตุของการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งานสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.1 ลักษณะเด่นในการนำเสนอของเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งสามแฟนเพจ เนื่องจากแฟนเพจทั้งสามมีการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของตนเองกล่าวได้ว่า ปัจจัยจากความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจจะเป็นตัวดึงดูดอย่างดีของผู้ใช้งาน จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานทั้ง 3 แฟนเพจพบว่าผู้ใช้งานจะชื่นชอบในตัวของผู้เจ้าของแฟนเพจที่มีการนำเสนอในรูปแบบของตนเองทำให้มีความโดดเด่นกว่าแฟนเพจชุมชนออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ แฟนเพจซีเอสไอแอลเอมีการนำเสนอข่าวสารที่เป็นคดีความในสังคม มีการติดตามข่าวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอทำให้ผู้ที่ต้องการจะติดตามข่าวต่างๆ เป็นพิเศษจะให้ความสนใจและเข้ามาติดตาม ทั้งนี้แล้วทางแฟนเพจมีการนำเสนอข่าวโดยใช้ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษส่งผลให้ผู้ใช้งานได้ฝึกฝนภาษาอังกฤษไปในตัว (หยก (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558) แฟนเพจอ็เจียบเลียบด่วนจะนำเสนอโดยใช้คำที่ไม่สุภาพซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่เป็นที่พูดถึงของผู้ใช้งานทำให้วัยรุ่นเข้ามาพูดแสดงความคิดเห็นเพื่อโต้ตอบกับเจ้าของแฟนเพจ ทั้งนี้แฟนเพจจะตั้งประเด็นเพื่อหาความคิดเห็นจากผู้ใช้งานว่ามีความคิดเห็นกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างไรเพื่อให้ผู้ติดตามเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (หนึ่ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 ธันวาคม 2558) และแฟนเพจตราม้าแอดดิก เนื่องจากเจ้าของแฟนเพจมีอาชีพเป็นแพทย์ เมื่อมีข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเจ้าของแฟนเพจจะให้คำแนะนำหรือให้ความรู้กับเรื่องนั้นๆ ให้ผู้ติดตามได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง จะเห็นว่าทั้ง 3 แฟนเพจมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความชื่นชอบของผู้ใช้งานได้หลากหลาย ส่งผลให้แฟนเพจทั้งสามนี้มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากแสดงให้เห็นว่ารูปแบบ ลักษณะการนำเสนอเป็นเหตุผลสำคัญต่อจำนวนผู้เข้ามาติดตาม (แดงโม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

1.2 ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารที่น่าเชื่อถือและเข้าถึงได้ง่าย เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยเมื่อมีข่าวเกิดขึ้นทางแฟนเพจจะมีการกรองข่าวสารว่าเกิดขึ้น



จริงหรือไม่และเมื่อไหร่ จากนั้นจึงนำเสนอข่าวบนเฟซบุ๊กแฟนเพจทันทีส่งผลให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจได้รับรู้ข่าวสารระหว่างวันโดยไม่ต้องรอดูข่าวในสถานีโทรทัศน์อย่างที่ผ่านมา เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีข่าวสารความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารเป็นเหตุหนึ่งที่ตอบโจทย์ของคนในยุคสมัยนี้ โดยการที่ผู้ใช้งานอยู่ในยุคของโลกแห่งเทคโนโลยีข่าวสาร ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวเป็นสิ่งส่งผลให้ผู้ใช้งานหรือผู้เสพข่าวสารต้องการเป็นอย่างมากเพื่อมาตอบสนองการดำเนินชีวิตประจำวันของคนปัจจุบัน (ปิออป (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558) และในปัจจุบันการเข้าถึงสังคมออนไลน์หรือพื้นที่เสมือนจริงจะเข้าถึงได้ง่าย การที่เราได้รับรู้ข่าวสารอย่างรวดเร็วทำให้เราสามารถถกเถียงหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น ๆ และทันต่อเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมือง (แนน, สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559)

1.3 เป็นช่องทางหรือเวทีที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรีและต่อเนื่อง ก็เป็นเหตุปัจจัยหนึ่งส่งผลให้มีการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ใช้งาน เนื่องจากเปรียบเสมือนเป็นเวทีสาธารณะของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น มุมมอง ในข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับทางแฟนเพจเองหรือผู้ใช้งานคนอื่น ๆ (ฝน (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559) ยกตัวอย่างเช่นข่าวอุ้มบุญของเด็กหญิงคาร์เมนที่มีการนำเสนอมาตั้งแต่ต้นและมีผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมากโดยทางแฟนเพจไม่เพียงนำเสนอข่าวแล้วจบไปแต่ยังคงมีการนำเสนอและมีการติดตามข่าวสารอยู่เรื่อยๆ ทำให้ผู้ใช้งานที่ติดตามรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาข่าวที่เจ้าของแฟนเพจนำเสนอข้อมูลข่าวสารแบบที่ดึงประเด็นคำถาม เพื่อนำไปสู่การต่อยอดในการเกิดข้อคำถามหรือความเห็นต่างของผู้ใช้งานกับข่าวสารที่เกิดขึ้น (จีออบ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) การเข้ามาแสดงออกทางความคิดเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มุมมองของผู้ใช้งานจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าปัจจัยจากความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจกับการเข้ามาแสดงออกทางความคิดถือเป็นปัจจัยหลักของผู้ใช้งาน ซึ่งบางกรณีทั้งสองลักษณะประกอบกัน กล่าวคือ มีความชื่นชอบในการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจส่งผลให้เข้ามาแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองของเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าคนในยุคปัจจุบันต้องการการสื่อสารที่รวดเร็วเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองและแฟนเพจทั้งสามนี้ สามารถสนองตอบต่อความต้องการการเข้าถึงข้อมูลและรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เกิดการเข้าใช้งานในพื้นที่ออนไลน์หรือพื้นที่เสมือนจริงที่สามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอให้กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้กล่าวได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่หนึ่งที่คนในปัจจุบันต้องการเป็นพื้นที่ในการแสดงออกที่เข้าถึงได้ง่ายในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

2. การแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่เสมือนจริงในยุคของเทคโนโลยีข่าวสาร

พื้นที่เสมือนจริงเป็นพื้นที่ของโซเชียลมีเดีย ทุกคนสามารถเข้าถึงได้และมีสิทธิเท่าเทียมกันในการใช้งาน สำหรับแฟนเพจเฟซบุ๊กแฟนเพจ แฟนเพจครามาแอดดิค และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากนี้เกิดขึ้นเนื่องจากเจ้าของแฟนเพจอยากมีพื้นที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร และอยากให้ผู้ติดตามเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกทางความคิด เมื่อกล่าวถึงการเข้ามาในพื้นที่เสมือนจริงเพื่อการแสดงออกทางความคิดในเรื่องราวต่างๆ แล้วนั้นจากการสัมภาษณ์สมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจถึงความคิดเห็นของตนเองที่มีต่อการใช้งานพื้นที่เสมือนจริงทำให้พบว่า ผู้ใช้งานมีมุมมองของความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันบ้างเห็นต่างกันบ้าง กล่าวคือ เป็นเรื่องที่ดีที่มีการเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงออกทางความคิด ถกเถียงกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม



ด้วย ทั้งนี้ผู้ใช้งานบางคนกล่าวว่าผู้ใช้งานอีกส่วนหนึ่งที่เข้ามาก่อนหรือเข้ามาพูดเรื่องไร้สาระที่ไม่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารยังคงมีมากกว่าผู้ที่เข้ามาก่อน (มีว (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559)

กล่าวได้ว่าการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนมุมมอง หรือเวทีสาธารณะถกเถียงในประเด็นข่าวสารต่างๆ เป็นเรื่องที่ดีซึ่งปัจจุบันนี้การเข้าถึงพื้นที่เสมือนจริงเป็นเรื่องง่ายเนื่องจากเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า เพียงมีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตก็สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ (เนม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) และการที่ผู้ใช้งานมีพื้นที่ที่หลายคนเรียกว่าเป็นพื้นที่เสมือนจริงที่ใครก็สามารถเข้าถึงได้ ส่งผลให้สังคมเปิดกว้างมากขึ้นจากการที่ตัวเราเองได้รับรู้ข่าวสารนอกจากจะได้แลกเปลี่ยนความเห็นกับคนรอบข้างแล้ว พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งซึ่งผู้ใช้งานสามารถรับรู้มุมมองและความคิดเห็นของผู้ใช้งานคนอื่นอีกมากมายทำให้เกิดประเด็นที่หลากหลายมากขึ้น (เมย์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2559) ถึงแม้ว่าผู้ใช้งานบางคนจะใช้พื้นที่นี้เพื่อเข้ามาพูดในประเด็นที่ไม่ใช่ข่าวสารของทางแฟนเพจได้นำเสนอบ้างแต่ส่วนใหญ่ก็จะเข้ามาแสดงออกทางความคิดที่ทำให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ เกิดการชื่นชอบในทัศนะหรือมุมมอง นำมาสู่การเกิดปฏิสัมพันธ์กันขึ้นในพื้นที่เสมือนจริงและเกิดเป็นมิตรภาพในสังคมหรือชุมชนออนไลน์ (เอม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 17 มกราคม 2559) เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือในเชิงธุรกิจแฝงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นพื้นที่หนึ่งในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารมาสู่พื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นหรือเวทีสาธารณะ กระทั่งการสร้างปฏิสัมพันธ์และการเข้ามาแสดงตัวตนด้วย

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ที่เปิดให้ผู้ติดตามหรือผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองของข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเพื่อให้ทราบความเป็นมาของประเด็นข่าวสารที่เกิดขึ้น ทั้งนี้แล้วผู้ใช้งานบางส่วนคิดว่าพื้นที่หนึ่งที่สามารถเข้ามาแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง เนื่องจากผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่อยากรู้ อยากลองพื้นที่จึงเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่กลุ่มวัยรุ่นเข้ามาแสดงตัวตนเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ และแสดงให้เห็นถึงตัวตนของวัยรุ่นที่ใช้งานในเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอย่างไร (ออน (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559) จากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นโดยการใช้ภาษาที่เข้าใจกันในหมู่วัยรุ่นหรือผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมาเป็นเวลานานจะรู้และเข้าใจในภาษาที่ใช้สื่อสารกัน ทั้งนี้แล้วการเข้ามาในพื้นที่นี้เป็นการเข้ามาเพื่อแสดงความคิดเห็นที่ไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริงเนื่องจากไม่มีใครรู้จักตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้งานในพื้นที่ออนไลน์แห่งนี้ได้นอกจากตัวตนที่เราต้องการแสดงให้เห็นเพียงเท่านั้น (แดงโม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

ปัจจุบันเมื่อนutzerได้ก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้นการบริโภคข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น หรือมีการแสดงตัวตนเกิดขึ้นบนโลกเสมือนจริงพื้นที่ออนไลน์จึงเป็นพื้นที่หนึ่งที่ได้เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน เนื่องจากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดพื้นที่เสมือนจริงเป็นพื้นที่ในระบบอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมอง เปรียบเสมือนพื้นที่ที่สะท้อนภาพของสังคมเทคโนโลยีข่าวสารโดยไม่มีข้อจำกัดของมิติ ด้านเวลาหรือสถานที่ทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้ใช้งานเข้ามาใช้งานได้ตลอดเวลาเพียงมีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ทั้งนี้สามารถเข้าไปแสดงตัวตนที่เราไม่สามารถเปิดเผยในโลกแห่งความเป็นจริงได้



5. อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมีหลายสาเหตุด้วยกัน เนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็นยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งยังเป็นยุคของเทคโนโลยีข่าวสาร การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นสามารถเข้าถึงได้ง่าย คนส่วนใหญ่จะใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นจำนวนมากและการเกิดขึ้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจก็ยิ่งมีมากขึ้น ทั้งนี้ปัจจัยหลักของผู้ใช้งานที่เข้ามาติดตามแฟนเพจคือเจียบเลียบด่วน แฟนเพจตราเก่าแอดติก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ มีหลายสาเหตุคือ มีความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอของเจ้าของแฟนเพจ การเข้ามาแสดงออกทางความคิดกับเรื่องราวต่างๆ ที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอลงบนพื้นที่ออนไลน์ แฟนเพจมีการนำเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็วและง่ายต่อการเสพข่าว ทั้งการแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่เสมือนจริงในยุคของเทคโนโลยีข่าวสารของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งมุมมองของผู้ใช้งานนั้นได้กล่าวว่าเป็นเรื่องที่ตีพิมพ์พื้นที่ที่สามารถเข้ามาแสดงออกทางความคิดในเรื่องราวต่างๆ ในทิศทางเดียวกันหรือมีความคิดที่แตกต่างกันตามมุมมองของแต่ละคน สอดคล้องกับ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2549) กล่าวว่า พื้นที่นี้ได้เป็นเพียงพื้นที่ทางสังคมเท่านั้นแต่เป็นพื้นที่ทางความคิด อุดมการณ์ และวัฒนธรรม เป็นเวทีของการต่อสู้ ได้เสียง ในความหมายหรือเรื่องราวต่างๆ และพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจยังกล่าวได้ว่าเป็นเวทีสาธารณะที่ใครก็ได้สามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น ดังที่ ฮาเบอร์มาส (Habermas) (อ้างถึงใน กาญจนมา แก้วเทพ 2543) กล่าวว่า พื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ของการติดต่อสื่อสารระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ดังนั้นช่องทางแห่งการสื่อสารสาธารณะหรือตัวสื่อสารสาธารณะที่เปิดกว้างและเป็นอิสระจากการครอบงำจากฝ่ายใดๆ พื้นที่สาธารณะจึงเป็นพื้นที่หนึ่งในพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชนได้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องสาธารณะเป็นสำคัญ ทั้งนี้ เฮียม (Heim) (อ้างถึงใน จิวิฐ์ศุกการ 2545, หน้า 36) กล่าวว่า ไฮเบอร์สเปซเป็นพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนใช้ร่วมกันได้ ไม่มีกีดกัน ปิดกั้นการเข้าถึงได้ ดังนั้นพื้นที่นี้จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกคนไม่ว่ามีสถานภาพใดก็ตามสามารถเข้ามาใช้ได้เช่นกัน เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่นๆ รวมไปถึงพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นพื้นที่ในการนำเสนอตัวตนจากการเข้ามาแสดงออกทางความคิดของผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในชีวิตจริง ดังผลการศึกษาของ จิวิฐ์ศุกการ (2545, หน้า 4) ที่ได้ศึกษาการอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริงบนพื้นที่ไฮเบอร์สเปซที่มีชื่อว่าแลมบ์ตาม ซึ่งเป็นสถานที่ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างตัวตนใหม่ได้อย่างที่ตนเองต้องการผ่านการบรรยายตัวอักษร ภายใต้ระบบการสร้างสภาพแวดล้อมจำลองและมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างเช่นในโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของค่านิยมต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านคำอธิบายตัวตนของประชากร

นอกจากนั้นแล้วเฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นพื้นที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพของสังคมในยุคเทคโนโลยีข่าวสารหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นในการก้าวเข้าสู่ความทันสมัยของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดพื้นที่เสมือนจริงที่ทำให้คนในปัจจุบันมีส่วนร่วมในการเข้ามาแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองเปรียบเสมือนพื้นที่ที่สะท้อนภาพของสังคมในปัจจุบันสอดคล้องกับที่ สเปนเซอร์ (Spencer) (อ้างถึงใน รพีพรรณ สุวรรณณัฐโชติ 2548, หน้า 99) กล่าวว่า สังคมมีเอกลักษณ์ไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้โครงสร้างของสังคมและวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละสังคมเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่หยุดนิ่งเกิดขึ้นตลอดเวลา โดยการเปลี่ยนแปลงนั้นหมายถึงความแตกต่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเมื่อวันเวลาเปลี่ยนไปหรือการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นสภาพที่เคยเป็นอยู่ไปสู่สภาพใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมโดยอาศัยองค์ประกอบด้านเวลาเป็นเครื่องกำหนด อีกทั้ง โรเจอร์ (Roger) (1968, หน้า 45) ได้อธิบายความทันสมัยว่า ความทันสมัยที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความทันสมัยในระดับบุคคลโดยเป็นขบวนการที่การดำรงชีวิตของบุคคลได้เปลี่ยนแปลงไปจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยเป็นมา



45

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (Conference Proceedings) ครั้งที่ 2: 2559
"45 ปี กบว.ยกย่อง ศาสตร์บูรณาการมาตุภูมิ เพื่อบูรณาการวิชาการ พัฒนาคนไทย ยุทธศาสตร์วิจัย"

ในอดีต โดยมีการรับเอาเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการดำรงชีวิตในระดับบุคคลที่รวดเร็วขึ้น มีการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่และเกิดการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้งสามแฟนเพจที่สะท้อนภาพของสังคมปัจจุบันว่าคนยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตประจำวันความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นของผู้ใช้งาน และแฟนเพจทั้งสามสามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้ใช้งาน กล่าวได้ว่ายุคปัจจุบันเป็นยุคของสังคมที่เน้นหน้าที่การใช้งานรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วจะทำให้สามารถสื่อสารกับผู้อื่นคนอื่นๆ ในพื้นที่เสมือนจริงหรือพื้นที่ทางสังคมได้อย่างถูกต้อง เฟซบุ๊กแฟนเพจจึงเปรียบเสมือนพื้นที่ที่สามารถสะท้อนภาพสังคมในยุคของความทันสมัยได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. จากการวิจัยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพสะท้อนสังคมในปัจจุบันของยุคเทคโนโลยีข่าวสารทั้งเป็นแนวทางในการสร้างพื้นที่การแสดงความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้งานบนพื้นที่ทางสังคมรูปแบบใหม่เป็นผลมาจากความสามารถของเทคโนโลยีร่วมสมัย และนำมาซึ่งการรู้เท่าทันสื่ออันจะเป็นประโยชน์ในการเลือกพิจารณาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้งานต่อไปในอนาคต
2. ปัจจุบันเกิดการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจขึ้นเป็นจำนวนมากจนอาจมีหลายช่องทางให้ผู้ใช้งานได้เลือกติดตามผู้วิจัยจึงอยากให้มีการศึกษาถึงการสร้างพื้นที่เสมือนจริงในพื้นที่สาธารณะเพื่อทำความเข้าใจในการเข้ามาเปิดพื้นที่ออนไลน์หรือพื้นที่สาธารณะของคนในยุคเทคโนโลยีข่าวสาร

6. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมการศึกษา. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรัฏฐ์ ศุภการ. (2545). การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย.
- ธีรยุทธ ทองสุข. (2555). การเมืองในพื้นที่สาธารณะบนระบบอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย.
- พรหมอาสา กัณวเศรษฐ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข้อมูลการตลาดเชิงกิจกรรมของผู้บริโภคผ่าน Fan Page บน Facebook. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย.
- รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ. (2548). สังคมและวัฒนธรรมไทย. ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (2551). การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สถิติการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ. เข้าถึงจาก <http://www.nso.go.th/#>.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2549). ทะลุกรอบคิดของทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

Roger, E.M. (1968). *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press.

บุคลากรกรม

จี้อบ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559
 แดงโม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559
 เนม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559
 แนน (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559
 ป็อบ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558
 ฝน (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 8 มกราคม 2559
 มิว (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559
 เฌย์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2559
 หนึ่ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 28 ธันวาคม 2558
 หยก (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 ธันวาคม 2558
 ออน (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2559
 เอม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 17 มกราคม 2559

ภาคผนวก ข บทความตีพิมพ์ในวารสาร

สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้ตีพิมพ์ผลงานวิชาการ

การตอบรับการได้รับบทความเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนระหว่างการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตีพิมพ์ในวารสาร Veridian E-Journal จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ



สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University Social Research Institute

ที่ ศธ 0512.36/วสค 59.90

20 ธันวาคม 2559

เรื่อง การพิจารณาตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารวิจัยสังคม
เรียน คุณจุฑามาศ ทองแก้ว

ตามที่ท่าน ได้เสนอให้กองบรรณาธิการ พิจารณาบทความเรื่อง "การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ" เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยสังคมนั้น

บัดนี้ บรรณาธิการฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าบทความดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาสังคม จึงเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิจัยสังคม ทั้งนี้บทความของท่าน จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาวกึ่งกาญจน์ จงสุขไกล)
บรรณาธิการประจำฉบับ

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยสังคม
สถาบันวิจัยสังคม
โทรศัพท์ 0-2218-7387
โทรสาร 02-215-5523

การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

¹จุฑามาศ ทองแก้ว¹

จุรีรัตน์ บัวแก้ว²

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม จากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 15 คน

ผลการวิจัยพบว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่สำหรับติดตามข่าวสารของกลุ่มวัยรุ่นในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มวัยรุ่นสร้างอัตลักษณ์ของตนเองผ่านทางภาษาที่เข้าใจกันในกลุ่มวัยรุ่นหรือในกลุ่มผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ นอกจากนี้ยังใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่สื่อสารกันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เช่น รูปภาพหรือสติ๊กเกอร์เพื่อสื่อความหมายให้ผู้ใช้งานได้รับรู้ความหมายหรือเนื้อหาในการแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้การเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกร่วมต่อข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม จึงได้เกิดอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มวัยรุ่นที่สร้างขึ้นมาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

คำสำคัญ: การสร้างอัตลักษณ์ วัยรุ่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail: mario_mini@hotmail.com

²รองศาสตราจารย์ ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail: jureeratana.k@psu.ac.th

Identity Construction among Teenagers on Facebook Fan Pages

Juthamas Thongkaew¹

Jureerat Buakaew²

Abstract

This research aims to explore the use of Facebook fan pages to communicate and construct identities among teenagers. The data of this qualitative research were collected from 15 people through in-depth interviews and non-participant observations, and presented using analytical description.

The research found that Facebook fan pages are spaces used by teenagers to follow news in the form of online networking where they create their identities through language understood among teenagers and Facebook users. Additionally, they use signs to create identities and communicate on Facebook fan pages. Pictures or stickers are used to communicate meanings and opinions among users on contents of the fan pages which reflect perceptions of users in news and happenings in society. Consequently, there are co-identities created by teenagers on Facebook fan pages.

Keywords: Identity construction teenager Facebook fan page

บทนำ

ปัจจุบันสังคมไทยได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารไปอย่างมาก จากการนำการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางในชีวิตประจำวันมากขึ้น สืบเนื่องมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีกล่าวได้ว่าการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้กลายมาเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีข่าวสาร เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เริ่มเป็นที่นิยมและแพร่หลายอย่างมากที่สหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 และยิ่งขยายวงกว้างมาถึงทุกวันนี้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักกันดีในสังคมไทยได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น ด้วยความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายในลักษณะของการสื่อสารสองทางนั่นเองทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (จุฑามณี คายะนันท์, 2554) เว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) ถือว่าเป็นหนึ่งในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมไทย มีคนไทยกว่า 35 ล้านคนที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งสูงขึ้น 38.62% จากพ.ศ. 2558 (Zocialinc, 2015) โดยยอดการเป็นสมาชิกในประเทศไทยมีสถิติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่มีจุดเด่นในเรื่องของการติดต่อสื่อสารและการที่สมาชิกสามารถแสดงตัวตนโดยการบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตนเองบนเฟซบุ๊กเพื่อให้บุคคลอื่น ๆ ได้รับความรู้โดยการเขียนข้อความ (wall) นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานคนอื่นยังสามารถแสดงความเห็นหรือโต้ตอบกับผู้ใช้งานอื่น ๆ ได้ด้วยการเขียนแสดงความคิดเห็น (comment) ได้ข้อความนั้นได้ด้วย (สุรพงษ์ มหัทสประภัทร์, 2555) นอกจากลักษณะเด่นของเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นเฟซบุ๊กยังมีพื้นที่หนึ่งที่เรียกว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจที่สามารถเปิดเป็นพื้นที่เพื่อการประชาสัมพันธ์ การขายบริการของสินค้าต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการเปิดเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของสังคม และผู้ที่ติดตามยังสามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็นกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่เจ้าของแฟนเพจนำเสนอได้ โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจคอมมิวนิตี้นี้ในประเทศไทยที่ได้รับความสนใจและนิยมจากผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ได้แก่ แฟนเพจ อีเจ็บบลิวบ์วอน แฟนเพจดราม่าแอดดิค และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ เนื่องจากทั้ง 3 แฟนเพจมีผู้ใช้งานติดตามเป็นจำนวนมากทั้งยังมีการนำเสนอข่าวที่เกิดขึ้นประจำวันอย่างสม่ำเสมอและมีการนำเสนอในแบบของตนเอง

จากการเกิดขึ้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจนี้ได้นำมาสู่การนำเสนอตัวตนผ่านพื้นที่ออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานมีเวทีสำหรับแสดงความคิดเห็น และความเป็นตัวตนบนโซเชียลสเปซไม่ใช่พื้นที่อันไร้พรมแดนที่ถูกคั่นกับโลกแต่เป็นเวทีของการนำเสนออุดมการณ์ความคิดที่จัดไว้เป็นลำดับต่อเนื่องโซเชียลสเปซจึงเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานปรับเปลี่ยนและสร้างตัวตนของตนเองตามที่ต้องการได้ ทั้งยังเป็นพื้นที่เพื่อการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารมาสู่การเป็นชุมชนเสมือนที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อชีวิตผู้คน (อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์, 2554) การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ได้เปลี่ยนการดำเนินชีวิตของผู้คน ดังเช่น Michael Strangelove (1994) นักคิดด้านการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้เน้นถึงแง่มุมของอินเทอร์เน็ตว่าเป็นเทคโนโลยีที่เปิดกว้าง สามารถสร้างรูปแบบการสื่อสารชนิดใหม่ให้แก่มนุษย์ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานทั้งหลายเลือกหาข่าวสารที่พวกเขาต้องการ และด้วยธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตที่มีความเป็นเสรีภาพและเท่าเทียมกันที่สามารถเชื่อมโยงโลกทั้งโลกได้ ด้วยการสื่อสารบนพื้นที่อินเทอร์เน็ตที่ไม่มีอาณาเขตแน่นอนสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างไม่จำกัดจึงเป็น

ที่มาในการบอกเล่าเรื่องราว (narrative) การแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก รวมถึงการแบ่งปันเรื่องราวต่าง ๆ จึงปรากฏออกมาและเป็นที่ยอมรับในพื้นที่อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดียจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ด้วยคุณลักษณะที่เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนโต้ตอบข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน (อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์, 2554)

จากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจที่เปิดโอกาสในการเข้าถึงส่งผลให้ผู้ใช้งานได้แสดงศักยภาพและตัวตนของตนเองขึ้นมา โดยเฉพาะวัยรุ่นเป็นวัยที่รับเอารูปแบบการบริโภคนิยมมาใช้เช่น การเลียนแบบดารานักร้อง การใช้ภาษา เป็นต้น เข้ามาใช้อย่างรวดเร็วเนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดช่วงหนึ่งในชีวิตทั้งทางด้านจิตใจสติปัญญา อารมณ์ สังคม ประกอบกับวัยรุ่นมีลักษณะนิสัยชอบเลียนแบบเพื่อนฝูงอยากรู้อยากลอง (สุชา จันทรเฒ 2529) การกระทำเหล่านี้ล้วนเป็นการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนให้สังคมรอบข้างได้เห็น วัยรุ่นอาจสร้างความหมายใหม่ให้แก่พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจหรือรับเอาความหมายที่มีการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงเด็กวัยรุ่นยุคใหม่ที่ทันสมัย (วันเฉลิม สารไทย 2544) วัยรุ่นในปัจจุบันเห็นได้ว่ามีพฤติกรรมที่แสดงออกหลากหลายด้าน รวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ความทันสมัยของวัยรุ่นในการใช้เครื่องมือสื่อสารไม่ว่าจะเป็น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในชีวิตประจำวัน สิ่งที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากอุปกรณ์สื่อสารนี้ก็คือการเข้าไปใช้งานในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอผ่านการใช้อักษรหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกัน การใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจก็เป็นช่องทางหนึ่งที่วัยรุ่นในปัจจุบันได้ให้ความสนใจเข้าไปแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของตนเองภายในพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยสื่อสารผ่านภาษา รูปสัญลักษณ์ต่าง ๆ สามารถอธิบายความเป็นตัวตนที่ต้องการจะนำเสนอต่อผู้ใช้งานคนอื่น ๆ

การใช้ภาษาสัญลักษณ์ในการแสดงตัวตนดังกล่าวของวัยรุ่นยังทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในขณะที่เดียวกันสังคมอินเทอร์เน็ตก็เป็นสังคมที่มีส่วนทำให้พื้นที่อินเทอร์เน็ตเป็นเวทีสาธารณะ ถึงแม้ว่าการเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันจะไปเพื่อความบันเทิงที่ไม่มีสารประโยชน์มากนัก แต่อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นสถานที่หนึ่งที่จะช่วยให้วัยรุ่นได้แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของเขาเองได้โดยไม่ต้องมีใครมาคอยควบคุม (วันเฉลิม สารไทย 2544) เช่นเดียวกับเฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มวัยรุ่นได้เข้ามาแสดงตัวตนเพื่อให้คนในสังคมได้รับรู้ ทั้งยังเป็นพื้นที่เปิดที่คนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาข่าวสารที่ทางแฟนเพจนำเสนอ โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจที่นำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากในปัจจุบันได้แก่ แฟนเพจอ็อบบลิวิชั่น แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ทั้งสามแฟนเพจเป็นที่ให้ความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นในสังคม จากปรากฏการณ์ข้างต้นส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดข้อคำถามว่า เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันมีการพัฒนาก้าวหน้าเป็นไปอย่างมาก การสื่อสารอีกทั้งความต้องการแสดงตัวตนของมนุษย์หลากหลายมากขึ้นและการใช้งานอินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นปัจจุบันเนื่องจากเป็นวัยที่มีเวลาว่างมากที่สุด เมื่อเกิดพื้นที่ออนไลน์ที่เรียกว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจขึ้น กลุ่มวัยรุ่นมีการใช้พื้นที่ในการสื่อสาร แสดงตัวตน ในการสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองอย่างไรเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของวัยรุ่น และการเข้ามาแสดง

ความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารนี้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของวัยรุ่นได้อย่างไร ทั้งสามารถอธิบายข้อดีของการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างไร ผ่านการเข้ามาสื่อสารแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจหรือพื้นที่ไซเบอร์สเปซจากการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างไรในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนดังนี้

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกศึกษาพื้นที่ออนไลน์ คือ เว็บไซต์เฟซบุ๊ก (www.facebook.com) ได้แก่ แฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วน แฟนเพจดราม่าแอดดิค และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ เนื่องจากทั้ง 3 แฟนเพจนี้มีการนำเสนอข่าวสารในชีวิตประจำวันที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งทางด้านการเมือง วัฒนธรรม สุขภาพ และสังคม มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอและมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอในรูปแบบฉบับของตนเอง ส่งผลให้เป็นแฟนเพจคอมมิวนิตีที่มีผู้ใช้งานเป็นกลุ่มวัยรุ่นมีอายุระหว่าง 15-24 ปี และเป็นผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในกรู๊ปข่าวสารเป็นประจำสม่ำเสมอ กลายเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานเข้ามาติดตามเป็นอันดับต้น ๆ ทั้งให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่น ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้โดยการสำรวจจากการเข้าไปใช้งานแฟนเพจที่ได้กำหนด และทำการสังเกตจากการโพสต์ (Post) ข้อมูลข่าวสารของเจ้าของแฟนเพจในเรื่องราวต่าง ๆ และดูการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่ติดตามแฟนเพจ (Fanpage) ที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 1 เดือน ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นนั้นได้รับความนิยมนจากผู้ใช้งานด้วยกัน จากการกดถูกใจ (Like) ของการแสดงความคิดเห็นนั้นในข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ ประกอบด้วย ผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวน 15 คน ได้แก่ แฟนเพจอีเจ็บบเลียบด่วนจำนวน 5 คน แฟนเพจดราม่าแอดดิคจำนวน 5 คน และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอจำนวน 5 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการซักถามข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายโดยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง วิธีการนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งได้สัมภาษณ์เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่น อีกทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อดูพฤติกรรม การเข้ามาใช้งานและแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจว่ากลุ่มวัยรุ่นมีการเข้ามาใช้งานในเวลาใดมากที่สุด และหัวข้อข่าวใดที่กลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันให้ความสนใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของการวิจัย และข้อมูลจากภาคสนามมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษาและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดอัตลักษณ์ และแนวคิดพื้นที่สาธารณะเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์หาข้อสรุป ถอดรหัส ตีความ แล้วนำมาเรียบเรียงและนำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผู้วิจัยจำแนกผลการศึกษาข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. การแสดงความคิดเห็นในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มวัยรุ่น

พื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นพื้นที่ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้และมีสิทธิเท่าเทียมกันในการใช้งาน สำหรับแฟนเพจอ็อบบี้เลียบดาวน์ แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากนี้ เจ้าของแฟนเพจได้สร้างขึ้นมาเพื่อต้องการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ และให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจได้มีพื้นที่ในการบริโภคข่าวสารในการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ยังสามารถแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ การเข้ามาแสดงความคิดเห็นนี้ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการทำให้กระดานข่าวมีลักษณะเป็นเวทีสาธารณะที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อข่าวกันอย่างต่อเนื่อง และด้วยการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจจากการเป็นพื้นที่เปิดโดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ส่งผลให้ปรากฏความคิดเห็นอยู่ในกระดานข่าวเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้แล้วผู้ใช้งานที่แสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำเพื่อเข้ามาแสดงออกทางความคิด

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานพบว่า การเข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นเป็นเรื่องปกติที่กระทำเป็นประจำ (เป้(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) และเฟซบุ๊กแฟนเพจคือกิจวัตรในชีวิตประจำวันของเราที่ต้องเข้าไปดูข่าวสาร ดูความเคลื่อนไหวของสังคมเพราะมีเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย (ปอง(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2559) ประกอบกับการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจได้ง่ายนี้เองส่งผลให้ผู้ใช้งานบางส่วนเข้ามาเล่นในเวลาเรียนหรือเวลาทำงาน โดยเข้าไปแสดงความ

คิดเห็นในประเด็นที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอในขณะนั้น (นิ(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) หรือผู้ใช้งานคนอื่น ๆ จะใช้เวลาว่างในการเข้าไปใช้งานโดยเข้าไปแสดงออกทางความคิดเห็น เนื่องจากจะแสดงความคิดเห็นอย่างไรก็ได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ไม่มีใครรู้จักว่าตัวเราเองจะคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องที่เกิดขึ้น (ป้อมแป้ม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 มกราคม 2559) กล่าวได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน เพราะผู้ใช้งานจะเข้ามาดูเข้ามาใช้งานทุกวันตื่นนอนไปจนถึงก่อนเข้านอนเพื่อดูความเคลื่อนไหวของสังคมในข้อมูลข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ (ต่อ(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2559)

ลักษณะเนื้อหาในการเข้ามาแสดงความคิดเห็นรวบรวมได้เป็นประเด็นได้แก่

1.1 การเข้ามาถกเถียงประเด็นหัวข้อข่าวที่เกิดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจส่วนใหญ่เข้ามาแสดงความคิดเห็นในประเด็นข่าวสารเป็นสำคัญ ทั้งข่าวสารในสังคมที่เกิดขึ้นประจำวันทั้งเรื่องสุขภาพ สังคม ข่าวกีฬา และข่าวเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองและได้เข้าใจในประเด็นที่หลากหลายมากขึ้นจากการเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ การแสดงความคิดเห็นและการสื่อสารของผู้ใช้งานจะมีการใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยมีความคิดเห็นทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยในข่าวสารที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอ ซึ่งเฟซบุ๊กแฟนเพจแต่ละวันจะมีกระดานข่าวที่ตั้งขึ้นใหม่ และจำนวนคนที่อ่านหรือแสดงความคิดเห็นเกิดขึ้นมากมายถือเป็นศูนย์รวมทางความคิดของผู้ใช้งานที่ได้เข้าไปใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนออนไลน์ และพูดคุยกันในประเด็นที่ต้องการสื่อสารของเนื้อหาข่าวที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยมีลักษณะการสื่อสารหรือการแสดงความคิดเห็นจากการสำรวจจะอยู่ในรูปแบบของการแสดงอารมณ์ จนกระทั่งการให้ข้อมูลบางส่วนที่ตนเองได้รับรู้มา

1.2 การเข้ามาแสดงความคิดเห็นนอกประเด็นจากหัวข้อข่าวที่แฟนเพจได้นำเสนอ ซึ่งในประเด็นนี้มีผู้ใช้งานเป็นกลุ่มวัยรุ่นจำนวนไม่น้อย เข้ามาแสดงความคิดเห็นเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ใช้งานคนอื่น ๆ หรือเจ้าของแฟนเพจเอง โดยการเข้ามาแสดงความคิดเห็นด้วยคำหยาบคายเพื่อหวังให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ให้ความสนใจหรือการเข้ามาเล่าถึงชีวิตประจำวันของตนเองที่เกิดขึ้น ทั้งนี้แล้วยังมีผู้ใช้งานจำนวนหนึ่งที่ทำให้ความสนใจและเข้าไปพูดคุยกับผู้ใช้งานที่เข้ามาในลักษณะนี้ ถือได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นชุมชนหนึ่งที่ผู้ใช้งานเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้ชีวิตในสังคมจริง

2. อັตลัษณ์ของกลุ่มวัยรุนบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

กลุ่มต่าง ๆ ในสังคมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใดก็ตามจะมีการกำหนดสัญญาเพื่อความเข้าใจในการสื่อสารกันภายในกลุ่ม ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจก็เช่นเดียวกันเนื่องจากเป็นผู้คลุกคลีอยู่กับการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตย่อมต้องคุ้นเคยกับสัญญาที่เกิดขึ้นใหม่จากการดัดแปลงคำพูดต่าง ๆ เพื่อใช้บ่งบอกอารมณ์ความรู้สึก และความหมายของผู้ที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น เช่น สัญญาประเภทภาษาเป็นสัญญาที่พบมากในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้งานเป็นประจำจะสามารถเข้าใจความหมายได้ทันที ได้แก่ คำว่า เท หมายถึง การผิदनัดหรือการถูกทิ้ง คำว่า นก หมายถึง การอดได้ในสิ่ง ๆ นั้น คำว่า ถ้าโย หมายถึง การรำคาญ เป็นต้น (ขวัญ, สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2559)

อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดจากการเข้ามาแสดงตัวตนหรือการ แสดงออกทางความคิด การแสดงความคิดเห็น เหล่านี้เกิดจากการที่ผู้ใช้งานแต่ละคนแสดงออกซึ่ง ความรู้สึกนึกคิดของตนผ่านทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่มวัยรุ่นที่สื่อสารกันผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจส่วนใหญ่ เกิดจากความสนใจในข่าวสาร เช่น ข่าวเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพและข่าวสารทั่วไปที่เกิดขึ้นประจำวัน จากการติดตามข่าวสารเป็นเวลานานจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต จากการสัมภาษณ์ ผู้ใช้งานกล่าวว่า ในตอนแรกที่เข้ามาติดตามเพราะชอบการนำเสนอข่าวสารของทางแฟนเพจจากการ เป็นตัวของตัวเองในการนำเสนอข่าว และผู้ใช้งานคนอื่น ๆ จะเข้ามาแสดงความคิดเห็นโดยใช้ภาษาที่ ไม่ค่อยสุภาพและมีภาษาเฉพาะที่คนเข้ามาใหม่ ๆ จะไม่รู้จัก และเมื่อเข้ามาติดตามนาน ๆ เข้ารู้ตัวอีก ที่เราก็กกลายเป็นส่วนหนึ่งของแฟนเพจไปแล้ว (แพม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2559) หรือผู้ใช้งานบางคนจะเข้ามาเนื่องจากคำบอกเล่าของคนรอบข้างจึงนำมาสู่การติดตามในปัจจุบันและ ด้วยการที่อยากแสดงตัวตนในโลกออนไลน์จึงได้เข้าไปแสดงความคิดเห็นใช้ภาษาที่เข้าใจกันในหมู่ ผู้ติดตาม (นิว(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

“...ผมชอบเล่นเฟซไปว่างๆจะเข้าตลอดก็จะดูว่ามีอะไรน่าสนใจบ้าง เลยมาเจอเพจนี้มันก็โอเคผมได้เข้าไปแสดงความคิดเห็นบ่อยมากเกือบทุกข่าว เลยก็ว่าได้ ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลแล้วก็ได้ออกความคิดเห็นเหมือนกับเราอยู่ใน ชีวิตจริงแค่ได้พูดกับเพื่อนว่าแบบนี้แบบนี้ แต่พอได้แสดงความคิดเห็นในนี้คือ จะมีคนอื่นอีกมากได้มาแชร์ความคิดเห็น...”

(นิค(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 มกราคม 2559)

“...มันเกิดจากความชื่นชอบการนำเสนอของทางเพจก็เลยกลายมา ติดตาม ต้องเข้ามาเช็คทุกวันมาดูทุกวัน ตื่นเช้ามาก็ดูมาแสดงความคิดเห็นต้อง เข้ามาอ่าน...”

(แพร(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2559)

การที่ผู้ใช้งานเกิดความเคยชินจนกลายเป็นว่าการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นเป็นส่วน หนึ่งในการดำเนินชีวิต เป็นพื้นที่ที่ใช้แสดงตัวตน ความคิดเห็น ผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจก็เริ่ม สร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่สร้างขึ้นมามากเกิดจากการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการ ใช้ชีวิต โดยการแสดงความคิดเห็นผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจคือการใช้ภาษา สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความ เป็นวัยรุ่นจากคำบอกเล่า การที่จะบ่งบอกถึงความเป็นวัยรุ่นในเฟซบุ๊กแฟนเพจได้นั้นส่วนหนึ่งเลยคือ ภาษาเนื่องจากผู้ใช้งานที่เป็นวัยรุ่นจะรับรู้ถึงภาษาที่ใช้กัน เพราะภาษามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด หรืออาจเป็นภาษาวิบัติ คำพวนที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจกัน (เตีร์ก(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 27

มกราคม 2559) หรือผู้ใช้งานที่เข้ามาใช้งานเป็นเวลานาน ๆ ก็สามารถรับรู้และเข้าใจได้ง่ายเหมือนกัน (เกส(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 25 มกราคม 2559)

อัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นผ่านการสื่อสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจจะอยู่ในลักษณะของการใช้ภาษา จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มวัยรุ่น พบว่ากลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ในการแสดงความคิดเห็นอย่างชัดเจน สังกัดได้จากการใช้ภาษาของกลุ่มวัยรุ่นที่ได้เข้ามาแสดงออกทางความคิดในเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ ที่ไม่สามารถใช้บางคำได้ในชีวิตจริงและได้เข้ามาแสดงออกในชุมชนเสมือนที่ไม่มีใครรู้จัก และเป็นการบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มวัยรุ่นในการสื่อสารกับบนเฟซบุ๊กแฟนเพจได้เป็นอย่างดี

เมื่อพิจารณาลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า “อัตลักษณ์” ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ จากการเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นในด้านมิติทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ ผ่านการใช้ภาษา ตัวหนังสือ ตลอดจนสัญลักษณ์ต่าง ๆ อาจสรุปได้ว่าสิ่งที่ถือเป็น “อัตลักษณ์” ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจคืออัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วม

อัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีลักษณะเป็นนามธรรมจากการแสดงอารมณ์ ความรู้สึกผ่านตัวหนังสือต่อเรื่องราวข่าวสารที่ทางแฟนเพจได้นำเสนอ ที่มีต่อเรื่องราวนั้น ๆ ที่เกิดจากจิตสำนึกของความถูกต้อง ความรักชาติร่วมกันทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การแข่งขันกีฬาของทีมชาติไทย คดีฆ่าข่มขืนที่เกิดจากสัตว์เดรัจฉานในคราบของมนุษย์ หรือความถูกต้องของเรื่องโรคร้ายไข้เจ็บ ส่งผลให้ผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเกิดความรู้สึกและสำนึกร่วมโดยการบรรยายหรือการแสดงออกทางความคิดผ่านตัวหนังสือบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อให้แลกเปลี่ยนมุมมองความคิดและได้รับรู้ว่ามีคนอื่นกลุ่มหนึ่งที่มีความรู้สึกเดียวกับตัวเอง

ในการเข้ามาเพื่อแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งานเพื่อแสดงออกถึงเรื่องราวที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอเป็นการสื่อสารความเป็นตัวตนสื่อถึงความรู้สึกผ่านตัวอักษร เหล่านี้สามารถบ่งบอกถึงการเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกร่วม ผู้วิจัยจะขอเสนอบทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเข้ามาแสดงความคิดเห็นที่บ่งบอกถึงจิตสำนึกร่วมของคนในสังคม เพื่อที่จะมองเห็นภาพอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกสำนึกร่วมได้ชัดเจนยิ่งขึ้นดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่เราเข้ามาแสดงออกในเรื่องนั้นๆ มันเหมือนเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนหนึ่ง ความสำนึกรักต่อสังคมต่อเรื่องราว เป็นการเปิดมุมมองทางความคิดให้คนอื่นๆ ได้รับรู้และได้รู้ว่ามีอีกหลายคนที่คิดแบบเรา ...”

(เกส(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 15 เมษายน 2559)

“...เวลาเข้ามาแสดงความคิดเห็นคืออยากจะเสนอความคิด อยากให้คนในสังคมออกมาพูดในสิ่งที่ถูกต้องเวลาเรื่องคดีข่มขืนเอ๊ย ฉ้อโกงเอ๊ย อยากมาแชร์ความคิดกันมากกว่า...”

(ปุย(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มีนาคม 2559)

“...ผมเรียนหมอผมติดตามแฟนเพจมานานแล้วเจ้าของแฟนเพจก็คลุกคลีอยู่ในวงการแพทย์ เมื่อมีเรื่องราวที่คนในสังคมต้องการความถูกต้องของไม่ว่าจะเป็นเรื่องยา เรื่องการดูแลสุขภาพ เจ้าของแฟนเพจก็จะให้คำแนะนำที่ถูกต้อไป เวลาผมเข้ามาเจอก็จะมีการแสดงความคิดเห็นใต้เรื่องนั้น ๆ เพิ่มเติมลงไปการมีแฟนเพจแบบนี้ก็ทำให้คนในสังคมมีทางเลือกในการเข้ามาเสพข้อมูล...”

(นิม(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 29 เมษายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญในการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ให้คนในสังคมได้รับรู้และเข้ามาแสดงออกทางความคิดเห็นเป็นความรู้สึกลำนำร่วมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจในทางที่ดี และจะเห็นได้ว่าผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจให้ความสนใจในทุก ๆ เรื่องที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอเฟซบุ๊กแฟนเพจจึงกล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่หนึ่งที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจได้เป็นอย่างดี

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นทำให้ทราบว่า การแสดงความคิดเห็นในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มวัยรุ่นที่ได้ติดตาม แฟนเพจ อีเจ็บบลิวบตัวน แฟนเพจดราม่าแอดดิก และแฟนเพจซีเอสไอแอลเอ ผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจากการเข้าไปใช้งานหรือแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่แล้วเนื่องมาจากมีเวลาว่างจากการทำงานหรือการเรียน และได้กลายเป็นเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวัน หรือบางคนอาจจะสะดวกในเวลาเรียนหรือทำงานเนื่องจากมีอุปกรณ์ที่ง่ายต่อการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่มผู้ที่แสดงความคิดเห็นที่เป็นขาประจำเหล่านี้มักจะเข้ามาติดตามความเคลื่อนไหวและแสดงความคิดเห็นในกระดานข่าวอยู่เป็นประจำ ส่งผลให้เกิดความเคลื่อนไหวและกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้ใช้งานบางคนเพียงแต่เข้ามาติดตามข่าวสาร อ่านข่าวสารโดยไม่ได้แสดงความคิดเห็น และผู้ใช้งานบางคนได้มีการแสดงความคิดเห็นกับข้อมูลข่าวสารอยู่เป็นประจำ ซึ่งถือได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจเปรียบเสมือนเป็นเวทีสาธารณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้เข้ามาแสดงออกทางความคิด สอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะของ Habermas ที่กล่าวว่า เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้าถึงพื้นที่และใช้งานได้อย่างอิสระ มีการพูดคุยในเรื่องสาธารณะซึ่งทุกคนมีความเท่าเทียมกันทั้งยังมีความหลากหลายของผู้ใช้งาน ประเด็นการอภิปราย และการแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้แล้ว

ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ปัทมาธิริย์ โชรรัมย์ 2547) ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะประชาธิปไตยในการสื่อสารผ่านกระดานสนทนา” ที่พบว่า กระดานสนทนาเป็นการสื่อสารที่มีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตยสูงกว่าการสื่อสารแบบอื่น โดยเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมสนทนาได้แสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมาต่อประเด็นต่าง ๆ และการเข้าไปใช้งานของกลุ่มวัยรุ่นกระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน ทั้งนี้เนื่องจากที่กลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันมีอุปกรณ์ในการเข้าถึงเฟซบุ๊กแฟนเพจจากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีไม่ว่าจะอยู่ในสถานที่ใดเพียงแต่มีสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต ก็เข้าใช้งานได้ง่ายสอดคล้องกับแนวคิด (McLuhan อ้างถึงในโอห์ม สุขศรี, 2549) ว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากจนราวกับว่าทำให้คนจำนวนมากรับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

การแสดงความคิดเห็นและการสื่อสารของผู้ใช้งานจะมีการใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยมีความคิดเห็นทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยในข่าวสารที่เจ้าของแฟนเพจได้นำเสนอในแต่ละวันจะมีกระดานข่าวที่ตั้งขึ้นใหม่ และจำนวนคนอ่านหรือการแสดงความคิดเห็นเกิดขึ้นมากมายถือเป็นส่วนรวมทางความคิดของผู้ใช้งาน ที่ได้เข้าไปใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนออนไลน์และพูดคุยกันในแต่ละวันที่ต้องการสื่อสารของเนื้อหาข่าวสารที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจมีการสร้างสัญลักษณ์ประเภทภาษาที่กลุ่มวัยรุ่นหรือผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจเท่านั้นที่สามารถเข้าใจ ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ 2542 ได้อธิบาย คำว่าสัญลักษณ์ หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อความหมายแทนของจริงในตัวบทหรือบริบทหนึ่ง ๆ ซึ่งในบริบทหนึ่ง ๆ ของสังคมอาจให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไป สิ่งที่น่ามาใช้เป็นสัญลักษณ์นั้นอาจจะเป็นวัตถุสิ่งของแต่สัญลักษณ์ที่เรารู้จักมากที่สุดก็คือภาษา ซึ่งสอดคล้องกับการสร้างสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาสื่อสารในเฟซบุ๊กแฟนเพจได้สร้างสัญลักษณ์ที่เข้าใจกันในกลุ่มของผู้ติดตามหรือกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องใช้การตีความหรือการถอดรหัส ซึ่งผู้ใช้งานคนอื่นจะสามารถตีความได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับกรเข้ามาใช้งานและแสดงความคิดเห็นในข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น แสดงตัวตน มีการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นผ่านการสื่อสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจจะอยู่ในลักษณะการใช้ภาษาและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เป็นเนื้อหาจากการแสดงความคิดเห็นแต่ทั้งนี้ภาษาที่ใช้ต้องขึ้นอยู่กับยุคสมัยและกาลเวลาเข้ามาเกี่ยวเนื่อง เนื่องจากภาษามีพลวัตมีการเปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา ดังที่ Richard Jenkins ชี้ให้เห็นว่า อัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่แล้วในตัวของมันเองหรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะของความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา โดยสอดคล้องกับการให้ความหมายของ Berger and Thomas ว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ครั้นเมื่อตกผลึกแล้วอาจจะมีคามคงที่ ปรับเปลี่ยน หรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก กล่าวโดยอีกนัยหนึ่ง อัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราเป็นใครและคนอื่นเป็นใคร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย เช่นเดียวกับอัตลักษณ์ของกลุ่มวัยรุ่นบนพื้นที่เฟซบุ๊กแฟนเพจสรุปได้ว่าเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึก

สำนึกร่วมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจจากการเข้ามาแสดงออกทางความคิดเพื่อให้ได้รู้ถึงการเป็นพลเมืองในสังคมที่เข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ใช้งานคนอื่นในสังคมได้

ข้อเสนอแนะ

1. เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่สาธารณะที่ใคร ๆ ก็สามารถเข้ามาอ่านได้ดังนั้นจึงไม่มีใครรู้ได้เลยว่าผู้ที่เข้ามาอ่านเป็นใครหรือมีความอดทนมากน้อยเพียงใดต่อคำพูด รูปภาพ และภาษาอันหลากหลายของผู้ติดตาม ซึ่งต้องยอมรับว่าภาษา และรูปภาพบางส่วนที่เกิดขึ้นในเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมต่อเยาวชน ดังนั้นผู้ใช้งานควรมีสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อเป็นแบบอย่างให้ผู้ใช้งานคนอื่น ๆ และเยาวชนรุ่นหลังต่อไป

2. ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อหาค่าความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจว่ามีความพึงพอใจในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการเปิดพื้นที่สาธารณะมากน้อยเพียงใด รวมถึงควรศึกษาปัจจัยในการเข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจอย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). สื่อสารมวลชน “การศึกษาสื่อมวลชนเพื่อทฤษฎีวิพากษ์”. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑามณี คายนันท์. (2544). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม. โครงการวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัทมาธิ์ โชรินทร์. (2547). คุณลักษณะประชาธิปไตยในการสื่อสารผ่านเว็บบอร์ด. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันเฉลิม สารไชย. (2544). การแสดงออกถึงความเป็นตัวตนโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตเมืองเชียงราย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุชา จันทร์อม. (2529). จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

สุรพงษ์ มนัสประกัลภ์. (2555). การใช้เฟซบุ๊กในการสื่อสารการตลาดของบริษัทประกันภัยที่มีผลต่อความพึงพอใจแฟนเพจประกันภัยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์. (2554). การสื่อสารเรื่องผู้หญิงบนพื้นที่สาธารณะผ่านโลกโซเชียลมีเดีย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

โอห์ม สุขศรี. (2549). การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Berger, P & Luckmann, T. (1967). The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York: Anchor Book. 173

Jenkins, R. (1996). Social Identity. London and New York: Routledge. 3-4

Strangelove, M. (1994). The internet as catalyst for a paradigm shift. Computer-Mediated Communication Magazine, 8.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อสกุล นางสาวจุฑามาศ ทองแก้ว

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5711120007

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ศิลปศาสตรบัณฑิต (ชุมชนศึกษา)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2557

ทุนการศึกษา

- ทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

การตีพิมพ์และเผยแพร่ผลงาน

จุฑามาศ ทองแก้ว และจุรีรัตน์ บัวแก้ว. (2559). ภาพสะท้อนสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบนพื้นที่เสมือนจริง. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ครั้งที่ 2 ในหัวข้อ “45 ปี คณะครุศาสตร์ สร้างคุณประโยชน์ทางการศึกษา เพิ่มคุณค่าทางวิชาการ พัฒนาผลงานวิจัย สู่การใช้นวัตกรรม” ระหว่างวันที่ 29-30 กรกฎาคม 2559 ณ อาคารโอบาโรจน์ศิริณุลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

จุฑามาศ ทองแก้ว และจุรีรัตน์ บัวแก้ว. (2559, กันยายน-ธันวาคม). การสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ. อยู่ระหว่างการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิในวารสารจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.