

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการใช้ประโยชน์แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการมีคู่ของผู้หญิงไทย
7. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

เนื่องจากผู้รับสารเป็นเป้าหมายปลายทางของการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้รับสารนับว่ามีส่วนอย่างมาก ดังนี้ (กิติมา สุรสุนธิ, 2557, หน้า 32-33)

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า “ผู้ใหญ่มักอาบน้ำร้อนมาก่อน” หรือการเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่า “เด็กเมื่อบานชื่น” สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิด ความเชื่อ รวมทั้งลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลที่มีอายุหรือวัยที่แตกต่างกัน มีงานวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องที่แสดงถึงตัวแปรในเรื่องอายุว่ามีผลต่อการหล่อหลอมทางอุดมการณ์ โดยพบว่าคนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเห็นในเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก ใจร้อนกว่า และมองโลกแง่ดีกว่า ส่วนคนอายุมากจะมีความระมัดระวังหรือมีความคิดที่หวาดระแวงในเรื่องต่าง ๆ มากกว่า มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นคนอายุน้อยจึงมักเป็นผู้ที่ถูกชักจูง

ได้ง่ายกว่าคนอายุมาก และมักมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่ชอบเปิดรับข่าวสารด้านความบันเทิง ในขณะที่คนอายุมากจะเปิดรับข่าวสารประเภทหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคม หรือเศรษฐกิจ เป็นต้น

2. เพศ (Sex) เพศมีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะ จิตใจ และอารมณ์ของบุคคล มีตำราทางจิตวิทยาที่สรุปว่า เพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะรายละเอียดและมีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย ใจอ่อน อ่อนไหว และมีความเมตตาต่อบุคคลอื่นมากกว่า ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว จึงทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายจะเป็นคนที่มีใจคอหนักแน่น ไม่อ่อนไหว กับสิ่งต่าง ๆ โดยง่าย ชอบพิจารณาด้วยหลักเหตุและผล ใจแข็ง ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวนี้จะทำให้เพศชายเป็นเพศที่ถูกชักจูงใจได้ยากกว่า สำหรับพฤติกรรมในการเปิดรับนั้นพบว่า ผู้หญิงมักสนใจข่าวประเภทความสวยงาม ความบันเทิง ในขณะที่ผู้ชายจะชอบข่าวสารหนัก ๆ (Hard News) และข่าวประเภททำทนาย ผลวิจัยมากกว่า เป็นต้น

3. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) ได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นตัวกำหนดในเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ผู้รับสามารถเข้าหาหรือเข้าถึงได้ รวมทั้งยังกำหนดในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาที่สอดคล้องต่ออาชีพ ต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งสถาบันหรือกลุ่มที่ผู้รับสารสังกัดอยู่ด้วย เช่น คนที่อยู่ในวงการแพทย์จะให้ความสนใจกับข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย หรือคนที่อยู่ในวงการวิทยาศาสตร์จะให้ความสนใจกับข่าวสารด้านความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์มากกว่าคนกลุ่มอื่น เนื่องจากมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อที่มีเนื้อหาเหล่านี้ได้มากกว่า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ คนที่มีการศึกษาสูงและและมีฐานะดีจะเข้าถึงสื่อได้มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำหรือเป็นคนยากจน เป็นต้น สถาบันที่อบรมหล่อหลอมเกล้าให้บุคคลเป็นคนที่บุคลิกภาพที่แตกต่างกัน ดังนั้น ระบบการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของผู้รับ เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมักจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำและชักจูงใจได้ยากกว่า เพราะคนที่มีการศึกษาสูงจะมีข้อมูลข่าวสารมากในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ โดยละเอียด อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรในเรื่องระดับการศึกษาของบุคคลนั้น ในบางเรื่องอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับระดับการศึกษาในลักษณะที่เป็นทางการแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากบุคคลอาจเรียนรู้และได้รับการศึกษาจากแหล่งอื่น ๆ ที่ไม่ใช่โรงเรียนหรือจากมหาวิทยาลัยก็ได้ เช่น การที่บุคคลได้เรียนรู้และศึกษาจากประสบการณ์การศึกษานอกระบบ เป็นต้น

4. ศาสนา (Religion) ศาสนานับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความเชื่อ ค่านิยม และการดำเนินชีวิตของบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะมีความเชื่อ ค่านิยม หรือการดำเนินชีวิตอย่างไรนั้น

ขึ้นอยู่กับความยึดมั่น ความศรัทธาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งฮาร์ดวูด ชิลด์ (Hardwood Childs, 1965, pp.147-148 อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, 2557, หน้า 33) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่

4.1 อิทธิพลศาสนาที่มีต่อการสร้างทัศนคติ ความเป็นผู้นำที่มีความยึดมั่นในศีลธรรม คุณธรรม และความเชื่อทางจรรยาของบุคคล เช่น การนับถือศีล 5 ในศาสนาพุทธ การถือศีลอด ในศาสนาอิสลาม เป็นต้น

4.2 อิทธิพลศาสนาต่อทัศนคติด้านเศรษฐกิจ เช่น คนที่นับถือศาสนาคริสต์นิกาย โปรเตสแตนท์มักจะสนับสนุนความคิดในเรื่องทรัพย์สินส่วนบุคคล ระบบการค้าแบบเสรี เป็นต้น

4.3 อิทธิพลศาสนาต่อทัศนคติด้านการเมือง เช่น คนที่นับถือศาสนาคริสต์นิกาย โรมันคาทอลิกมักจะนิยมพรรคเดโมแครตมากกว่าพรรคการเมืองอื่น ๆ เป็นต้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์นับเป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญต่อการพิจารณาความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และยอมรับสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล ดังที่ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 29) กล่าวว่า พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์จะเกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างระหว่างเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งหรือรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้ต้องการเพียงที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (Age) อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนมีอายุมากขึ้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในสาขาวิชาต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน โดยงานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่า การศึกษาของผู้รับสารทำให้มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไป เช่น ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร กว้างขวาง แต่จะไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ต้องมีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ (ปรมะ สตะเวทิน, 2538, หน้า 110)

4. อาชีพ (Occupation) คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิด อุดมการณ์ ประสพการณ์ วัฒนธรรม และค่านิยมที่แตกต่างกัน เช่น อาชีพรับราชการจะคำนึงถึงเรื่องของสวัสดิการศักดิ์ศรี

และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ซึ่งต่างจากคนที่ทำงานธุรกิจเอกชนที่คำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีด้วยเงินทองคนที่มี ในขณะที่เดียวกันอาชีพครูย่อมเปิดรับสื่อเพื่อศึกษาความรู้เพิ่มเติมมากกว่าอาชีพแม่ค้า เป็นต้น

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 105-109) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรจะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร? อายุเท่าไร เพศอะไร นับถือศาสนาใด มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางจิตวิทยาจะบอกว่าใครนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ห้วงผลชนผู้รับสารนี้เรียกรวม ๆ กันว่า การวิเคราะห์ห้วงผลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคัดคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age) อายุของมวลชนผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ห้วงผลชนผู้รับสารได้ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (More Conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่อายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (More Idealistic) ใจร้อนกว่า (More Impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More Optimistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (More Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคเชษฐต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุมากกว่ามีทรัพย์สินสมบัติมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงมักจะไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานะทางสังคม และความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง

นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้วอายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง

2. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือ

เจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่านตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้ การวิจัยต่าง ๆ ยังพบว่า ผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย เช่น การวิจัยที่ทดลองทำกับนักศึกษา มหาวิทยาลัยวอชิงตัน โดยให้นักศึกษาหญิงและชายฟังปาฐกถาที่คัดค้านการเข้ามาแทรกแซงของรัฐบาลกลาง ในเรื่องสาธารณสุขและการศึกษา ผลการทดสอบปรากฏว่านักศึกษาหญิงเปลี่ยนทัศนคติของตนหรือถูกชักจูงใจมากกว่านักศึกษาชาย ลักษณะด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าเพศหญิง และผู้ชายจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่หยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย การวิจัยชิ้นหนึ่งพบว่า ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ความแตกต่างอีกอันหนึ่งระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายก็คือ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจหมายถึงความถึงอาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ตลอดจนพื้นฐานทางครอบครัว (Family Background) การวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

พื้นฐานทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจน พฤติกรรมของบุคคล ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลและถือครอบครัวเป็นสังคม ๆ แรกของบุคคล

อาชีพ คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะหาซื้อหรือจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็นและค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกันทั้งทหาร ตำรวจ แพทย์ พยาบาล ผู้พิพากษา วิศวกร และครู ฯลฯ

รายได้ รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนบริโภคเนื้อสัตว์ในปริมาณที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ หรือการแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มีรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้า โทรศัพทเคลื่อนที่ หรือ

รถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่มีความรู้ดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไปได้ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังข่าวการบ้านการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

เชื้อชาติ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละคนเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน หรือมีความคิดว่ามีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

4. การศึกษา (Education) การศึกษา หรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจะถูกโต้แย้งจากคนที่มีการศึกษาสูง

5. ศาสนา (Religion) ศาสนาก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ในระยะเริ่มต้นเด็กได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางพ่อแม่ โดยการอบรมสั่งสอนและปลูกฝังความคิดของพ่อแม่ ต่อมาก็ได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางโรงเรียนโดยการศึกษาเล่าเรียนตามหลักสูตรและการปฏิบัติในพิธีกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน และในที่สุดก็ได้รับอิทธิพลโดยตรงของศาสนาในโอกาสต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตของตน ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าคนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

6. ภูมิลาเนา (Geographic Distribution) หมายความว่า ถิ่นที่อยู่อาศัยของมวลชนผู้รับสาร การสื่อสารมวลชนเป็นกิจกรรมการสื่อสารที่กว้างใหญ่ไพศาลครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางถึงระดับภูมิภาคภายในประเทศ ระดับประเทศ หรือแม้แต่มักระดับโลก เช่น ในปัจจุบันมวลชนผู้รับสารในภูมิภาคแต่ละภูมิภาคภายในประเทศ และในประเทศแต่ละประเทศในโลกย่อมมีความแตกต่างกันไปในเรื่องความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ทัศนคติ ทัศนคติ ค่านิยม วัฒนธรรมนิยมประเพณี ตามวัฒนธรรมย่อย ของแต่ละภูมิภาคและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ การเข้าใจถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสารที่อยู่ในที่ต่าง ๆ กัน ทำให้ผู้ส่งสารต้องใช้ความรอบคอบและระมัดระวังยิ่งขึ้น

อย่างน้อยที่สุดแม้ไม่สามารถสร้างความพอใจให้มวลชนผู้รับสารในทุกที่ได้เนื่องจากความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม แต่ก็สามารถเสนอสารที่ไม่ขัดต่อ หรือไม่ลบหลู่ล่วงเกิน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อถือ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของมวลชนผู้รับสารในบางที่ได้

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะเป็นตัวกำหนดให้เกิดพฤติกรรมการใช้ประโยชน์แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างกัน สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุเฉลี่ยของคู่ต่างชาตที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชันหาคู่ต่างชาต และชาวต่างชาตที่คิดว่าเหมาะสมและต้องการมาเป็นคู่มากที่สุดแตกต่างกัน เพื่อนำมาศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาตของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี เพื่อที่จะทำให้ทราบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาตของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี อย่างไร

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม**

พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการหรือปฏิกิริยาที่แสดงออกหรือเกิดขึ้น เมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า ซึ่งจะมาจากภายในร่างกายหรือภายนอกร่างกายก็ได้ และปฏิกิริยาที่แสดงออกนี้มีได้เป็นพฤติกรรมทางกายเท่านั้น แต่รวมถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับจิตใจด้วย คำว่า Behavior ใช้แทนกันได้กับคำว่า Action นักจิตวิทยาถือว่าการเคลื่อนไหวของอินทรีย์ทุกชนิด ที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมต้องมี หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีมูลเหตุอย่างใดอย่างหนึ่ง (อุทัย หิรัญโต, 2526, หน้า 14)

พฤติกรรม คือ อาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติ การปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่ง คือ โสตสัมผัส ชิวหาสัมผัส และทางผิวหนัง หรือ มิฉะนั้นก็สามารถวัดได้โดยเครื่องมือ (กันยา สุวรรณแสง, 2538, หน้า 92)

พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ ของสิ่งมีชีวิตซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้ทั้งมนุษย์และสัตว์ พืช จุลินทรีย์ ซึ่งเป็นการตอบสนองของสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นภายในร่างกายหรือภายนอก ร่างกาย พฤติกรรมนี้สามารถสังเกตได้โดยตรงหรือใช้เครื่องมือวัดได้ หรืออาจสังเกตได้ในทางอ้อม เช่น การพูด การเคลื่อนไหว การทำงานของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกาย การจำ การคิด ตลอดจน ความรู้สึก ทศนคติ (เฉลิมพล ตันสกุล, 2541, หน้า 2)

พฤติกรรมในมนุษย์ หมายถึง อาการกระทำหรือกิริยาที่แสดงออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อสมองในทางอารมณ์ ความคิด และความรู้สึก พฤติกรรมเป็นผลจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เมื่อมีสิ่งกระตุ้นมาจะมีการตอบสนองทันที (ลักษณะ สรวัดมน, 2544, หน้า 17)

จากความหมายต่าง ๆ ดังที่ผู้เขียนได้รวบรวมมานั้นพอจะสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงออกถึงความรู้สึก นึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าซึ่งอาจสังเกตเห็นได้โดยทางตรงหรือทางอ้อม บางลักษณะอาจสังเกตได้โดยไม่ใช้เครื่องมือช่วยหรือต้องใช้เครื่องมือช่วย

### ประเภทของพฤติกรรม

พฤติกรรมอาจแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบ คือ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2534, หน้า 23)

1. ประเภทของพฤติกรรมตามสาเหตุการเกิดโดยแบ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในตัวมนุษย์และสิ่งที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในตัวมนุษย์

2. ประเภทของพฤติกรรมแบ่งตามการแสดงออก ดังนี้

2.1 พฤติกรรมภายนอก หรือพฤติกรรมเปิดเผย (Overt Behavior) หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมรู้ สำหรับพฤติกรรมภายนอกนี้บุคคลอื่นต้องอาศัยการสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัสโดยตรง หรือใช้เครื่องมือช่วยในการสังเกตเพื่อได้ข้อมูลจึงมีการจำแนกพฤติกรรมภายนอกได้อีก 2 ประเภทย่อย ๆ คือ

1) พฤติกรรมโมลาร์ (Molar Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตได้โดยใช้ตาสังเกตเพียงอย่างเดียวก็รับรู้ได้อย่างมีความหมายต่อกระบวนการคิดมากกว่าประสาทสัมผัสอื่น เพราะตาสามารถส่งต่อยังประสาทสัมผัสอื่น ๆ ได้ ทั้งหู จมูก เป็นต้น

2) พฤติกรรมโมเลกุล (Molecular Behavior) ได้แก่ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นต้องใช้เครื่องมือเพื่อช่วยในการสังเกตจึงจะเห็นได้และทำให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำ เช่น การเต้นของหัวใจ คลื่นสมอง ความดันของโลหิต เป็นต้น

2.2 พฤติกรรมภายใน หรือพฤติกรรมปกปิด (Covert Behavior) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่บุคคลอื่นไม่สามารถมองเห็นได้หรืออาจสังเกตเห็นได้ยากเพราะเป็นการกระทำของอวัยวะที่อยู่ภายในร่างกาย เช่น ความคิด (Idea) อารมณ์ (Emotion) ความรู้สึก (Feeling) เป็นต้น



### 3. ประเภทของพฤติกรรมแบ่งตามผลการกระทำคือ

3.1 พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นผลของการแสดงออกทางความรู้ ความจำ ความคิดเห็น

3.2 พฤติกรรมด้านเจตนาพิสัย (Affective Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นผลของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความสนใจ ทศนคติ ค่านิยม

3.3 พฤติกรรมด้านทักษะพิสัย (Psychomotor Skills) หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นการแสดงออกทางด้านลักษณะของการกระทำที่เป็นความชำนาญ เช่น พลศึกษา ศิลปะ

### 4. ประเภทของพฤติกรรมแบ่งตามการกระทำทางร่างกายและจิตใจแบ่งเป็น

4.1 พฤติกรรมทางกาย ได้แก่ การกระทำลงไม้ลงมือ

4.2 พฤติกรรมทางวาจา ได้แก่ การพูด

4.3 พฤติกรรมทางใจ ได้แก่ การคิด และความรู้สึกทางจิตใจต่าง ๆ

### 5. ประเภทของพฤติกรรมแบ่งตามความคาดหวังของสังคมแบ่งเป็น

5.1 พฤติกรรมที่พึงประสงค์

6. ประเภทของพฤติกรรมแบ่งตามลักษณะที่เกิดอีก 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมเกิดเองตามธรรมชาติ และพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้

6.1 พฤติกรรมที่เกิดเองตามธรรมชาติ หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นเองตั้งแต่เกิดโดยไม่ได้รับการฝึกหรือสั่งสอน เช่น การร้องไห้ การหัวเราะ การดูด การกลืนหรือการไขว่คว้า เป็นต้น อันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อยู่ในวัยแรกเกิด

6.2 พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ หมายถึง การกระทำที่เกิดขึ้นจากการฝึกหรือได้รับการเรียนรู้ เช่น การพูด การอ่าน การเขียน การยกคิ้วหวัดตา การเล่นดนตรี กีฬา เป็นต้น สำหรับพฤติกรรมชนิดนี้จะเกิดนี้จะเกิดเมื่อมนุษย์เริ่มเลียนแบบ รับรู้ และเรียนรู้

พฤติกรรมดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นจะเป็นพฤติกรรมชนิดใดก็ตามจะเห็นว่ามีความสำคัญต่อมนุษย์มาก เพราะสามารถทำให้มนุษย์ได้รับสิ่งที่ต้องการ ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจและสามารถดำรงชีพอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข และในทางตรงกันข้ามพฤติกรรมของมนุษย์ก็สามารถทำให้เขาประสบความสำเร็จ หรือไม่สมหวังดังที่ปรารถนาได้จึงเกิดเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคล (ลักษณะ ลวิวัฒน์, 2541, หน้า 17-18)

### การเกิดพฤติกรรม

นักจิตวิทยาเชื่อว่า พฤติกรรมนั้นเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่มักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นที่เรียกว่า “พฤติกรรมที่ถูกต้องใจ” ซึ่งลำดับขั้นของพฤติกรรมมีดังนี้ (ประสาธ อิศรปรีชา, 2538, หน้า 13)

1. เมื่อมีสิ่งเร้าเกิดขึ้น ก็จะทำให้เกิดความต้องการ
2. เมื่อเกิดความต้องการ ก็จะพยายามแสวงหาทางตอบสนองความต้องการ
3. เมื่อได้รับการตอบสนองหรือไม่ได้รับการตอบสนอง ก็จะแสดงอาการออกมา คือพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าหากพอใจ ความต้องการก็จะลดลง หากไม่ได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความต้อการนั้นอยู่ แรงขับก็จะไม่ลดลง

### องค์ประกอบการเกิดพฤติกรรม

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ (มานี ชูไทย, 2523, หน้า 14)

1. มีเป้าประสงค์ คือ มีความต้องการจะเกิดพฤติกรรม
2. มีความพร้อม คือ มีความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมนั้นเพื่อสนองความต้องการของตน
3. สถานการณ์ คือ มีโอกาสที่จะเลือกกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการของตน
4. การแปลความหมาย คือ มีการพิจารณาถึงสภาพการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกสิ่งแวดล้อมและความสามารถของตน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีที่คิดว่าดีที่สุด
5. การตอบสนอง คือ การทำกิจกรรมที่คิดว่าดีที่สุดนั้น
6. ผลที่ได้ กิจกรรมที่ทำนั้นอาจจะได้รับผลที่ตรง หรือไม่ตรงกับความคาดหมายก็ได้
7. ปฏิกิริยาต่อความไม่สมหวัง ถ้าผลที่ได้รับไม่สมที่หวังไว้ ก็อาจจะแปลความหมายใหม่และเลือกวิธีตอบสนองใหม่ หรืออาจจะลดระดับความคาดหมายให้ต่ำลงมาหรืออาจล้มเลิกความคิดก็ได้

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม

สิ่งที่มีอิทธิพลโดยทั่ว ๆ ไปของมนุษย์ คือการแสดงออกถึงอาการกระทำของมนุษย์นั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเอง แต่เกิดจากสิ่งกระตุ้นให้เกิดการกระทำหรือที่เรียกว่าพฤติกรรมนั้นขึ้นมาสิ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมมีหลายประการซึ่งจะต้องมีการศึกษาเพื่อให้ทราบและเข้าใจสาเหตุหรือเพื่อทำนายและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ให้ชัดเจนขึ้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ว่าก่อให้เกิดพฤติกรรมเหล่านั้นได้อย่างไร และปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมอย่างไร เราจะสามารถนำความรู้ที่ได้มาอธิบายสาเหตุเพื่อนำไปสู่การปรับพฤติกรรมมนุษย์ได้อย่างไร

ด้วยคำถามต่าง ๆ ดังกล่าวจึงนำไปสู่การศึกษาถึงปัจจัยสำคัญ ๆ ที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ (สุชา จันทรเอน, 2529, หน้า 248-250) ได้แก่

1. ความเชื่อ คือการที่บุคคลยอมรับข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งความคิดของเขาอาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงก็ได้ คนเรามีความเชื่อที่แตกต่างกันออกไปบางคนเชื่อว่าทำดีได้ดี บางคนเชื่อโชคลาง เรื่องไสยศาสตร์ เป็นต้น ความเชื่อเป็นสิ่งที่ห้ก้ามได้ยาก และมีอิทธิพลต่อบุคคลมาก บุคคลใดมีความเชื่ออย่างใดก็จะมีพฤติกรรมเป็นไปตามความเชื่อของเขา

2. ค่านิยม เป็นเครื่องชี้แนวทางการปฏิบัติอย่างกว้าง ๆ แก่บุคคลว่าจะอะไรที่เป็นจุดมุ่งหมายแห่งชีวิต สิ่งใดที่ควรประพฤติปฏิบัติหรือไม่ควร ค่านิยมอาจได้มาจากการอ่านคำบอกเล่า หรือคิดขึ้นมาเองก็ได้ ค่านิยมของแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน แต่โดยทั่ว ๆ ไปแล้วค่านิยมของมนุษย์ส่วนใหญ่ไม่ว่าชาติใด ๆ มักจะคล้ายคลึงกัน เช่น ความรัก ชื่อเสียง เงินทองสุขภาพ ความรู้ เป็นต้น

3. บุคลิกภาพ เป็นคุณลักษณะของแต่ละบุคคลซึ่งมีหลายแบบ เช่น แบบเผด็จการจะเป็นคนที่ชอบบังคับใช้อำนาจ ไม่เชื่อใครง่าย ๆ และมีอคติ แบบประชาธิปไตยที่เชื่อในเรื่องสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาค แบบที่ชอบทำอะไรด้วยตนเอง และอื่น ๆ เป็นต้น

4. สิ่งที่มากระตุ้นพฤติกรรม สิ่งที่มากระตุ้นพฤติกรรมนี้จะเป็นอะไรก็ได้ เช่น ความสวย ความหิว อาหาร หนังสือ คำชม ฯลฯ สิ่งที่มากระตุ้นพฤติกรรมนี้จะมีเข้มข้นแตกต่างกันไป และสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมอย่างหนึ่งก็อาจมีพลังที่จะกระตุ้นพฤติกรรมของแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน

5. ทศนคติ ทศนคติโดยทั่ว ๆ ไป หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะเป็นทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ชอบหรือไม่ชอบ ทศนคติมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคมของบุคคลที่มีพฤติกรรมอย่างไรหรือทำสิ่งใดลงไป ทศนคติจะเป็นเครื่องกำหนดให้มีพฤติกรรมเป็นอย่างนั้น

6. สถานการณ์ หมายถึง สภาพแวดล้อมหรือสภาวะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม ตัวอย่างเช่น อากาศในเมืองไทยร้อนอบอ้าว ถ้าเราอยู่ในบ้าน เราจะถอดหรือนุ่งกางเกงขาสั้นตัวเดียวก็ได้ แต่ถ้าเรากำลังสอนหนังสือหรือเดินกลางถนนถึงจะร้อนมากเพียงใดเราก็ไม่สามารถทำได้ เพราะฉะนั้นสถานการณ์นี้จึงเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่สำคัญมาก แต่สถานการณ์เปิดช่องให้แล้ว พฤติกรรมของคนก็จะแตกต่างกันไปตามลักษณะนิสัยของเขาที่แสดงออกมา

จากแนวคิดเรื่องพฤติกรรมข้างต้น ทำให้ทราบว่าพฤติกรรม จะมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป สืบเนื่องมาจากการได้รับความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ไม่เท่ากัน รวมถึงการตีความหมายของสารที่

ได้รับมาไปคนละทิศคนละทางอีกด้วย ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ มีประโยชน์ในการทำให้บุคคลมีความรู้ นำความรู้ที่ได้มาสร้างทัศนคติ สุดท้ายจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล สามารถนำแนวคิดที่ได้มาเป็นอย่างอื่นในการสรุปผลการศึกษาด้านแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมของบุคคลว่าต้องอาศัยปัจจัยในด้านใดบ้าง ที่มีส่วนให้แต่ละบุคคลมีแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง จึงมีพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับอิทธิพลของสื่อในฐานะผู้ส่งสาร ซึ่งถือได้ว่าเป็นการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) ในอีกรูปแบบหนึ่ง เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่อย่างไร ก็เปลี่ยนเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า แต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, หน้า 285)

ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ แคทซ์ (Katz, 1974 อ้างอิงใน พิระ จิรโสภณ, 2547, หน้า 68) กำหนดความพึงพอใจจากการเลือกใช้สื่อ 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านพักผ่อนหรือหลีกหนี (Escape) เป็นการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อหลีกหนีความเป็นจริงสักกระยะหนึ่ง เช่น การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ทางอินเทอร์เน็ต

2. ด้านเข้าสังคม (Social Interaction) เป็นการใช้ข้อมูลจากสื่อ เพื่อใช้ในการเข้าสังคมกับผู้อื่น หรือเป็นหัวข้อในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เช่น ละครทีวี อย่างไรก็ตามความพอใจจากการใช้สื่อด้านนี้อาจมีผลในแง่ร้ายกับผู้ใช้สื่อ หากผู้ใช้สื่อทำการใช้สื่อโดยละเลยความเป็นจริงของเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อ นั้น

3. ด้านยืนยันตัวตน (Identify) เป็นการใช้เนื้อหาจากสื่อ สำหรับการสร้างตัวตนหรือบุคลิกของผู้บริโภคสื่อ เช่น การดูนิตยสารแฟชั่น เพื่อเลือกแบบเสื้อผ้าหรือทรงผม

4. ด้านข้อมูล (Inform and Educate) เป็นการใช้สื่อเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมหรือเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น การอ่านหนังสือ หรือดูข่าว

5. ด้านบันเทิง (Entertain) เป็นการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การฟังดนตรี ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจใช้ประยุกต์ อธิบายได้ว่า ผู้ใช้งาน Facebook จะเลือกใช้ Facebook เพื่อสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ตนเอง ดังนั้น ผู้ใช้งานจะเลือกประเภทของกิจกรรมแอปพลิเคชันใน Facebook ที่จะเลือกใช้เพื่อสนองความต้องการหรือตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน Facebook

แสงรพี ภัทรกิจกุลธร (2543, หน้า134 อ้างอิงจาก Katz, Blumber and Gurevitch, 1974 p.115) ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเองโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลักซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อที่ผู้รับสารจะดูในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไรจากสื่อใดสารประเภทไหนและสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น ยังต้องการการตอบสนองประโยชน์และความพึงพอใจของตนเองด้วย การศึกษาแนวทางการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจ เป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าว แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อันก่อให้เกิด การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

1. ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านความข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ

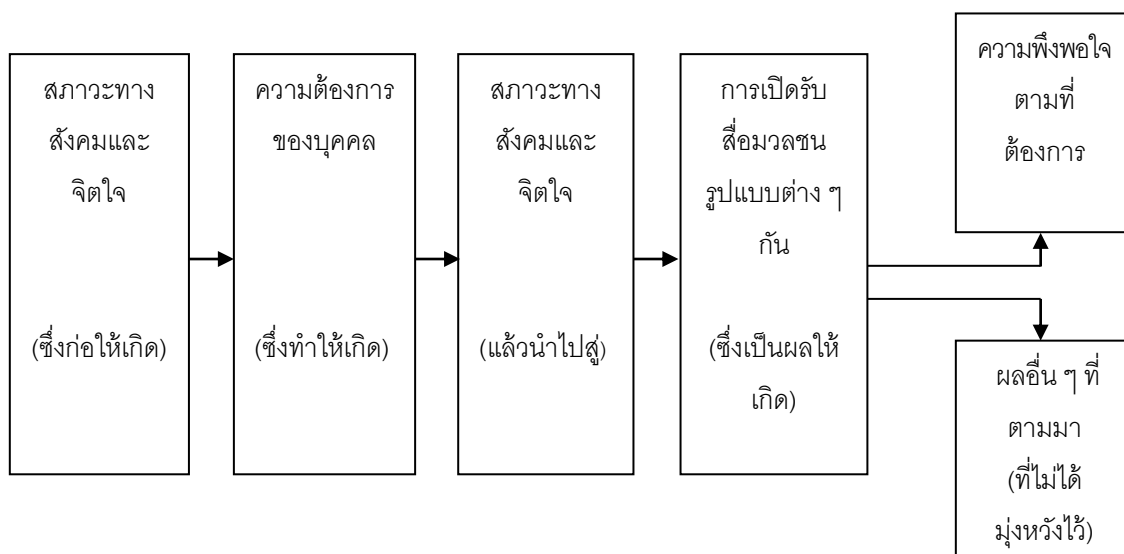
2. ความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรีย์

3. ความต้องการการไม่แปลกแยก (Personal Integrative Needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของตนเอง

4. ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social Integrative Needs) คือ ความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่น ๆ ในสังคม

5. ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension Release Needs) คือ ความต้องการหันเห และหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยหันไปหาสิ่งบันเทิงใจในสื่อมวลชน เพื่อลดความเครียด

ซึ่งแคทซ์ และคณะ (Katz and Others, 1974) ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังนี้



**ภาพประกอบที่ 2.1** แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน  
ที่มา : Katz and Others (1974 อ้างถึงใน ศศิวัฒน์ รัตนพันธ์, 2554, หน้า 28-29)

คาสตาต้า และเอสเต้ (Cassta & Asnte, 1979, pp. 88-89) ก็ได้เสนอ แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักได้ว่าสื่อ นั้นจะสนองความต้องการ และความสนใจ โดยมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารนั้นจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินแบบเดิม

กาญจนา แก้วเทพ (2553, หน้า 285-286) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับแนวคิดหลักของการวิเคราะห์ การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ดังนี้

1. โดยส่วนใหญ่แล้วในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ เป็นต้น
2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าวแล้ว การที่จะเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่ไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (Goal-Oriented Activity)

3. ท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนไม่ได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล แต่เป็นตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่น ๆ และสื่อมวลชนคงพบว่า แหล่งข่าวสารอื่น ๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย ซึ่งหลักการข้อนี้เน้นมีนัยยะที่ลดสถานะและความสำคัญของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลลงมา

4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าว ก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดัน ให้บุคคลเคลื่อนเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

นอกจากนี้ เวนเนอร์ Wenner (1985, p.175 อ้างถึง ปุญดาภิภา จารุสกุล, 2554 หน้า 24) ได้ทำการรวบรวมผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีผู้ทำไว้ และนำมาสร้างแผนที่แสดงความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratifications) เพื่ออ้างอิงและใช้เป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม โดยมีรูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาเป็นการติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยแนะนำพฤติกรรม และช่วยในการตัดสินใจ (Decision Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratifications) ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูงใจ

3. การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratifications) หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การชื่นชมหรือยึดถือผู้ประกาศข่าวเป็นแบบอย่างพฤติกรรม

4. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง (Para-Social Gratifications) เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาอื่น ๆ

ขณะที่ทางด้าน แม็คคอมส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน ศันสนีย์ นิธิจินดา, 2552, หน้า 20-21) ได้กล่าวถึงเหตุผลในการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ โดยมองจากมุมมองของผู้รับสารทั่วไป ด้วยเหตุผล 6 ประการ ได้แก่

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อให้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้นบ้าง เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรคือสิ่งสำคัญที่ควรระวัง

2. เพื่อต้องการตัวช่วยในการตัดสินใจ (Decision) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและเพื่อช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ นับว่าเป็นประสบการณ์หนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจได้

3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Discussion) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องมีการพบปะพูดคุยกันตลอดเวลา การเปิดรับสารจากสื่อมวลชนจึงมีประโยชน์ในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปคุยกับคนอื่นได้

4. เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจของตนเอง (Reinforcement) เพื่อเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

5. เพื่อต้องการการมีส่วนร่วม (Participation) เนื่องจากมนุษย์ต้องการมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อไม่ให้ตนเองรู้สึกโดดเดี่ยว

6. เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing and Entertaining) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์ โดยส่วนใหญ่พบว่า มนุษย์มักใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายอารมณ์

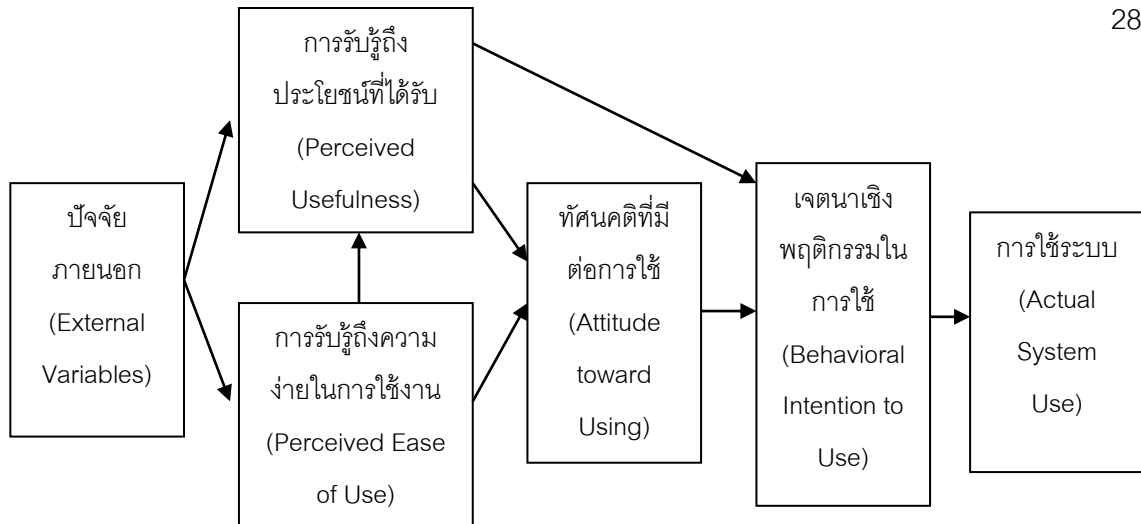
สรุปได้ว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อก็เพื่อสนองความต้องการส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการได้อะไรจากสื่อ ซึ่งจะพิจารณาจากความพึงพอใจและประโยชน์ที่จะได้รับจากการสื่อสารนั่นเอง และมักจะแตกต่างกันไปตามความต้องการ คุณประโยชน์ ลักษณะของบุคคล ประสบการณ์ และสภาวะแวดล้อมทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพอใจของมนุษย์และการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดหลักสำคัญสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้หญิงไทย กรณีศึกษาจังหวัดอุดรธานี ว่ามีการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี อย่างไร



## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจและการพยากรณ์พฤติกรรมของมนุษย์ โดยแบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) นั้นได้อธิบายการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ โดยที่มีพื้นฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้งาน โดยแบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้เสนอเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการคาดการณ์และวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีโดยเฉพาะในช่วงของการตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานหรือไม่ แบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย และนำมาใช้เป็นแบบแผนในการตัดสินใจในการพยากรณ์การยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล โดยให้น้ำหนักที่สองปัจจัยหลักคือ ในเรื่องของประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) โดยได้สรุปว่าทั้งสองปัจจัยจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้มีการนำมาใช้และยอมรับในเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness: PU) ระดับความเชื่อมั่นว่าการจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและส่งผลดีกับการทำงาน ความมีประโยชน์จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในระดับบุคคล คือ แต่ละคนจะรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของเขาได้อย่างไรบ้าง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) ระดับความเชื่อมั่นว่าการทำงานนั้นไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการใช้งาน ความง่ายในการใช้ จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแง่ของปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่ งานจะสำเร็จตรงตามที่คาดไว้หรือไม่ (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989, quoted in Davis, 1986)



ภาพประกอบที่ 2.2 แสดงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

ที่มา : Davis, Bagozzi, & Warshaw (1989, quoted in Davis, 1986)

โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้อธิบายว่า ทั้งสองปัจจัยที่ได้ยกขึ้นมา คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) นั้นเป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมการยอมรับที่จะใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ ของแต่ละบุคคล (Use Intention) ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการตัดสินใจใช้งานจริง (Actual to Use)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแอปพลิเคชันหาคู่ผ่านโซเชียลมีเดีย

Marketingoops (2552) ได้อธิบายเกี่ยวกับ โซเชียลมีเดีย ว่าหมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้ จะทำผ่านทาง Internet และโทรศัพท์มือถือเท่านั้น

Thumbsup (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับ โซเชียลมีเดีย ว่าหมายถึง การใช้บริการ Web-based และเทคโนโลยีทางด้าน Mobile ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารไปสู่การปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันมากขึ้น

Kaplan และ Haenlein ได้นิยาม โซเชียลมีเดีย ว่าหมายถึง กลุ่มของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนระบบความคิดอันเป็นรากฐานของสังคมและทางเทคโนโลยี ด้วยแนวความคิดของ Web 2.0 และเปิดให้คนแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้ (Thumbsup, 2554)

SEO (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับ โซเชียลมีเดีย ว่าหมายถึง สื่อในสังคมออนไลน์ที่ในปัจจุบันนิยมใช้งานกันมากและมีการใช้งานในรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Interactive) ซึ่งผู้ใช้งาน

สามารถเข้าถึง โซเชียลมีเดีย ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระและสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างทันทีทันใด

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2556) ได้นิยามเกี่ยวกับ โซเชียลมีเดีย ว่าเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจและกิจการที่ทำได้ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท การส่งข้อความ อีเมล วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก

ธัญวัฒน์ กาบคำ (2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับ โซเชียลมีเดีย ว่าหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

จากคำอธิบายของหลายท่าน พอจะสรุปได้ว่า โซเชียลมีเดีย เป็นสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบของเว็บไซต์ สามารถสื่อสารได้ทั้ง 2 ทาง โดยผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารเรื่องราว รูปภาพ และวิดีโอเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น แบ่งปันให้ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ ช่วยค้นหาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่าย เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์แบบออนไลน์อีกแห่งหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะสร้างประวัติส่วนตัวเพื่อแนะนำตัวเอง และสร้างเครือข่ายส่วนบุคคลของตนเพื่อติดต่อกับผู้อื่น เช่น MySpace Facebook Line Instagram Twitter Google+ YouTube เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อการตอบสนองความต้องการในการติดต่อธุรกิจหรือหาเพื่อนบนโลกไซเบอร์ทั้งสิ้น

โซเชียลมีเดีย ยังไม่มีคำไทยเป็นทางการ มีการใช้คำว่า “เครือข่ายสังคม” “เครือข่ายมิตรภาพ” หรือ “กลุ่มสังคมออนไลน์” โซเชียลมีเดีย นี้ถือว่าเป็นเทคโนโลยีอันหนึ่งที่สามารถช่วยให้เราได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งวัตถุประสงค์ของคำว่า โซเชียลมีเดีย นี้คือ Participation หรือการมีส่วนร่วมด้วยกันได้ทุก ๆ คน ถ้าพูดถึง โซเชียลมีเดีย แล้ว คนที่อยู่ในโลกออนไลน์ย่อมจะรู้จักกันเป็นอย่างดี และก็คงมีอีกหลายคนที่ได้เข้าไปท่องเที่ยวในโลกของ โซเชียลมีเดีย มาแล้ว

ปัจจุบันผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) ทั่วโลกมีจำนวนมาก จากการจัดอันดับและเก็บสถิติต่าง ๆ ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Social Bakers พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนบัญชีผู้ใช้ Facebook มากเป็นอันดับที่ 13 ของโลก โดยเฉพาะกรุงเทพติดอันดับ 1 เมืองที่มีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในโลก ด้วยจำนวน 12.8 ล้านบัญชี จากจำนวนผู้ใช้ทั้งหมดของไทยที่มีมากถึง 18.3 ล้านบัญชีทั่วประเทศ โดยปัจจุบันจำนวนบัญชีผู้ใช้ Facebook ทั่วโลกมีจำนวนเกิน

1,000 พันล้านบัญชีแล้ว (Socialbakers, 2556) นอกจากนี้ก็ยังมี Twitter Youtube Line และ Instagramที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในโลกออนไลน์ และมีแนวโน้มการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต ด้วยประโยชน์ที่มากมายจากการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถสื่อสารได้ง่ายและเป็นวงกว้าง หลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เป็นต้น

ในเชิงการใช้งานทั่วไปแล้ว สามารถสื่อสารกับคนที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือรวมตัวกันทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งพูดคุยกับเพื่อนที่ไม่เจอกันมานาน หรือเพื่อนที่อยู่ไกลกัน และด้วยความที่เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและเป็นช่องทางการสื่อสารได้ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำมาใช้ทางด้านธุรกิจโปรโมทตนเอง โปรโมทสินค้า หรือองค์รวมถึงใช้เป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างกิจกรรม หรือพูดคุยตอบข้อซักถามถึงสินค้าและบริการ ผลการสำรวจจากสหรัฐอเมริกา ยืนยันการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และมาแรงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกออนไลน์ ส่วนเว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุดทั่วโลก ได้แก่ Facebook รองลงมา คือ Google+

### **แอปพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย**

ประกอบด้วย ดังนี้

#### 1. Tinder

คือแอปหาความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามที่อยู่รอบตัวในพื้นที่ เมื่อเจอใครที่ผ่านมา บัดขวาคือกดชอบ บัดซ้ายคือไม่ชอบ ถ้าผู้ใช้ทั้งสองคน “ชอบ” ด้วยกัน ระบบก็จะจับคู่ให้ และได้เปิดบทสนทนาทันที สานต่อได้ตามสะดวก

กลไกของ Tinder เริ่มจากการสร้างโปรไฟล์ส่วนตัวก่อน โดยดึงข้อมูลจากบัญชี Facebook ที่ผูกกันอยู่มาเป็นข้อมูลของผู้ใช้บนแอปนี้ สามารถเลือกภาพตัวเองได้ 6 ภาพ พิมพ์ข้อความแนะนำตัวได้ 500 ตัวอักษร และสามารถเชื่อมต่อกับบัญชี Instagram ให้เข้าถึงภาพต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ด้วย ดังนั้นสิ่งที่ต้องมี คือ:

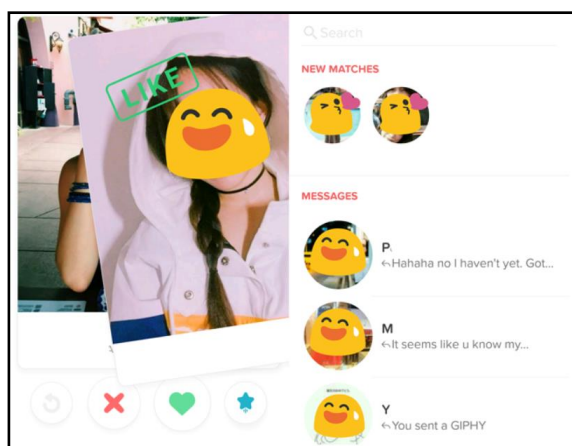
สมาร์ทโฟนที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต เปิด GPS เพื่อความแม่นยำในการระบุตำแหน่งแน่นอน ต้องมีแอป Tinder ที่ดาวน์โหลดได้ฟรีทั้งบน iOS และ Android

บัญชี Facebook ที่ระบุข้อมูลของผู้ใช้ ถ้ามีการระบุหน้าที่การงาน การศึกษา จะทำให้มีโอกาสเจอคนในแวดวงเดียวกันมากขึ้น

ถ้าในบัญชีดังกล่าวมีภาพประจำตัวที่ใช้แล้วก็ไม่ต้องหาภาพเพิ่ม แต่ถ้าอยากให้โปรไฟล์ในนี้ดูดี ก็สามารถหาภาพประจำตัวมาอัปโหลดเพิ่มได้เช่นกัน

ถ้อยคำบรรยายตัวเอง หลายคนเลือกจะบอกว่าตัวเองเป็นคนอย่างไร ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร ถ้าอยากรู้จักชาวต่างชาติ ก็ให้ใช้ภาษาอังกฤษไว้ จะเปิดเผยตัวตนมากน้อยก็เอาตามชอบเมื่อทุกอย่างครบแล้ว ก็มาเริ่ม “ปัดขวาหารักแท้” กันได้เลย

เปิดแอป Tinder ขึ้นมา ให้เวลาแอปสแกนหาผู้ใช้อยู่ซึ่งเลือกได้ว่าสนใจเพศไหน (เพศเดียวกันหรือเพศตรงข้าม) อายุชอบเขตเท่าไร (18-55 ปีขึ้นไป) ในรัศมีเท่าไร (สูงสุด 161 กิโลเมตร) จากนั้นแอปจะเรียงผู้คนที่อยู่ในลักษณะการ์ด ให้ผู้ใช้ปัดซ้ายหรือขวาได้ตามสะดวก



## ภาพประกอบที่ 2.3 Tinder

### 2. Badoo

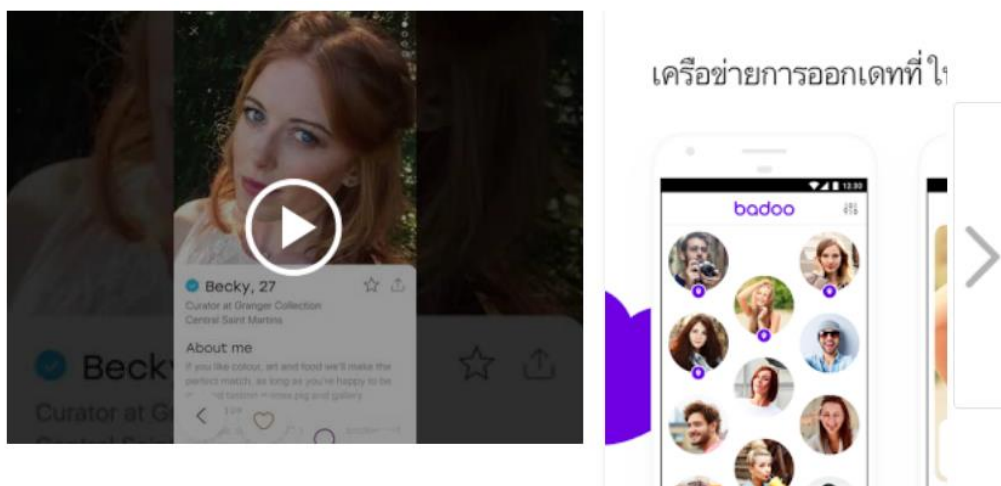
เป็นเครือข่ายการมีคู่เดทที่ใหญ่ที่สุดในโลก ถึงเวลาในการค้นหาว่าคุณพลาดอะไรไปบ้าง...

- พบกับใครก็ได้ตามที่คุณต้องการ ตามแบบที่คุณต้องการ
- เครือข่ายของคนหน้าใหม่ที่ใหญ่ที่สุดและปลอดภัยที่สุดในโลก
- ได้รับความไว้วางใจจาก 340 ล้านคนทั่วโลก
- ใช้งานฟรี ง่าย และสนุก
- คุณสมบัติเพิ่มเติม + ผู้คนมากขึ้น = ตัวเลือกมากขึ้นสำหรับคุณ
- ขั้นตอนการตรวจสอบความปลอดภัยที่ดีที่สุด บอกลาคนปลอม ๆ ไปได้เลย!
- ไม่ใช่แค่เพียงลากนิ้ว แต่ยังได้พบปะผู้คนด้วยวิธีการอื่น ๆ ที่น่าตื่นเต้นอีกด้วย

Badoo เป็นแอปที่คุณสามารถพบปะผู้คนใหม่ ๆ ไม่ว่าจะคุณจะเป็นใครและใครก็ตามที่คุณกำลังมองหา ด้วย 340 ล้านคนที่อยู่เพียงปลายนิ้ว คุณจะพบใครบางคนสำหรับคุณบน

Badoo ไม่ว่าจะคุณจะอยู่บนรถบัส ชื้อกาแฟ หรือนั่งเล่นอยู่ที่บ้าน พบปะ จับคู่ และแชทกับคนที่คุณต้องการ ทำอย่างไรนะเธอ?

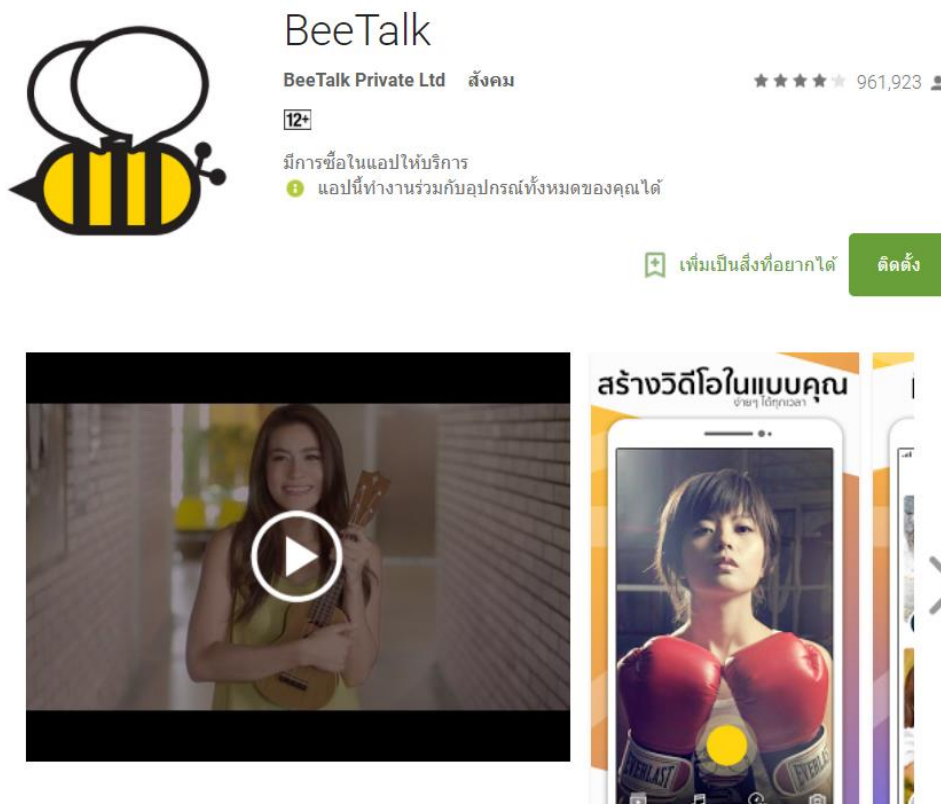
- ค้นหาผู้คนที่ใกล้เคียง
- ลากที่รูปเพื่อพบและจับคู่กับคนใหม่ในเกมบังเอิญเจอ
- หาคนที่คุณบังเอิญเจอขณะที่คุณออกไปข้างนอก



ภาพประกอบที่ 2.4 Badoo

### 3. Bee Talk

เป็นแอปฯหากกลุ่มเพื่อนรอบตัวคุณได้แบบง่าย ๆ ตามความสนใจ ไม่ว่าจะเพื่อนเตะบอล เพื่อนชอบปิ้ง หรือเพื่อนในหมู่บ้านและออฟฟิศ ด้วยฟังก์ชันคลับของ BeeTalk หรือจะอ่านเรื่องราวและพบกับ content น่าสนใจมากมายตามหัวข้อ ก็ทำได้ง่าย ๆ ในบอร์ด ที่ออกแบบมาสำหรับการใช้งานบนมือถือโดยเฉพาะ และพบกับประสบการณ์แชทหลายรูปแบบ เช่น ฟังก์ชันกระซิบบนข้อความจะหายไปหลังจากถูกเปิดอ่าน นอกจากนี้คุณยังสามารถวาดรูป และส่งสติ๊กเกอร์ให้เพื่อน ๆ ได้



## ภาพประกอบที่ 2.5 BeeTalk

### 4. Thaiflirting

Thaiflirting ได้พัฒนาขึ้นให้เป็นเว็บไซต์ที่โดดเด่นเพื่อคนไทยและเพื่อสมาชิกหลายร้อยพันจากทั่วทุกมุมโลก คนโสดที่กำลังมองหาเนื้อคู่ คนพิเศษ เพื่อน มิตรภาพ ความโรแมนติก และแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่าง ๆ คุณจะได้ประสบการณ์มากมายจากการพูดคุยและเรียนรู้จากผู้คนในเว็บไซต์เราและพวกเขาจะรู้จักคุณได้ไม่ยากเลย เพียงแค่คุณบอกเล่าเกี่ยวกับตัวคุณและเลือกรูปที่สดใสให้โปรไฟล์ให้สมบูรณ์แบบ จากนั้นคุณจะเป็นคนที่โดดเด่นและได้รับการเยี่ยมชมมากขึ้น

**ThaiFlirting** เว็บไซต์หาคู่ 100%ฟรี หาเนื้อคู่ แฟน

ค้นหาอย่างรวดเร็ว

ค้นหา

ลงชื่อเลย!

ยินดีต้อนรับ

เรื่องราวความรัก

บริการ

ThaiFlirting.com เริ่มเปิดบริการตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2557

ThaiFlirting.com ได้พัฒนาขึ้นให้เป็นเว็บไซต์ที่โดดเด่นเพื่อคนไทยและเพื่อสมาชิกหลายร้อยพันจากทั่วทุกมุมโลก คนโสดที่กำลังมองหาเนื้อคู่ คนพิเศษ เพื่อน มิตรภาพ ความโรแมนติก และแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ คุณจะได้ประสบการณ์มากมายจากการพูดคุยและเรียนรู้จากผู้คนในเว็บไซต์เราและพวกเขาจะรักคุณได้ไม่ยากเลย เพียงแค่คุณบอกเล่าเกี่ยวกับตัวคุณและเลือกรูปที่สดใสให้โปรไฟล์ให้สมบูรณ์แบบ จากนั้นคุณจะเป็นคนที่โดดเด่นและได้รับการเยี่ยมชมมากขึ้น

มีเรื่องราวความรักความประทับใจมากมาย

มีผู้คนมากมายเช่นคุณที่กำลังมองหาคนพิเศษ เพื่อน **เนื้อคู่** ไม่ว่าจะเป็ชาวต่างชาติ หรือ ชาวไทย ทุกคนต่างมองหาตัวช่วยในการสรรสร้างมิตรภาพ ความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งและมั่นคง ไปจนถึงการ **แต่งงาน**

ThaiFlirting.com ได้ชักนำพวกเขาให้พบกับคนใหม่ทุกวัน และความสัมพันธ์ต่างๆก็เริ่มต้นที่ **เนื้อคู่**ของคุณอาจจะกำลังรอให้คุณค้นพบเขาอยู่ พบรักแท้ที่ไม่ได้อยู่แค่นิยายและมันอาจจะง่ายกว่าที่คุณคิด

เรารับประกันคุณภาพการบริการ

เราแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ ThaiFlirting.com มีรากฐานที่ประเทศไทย ซึ่งหมายความว่าเราอยู่ที่นี้เพื่อให้บริการที่ดีที่สุดสำหรับคนโสดชาวไทยและ **ชาวต่างชาติ** ในการสนทนาออนไลน์ การ **เดท** ออนไลน์ วีดีโอแชท และข้อมูลต่างๆเพื่อสร้างสรรโอกาสให้คุณเจอ **เนื้อคู่**

ถ้าคุณกำลังมองหาบริการจากผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริงในการสรรสร้างความสัมพันธ์ เราคือเว็บไซต์ที่คุณต้องการ

ภาพประกอบที่ 2.6 ThaiFlirting

## 5. Zoosk's

เป็นเว็บไซต์มีคู่ออนไลน์และแอปเดทที่คุณสามารถเรียกดูรูปภาพของคนโสดในท้องถิ่นค่าคู่ที่จริงจัง แล้วก็เริ่มการแชท

**zoosk** เข้าสู่ระบบ

ลงชื่อเลย!

เหล่าคนโสดในแบบที่คุณชอบ

คนโสดกว่า 40,000,000 คนทั่วโลก และกว่า 3 ล้านข้อความถูกส่งในแต่ละวัน

ลงชื่อเลย!

\*ห้ามติดต่อ "ลงชื่อเลย!" และส่งข้อความถึงสมาชิกอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ดูแลระบบ โปรดทราบว่า ข้อมูลบางส่วน (ชื่อจริง, ที่อยู่, หมายเลขโทรศัพท์) จะถูกลบออกก่อนที่สมาชิกอื่นจะมองเห็น

ภาพประกอบที่ 2.7 Zoosk's



## 6. Facebook

Facebook คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตบริการหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสาร และร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อกแชทคุยกันแบบสด ๆ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม (เป็นที่นิยมกันอย่างมาก) และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริมที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อย ๆ

เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์ Facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท โซเชียลมีเดีย ซึ่งตอนนั้นเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด เท่านั้นและเว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในช่วงพริบตา เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ ครึ่งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ก็สมัครเป็นสมาชิก Facebook เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งาน Facebook บ้างเหมือนกัน Mark จึงได้ชักชวนเพื่อนของเค้าที่ชื่อ Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้าง Facebook และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น Facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

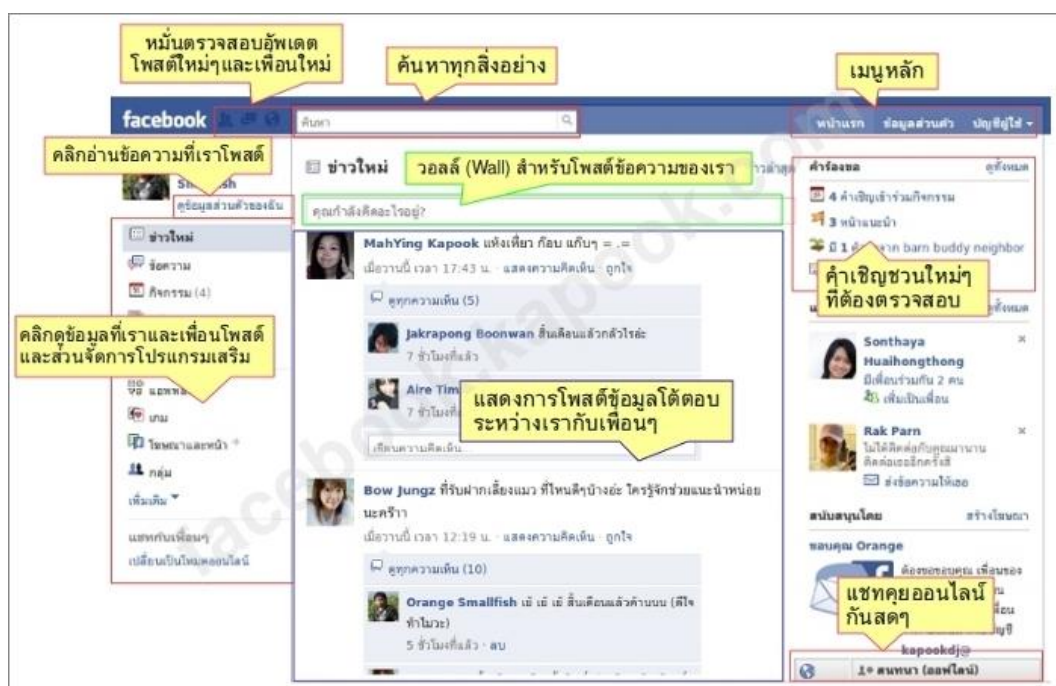
โอเคเริ่มแรกในการตั้งชื่อ Facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของ Mark ที่ชื่อ Philip Exeter Academy โดยที่โรงเรียนนี้ จะมีหนังสืออยู่หนึ่งเล่มที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อ ๆ กันไปให้นักเรียนคนอื่น ๆ ได้รู้จักเพื่อน ๆ ในชั้นเรียน ซึ่ง Facebook นี้จริง ๆ แล้วยังเป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่ง Mark เปลี่ยนแปลงและนำมันเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ตเมื่อประสบความสำเร็จขนาดนี้ ทั้ง Mark, Dustin และ Christ ได้ย้ายออกไปที่ Palo Alto ในช่วงฤดูร้อนและไปขอแบ่งเช่าอพาร์ทเมนต์แห่งหนึ่ง หลังจากนั้นสองสัปดาห์ มาร์คได้เข้าไปคุยกับ Sean Parker หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Napster จากนั้นไม่นาน Sean ก็ย้ายเข้ามาทำงานกับ Mark ในอพาร์ทเมนต์ โดย Sean ได้ช่วยแนะนำให้ผู้รู้จักกับนักลงทุนรายแรก ซึ่งก็คือ Peter Thiel หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Paypal และผู้บริหารของ The Founders Fund โดย Peter ได้ลงทุนใน Facebook เป็นจำนวนเงิน 500,000 เหรียญสหรัฐฯ ด้วยจำนวนสมาชิกหลายล้านคน ทำให้บริษัทหลายแห่งสนใจในตัว Facebook โดย Friendster พยายามที่จะขอซื้อ Facebook เป็นเงิน 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในกลาง พ.ศ. 2548 แต่ Facebook ปฏิเสธข้อเสนอไป และได้รับเงินทุนเพิ่มเติมจาก Accel Partners เป็นจำนวนอีก 12.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในตอนนั้น Facebook มีมูลค่าจากการประเมินอยู่ที่ประมาณ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

Facebook ยังเติบโตต่อไป จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ก็ได้เปิดในโรงเรียนในระดับมัธยมปลายเข้าร่วมใช้งานได้ และในเดือนถัดมา Facebook ได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่ โดยสามารถให้สมาชิกเอารูปภาพมาแบ่งปันกันได้ ซึ่งฟังก์ชันนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ในฤดูใบไม้ผลิ Facebook ได้รับเงินจากการลงทุนเพิ่มอีกของ Greylock Partners, Meritech Capital พร้อมกับนักลงทุนชุดแรกคือ Accel Partners และ Peter Thiel เป็นจำนวนเงินถึง 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมูลค่าการประเมินมูลค่าในตอนนั้นเป็น 525 ล้านดอลลาร์ หลังจากนั้น Facebook ได้เปิดให้องค์กรธุรกิจหรือบริษัทต่าง ๆ ให้สามารถเข้าใช้งาน Facebook และสร้าง Network ต่าง ๆ ได้ ซึ่งในที่สุดองค์กรธุรกิจกว่า 20,000 แห่งได้เข้ามาใช้งาน และสุดท้ายใน พ.ศ. 2550 Facebook ก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมลได้เข้าใช้งาน ซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นใครก็สามารถเข้าไปใช้งาน Facebook ได้เพียงแค่คุณมีอีเมลเท่านั้น

ในช่วงฤดูร้อน พ.ศ. 2550 ครั้งนั้น Yahoo พยายามที่จะขอซื้อ Facebook ด้วยวงเงินจำนวน 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีรายงานว่า Mark ทำการตกลงกันด้วยวาจาไปแล้วด้วยว่าจะยอมขาย Facebook ให้กับ Yahoo และเพียงแค่สองสามวันถัดมา หุ้นของ Yahoo ก็ได้พุ่งขึ้นสูงเลยทีเดียว แต่ว่าข้อเสนอซื้อได้ถูกต่อรองเหลือเพียงแค่ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้ Mark ปฏิเสธข้อเสนอทันที ภายหลังจากทาง Yahoo ได้ลองเสนอขึ้นไปอีกที่ 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกครั้ง คราวนี้ Mark ปฏิเสธ Yahoo ทันที และได้รับชื่อเสียงในทางไม่ดีว่า ทำธุรกิจเป็นเด็ก ๆ ไปในทันที นี่ไม่ใช่ครั้งแรกที่ Mark ปฏิเสธข้อเสนอซื้อบริษัท เพราะเคยมีบริษัท Viacom ได้เคยลองเสนอซื้อ Facebook ด้วยวงเงิน 750 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และถูกปฏิเสธไปแล้วในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2550 ใน พ.ศ. 2551 Facebook มีสมาชิกที่มาสัปดาห์ใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่วันละ 200,000 คน ซึ่งรวมกันแล้วทำให้ Facebook มีสมาชิกมากถึง 50 ล้านคน โดย Facebook มียอดผู้เข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 ล้านเพจวิวต่อเดือน จากวันแรกที่ Facebook เป็น โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัย จนวันนี้สมาชิกของ Facebook 11% มีอายุมากกว่า 35 ปี และสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 30 ปีก็เข้ามาสมัครใช้ Facebook กันเยอะมาก นอกเหนือจากนี้ Facebook ยังเติบโตอย่างยิ่งใหญ่ในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดย 15% ของสมาชิก เป็นคนที่อยู่ในประเทศแคนาดา ซึ่งมีรายงานออกมาด้วยว่า ค่าเฉลี่ยของสมาชิกที่มาใช้งาน Facebook นั้นอยู่ที่ 19 นาทีต่อวันต่อคน โดย Facebook ถือได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับ 6 ของสหรัฐอเมริกา และเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้อัปโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4 หมื่นหนึ่งพันล้านรูป

จากจำนวนสถิติเหล่านี้ ไมโครซอฟต์ได้ร่วมลงทุนใน Facebook เป็นจำนวนเงิน 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อแลกกับหุ้นจำนวน 1.6 % ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 ทำให้มูลค่า

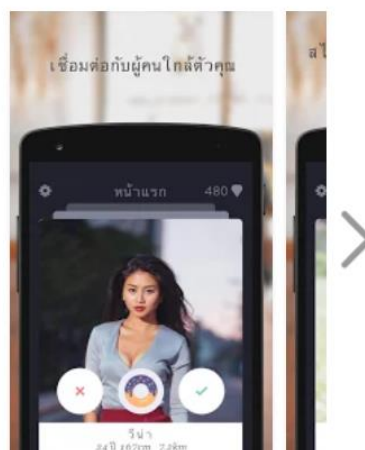
รวมของ Facebook มีมากกว่า 15,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และทำให้ Facebook เป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับต้น ๆ ในหมู่บริษัทอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกา หลายฝ่ายได้อธิบายว่าการตัดสินใจของไมโครซอฟต์ในครั้งนี้ทำเพียงเพื่อที่จะเอาชนะ Google ซึ่งเป็นคู่แข่งกันที่จะขอซื้อ Facebook ในครั้งเดียวกันนั้น คู่แข่งของ Facebook ก็คือ MySpace, Bebo, Friendster, LinkedIn, Tagged, Hi5, Piczo, และ Open Social ปัจจุบัน Facebook มีสมาชิกมากกว่า 1,000 ล้านบัญชีทั่วโลกสูงเป็นอันดับ 1



ภาพประกอบที่ 2.8 Facebook

## 7. Paktor

เป็นแอปฯ ช่วยจับคู่คุณเข้ากับคนที่ไลค์คุณและอยู่ใกล้ ๆ คุณคนที่ไลค์คุณเท่านั้นที่จะมองเห็นว่าคุณไลค์เขากลับหรือไม่ ทุกอย่างเป็นส่วนตัวแน่นอนคะ ส่งคำขอแมทซ์ให้กับคนที่คุณชอบ พี่เจอร์รี่บุปแชท: แชทกับเพื่อนใหม่ ๆ ที่ชอบอะไร ๆ เหมือนกับคุณได้ในห้องเดียว! ตั้งค่าการค้นหาของคุณ เช่น อายุ, เพศ, อาชีพ และประเทศ บ่งบอกความเป็นตัวคุณด้วยรูปภาพ, คำพูดประจำตัว และคำอธิบายอีกเล็กน้อยใช้รูปภาพจากกล้องของคุณ, อัลบั้มรูป และเฟสบุค เพื่อเป็นรูปโปรไฟล์ แปลภาษาอัตโนมัติเมื่อแชทกับเพื่อนต่างชาติ



## ภาพประกอบที่ 2.9 Paktor

### 8. We Chat

เป็นแอปฯการส่งข้อความและการโทรที่ให้คุณเชื่อมต่อกับครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่อยู่ในต่างประเทศได้อย่างง่ายดาย

นี่คือแอปการสื่อสารแบบรวมทุกอย่างในตัวสำหรับการส่งข้อความ (SMS/MMS) แบบไม่มีค่าใช้จ่าย การโทรด้วยเสียงและวิดีโอคอล Moments การแบ่งปันรูปภาพ และเกม ทำไมจึงต้องใช้ WECHAT:

- การส่งข้อความมัลติมีเดีย: ส่งวิดีโอ รูปภาพ ข้อความ และข้อความเสียง
- การสนทนากลุ่มและการโทร: สร้างกลุ่มสนทนาที่มีได้ถึง 500 คนและการโทรวิดีโอกลุ่มได้สูงสุด 9 คน
- โทรด้วยเสียงและวิดีโอคอลแบบไม่มีค่าใช้จ่าย: การโทรคุณภาพสูงแบบไม่มีค่าใช้จ่ายไปยังทุกที่ทั่วโลก
- การโทร Wechat Out: โทรถึงเบอร์พื้นฐานและโทรศัพท์มือถือทั่วโลกในราคาต่ำ (ในภูมิภาคที่กำหนดเท่านั้น)

- แกลเลอรีสตอรี่: สตอรี่สนุก ๆ ที่เคลื่อนไหวได้เป็นร้อย ๆ จากการ์ตูนและภาพยนตร์ที่คุณโปรดแบบไม่มีค่าใช้จ่ายเพื่อแสดงความรู้สึกของคุณ
- Moments: แบ่งปัน Moments ที่ดีที่สุดของคุณบนสตรีมรูปส่วนตัว
- ความเป็นส่วนตัวที่ดียิ่งขึ้น: WeChat มอบการควบคุมความเป็นส่วนตัวของคุณในระดับที่สูงที่สุด และยังเป็นแอปส่งข้อความเพียงแอปเดียวที่ได้รับการรับรอง TRUSTe
- พบเพื่อนใหม่ ๆ: ใช้ "Friend Radar" "คนที่อยู่ใกล้ ๆ" และ "Shake" เพื่อพบคนอื่น ๆ
- ตำแหน่งแบบเรียลไทม์: แทนที่จะบอกคนอื่น ๆ ว่าคุณอยู่ที่ไหน คุณก็แค่แบ่งปันตำแหน่งแบบเรียลไทม์เท่านั้น
- ภาษาที่สนับสนุน: ได้รับการแปลเป็นภาษาต่าง ๆ ถึง 20 ภาษาและสามารถแปลข้อความเป็นภาษาอื่น ๆ ได้
- และอื่น ๆ: แอปเดสก์ทอป ภาพพื้นหลังแบบกำหนดเอง การแจ้งเตือนแบบกำหนดเอง และบัญชีทางการ

#### 9. Available

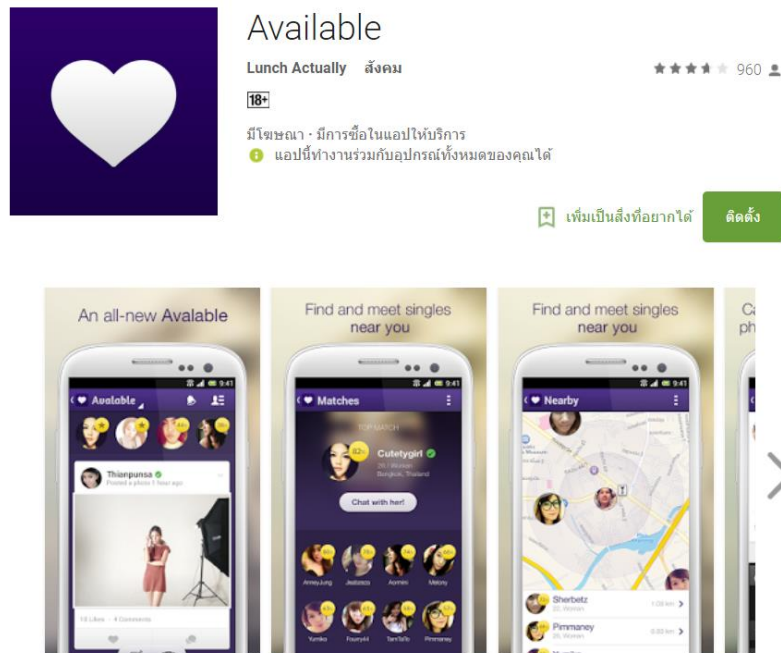
เป็นแอปฯ มีคู่มือมาแรงที่สุดในปี 2015 เราจะช่วยให้คุณมีคู่มือที่อยู่แถว ๆ คุณเอง คุณสามารถค้นหาคนโสดได้ที่ละหลาย ๆ คนพร้อมกัน มันไม่ใช่เรื่องยากอย่างที่คิดอีกต่อไป!

Available ใช้งานง่ายแถมยังสนุกจนวางไม่ลง! เราอยากให้คุณได้รู้จักคนใหม่ ๆ ที่มีไลฟ์สไตล์ตรงกัน แอปนี้ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายทำให้คุณสละสัดได้เร็วขึ้น ไม่แน่นอนเขาหรือเธออาจอยู่แถว ๆ นี้ก็ได้!

ล็อกอินผ่านเฟซบุ๊ก หรือ สร้างใหม่บนแอปเลย (ไม่ต้องกั้วหรือ เราจะไม่โพสอะไรลงหน้าเฟซบุ๊กของคุณก่อนได้รับอนุญาต!)

Available ทำให้คุณสามารถ:

- สร้างและจัดการโปรไฟล์ รวมถึงโพสรูปได้ไม่จำกัด แสดงความเป็นตัวตนให้คนอื่น ๆ ได้เห็นได้คู่แม่ทรีที่ตรงกับคุณทันที โดยดูจากคะแนนและความสนใจร่วมกัน
- แชนกับคนใหม่ ๆ ที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน หรือ คนที่มีนิสัยตรงกัน
- แชร์เรื่องอัปเดตต่าง ๆ และจะได้รับการแจ้งเตือนเมื่อมีคนมาคอมเมนต์โพสของเรา
- เพิ่มเพื่อนใหม่ ๆ และทำให้เป็นคนโปรดได้
- อินเทอร์เน็ต ทันเหตุการณ์ อัปเดตข่าวสารล่าสุด และเข้าร่วมกิจกรรมสนุก ๆ ที่คุณสนใจส่งสตอรี่ในแชทได้



ภาพประกอบที่ 2.10 Available

#### 10. Skout

เป็นแอปฯ เชื่อมต่อคุณกับผู้คนใหม่ ๆ ใกล้ตัวคุณหรือจากทั่วโลก! ดาวน์โหลดแอป SKOUT ฟรี เพื่อพบปะและแชทกับทั้งผู้ชายและผู้หญิง ตามการกำหนดค่าการค้นหาที่คุณตั้ง แชทกับเพื่อนใหม่ มอบของขวัญ แบ่งปันรูปภาพและอื่น ๆ ! SKOUT ให้คุณได้เลือกว่าคุณต้องการจะแชทกับใคร ไม่ว่าจะพวกเขาจะอยู่ใกล้ตัวหรือในเมืองที่คุณต้องการจะไปเยือน ดาวน์โหลดแอปที่ได้รับความนิยมที่สุดในการค้นหาเพื่อนใหม่ใกล้ตัว!



ภาพประกอบที่ 2.11 Skout

## แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการมีคู่ของหญิงไทย

ความเป็นหญิงและความเป็นชายมีอิทธิพลต่อรูปแบบของความสัมพันธ์และความรัก มาตั้งแต่อดีต โดยมีอิทธิพลของประเพณีวัฒนธรรมมากำกับว่า ใครจะเป็นฝ่ายแสวงหาคู่ หรือเป็นฝ่ายสร้างความสัมพันธ์และความรัก นอกจากนี้ปัจจัยทางวัฒนธรรมยังมีอิทธิพลในการคัดเลือกรูปแบบการนัดพบและการมีคู่รัก ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ค่อยเกิดขึ้นแล้วในปัจจุบันนี้ เนื่องจากทั้งฝ่ายหญิงและชายต่างทำงานนอกบ้าน ในขั้นตอนแรก ๆ ของความสัมพันธ์ในการนัดพบและการเกี่ยวพาราสี ดูเหมือนว่าทั้งหญิงและชายจะเลียนแบบพฤติกรรมในภาพยนตร์ พร้อม ๆ ไปด้วยกับความท้าทายที่จะสร้างแบบเฉพาะของตัวเองขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของฝ่ายตรงข้าม

ในระบบความสัมพันธ์แบบหญิงและชายนี้ ผู้หญิงอาจเป็นฝ่ายดูแลรักษาความสัมพันธ์มากกว่า ผู้ชายอาจจะเป็นฝ่ายรุกมากในช่วงแรกของการเริ่มความสัมพันธ์ แต่หลังจากที่ทั้งคู่ตกลงใจสร้างความสัมพันธ์กันแล้ว ผู้หญิงจะเป็นฝ่ายรักษาความสัมพันธ์รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสานต่อความสัมพันธ์เอาไว้มากกว่า

ความอ่อนไหวของผู้หญิงทำให้ผู้หญิงมีความลึกซึ้งต่อความสัมพันธ์มากกว่าการคาดหวังความพึงพอใจทางด้านเพศ และทำที่สุดเมื่อมีปัญหาของความสัมพันธ์ ผู้ชายดูเหมือนจะถอนตัว และผู้หญิงจะต่อสู้ เพื่อรักษาความสัมพันธ์เอาไว้มากกว่า

เรื่องเพศมีผลกระทบต่อมิตรภาพต่างเพศมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ ผู้ที่พึงพอใจหรือมีรสนิยมแบบรักต่างเพศ เมื่อมิตรภาพในเพื่อนต่างเพศได้ฝังรากลงในความสัมพันธ์แบบนี้มีความท้าทายแฝงอยู่ ซึ่งประกอบไปด้วยความพึงพอใจ, การแสดงออกด้านความรัก, ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ และการที่เข้าใจในมิตรภาพระหว่างกัน

ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ถูกแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของมิตรภาพว่าลึกซึ้งกว่าเรื่องเพศอย่างเดียว เช่น ขั้นตอนของชีวิต, บทบาททางเพศ, การปรับตัวทางเพศ, และแหล่งที่มาของมิตรภาพ ซึ่งอาจจะมีอิทธิพลต่อทั้งมิตรภาพของคนเพศเดียวกันและคนต่างเพศมากกว่าเรื่องของเพศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างผู้หญิงและผู้ชายอาจจะมีนัยสำคัญกว่าความแตกต่างระหว่างเพศเดียวกัน

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและบริบทแวดล้อมความเป็นหญิงและชาย และบทบาทที่ดำเนินไป ทำให้แนวคิดของมิตรภาพดูเหมือนจะขยายกว้างขึ้น ทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างพยายามเรียนรู้ที่จะสานความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นต่อกัน มิตรภาพระหว่างเพศตรงข้ามอาจจะเป็นประโยชน์จากพัฒนาการด้านการสื่อสารเท่า ๆ กับการรู้จักกันในสถานที่ทำงานซึ่งจะช่วยให้ผู้ชายและผู้หญิง

ข้ามพันอุปสรรคของมิตรภาพที่ต่างกันทางเพศได้ ซึ่งทั้งหมดนี้ อนาคตของมิตรภาพดูเหมือนจะเป็นไปในทิศทางที่ดี (Suzanna Rose, 1997, p. 40)

สังคมโบราณและแม้ในชุมชนบางแห่งในสังคมปัจจุบัน การเลือกคู่ครองเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของบิดามารดาผู้ใหญ่ หรือบางที่ผู้ปกครองก็มอบให้เป็นภาระของญาติหรือเพื่อนที่ขอบพอรักใคร่นับถือ จนต่อมาได้มีบุคคลทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่เรียกกันว่าแม่สื่อพ่อสื่อ อย่างไรก็ตาม การจัดคู่ให้บางที่เจ้าตัวเองอาจไม่สมัครใจ ดังที่เคยปรากฏว่าการคลุมถุงชนแบบนี้ได้เป็นสาเหตุของการฆ่าตัวตาย อย่างไรก็ตาม ผู้ใหญ่ย่อมรู้สึกเป็นภาระที่จะพยายามควบคุมหรือบงการชีวิตบุตรธิดาในเรื่องสมรสอยู่ตลอดเวลา ในวัฒนธรรมบางท้องถิ่น บิดามารดาหรือผู้ปกครองเป็นผู้กระทำสัญญาการหมั้นหรือการสมรสให้แก่บุตรธิดาตั้งแต่บุตรธิดานั้นยังเล็ก ๆ อยู่ เช่น ในประเทศจีน อิตาลี ฯลฯ บางที่ก็กระทำกันก่อนเด็กเกิด เช่น สัญญามีเงื่อนไขว่า ถ้าบุตรของทั้งสองฝ่ายเกิดมาต่างเพศกัน ก็จะต้องเข้าพิธีวิวาห์ เมื่ออายุสมควร โดยมีได้ค้ำประกันว่าบุตรธิดาจะรักใคร่ถูกอัธยาศัยกันหรือไม่ เจ้าบ่าวและเจ้าสาวไม่จำเป็นต้องพบปะกันมาก่อนเลยก็ได้

วัฒนธรรมของการเลือกคู่ครองโดยความสมัครใจของคู่สมรสนั่นเองเพิ่งปรากฏเมื่อ 200-300 ปีมานี้ เนื่องจากความเจริญทางวิทยาศาสตร์ การอุตสาหกรรม ประกอบด้วยการที่มีประชากรเพิ่มมากขึ้นและการเคลื่อนย้ายหรือเดินทางของประชากรในโลกสะดวกกว่าแต่ก่อน นอกจากนั้นยังเกี่ยวกับเสรีภาพของคนหนุ่มสาว การเลือกคู่ครองโดยตรงเป็นที่นิยมมากกว่าเลือกโดยบิดามารดาหรือผู้ปกครอง เฉพาะอย่างยิ่งในประเทศประชาธิปไตยทั้งหลาย (เกษม อุทยานิน, 2506)

สังคมสมัยใหม่เปิดโอกาสให้หญิงชายเลือกคู่ครองกันเองโดยเสรี โดยทั่วไปมักใช้ความรักและความพึงพอใจส่วนตัวเป็นหลักในการพิจารณา เช่น นิสัย ทัศนคติ ธรรมเนียม หรือค่านิยมตรงกัน และมีความรักชอบพอกัน (มงคล หวังสุขใจ และชมพู โกติรัมย์, 2538)

ปัญหาการเลือกคู่ครอง อยู่ที่ว่า ความสุขของคู่สมรสในอนาคต เมื่อการสมรสเป็นได้ด้วยความเหมาะสม ความสำเร็จและความราบรื่นก็ย่อมเกิด แต่ถ้าคู่สมรสนั้นไม่มีลักษณะอันสมควรแก่กันและกัน ชีวิตในอนาคตก็ย่อมไม่แจ่มใสและนำมาซึ่งปัญหาขัดข้องต่าง ๆ ในการอยู่ร่วมกัน อันเป็นปัญหาสำคัญยิ่งของสังคม (เกษม อุทยานิน, 2506)

ผู้วิจัยเห็นว่า แนวคิดด้านความสัมพันธ์และการมีคู่มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ การดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย จะต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องในการสานสัมพันธ์ทีละขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็น ขั้นตอนของการใช้ชีวิต, บทบาททางเพศ, การปรับตัวและแหล่งที่มาของความสัมพันธ์ ที่สำคัญต้องอาศัยการสื่อสารเป็นกระบวนการในการ



พัฒนามิตรภาพด้วย ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดด้านความสัมพันธ์และการมีคู่มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์และการมีคู่ของผู้หญิงในเว็บไซต์

ในการแต่งงานหรือใช้ชีวิตคู่ร่วมกัน การเลือกคู่ครองถือเป็นบรรทัดฐานอย่างหนึ่งก่อนการตัดสินใจแต่งงาน โดยพิจารณาถึงบุคลิกลักษณะอุปนิสัยใจคอซึ่งกันและกัน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันก่อนตัดสินใจแต่งงานหรืออยู่ร่วมกัน สาเหตุสำคัญของการแต่งงาน คือความรักที่มั่นคง ความต้องการความรักเป็นรากฐานสำคัญของการมีคู่ครอง จึงมีความหมายมากกว่าความต้องการทางเพศ การมีความสัมพันธ์ทางเพศที่ถูกต้องตามกฎหมาย ตามวัฒนธรรมประเพณีคือ การมีความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างสามีภรรยาเท่านั้น โดยทั่วไปแต่ละบุคคลย่อมมีความชอบความสนใจความต้องการในกิจกรรมที่แตกต่างกัน แต่มีบางอย่างที่ตรงกันในเรื่องของความสะดวกสบายให้กับตนเอง เช่น บุคคลที่เห็นว่าการมีคู่ครองมีครอบครัวจะเป็นการสนองความต้องการบางอย่างดีกว่า ย่อมจะเต็มใจเลือกการแต่งงาน ดีกว่าที่จะต้องยอมอยู่อย่างโดดเดี่ยว เพราะการแต่งงานนอกจากจะเป็นการเปลี่ยนฐานะ ความเป็นอยู่ทางสังคมให้ดีขึ้นแล้ว สามารถทำให้เกิดความสุขความสะดวกสบายและมีอิสระอย่างเปิดเผยอีกด้วย การปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของสังคม ทำให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ยอมเป็นไปตามหลักเกณฑ์และขอบข่ายธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สังคมนั้นกำหนดไว้ บุคคลที่เติบโตเป็นผู้ใหญ่และมีความพร้อมที่จะมีครอบครัวสร้างหลักฐานให้มั่นคงในวันข้างหน้า ก็มักจะมีการเลือกคู่ครองและแต่งงานในที่สุด แต่บางคนอาจจะไม่ประสงค์ที่จะมีคู่ครองก็ได้ เป็นความต้องการและความพึงพอใจเฉพาะบุคคล ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมที่เคยยึดถือก็ไม่สามารถบังคับจิตใจได้ แต่โดยทั่ว ๆ ไปอิทธิพลทางขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมที่เคยถือปฏิบัติมาจะมีผลทำให้บุคคลแต่งงานสร้างครอบครัวมากกว่าที่อยู่โดดเดี่ยว หรืออยู่เป็นโสด ความต้องการที่จะยกฐานะทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครอบครัว การตัดสินใจแต่งงานมีคู่ครองของบุคคลบางคนจะพิจารณาในด้านการยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจของตนให้ดีขึ้น การมองมีคู่ครองจึงดูที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจของครอบครัวเดิมเป็นสำคัญ และอาจมองข้ามในเรื่องของความรัก ความเข้าใจ ความมีน้ำใจ กิริยามารยาท และพื้นฐานทางการศึกษา การมีคู่ครองโดยพิจารณาเฉพาะพื้นฐานทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวมีแนวโน้มที่จะทำให้ชีวิตสมรสเกิดปัญหาในภายหลังได้ หากทั้งคู่เกิดการขัดแย้งหรือไม่สามารถปรับตัวเข้าหากัน จริงอยู่ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญ แต่การมีคู่ครองไม่ควรมองข้ามคุณลักษณะที่สำคัญประการอื่น ๆ ด้วยการยอมรับและความคาดหวังทางสังคม สังคมมักจะมองคนที่ไม่มีคู่ครองไม่ได้แต่งงานด้วยความสงสัย หรือมองด้วยความไม่มั่นใจในความเป็นปกติของบุคคลนั้น ๆ แม้กระทั่งพฤติกรรมส่วนตัว

อันเป็นธรรมชาตินิสัยที่บุคคลนั้นแสดงออกมาสู่สายตาของสังคม ก็ยังไม่สามารถสร้างความมั่นใจ หรือเป็นที่ยอมรับของสังคมเป็นอย่างดี เหมือนสภาพของบุคคลที่มีคู่สมรสได้ งานบางตำแหน่ง บางอาชีพบุคคลที่มีครอบครัวจะได้รับการพิจารณาคัดเลือกก่อน เพราะความคาดหวังของสังคมมี อยู่ว่า บุคคลนั้นจะมีความพร้อมความมั่นคงทางอารมณ์ที่ดีกว่า ในบางประเทศบุคคลที่ไม่แต่งงาน จะต้องเสียภาษีให้รัฐมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว สำหรับหญิงสาวที่อยู่ในวัยอันควรจะมีคู่ครองแล้ว หากยังไม่ได้แต่งงานจะถูกสังคมมองว่าผิดปกติด้วย เหตุผลต่าง ๆ ตามแต่พฤติกรรมของผู้นั้น แสดงออกมา ถ้าเป็นคนที่มิอุปนิสัยเห็นแก่ตัว จู้จี้ ไม่เอื้อเฟื้อด้วยแล้ว มักจะถูกสังคมนินทา หรือ อาจถูกมองไปว่าคงมีบุคลิกเฉพาะตัวที่ไม่สามารถสร้างความสนใจดึงดูดใจผู้ชายได้ ด้วยค่านิยม ของสังคมที่ให้ความคาดหวังและยอมรับการมีคู่ครอง ผู้หญิงโสดหลาย ๆ คนจึงตัดสินใจแต่งงาน ในบางสังคมผู้หญิงหม้ายยังเป็นที่ยอมรับมากกว่าผู้หญิงที่ไม่มีคู่ครอง (นิยม บุญมี, 2530, หน้า 44-47)

การแสวงหามีคู่ครองเป็นพฤติกรรมตามบรรทัดฐานของคนในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น การมี คู่ครองของในวัยนี้ส่วนใหญ่จะเลือกคู่ครองที่สอดคล้องกับความเป็นจริง มากกว่าความเพ้อฝัน แบบวัยรุ่น การเลือกคู่ครองในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นจะมีความคล้ายคลึงกันในด้านเจตคติ ค่านิยม การนับถือศาสนา ระดับการศึกษา เป็นต้น และมีบุคลิกภาพที่ไปด้วยกันได้ คล้ายคลึงกัน หรือ ตรงกันข้าม มีระดับอายุใกล้เคียงกัน มีอาชีพ มีความรักใคร่ผูกพันเคารพนับถือ นิยมชมชอบซึ่งกัน และกันไปด้วยกันได้ มีวุฒิภาวะและสังคมรวมทั้งมีความรับผิดชอบ (โยธิน ศันสนยุทธ, 2533, หน้า 89) การที่เพศหญิงและเพศชายมีความดึงดูดเข้าหากัน ด้วยลักษณะทางกายภาพความสวย หล่อ กิริยาท่าทาง ลักษณะทางความคิด ความฉลาด รอบคอบ การวางแผนจัดการ อีกทั้งลักษณะ ทางสังคมวงษ์ตระกูลที่ดี มีชื่อเสียงในทางสังคม ลักษณะใดจะมีน้ำหนักมากขึ้นในการตัดสินใจ ในการเลือกคู่ครองขึ้นอยู่กับอายุ เพศ บุคลิกภาพ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั้น (อุมาพร ตรังคสมบัติ, 2545, หน้า 23) การมีชีวิตคู่เป็นการเติมเต็มในสิ่งต่าง ๆ ที่แต่ละคนขาดไปเนื่องจาก มนุษย์เป็นสัตว์สังคมจะอยู่โดดเดี่ยวโดยไม่มีสังคมไม่ได้ จึงมีเหตุต่าง ๆ ทำให้มนุษย์ต้องมีคู่ครอง ซึ่งแต่ละบุคคลก็มีเหตุผลแตกต่างกันไป เช่น เมื่อมีความรักก็เกิดความรู้สึกต้องตาต้องใจกัน อาจมี ลักษณะตรงกับอุดมคติที่กำหนดไว้จึงเกิดความสนใจกันและนำมาสู่ชีวิตคู่ หรือความต้องการเพื่อย กฐานะทางเศรษฐกิจ ให้เกิดการยอมรับจากสังคมและเป็นไปตามความคาดหวังของครอบครัว (มัทนียา กายแก้ว, 2550, หน้า 24)

จากการศึกษาการเลือกคู่ครองในงานวิจัยการแต่งงานของผู้หญิงไทยกับชายญี่ปุ่น พบว่า การเลือกคู่ครองของผู้หญิงไทยส่วนใหญ่มักเลือกคู่ครองด้วยตนเอง และบางกรณีผู้ใหญ่มี ส่วนแนะนำให้รู้จักกันและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่ผู้ที่ตัดสินใจหลักในการแต่งงานกับ

ชาวต่างชาตินั้นก็ยังคงเป็นคู่แข่งงานเอง ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการแต่งงานข้ามวัฒนธรรม ครอบครัวมีอิทธิพลน้อยมากต่อการตัดสินใจโดยเฉพาะบิดา มารดาที่อาศัยอยู่ในชนบทและอายุมากไม่สามารถติดต่อสื่อสารทางเทคโนโลยี ผู้หญิงที่แต่งงานกับต่างชาติจึงตัดสินใจเลือกคู่ครองด้วยตนเอง เป็นการเลือกแบบความพอใจระหว่างเพศที่ศึกษาความเหมาะสม ในสังคมไทยปัจจุบันการตัดสินใจแต่งงานของหนุ่มสาวนั้น ตัดสินใจด้วยตนเองเกือบทั้งหมด เนื่องด้วยลักษณะของการพบเจอกันนั้นครอบครัวไม่ได้อาศัยอยู่ด้วย และไม่มีส่วนในการตัดสินใจจึงตัดสินใจเลือกคู่ครองเอง ถึงแม้ว่าครอบครัวของผู้หญิงไทยจะไม่ได้มีส่วนในการตัดสินใจในการแต่งงานข้ามวัฒนธรรม แต่ผู้หญิงไทยที่ตัดสินใจเลือกแต่งงานกับชายญี่ปุ่น สามารถปรับตัวเข้ากับครอบครัวเดิมได้ เข้าใจประเพณีและวัฒนธรรมภายในครอบครัว และสามารถดูแลรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของครอบครัวได้ (เย็นจิตร ถิ่นขาม, 2552, หน้า 71-72)

โดยสรุปแล้วการเลือกคู่ครอง หมายถึง การที่บุคคลสองคนได้มีความสัมพันธ์อันดีแก่กันศึกษานิสัยใจคอของกันและกัน มีความพึงพอใจซึ่งกันและกัน ในการเลือกคู่ครองแต่ละบุคคลก็มีเหตุผลแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ชีวิตของแต่ละบุคคล การเลือกคู่เป็นกระบวนการสำคัญอย่างหนึ่งที่สำคัญก่อนการตัดสินใจที่จะใช้ชีวิตคู่ร่วมกันหรือการแต่งงาน เพราะเป็นการดำเนินชีวิตคู่ร่วมกันในอนาคต

### **การแต่งงานข้ามวัฒนธรรม**

การแต่งงานข้ามวัฒนธรรม ที่พบเห็นส่วนใหญ่ในสังคมไทยเป็นการแต่งงานระหว่างผู้หญิงไทยกับชาวต่างชาติ แต่นั่นไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นในปัจจุบันที่พบเห็นได้ทั่วไป แต่เกิดขึ้นมายาวนาน ตั้งแต่ในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ประเทศไทยเปิดการค้าเสรีกับชาวต่างชาติหลากหลายประเทศ ได้แก่ โปรตุเกส ฮอลันดา อังกฤษ และฝรั่งเศส ทำให้ชาวต่างชาติเข้ามาทำการค้ากับประเทศไทยเรื่อยมา ในช่วงสมัยรัตนโกสินทร์มีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างไทยกับตะวันตกเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะระยะหลังจากที่ไทยทำสนธิสัญญาเบาริงกับอังกฤษในปี พ.ศ. 2398 เป็นช่วงที่มีชาวตะวันตกเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เพื่อแสวงหาอำนาจในดินแดนอื่นอีก ขณะเดียวกันก็เป็นผลมาจากไทยได้เปิดความสัมพันธ์ทางการทูตและการค้ากับต่างชาติมากขึ้น และได้มีการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย ทั้งทางด้านการศึกษา ระเบียบโครงสร้างการบริหารการปกครอง ยกเลิกระบบไพร่ทาส จัดการศึกษาแบบใหม่ จึงมีความจำเป็นต้องอาศัยวิทยาการและเทคโนโลยีจากต่างชาติ นำไปสู่การว่าจ้างชาวต่างชาติเข้ามารับราชการ และการสนับสนุนเยาวชนไทยที่เกิดในสังคมชนชั้นสูงไปศึกษาต่อในประเทศ ประเทศไทยติดต่อกับชาวตะวันตกมากขึ้น มีผลทำให้การติดต่อสัมพันธ์กับชาวตะวันตกมีเพิ่มมากขึ้น ด้วยผลที่ตามมาคือ เกิดการแต่งงาน

ข้ามวัฒนธรรมระหว่างชาวไทยกับชาวตะวันตก ซึ่งจากหลักฐานที่มีการแต่งงานเกิดขึ้นทั้งในต่างชาติและภายในประเทศ การแต่งงานที่เกิดขึ้นในต่างชาติครั้งแรกเกิดขึ้นในหมู่ชนชั้นสูงที่ได้ไปศึกษาต่อในต่างชาติ ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 คือการอภิเษกสมรสของสมเด็จพระเจ้าฟ้าจักรพงษ์ภูวนาถ กรมหลวงพิษณุโลกประชานาถ กับหม่อมศรัทธาซึ่งเป็นชาวรัสเซีย และมากขึ้นในช่วงรัชกาลที่ 6 การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมที่เป็นผู้หญิงไทยกับสามีชาวต่างชาติที่พบในกลุ่มชนชั้นล่าง คือกรณีของอำแดงพริกกับมิสเตอร์ปีเตอร์ซัน (สมประสงค์ เสนารัตน์, 2553, หน้า 8-9 อ้างถึงใน ดารารัตน์ เมตาริกานนท์, 2549) การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมในอดีตได้แสดงให้เห็นถึงการยอมรับวัฒนธรรมต่างชาติ เป็นที่ยอมรับในคนระดับชั้นสูงจนถึงคนในระดับชั้นล่าง

สำหรับการแต่งงานข้ามวัฒนธรรมนั้นมีเรื่องความแตกต่างกันด้านศาสนา เชื้อชาติ และระบบชนชั้นวรรณะเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยทั่วไปในสังคมมีแนวทางปฏิบัติที่ดีที่จะมีวัฒนธรรมร่วมกัน การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมก็ยังมีอยู่และถือเป็นเรื่องธรรมดาในปัจจุบันนี้ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นอีกด้วย ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการแต่งงานข้ามวัฒนธรรมนั้น เป็นเส้นทางที่เต็มไปด้วยอุปสรรคและปัญหา วัฒนธรรมที่แตกต่างกันนั้นย่อมมีบริบทที่แตกต่างกันที่รูปแบบคุณค่าความเชื่อ และประเพณีที่ปฏิบัติต่างกันอีกด้วย (ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2550, หน้า 5-6 อ้างถึงใน สิริวัฒน์ คำวันสา, 2539, หน้า 316-322)

สังคมไทยยอมรับการแต่งงานระหว่างผู้หญิงไทยกับชายต่างชาติมากขึ้น แต่ก็ยังจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้หญิงฐานะดีและการศึกษาสูง ส่วนหญิงที่มีการศึกษาน้อยและฐานะยากจนยังคงเป็นข้อยกเว้น ดูได้จากบุคคลทั่วไปที่มองผู้หญิงที่ไปไหนมาไหนกับผู้ชายต่างชาติ บางคนสันนิษฐานเหมารวมว่ามีอาชีพขายบริการ หรือบางคนก็มองว่าต้องการผู้ชายที่มีฐานะดีทางเศรษฐกิจ ต้องการไปต่างประเทศ ความคาดหวังของสังคมในเรื่องบทบาทของคนเพศต่าง ๆ มาใช้วิเคราะห์ทำให้เห็นว่าแต่ละสังคมมีวิถีคิด และความคาดหวังในเรื่องเพศของสังคมต่างกัน ความแตกต่างนี้เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้หญิงไทยตัดสินใจแต่งงานกับต่างชาติ

โดยธรรมชาติผู้ชายมีความต้องการทางเพศสูง และต้องปลดปล่อยจึงเป็นเรื่องปกติที่ผู้ชายจะแสวงหาประสบการณ์ทางเพศแม้ว่าจะแต่งงานแล้วก็ตาม ขณะที่ผู้หญิงในสังคมไทยถูกปิดกั้นความเท่าเทียมทางเพศ การรักษาพรหมจรรย์ก่อนแต่งงาน ถ้าหากเกิดการหย่าร้างกันก็จะถูกมองว่ามีความบกพร่องในหน้าที่ ผู้หญิงไทยจึงถูกทอดทิ้งและเป็นเรื่องยากที่จะแต่งงานใหม่ เพราะไม่ใช่สาวพรหมจรรย์ แต่ในทางตรงกันข้ามกับสังคมชาวต่างชาติ เช่น สังคมชาวตะวันตกที่มีการปฏิรูปวิธีการคิดเรื่องเพศแตกต่างจากสังคมไทย สังคมชาวตะวันตกมีความหลากหลายมากและทุกรูปแบบมีคุณค่าความเท่าเทียมกันหมด เช่น การอยู่ด้วยกันเป็นคู่ถาวรโดยไม่แต่งงาน

การแต่งงานระหว่างคนเพศเดียวกัน หรือผู้หญิงที่เป็นโสดและอยากมีลูกแต่ไม่ต้องการมีสามี ก็สามารถขอรับบริจาคอสุจิได้ ยิ่งกว่านั้นวิธีการคิดเรื่องเพศของสังคมเนเธอร์แลนด์ยังเปิดโอกาสให้ผู้หญิงใช้ชีวิตต่อไปอย่างมีคุณค่าได้ เช่น มีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานได้โดยไม่ถูกประณาม และการที่ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ทางเพศ หรือเคยหย่าร้างและมีลูกติดไม่ได้ถูกมองว่ามีปัญหาหรือผิดปกติ สามารถแต่งงานมีคู่ใหม่ได้หากเจอคนที่ถูกใจและเข้ากันได้ การที่ผู้ชายดัตช์ไม่ได้มองว่าผู้หญิงที่เคยมีประสบการณ์ทางเพศมาก่อนเป็นผู้หญิงไร้ค่า ทำให้ผู้หญิงไทยโดยเฉพาะผู้หญิงที่ผ่านการหย่าร้างมีโอกาสเริ่มต้นชีวิตใหม่ ผู้หญิงไทยกลุ่มหนึ่งได้เปิดเผยเรื่องราวชีวิตทางเพศระหว่างตัวเองกับสามีไทยว่า สามีไทยมักจะเป็นคนตัดสินใจว่าจะมีเพศสัมพันธ์กับเธอเมื่อใดก็ได้ โดยไม่ได้คิดถึงความต้องการทางอารมณ์และความรู้สึกของผู้หญิง ซึ่งผู้หญิงที่อยู่ในฐานะภรรยาในสังคมไทยก็ไม่กล้าที่จะปฏิเสธเพราะถูกสอนว่าเป็นหน้าที่ของภรรยา ส่วนสามีชาวดัตช์จะเคารพต่อการตัดสินใจในการมีเพศสัมพันธ์ของภรรยา ผู้หญิงไทยจึงเริ่มเรียนรู้ว่าตัวเองมีสิทธิที่จะปฏิเสธได้ถ้ายังไม่พร้อม และรู้สึกว่าสามีชาวดัตช์ใส่ใจในอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าสามีไทย (ปณิธิ สุขสมบุญ, 2552, ออนไลน์) ปรากฏการณ์การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมในประเทศไทยคือ การแต่งงานส่วนใหญ่จะเป็นการแต่งงานระหว่างผู้หญิงไทยกับชาวต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นชาวตะวันตกหรือผู้ชายผิวขาวและมีอายุเกิน 60 ปี ผู้หญิงไทยที่ต้องการแต่งงานกับชาวต่างชาตินั้นมีเหตุผลมากมาย ตั้งแต่ธรรมเนียมที่เฉพาะส่วนบุคคล เหตุผลทางด้านความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ เหตุผลทางวัฒนธรรมและสังคม เหตุผลที่ผู้หญิงไทยต้องการแต่งงานกับชาวต่างชาติ เพราะชาวต่างชาติสามารถดูแลและให้เกียรติ และมีธรรมเนียมเฉพาะที่เหมือนกันจึงตัดสินใจแต่งงานกันบนฐานของความเท่าเทียม (ร่มเย็น โกไศยกานนท์, 2550, หน้า 12-15) สาเหตุและแรงจูงใจในการแต่งงานของผู้หญิงไทยที่สมรสกับชาวต่างชาติไม่ได้มีเฉพาะปัจจัยทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวในการตัดสินใจแต่งงาน แต่ยังมีความต้องการที่จะมีชีวิตและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดีกว่าเดิม เป็นเงื่อนไขผลักดันให้ผู้หญิงไทยตัดสินใจแต่งงานกับชาวต่างชาติ หรือการตัดสินใจย้ายถิ่นข้ามชาติ การแต่งงานที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติย่อมเกิดปัญหาในด้านภาษาและการปรับตัวให้เข้าวัฒนธรรมต่างชาติอยู่บ้าง แต่ผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับชาวต่างชาติก็พยายามแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยความอดทนกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สำคัญที่สุดต่อครอบครัว คือ ความสัมพันธ์ที่ระหว่างบิดามารดาและบุตร ที่มีความรัก และความอบอุ่นต่อกันภายในครอบครัวต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีเวลา มีความอดทน มีการสร้างความผูกพันและมั่นคง มีความเข้าใจต่อกันและกัน การที่จะแก้ปัญหาในครอบครัวที่เกิดขึ้น ย่อมต้องอาศัยความรักความเข้าใจและความอดทนเป็นหลักสำคัญ และ

อีกประการที่ทำให้ชาวต่างชาติหลากหลายประเทศ เดินทางเข้ามาภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น สืบเนื่องจากการที่ประเทศไทยมีนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ ย่อมส่งผลให้ต่างชาติเดินทางเข้ามาทำธุรกิจและท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการแต่งงานข้ามวัฒนธรรม โดยเฉพาะชายชาวต่างชาติจากฝั่งยุโรปที่นิยมแต่งงานกับผู้หญิงไทย (พัทยา เรือนแก้ว, 2544, หน้า 24) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Diffusions) เกิดจากความคิดและพฤติกรรมที่ติดตัวบุคคล เมื่อบุคคลนั้นไปอาศัยอยู่ที่วัฒนธรรมอื่นก็จะนำวัฒนธรรมที่ติดตัวไปที่นั่นด้วย ซึ่งหมายถึงผู้หญิงไทยและสามีชาวต่างชาติที่เดินทางไปอยู่ต่างประเทศหรือเดินทางอยู่ในประเทศใดก็ตาม จะนำเอาวัฒนธรรมของตนเองไปเผยแพร่โดยอาจไม่รู้ตัวหรือตั้งใจกระทำ เพื่อให้บุคคลในสังคมรับรู้ถึงวัฒนธรรมของตนเอง นอกจากนี้ทฤษฎีแรงจูงใจ ของมาสโลว์ (Theory of human motivation) ยังสอดคล้องกับปรากฏการณ์การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมในสังคม เนื่องจากผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มักมีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างยากจน จึงเกิดแรงจูงใจที่จะพยายามดิ้นรนให้มีชีวิตที่ดีขึ้น สามารถรับรู้ข้อมูลได้ จากประสบการณ์ที่พบเห็นได้จากผู้หญิงที่แต่งงานกับชาวต่างชาติแล้ว มีฐานะและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ความต้องการมีชีวิตที่สุขสบายเช่นนั้น อาจส่งผลให้เกิดเป็นค่านิยมและความเชื่อมั่นว่าการแต่งงานกับชาวต่างชาติ จะสามารถประสบกับความสุขและความมั่นคงในชีวิตมากขึ้น (ฐิตาภรณ์ การรักษา, 2552, หน้า 221-223) การแต่งงานกับชาวต่างชาติจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของระบบทุนนิยมและบริโภคนิยม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในคุณค่าทางเพศ โดยเฉพาะผู้หญิงไทยกลายเป็นสินค้าสำหรับชาวต่างชาติสามารถพบเห็นได้ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และสถานบันเทิง เนื่องจากผู้หญิงไทยที่อยู่ในชนบทและมีฐานะยากจน จึงแสวงหาทางเลือกเพื่อยกระดับฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การครอบงำจากการบริโภคนิยมและความทันสมัย ส่งผลให้ผู้หญิงไทยเลือกทำงานตามสถานบริการทางเพศเพื่อเป็นช่องทางในการพหุเจอกับชาวต่างชาติ ดังนั้นจึงเกิดปัญหาเป็นค่านิยมเพราะเชื่อว่าชาวต่างชาติสามารถอุปถัมภ์ค่าจ้างทางการเงิน (ยศ สันตสมบัติ, 2548, หน้า 25-27)

### ความแตกต่างทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์ในสังคมสร้างขึ้นและเรียนรู้ร่วมกัน ตั้งแต่ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูด การติดต่อสื่อสาร การประพฤติปฏิบัติตามบรรทัดฐานและค่านิยม เพื่อให้สังคมยึดเป็นฐานความคิด ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์และการปรับปรุงพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น สอดคล้องกับค่านิยมในสังคมนั้นที่ต้องอาศัยและอยู่ร่วมกัน การใช้ชีวิตร่วมกันกับบุคคลที่มาจากต่างสังคมหรือต่างประเทศย่อมจะมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน เช่น ผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับชาวต่างชาติ

มีชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมแตกต่างกัน ดังนั้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมและการรับวัฒนธรรมที่ต่างกัน ต้องรู้จักเลือกวัฒนธรรมบางส่วนที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิมและไม่ขัดกับค่านิยมที่อยู่ในสังคมนั้น การรับวัฒนธรรมของสังคมอื่นในช่วงแรกอาจเป็นการยืมวัฒนธรรม และเมื่อเวลาผ่านไปย่อมกลายเป็นการรับวัฒนธรรม การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งต้องยอมรับวัฒนธรรมนั้นจึงจะสามารถอยู่ร่วมกันได้

การแต่งงานข้ามวัฒนธรรม จึงมีรูปแบบการแต่งงานที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่ต่างต่างกัน เชนง (Tseng, 2012, pp.9-17) กล่าวว่า การแต่งงานระหว่างฝ่ายชายและฝ่ายหญิง มีที่มาทางวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างชัดเจน โดยมียุคสมัยจากค่านิยมและความเชื่อทางศาสนา เห็นได้ว่าความต่างนั้นมีปัจจัยในระบบความเชื่อ เอกลักษณะ ตลอดจนเจตคติที่มีต่อกัน เป็นสิ่งสำคัญในการเลือกคู่ครองและการแต่งงาน ในขณะที่ คอลมิจิน (Kalmijin, 1998, p. 67) เห็นว่าความแตกต่างทางเชื้อชาติศาสนา ส่งผลให้ความเชื่อมโยงและใกล้ชิดกันภายในสังคมมากขึ้น เป็นตัวบ่งชี้ความสัมพันธ์ของคนในชาติพันธุ์ เชื้อชาติ ศาสนา การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการผสมกลมกลืนกลายเป็นวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกัน และยังสามารถดำรงความเป็นตัวตนได้ การแต่งงานที่ต่างกันทางเชื้อชาติย่อมมีความแตกต่างทางศาสนาอยู่ด้วย และถูกกดดันจากคนในสังคมเดียวกัน ศาสนานั้นมีความสำคัญ แต่ในปัจจุบันการแต่งงานข้ามวัฒนธรรมที่ต่างกันในทางศาสนาอาจเป็นเรื่องปกติธรรมดา คาวโลว์ (Clulow, 1993, pp.81-85) การแต่งงานที่มีความต่างทางเชื้อชาติ ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาทางสังคมและวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ซึ่งกันและกัน การสื่อสารระหว่างกันย่อมเสี่ยงต่อให้เกิดความขัดแย้งทางความคิดความเชื่อ และค่านิยม เนื่องจากภูมิหลังทางวัฒนธรรมแต่ละสังคมแตกต่างกัน การใช้ชีวิตคู่ร่วมกันจึงต้องมีวิธีการหลากหลายในการปรับตัว การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างหนึ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามธรรมชาติจากวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ทำให้บุคคลที่มีความต่างกันในทางเชื้อชาติสามารถที่จะปฏิสัมพันธ์ร่วมกันและสามารถปรับเปลี่ยนตนเองให้เข้ากับคู่ครองและใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ดังนั้น การแต่งงานข้ามวัฒนธรรมจึงเป็นการเรียนรู้ความแตกต่างร่วมกันระหว่างบุคคลสองคนที่มีเชื้อชาติและศาสนา ตลอดจนบริบททางสังคม การเรียนรู้ในความแตกต่างจึงมีความหลากหลายเพื่อให้สามารถปรับตัวและการยอมรับจากสังคมได้ (วิจิตรา จามจุรี, 2551, หน้า 50)

องค์ประกอบที่ทำให้วัฒนธรรมต่างกัน คือ วัฒนธรรมประจำชาติ (National culture) เป็นวัฒนธรรมระดับใหญ่ สามารถแบ่งออกเป็นสองแบบ คือ แบบจับต้องได้ เช่น ชุดประจำชาติ อาหารประจำชาติ เป็นต้น และจับต้องไม่ได้ วัฒนธรรมระดับท้องถิ่น (Local culture) เช่น วัฒนธรรมของคนในเมือง กับคนต่างจังหวัด ย่อมมีความแตกต่างในแบบแผนการดำเนินชีวิต และมุมมองที่

แตกต่างกัน เชื้อชาติ (Ethnic culture) อีกปัจจัยที่ทำให้คนแตกต่างกัน คนไทยเชื้อสายจีนกับคนไทยเชื้อสายอิสลาม มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แต่ละบุคคลมีวัฒนธรรมในส่วนที่เหมือนกันและส่วนที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ศาสนาก็มีผลกระทบต่อวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อระบบความเชื่อต่อคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (Generation) ก็มีผลกระทบต่อวัฒนธรรม ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ เรื่องของวัฒนธรรมแบบอนุรักษนิยมของคนยุคเก่ากับวัฒนธรรมแบบเปิด คนยุคใหม่ที่สามารถพบความเปลี่ยนแปลง เช่น การจับคู่แต่งงานหรือการคลุมถุงชน รวมถึงอิสรภาพในการเลือกอาชีพการงานของตัวเอง ไม่ต้องมาสานต่อกิจการที่บ้าน เพศ (Gender) เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้วัฒนธรรมแตกต่างกันผู้หญิงกับผู้ชาย มีความคิด ความรู้สึก มุมมอง และวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน เช่น ผู้หญิงส่วนใหญ่มีความละเอียดอ่อน (Sensitive) มากกว่าผู้ชาย ทำให้ผู้หญิงส่วนใหญ่ใช้ความรู้สึกในการตัดสินใจ ในขณะที่ผู้ชายมีความแข็งกระด้างมากกว่าผู้หญิง อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้วัฒนธรรมแต่ละบุคคลแตกต่างกัน คือ สื่อ (Media) เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรม มีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมและบุคคลในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ความคิด ความเชื่อ และแบบความประพฤติ อาจจะลอกเลียนแบบเพื่อให้เข้ากับสมัยนิยม (คริสโตเฟอร์ โรท์, 2552, หน้า 27-29)

นอกจากการถ่ายทอดและการรับวัฒนธรรม ประเด็นที่สำคัญอีกอย่างคือ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural diversity) บุคคลที่อยู่ร่วมกันในสังคมหรือบนโลกนี้มีวิวัฒนาการที่ล้วนมีความแตกต่างกัน ในการพัฒนาและสร้างวัฒนธรรมประจำชาติจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ในขณะที่เดียวกันมนุษย์บางกลุ่มอาจมีการเรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมในชุมชนหรือสังคมอื่นจากการเห็นคุณค่าและชื่นชม จึงนำมาปรับใช้ผสมผสานกับวัฒนธรรมเดิม วัฒนธรรมไทยเองก็ยังมี ความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมที่อาศัยอยู่ใกล้เคียงกับประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อกัน ความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงมีความสัมพันธ์กับชนชาติต่าง ๆ และทุกระดับปัจเจกชน การมีสัมพันธ์ที่ดี (Good relations) ระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกันจะต้องมีความเข้าใจในบริบท (Context) ของสภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต ค่านิยมและเจตคติของอีกฝ่ายอย่างลึกซึ้ง และไม่ตัดสินหรือสรุปความจากพฤติกรรมที่เห็นบนพื้นฐานความเชื่อค่านิยมของตนเอง ในการที่บุคคลจะทำความเข้าใจในวัฒนธรรมใหม่ที่แตกต่างนั้นควรเรียนรู้ความสัมพันธ์จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ย่อมช่วยลดความขัดแย้งและความสับสนที่เกิดขึ้นได้ (เพ็ชรี ฐะปะนีย์, 2554, หน้า 16-17) ความแตกต่างและหลากหลายทางวัฒนธรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เรียกว่าการผสมผสานทางวัฒนธรรม เป็นกระบวนการที่อาจเกิดขึ้นเร็วหรือช้าก็ได้ ขึ้นอยู่กับระยะที่ติดต่อสัมพันธ์กัน ความเหมือนหรือความแตกต่างกันของวัฒนธรรมทั้งสอง



หากวัฒนธรรมทั้งสองกลุ่มมีความคล้ายคลึงกันก็อาจทำให้เกิดการผสมผสานได้รวดเร็วขึ้น และในทางตรงกันข้ามหากวัฒนธรรมของทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกันมาก ก็อาจจะมีผลทำให้การผสมผสานทางวัฒนธรรมนั้นยากและช้ามากขึ้น นอกจากนี้การผสมผสานทางวัฒนธรรมยังหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมใหม่ที่เราเป็นสมาชิกอยู่ก็ได้ เช่น การย้ายเข้าไปเรียนในโรงเรียนต่างประเทศ ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของต่างชาติและรับเอาวัฒนธรรมของสังคมอื่นมาปฏิบัติ การผสมผสานทางวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน เพราะมนุษย์ทั่วโลกย่อมติดต่อกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสังคมที่พัฒนาแล้วหรือสังคมที่กำลังพัฒนาเพื่อความเจริญทางสังคม (ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2555, หน้า 88-89)

ในช่วงแรกของการปรับตัวของผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับชาวต่างชาติ เมื่อบุคคลทั้งสองต้องเผชิญกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ไม่คุ้นเคย ซึ่งอาจทำให้เกิดความตื่นตระหนกทางวัฒนธรรม (Culture shock) (เพ็ชรี ฐปะวิเชตร์, 2554, หน้า 18 อ้างถึงใน Furnham & Bochner, 1986) การที่บุคคลต้องมีอยู่ร่วมกันแล้ว ย่อมเกิดความยากลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในสังคมใหม่ ทำให้บุคคลนั้นเกิดสภาวะความตื่นตระหนกทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง การเกิดสภาวะนี้จะเกิดขึ้นกับบุคคลที่ขาดทักษะทางสังคม (Social skills) ในการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่างในสังคมนั้นได้ (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2543, หน้า 13) ความตื่นตระหนกทางวัฒนธรรมสามารถเกิดขึ้นได้กับบุคคลที่ทำงานในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาก โดยจะพบกับความรู้สึกตื่นตระหนก เมื่อบุคคลนั้นได้มีการปรับตัวเรียนรู้อยู่ในสถานการณ์ที่แวดล้อมไปด้วยความแปลกใหม่ที่กำลังเผชิญอยู่ ความกดดัน และความเครียด จะเริ่มหายไปทีละเล็กละน้อยหรือหายไปในที่สุด เมื่อบุคคลนั้นสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในชุมชนสังคมนั้นได้เป็นอย่างดี

ถึงแม้ว่าความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับชาวต่างชาติจะมองเห็นความแตกต่างกันในเชื้อชาติ ถิ่นกำเนิดที่อยู่อาศัย สภาพความเป็นอยู่ ระดับการศึกษา ความเชื่อ ศาสนา ประเพณี ตลอดจนฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม หรืออื่น ๆ เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันนี้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่เห็นได้เด่นชัดขึ้น ทั้งนี้เพราะความเปลี่ยนแปลงของคนต่างชาติที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศไทยเพื่อการตั้งถิ่นที่อยู่อาศัยใหม่หรือเพื่อการท่องเที่ยว หรืออื่น ๆ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมทำให้พบเห็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคมไทยต้องทำการศึกษาและทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

## แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการตัดสินใจ ไว้ดังนี้

การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ (C. Glenn Walters, 1987, p.69 อ้างถึงใน ศุภร เสรีรัตน์, 2550, หน้า 49)

โรบบินส์ (Robbins) (อ้างถึงใน พิบูล ทีปะपाल, 2550) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่งจากทางเลือก 2 ทางเลือกหรือมากกว่า

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรืองดเว้นการปฏิบัติหรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือการวินิจฉัยสั่งการคือการชี้แจง ไตร่ตรองและตัดสินใจเลือกทางดำเนินงานที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 53-55) ได้อธิบายถึงรูปแบบพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามระดับของความพยายามในการแก้ปัญหา คือ

1. พฤติกรรมการแก้ปัญหาอย่างเต็มรูปแบบ (Extended Problem Solving: ESP) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจในการซื้อครั้งแรก ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง และการซื้อเกิดขึ้นไม่บ่อยนาน ๆ ถึงจะซื้อสักครั้งหนึ่ง มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่มี ความคุ้นเคย จึงต้องการศึกษารายละเอียดของข้อมูลมากและใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่า ผลิตภัณฑ์ที่คุ้นเคยแล้ว

2. พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด (Limited Problem Solving: LPS) เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ทางเลือกที่มีไม่ได้แตกต่างกันมากนักก็มีเวลาในการตัดสินใจไม่มาก หรืออาจไม่คิดว่ามีความสำคัญมากจึงไม่ใส่ความพยายามในการหาข้อมูลและตัดสินใจอย่างจริงจัง

3. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชิน เป็นลักษณะของการซื้อซ้ำที่เกิดมาจากความเชื่อมั่นในการตัดสินใจจากการแก้ไขในครั้งก่อน ๆ จึงทำการแก้ปัญหาเหมือนเดิมที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้จนทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์เดิม ๆ เกิดเป็นความเคยชิน กลายเป็นพฤติกรรมของความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty) หรืออีกสาเหตุหนึ่งอาจมาจากการเกิดความเฉื่อย (Inertia) ของผู้บริโภค ที่จะต้องเริ่มศึกษาหรือแก้ปัญหา ใหม่ทุกครั้งจึงใช้วิธีการใช้ความเคยชิน แต่ถึงกระนั้นหากผู้บริโภคถูกกระตุ้นก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ทำการตัดสินใจใหม่ได้

4. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันทีเป็นลักษณะของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ที่เกิดกะทันหันหรือจากการถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าทางการตลาดให้ตัดสินใจในทันทีรวมถึงถ้าผลลัพธ์ที่ตามมามีความเสี่ยงต่ำหรือมีประสบการณ์จากการใช้สินค้านั้นอยู่แล้วทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันทีได้

5. พฤติกรรมที่ไม่ยึดติดและแสวงหาความหลากหลาย เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่ผู้บริโภคจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคต้องการแสวงหาสิ่งที่ดีที่สุดจึงทดลองหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เรื่อย ๆ

สรุปได้ว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การพิจารณาชี้ขาดทางเลือกจากหลายทางเลือก ให้เลือกทางเลือกเดียว เพื่อยุติ ข้อถกเถียง ข้อขัดแย้ง เช่น การตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนินี บัณฑิตวัฒนวงศ์ (2556) ศึกษา เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภคและการเปิดรับสื่อของผู้หญิงโสดในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงโสดในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 15 กลุ่ม ดังนี้ (1) ผู้หญิงโสดก้าวทันโลก (2) ผู้หญิงโสดเต็มที่กับชีวิต (3) ผู้หญิงโสดรักบ้าน (4) ผู้หญิงโสดมีแนวคิด (5) ผู้หญิงโสดอารมณ์สุนทรีย์ (6) ผู้หญิงโสดทะเลาะทะเลาะ (7) ผู้หญิงโสดรักสุขภาพ (8) ผู้หญิงโสดรักกีฬา (9) ผู้หญิงโสดจิตอาสา (10) ผู้หญิงโสดรักการงาน (11) ผู้หญิงโสดรักสวยรักงาม (12) ผู้หญิงโสดพักผ่อนแบบคนเมือง (13) ผู้หญิงโสดจับจ่ายยุคใหม่ (14) ผู้หญิงโสดไม่คิดมาก และ (15) ผู้หญิงโสดมีแก่นสาร นอกจากนี้ ผู้หญิงโสดอายุ 21 - 28 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อใหม่ในระดับมากที่สุด ขณะที่ผู้หญิงโสดอายุ 29 - 34 ปี และอายุ 35 - 50 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อใหม่มากกว่าสื่อดั้งเดิมหรือสื่อเก่า เมื่อพิจารณาสื่อในแต่ละประเภท พบว่า สื่อใหม่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ สื่อประเภทเว็บไซต์ที่เนื้อหาสร้างโดยผู้บริโภค โดยเปิดรับสื่อทุกวัน ช่วงเวลา 18.01-21.00 น. จำนวนมากที่สุด และเปิดรับเนื้อหาสื่อโทรทัศน์ประเภทละคร/ซีรีส์ จำนวนมากที่สุด

ชาลินี ไชติจรงค์ (2556) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้หญิงไทยกับผู้ชายต่างชาตินบนเว็บไซต์บริการจัดมีคู่ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบและการนำเสนอการให้บริการของเว็บไซต์จัดมีคู่ ลักษณะเนื้อหาที่ถูกนำเสนอในเว็บไซต์มากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ส่วนเนื้อหาที่ถูกนำเสนอในเว็บไซต์น้อยที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวและการศึกษา/การงาน ลักษณะรูปแบบเว็บไซต์บริการจัดมีคู่ที่ถูกนำเสนอในเว็บไซต์มากที่สุด คือ

ลักษณะรูปแบบที่เป็นวัจนภาษา ส่วนลักษณะรูปแบบเว็บไซต์บริการจัดมีคู่ที่ถูกลำเสนอในเว็บไซต์ รองลงมาคือ ลักษณะรูปแบบที่เป็นวัจนภาษาและอวัจนภาษา ทั้งนี้ไม่พบลักษณะรูปแบบที่เป็นอวัจนภาษา กระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักที่เป็นผู้หญิงไทยกับผู้ชายต่างชาติ บนเว็บไซต์บริการจัดมีคู่ขั้นต้นในกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์ พบว่า (1) มีการเปิดเผยตัวตนให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ (2) ช่องทางในการติดต่อสื่อสารส่วนใหญ่จะอาศัยการเชื่อมต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (3) การพัฒนาความสัมพันธ์เป็นไปทางการปรับปรุงตนเอง เพื่อรักษาไว้ซึ่งการมีมนุษยสัมพันธ์ (4) การรักษาความสัมพันธ์ตั้งแต่เริ่มรู้จักจนอยู่ด้วยกันในปัจจุบัน มีการให้ความสนใจในการใช้ชีวิตร่วมกัน พัฒนาตนเอง และปรับตัว (5) ปัญหาที่ทำให้สิ้นสุดความสัมพันธ์คือขาดทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ไม่รักษาระดับความสัมพันธ์ด้านปัจจัยและสาเหตุที่ทำให้การบริการจัดมีคู่ทางเว็บไซต์ได้รับความนิยม คือ ผู้ใช้สามารถเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวได้ตามความต้องการและยังสามารถใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับคู่รักได้หลากหลายช่องทางที่ให้บริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยไม่มีข้อจำกัดในด้านระยะทาง และเวลาอีกทั้งยังประหยัดค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร และส่วนปัจจุบันที่มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักที่เป็นผู้หญิงไทยกับผู้ชายต่างชาติ นั้น คือ องค์ประกอบการติดต่อสื่อสาร ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล ได้แก่ 1) ระดับการศึกษาและทางเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน 2) การตีความที่ผิดพลาด ตามข้อจำกัดทางด้านภาษา 3) อารมณ์และความรู้สึก ในขณะที่มีการรับรู้และ 3) อารมณ์ที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน โดยที่ไม่มีการเปิดเผยออกมาให้รับรู้ หรือสื่อออกมา

เรชฌัน พิศ ภาสกรณ (2554) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และการเปิดรับสื่อของชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร มีรูปแบบการดำเนินชีวิต 7 รูปแบบ คือ กลุ่มรักการท่องเที่ยว กลุ่มโอบอ้อมวุ่นวุ่น กลุ่มเดินทางทำทนายกลุ่มไฮเทคโนโลยี กลุ่มชีวิตออนไลน์ กลุ่มเมืองไทยคือสวรรค์ และกลุ่มบ้านฉันดีที่สุดใน 2. กลุ่มตัวอย่างชายรักชายมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการในกลุ่มแฟชั่นและกลุ่มบันเทิงในระดับสูง 3. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กลุ่มชายรักชายเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ อีกทั้งชายรักชายส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเกย์ โดยเปิดรับประเภทสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชนตามลำดับ

ชลดา วรารวรรณ (2554) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 15 ปี รองลงมาคือ อายุ 17 ปี ส่วนใหญ่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท รองลงมามีรายได้เฉลี่ย 3,001-5,000 บาท ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา รองลงมาคือ การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และรองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มตามกระแส 2) กลุ่มไม่สนใจอนาคต 3) กลุ่มมุ่งมั่น ตั้งใจ และ 4) กลุ่มชอบบันเทิง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. กลุ่มวัยรุ่นที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับสื่อทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. กลุ่มวัยรุ่นที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างกันมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อทางอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศุณิสา ทดลา (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” พบว่า รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารของผู้สนทนาเป็นไปทั้งในรูปแบบที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกันกับการแสดงออกในโลกของความเป็นจริง และเปิดโอกาสให้ผู้สนทนามีอิสระเสรีภาพในการแสดงออกในการสื่อสารอย่างไร้ขอบเขต นอกจากนี้ ผู้สนทนาจะใช้ข้อความตลอดจน สัญลักษณ์ในการแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกในการสนทนา อีกทั้งผู้สนทนาจะคิดเพื่อสร้างคำ และรูปแบบประโยคใหม่ ๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของรูปแบบการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมการสื่อสารของผู้สนทนาประกอบด้วย ลักษณะที่เป็น ชุมชนจำลอง สภาวะไร้การขัดขวางและการควบคุม การไร้ขอบเขตในการสร้างความหมาย การไม่รู้จักรู้ที่สื่อสารด้วย การปลอมตัว การหลอกลวง ความเป็นตัวตนหลากหลาย การเปลี่ยนเพศ การสร้างจินตนาการ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง รวมทั้งทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และความเห็นอีกส่วนหนึ่งด้วย

สุนา อุษณีย์มาศ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “สัญลักษณ์ทางเพศในห้องสนทนาทางคอมพิวเตอร์ในกรอบจิตวิทยายุคหลังสมัยใหม่ของ IRC WEBMASTER.COM” พบว่า ประเภทของสัญลักษณ์ทางเพศ มี 3 ประเภท ได้แก่ Icon, Index และ Symbol ทั้งนี้พบเพียง Symbol เท่านั้นที่สามารถแบ่งได้เป็น Symbol ระดับธรรมดา ได้แก่ ภาษา และ Symbol ระดับลึก ได้แก่ สัญลักษณ์สัญลักษณ์พิเศษ

แบบแผนของการนำเสนอ สัญลักษณ์ทางเพศ พบ 4 แบบแผน ได้แก่

1. การแสดงจุดประสงค์หรือความต้องการ
2. การแสดง อารมณ์หรือความรู้สึก

3. การแจ่มแจ้งหรือแจ้งคุณสมบัติของตนเอง

4. การกระทำ 3 ประเภทของความหมาย ได้แก่ ความหมายโดยอรรถและความหมาย

โดยนัย พบความหมาย โดยนัยมากกว่า ทั้งนี้สัญญาทางเพศเหล่านี้เกิดจากปัจจัยด้านสังคมวิทยา จิตวิทยา ได้แก่ เรื่องเพศ และปัจจัยด้านการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ได้แก่ เรื่องเวลา, ห้อง และการสื่อสาร 2 ทาง

ฟ้าใส วิเศษกุล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ค่านิยมและทัศนคติเกี่ยวกับเพศสภาพในสังคมไทยที่ปรากฏในสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บบอร์ด: กรณีศึกษา [www.pantip.com](http://www.pantip.com)” โดยวิเคราะห์เรื่องที่มีกระทู้ตั้งเข้ามามากที่สุด ในแต่ละประเด็นหลัก พบว่า

1. ประเด็นที่มีผู้เขียนเข้ามามากที่สุด โดยรวมคือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพศเชิงสังคม

2. ห้องสนทนาที่แตกต่างกันมีรูปแบบเนื้อหาที่ต่างกัน กล่าวคือ ห้องเพศศึกษา จะมีกระทู้ด้านพฤติกรรมเพศสัมพันธ์มากที่สุด ขณะที่ห้องปัญหาชีวิตจะมีกระทู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพศเชิงสังคมมากที่สุด

3. ห้องสนทนาที่แตกต่างกันมีเพศของผู้เขียนที่มีส่วนในการตั้งกระทู้แตกต่างกัน กล่าวคือ ห้องเพศศึกษาจะมีผู้ตั้งกระทู้เป็นชายและหญิงใกล้เคียงกัน ขณะที่ห้องปัญหาชีวิตจะมีผู้ตั้งกระทู้เป็นหญิงมากกว่าชายมาก

ค่านิยมและทัศนคติทางเพศสภาพของหญิงชายปัจจุบันที่สะท้อนอยู่ในเว็บบอร์ด พบว่า

1. ค่านิยมและทัศนคติทางด้านรูปลักษณ์ กระทู้ตั้งที่พบมากที่สุดคือเรื่อง เกี่ยวกับอวัยวะเพศชาย และพบว่า มีค่านิยมและทัศนคติของการให้ความสำคัญกับขนาดของอวัยวะเพศชาย

2. ค่านิยมและทัศนคติทางการดูแลรักษาสุขภาพทางเพศ (เชิงชีวภาพ) กระทู้ตั้งที่พบมากที่สุดคือเรื่องการคุมกำเนิด และพบว่า มีค่านิยมและทัศนคติของการให้ความสำคัญกับการคุมกำเนิด

3. ค่านิยมและทัศนคติทางด้านพฤติกรรมเพศสัมพันธ์ กระทู้ตั้งที่พบมากที่สุดคือ เรื่องการแสดงออกทางเพศสัมพันธ์ และพบว่า มีค่านิยมและทัศนคติของการยอมรับในการแสดงออกทางเพศสัมพันธ์อย่างเสรีทั้งหญิงและชาย

4. ค่านิยมและทัศนคติทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพศเชิงสังคม กระทู้ตั้งที่พบมากที่สุดใกล้เคียงกัน คือ เรื่องการเลิกราหรือหย่าร้าง การให้คุณค่ากับความบริสุทธิ์ของเพศหญิง และการนอกใจ และพบว่า มีค่านิยม และทัศนคติของการยอมรับการเลิกราเมื่อเกิดปัญหาชีวิตคู่ และการยอมรับผู้หญิงที่ไม่บริสุทธิ์ รวมทั้งการไม่ยอมรับพฤติกรรมนอกใจในชีวิตคู่

5. ค่านิยมและทัศนคติทางด้านปัญหาสังคมที่เกี่ยวกับเพศ กระทั่งที่ตั้ง พบมากที่สุดคือ เรื่องปัญหาสังคมทางเพศที่เกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต และพบว่ามีค่านิยมและทัศนคติของการยอมรับ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน บนสื่ออินเทอร์เน็ต

สายใจ ลีลาขจรจิต (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพเชิงบวก ในอินเทอร์เน็ต” พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพเชิงบวกในอินเทอร์เน็ต มีขั้นตอน ดังนี้ การเลือกเว็บไซต์ การเข้าสู่เว็บไซต์ การกำหนดอัตลักษณ์ การเลือกคู่สนทนา การสนทนา การพัฒนาสัมพันธภาพ และการออกจากห้องสนทนา การสร้างและการยุติสัมพันธภาพเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนด้วยอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ และคู่สนทนาเองด้วย ส่วนในด้านรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพเชิงบวกในอินเทอร์เน็ต พบว่ามีรูปแบบการใช้ภาษาเขียน เช่น การใช้คำซ้ำ การเขียนเลียนแบบภาษาพูด ฯลฯ การใช้ปริภาษา เช่น การใช้ความเข้มของตัวอักษร การใช้สีของตัวอักษร และการใช้สัญลักษณ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษาในการแสดงออกถึงมิตรภาพที่มีต่อคู่สนทนา จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า เทคโนโลยีของคอมพิวเตอร์มีบทบาทในการสร้างสัมพันธภาพเชิงบวก ด้วยคุณลักษณะในเรื่องความเป็นอิสระไร้การควบคุม ไม่ติดปัญหาเรื่องระยะเวลา สถานที่ คุณสมบัติทางการปฏิสัมพันธ์ได้ทันที และมีความเป็นส่วนตัว การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพเชิงบวกในอินเทอร์เน็ต เป็นการสร้างสัมพันธภาพคล้ายสังคมจริง แต่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นชุมชนเสมือน