

เนื้อหาของสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต

Contents of Information of Internet friendships finder boards

วิศปิตย์ ชัยช่วย Witsapat Chaichuay *

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเนื้อหาของสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์ประเภทบันเทิงแห่งหนึ่ง จำนวน 3 บอร์ด โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) และการศึกษาตามแนวการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต แบ่งได้เป็น 4 ประเภทตามวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์ คือ การประกาศหาผู้ร่วมสนทนา ประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ ประกาศหาคู่รัก และประกาศซื้อ-ขายบริการทางทางเพศ เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นไปในด้านลบซึ่งผิดไปจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของบอร์ด โดยภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซ เป็นส่วนสำคัญที่เอื้อให้เกิดสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตขึ้น

Abstract

The purpose of this study was to examine contents of information in three internet friendship finder boards featured in an entertainment-oriented website. The method of Content Analysis and Computer-Mediated Communication (CMC) approach had been applied in the study. The result found that contents of information in the internet friendship finder boards could be divided into four categories: conversation finder posting, sexual intercourse finder posting, match finder posting, and prostitution finder posting. Most of the contents were in negative aspect which was not aligned with the intended purposes of the boards. Cyberspace environment played important role in generating certain information in the internet friendship finder boards.

คำสำคัญ : บอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ; การสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ ; ภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซ

Keywords : Internet friendship finder boards ; Computer-Mediated Communication (CMC) ; Cyberspace Environment

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการจดหมายเหตุและเอกสาร ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร (วังท่าพระ) และนักศึกษาลัทธิสุตตรปรัชญาชั้นปริญญาโท สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ในอดีตช่องทางหนึ่งที่สามารถจะแสวงหาความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้โดยไม่ต้องพบหน้าโดยตรง ก็คือการส่งจดหมายแนะนำตัวไปยังคอลัมน์ประเภท “มิตรทางจดหมาย” (Pen pals) ในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่างๆ เช่น คอลัมน์มาลัยเสียงรัก ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ โดย ลุงหนวด หรือเทพชู ทับทอง ที่โด่งดังในอดีต อย่างไรก็ตามมรดกกรรมของเทพชู ทับทอง เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2546 ก็ดูเหมือนจะเป็นการปิดฉากวิธีการหามิตรทางจดหมายแบบเดิมลงไปด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุที่มีสื่อหรือว่าช่องทางอื่นๆอีกมากมายที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้สื่อสารทำความรู้จักกันง่ายมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องพึ่งลุงหนวดอีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการของอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่ทำให้เกิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication-CMC) ซึ่งหมายถึงกระบวนการสื่อสาร หรือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Herring, 2007) ไม่ว่าจะเป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การโพสต์ (Posting) ข้อความลงบนเว็บบอร์ด (Web boards, Web forums, Message boards, Discussion boards, Bulletin boards) รวมถึงการสนทนาทางอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า แชท (Chat) ที่ช่วยเปิดโอกาสให้คนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ง่ายและเร็วมากยิ่งขึ้น แม้จะไม่เคยพบหน้ากัน หรือรู้จักกันมาก่อนเลยก็ตาม

การสนทนาทางอินเทอร์เน็ตที่นิยมในปัจจุบันประเภทหนึ่งคือ การสนทนาด้วยโปรแกรม Instant Messaging (IM) หรือ Messenger ซึ่งเป็นโปรแกรมสนทนาโต้ตอบข้อความทันทีระหว่างบุคคล (Lipschultz & Musser, 2008) สำหรับในประเทศไทย IM ซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายคือ MSN Messenger หรือที่บางครั้งมักจะเรียกกันในหมู่ผู้ใช้สั้นๆว่า เอ็ม โดยผู้ใช้เพียงแต่มี Instant Messaging Address ซึ่งก็คือ E-mail address ของ Hotmail, MSN, Windows live หรือ ของผู้ให้บริการรายอื่นๆ ที่ลงทะเบียนเข้าใช้บริการ ก็จะสามารถใช้เป็น Instant Messaging Address ได้ และเมื่อต้องการจะสนทนากับอีกฝ่ายหนึ่ง ผู้ใช้จะต้องทราบ Instant Messaging Address ของผู้ที่ต้องการสนทนาแล้วจึงเพิ่มรายชื่อหรือที่นิยมเรียกกันว่า “แอด” (Add) เข้าสู่ Contact list ของตัวเอง เมื่ออีกฝ่ายหนึ่ง Online ก็จะสามารถสนทนากันได้ทันที คุณสมบัติของ MSN นอกจากจะสามารถสนทนาโต้ตอบกันได้ทันทีแล้ว ยังสามารถส่งไฟล์ต่างๆให้กันได้โดยตรง สามารถใช้ร่วมกับกล้องสำหรับเว็บไซต์ (Webcam) ทำให้เห็นหน้าตาของคู่สนทนาได้ หรือสนทนาผ่านไมโครโฟนได้ด้วย จึงทำให้ MSN เป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้พบปะพูดคุยกับผู้อื่นในโลกไซเบอร์สเปซได้ง่ายดายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ในปัจจุบันจึงมีหลายเว็บไซต์ เปิดให้บริการเว็บบอร์ดสำหรับประกาศหรือโพสต์ Instant Messaging Address และข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของผู้ใช้ MSN เช่น เพศ อายุ ความสนใจ เพื่อเป็นสื่อกลางรวบรวมสารสนเทศของผู้ที่ต้องการหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตได้ตัดสินใจแอดรายชื่อเพื่อสนทนากันต่อไป โดยพบว่ามีการตั้งชื่อเว็บบอร์ดดังกล่าวด้วยชื่อที่หลากหลาย เช่น MSN List, MSN Zone, บอร์ดหาเพื่อนMSN, บอร์ดแชท MSN เป็นต้น แต่เนื่องจากยังไม่มีบัญญัติศัพท์เพื่อเรียกเว็บบอร์ดลักษณะดังกล่าวโดยเฉพาะ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงจะเรียกเว็บบอร์ดลักษณะดังกล่าวว่า “บอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต” (Internet friendships finder boards)

อย่างไรก็ตามจากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัยพบว่า แม้อินเทอร์เน็ตจะระบุวัตถุประสงค์ของการให้บริการว่า “หาเพื่อน” แต่สารสนเทศที่ปรากฏกลับมีวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น “หาแฟนอายุ 13 คับ” หรือ “สาวเหนือเหงาหนัก(ท่า)เจอได้ค่ะ” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการโพสต์ไม่ได้จำกัดแค่การหาเพื่อนคุยเพื่อสร้างมิตรภาพใหม่ในสังคมไซเบอร์สเปซเพียงอย่างเดียว หากแต่อาจถูกใช้ในวัตถุประสงค์แอบแฝงอื่นๆ เช่น การหาคู่หลับนอน หรือการหาคู่รักด้วย

ขณะที่ข่าวเกี่ยวกับการล่อลวง ล้วงละเมิดทางเพศ จากคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตที่นับวันจะมีมากขึ้น จึงเป็นเรื่องที่ต้องมีการทบทวน ทำความเข้าใจ และเฝ้าระวังมิให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำๆ ขึ้นอีก ดังนั้นการศึกษาวิเคราะห์สารสนเทศที่ปรากฏในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต จะช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับแนวโน้มการหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตโดยพิจารณาจากเนื้อหาสารสนเทศที่ปรากฏ และจะเป็นข้อมูลในการเฝ้าระวัง ป้องปรามมิให้อาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวมาก รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะเนื้อหาของสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต และศึกษาภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซที่เอื้อให้เกิดสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

บอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง เว็บบอร์ด (Web board) สำหรับโพสต์ข้อสารสนเทศของผู้ที่ต้องการหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ คือ Instant Messaging Address, ข้อความแนะนำตัว เชิญชวน หรือประกาศสั้นๆ (Greeting), อายุ, เพศ เป็นต้น

โพสต์ (Post) หมายถึง การพิมพ์ข้อสารสนเทศ แล้วส่งลงเข้าสู่เว็บบอร์ดเพื่อให้เว็บบอร์ดนั้นแสดงข้อสารสนเทศ นั้น

แอด (Add) หมายถึง การเพิ่ม Instant Messaging Address ของผู้ที่ต้องการสนทนาเข้าสู่ Contact list ของโปรแกรมสนทนาโต้ตอบข้อความทันทีระหว่างบุคคล (IM)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และแนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงลักษณะเนื้อหาของสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต และภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซที่เอื้อให้เกิดสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย คือ สารสนเทศที่ปรากฏในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ของเว็บไซต์ประเภทบันเทิงแห่งหนึ่งซึ่งจะสมมติชื่อว่า www.post-jang.com เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาจากเว็บไซต์นี้ เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างสูง จากสถิติของ <http://truehits.net/> ซึ่งรวบรวมสถิติเกี่ยวกับเว็บไซต์ของ

ประเทศไทยระบุว่าผู้ใช้ชมเว็บไซต์นี้เฉลี่ย 100,000 คนต่อวัน และมีผู้ใช้คำค้น “หาเพื่อน” ใน Search engine แล้วคลิกเข้าชมเว็บไซต์ดังกล่าว เป็นอันดับที่ 1 จาก 120 เว็บไซต์ ในลักษณะเดียวกัน รวมทั้งมีบริการบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต หรือที่เว็บไซต์นี้เรียกว่า MSN List ที่แยกกลุ่มของผู้โพสต์อย่างชัดเจน 3 บอร์ด คือ บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง บอร์ดหาเพื่อนเกย์ และบอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน

ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ เลือกสารสนเทศจากบอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง บอร์ดหาเพื่อนเกย์ และบอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน ตามจำนวนที่บอร์ดแสดงผล คือ บอร์ดละ 200 ข้อความต่อ 1 วัน เนื่องจากแต่ละบอร์ดจะเก็บข้อความเอาไว้ครั้งละ 200 ข้อความเท่านั้น เมื่อมีข้อความใหม่เข้ามาข้อความสุดท้ายก็จะถูกลบออกจากบอร์ดทันที โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 20:00-21:00 น. เป็นเวลา 1 สัปดาห์ เนื่องจากการสังเกตเบื้องต้นของผู้วิจัยเป็นเวลา 2 สัปดาห์พบว่า ช่วงเวลาดังกล่าวมีผู้ใช้จำนวนมากที่สุด และมีช่วงอายุที่หลากหลาย ดังนั้นสารสนเทศที่ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์จะมีจำนวน 4,200 ข้อความ แยกเป็น บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง 1,400 ข้อความ บอร์ดหาเพื่อนเกย์ 1,400 ข้อความ และบอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน 1,400 ข้อความ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ตารางลงรหัส (Coding sheet) ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะเนื้อหาในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ว่ามีกี่ประเภท ผู้วิจัยได้สร้างแบบวิเคราะห์จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น แล้วนำไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมินและเสนอแนะ ซึ่งได้นำมาปรับปรุงก่อนใช้กับข้อมูลจริง จากนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) โดยสุ่มตัวอย่างสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 100 ข้อความ จากนั้นนำไปให้ผู้ลงรหัส 2 คน ซึ่งมีความรู้ในระดับปริญญาโท เป็นผู้ตรวจสอบร่วมกับผู้วิจัย โดยใช้สูตรของ Holsti (1969) ดังนี้

$$R = \frac{n(C1, C2, C3, \dots, Cn)}{C1 + C2 + C3 + \dots + Cn}$$

R = ค่าความเชื่อมั่น

N = จำนวนผู้ลงรหัส

C1, C2, C3, Cn = จำนวนครั้ง (แนวคิดหลัก) ที่ผู้ลงรหัส n คนมีความเห็นสอดคล้องกัน

C1 + C2 + C3 + ... + Cn = จำนวนแนวคิดทั้งหมดที่ผู้ลงรหัส n ใช้พิจารณาจากการลงรหัสของผู้ลงรหัส 3 คน ได้ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือดังนี้

$$R = \frac{3(78)}{100 + 100 + 100} = \frac{234}{300} = 0.78$$

จากการคำนวณด้วยสูตรของ Holsti ค่าที่คำนวณได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่าเครื่องมือที่ใช้วัดมีความน่าเชื่อถือ จากผลที่ได้มีค่า 0.78 จึงถือว่าตารางลงรหัสมีความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์ – วันเสาร์ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2551 รวมเป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจะถูกมาวิเคราะห์ จัดกลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยความถี่ และค่าร้อยละ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะเนื้อหาในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาสารสนเทศที่ปรากฏในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ทั้ง 3 บอร์ด ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการโพสต์ข้อความสารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 ประกาศหาผู้ร่วมสนทนา มีลักษณะเป็นข้อความชักชวนให้ผู้อื่นแอดเพื่อเข้ามาพูดคุยทาง IM โดยผู้โพสต์มักจะระบุว่าการหาเพื่อนคุย หรือแสดงความต้องการว่าอยากให้มีผู้เข้ามาสนทนาด้วย เช่น

1. "[E-mail], ใครอยู่พักยาได้คุยกันด่วนนน, 23, ช" (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)
 2. "[E-mail], ว่างคุยแปเพื่อนกันคะ, 26, หญิง" (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)
 3. "[E-mail], อยากคุยกะเลสคิง 20 up ค่ะ, 21, หญิง" (บอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน)
- (ข้อความที่ยกมาเป็นลักษณะการสะกดคำที่ผู้โพสต์ใช้จริง มิใช่เกิดจากการพิมพ์ผิดของผู้วิจัย)

ตัวอย่างที่ 1-3 แสดงให้เห็นว่าผู้โพสต์ต่างก็มีวัตถุประสงค์เดียวกันคือต้องการหาผู้ร่วมสนทนา แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากเนื้อความจะเห็นได้ว่าผู้โพสต์แต่ละคนได้ให้รายละเอียดและเงื่อนไขที่ต่างกัน กล่าวคือตัวอย่างที่ 1 แม้จะมีลักษณะเป็นข้อความเชิงคำถามแต่วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของผู้โพสต์คือต้องการจะคุยกับบุคคลที่ "อยู่พักยาได้" ขณะที่ตัวอย่างที่ 3 ผู้โพสต์ได้ระบุในเชิงเงื่อนไขว่า "อยากคุยกะเลสคิง" ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นการจำกัดขอบเขตของผู้ที่จะเข้ามาสนทนาด้วย ต่างจากตัวอย่างที่ 2 ที่ระบุไว้ว่าใครก็ได้ที่ "ว่าง"

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้โพสต์อาจจะระบุหัวข้อหรือประเด็นอย่างชัดเจนว่าต้องการสนทนาเกี่ยวกับเรื่องอะไร เช่น พูดคุยเรื่องเพศ หาเพื่อนคุยทางโทรศัพท์ นัดพบนัดเจอ รวมถึงแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอ ดังตัวอย่าง

4. "[E-mail], ****หาสาวอวบอ้วนขี้เหงาคุยเรื่องลามกครับ แอดมาด่วน, 26, ช" (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)
5. "[E-mail], มปลายพรงนี้คัยโดดเรียนแอดมาด่วนๆจะไป เทียวกานๆ, 18, ช" (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)
6. "[E-mail], มีคลิปสวยๆมาแลกกันครับ, 28, ช" (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

7. "[E-mail], เบงตืออยากคุยกะtomมี มากมาก ขอเบอร์ด้วยนะ,21,ญ" (บอर्टหาเพื่อนเลสเบียน)

ประเภทที่ 2 ประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ มีลักษณะเป็นข้อความที่เชิญชวนให้มาร่วมกิจกรรมทางเพศ เช่น

8. "[E-mail], หาสาวๆมามีไรกัน อนุสาวรีย์ชัย ห่องว่าง รับรองว่าหล่อ, 18, ข" (บอर्टหาเพื่อนชาย-หญิง)

9. "[E-mail], นัดเจอแล้วไป !สี่อว กัน, 20, ข" (บอर्टหาเพื่อนเกย์)

10. "[E-mail], หาเพื่อนตี่จิ่งคี่มีของปลอม, 23, ญ" (บอर्टหาเพื่อนเลสเบียน)

จากตัวอย่างที่ 8-10 คำว่า "มีไรกัน" "สี่อว กัน" "ตี่จิ่ง" ล้วนเป็นคำที่ใช้หมายถึงการมีเพศสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ สำหรับตัวอย่างที่ 8 ก่อนข้างจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวผู้โพสต์พอสมควรคือ บอกว่าผู้โพสต์อยู่แถวอนุสาวรีย์ชัย มีห้องสำหรับประกอบกิจกรรมทางเพศ และบอกลักษณะว่า "หล่อ" ด้วย ส่วนตัวอย่างที่ 10 แม้ข้อความตอนต้นจะบอกว่า "หาเพื่อน" แต่ความหมายในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพื่อนทั่วไป หากแต่เป็นคู่ร่วมประกอบกิจกรรมทางเพศนั่นเอง

เนื้อหาประเภทนี้บางครั้งผู้โพสต์อาจจะระบุรายละเอียดของกิจกรรมทางเพศอย่างโจ่งแจ้ง เช่น การมีเพศสัมพันธ์แบบหมู่ สำเร็จความใคร่ผ่านโทรศัพท์ (Sex phone) สำเร็จความใคร่ด้วยมือผ่านเว็บแคม สำเร็จความใคร่ด้วยมือหรือปาก รวมถึงการมีเพศสัมพันธ์ร่วมกับการเสพยาเสพติด เช่น

11. " [E-mail], หาหมู่ตอนนี้ง่วนแถวพระโขนงมีแล้ว 2 คนใครมาได้มาคุย, 27,ข" (บอर्टหาเพื่อนเกย์)

12. "[E-mail], โฟนกันคับ มั่นส์ เกื่อนๆ โทมาได้นะคับ, 18, ข" (บอर्टหาเพื่อนเกย์)

13. "[E-mail], หาสาวใจถึงมิกล้องแก๊ ผ้าแลกกล้องสี่อวกัน อยู่คนเดียว, 28, ข" (บอर्टหาเพื่อนชาย-หญิง)

14. "[E-mail], อ้วนๆครับw@wไม่เรื่องมากมิกล้องแอดมาเลยคับ, 28, ข" (บอर्टหาเพื่อนเกย์)

15. "[E-mail], อยากใช้ลันกับท/ดี้ เลส ได้หมด,18, ญ" (บอर्टหาเพื่อนเลสเบียน)

16. "[E-mail], หารุกหนตี Kไทย มาเล่นน้ำแข็งกาน, 18,ข" (บอर्टหาเพื่อนเกย์)

การจะระบุว่าผู้โพสต์ต้องการสื่อถึงกิจกรรมทางเพศใด สามารถดูได้จากคำหลัก (Keyword) เป็นต้นว่า ในตัวอย่างที่ 11 "หมู่" หมายถึงการมีเพศสัมพันธ์แบบหมู่ ตัวอย่างที่ 12 "โฟน" หมายถึงการสำเร็จความใคร่ผ่านโทรศัพท์ มาจากคำว่า Sex phone ตัวอย่างที่ 14 "w@w" หมายถึงการสำเร็จความใคร่ด้วยมือผ่านเว็บแคม ตัวอย่างที่ 16 "น้ำแข็ง" หมายถึงยาไอซ์ (ICE) ซึ่งเป็นยาเสพติดประเภทหนึ่ง คำหลักเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นคำแสลงที่พบว่าการใช้จนเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้เล่นบอर्ट

ประเภทที่ 3 ประกาศหาคู่รัก มีลักษณะเป็นข้อความที่สื่อว่าต้องการหาผู้ที่จะมาคบหากันในฐานะคู่รัก ซึ่งอาจเป็น “แฟน” “กิ๊ก” หรือ “คนรู้ใจ” เช่น

17. “[E-mail], ผมรับหาแฟนไปรูกบแบบ จิงใจผมวิตวะkmitlอ้วนน่ารัก, 23, ช” (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)

18. “[E-mail], อายุ15 อยู่หาดใหญ่ หาแฟนคัพเด็กหาดใหญ่เท่านั้นแอดมา, 18, ช” (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

19. “[E-mail], ใครมีแฟนแล้วแต่อยากมีกิ๊กแอดมานะคะ, 18, หญิง” (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

20. “[E-mail], เล่นหาคนที่รู้ใจอยู่ คับ can ดี เท่านั้น, 18, หญิง” (บอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน)

การประกาศหาคู่รักผู้โพสต์มักจะกำหนดลักษณะของผู้ที่ต้องการสนทนาด้วย เช่น ในตัวอย่างที่ 17 กำหนดรสนิยมทางเพศว่าต้องเป็น “ไปรูก” ขณะเดียวกันก็บอกลักษณะของตัวเองผู้โพสต์เองว่า มีรสนิยมทางเพศเป็น “รับ” สถานภาพคือ “วิตวะkmitl” รูปร่างลักษณะ “อ้วนน่ารัก” ส่วนตัวอย่างที่ 18 ผู้โพสต์ระบุว่าตน “อายุ 15” ขณะที่ข้อมูลในส่วนอายุกลับระบุว่าอายุ 18 ทั้งนี้เนื่องจากบอร์ดได้ถูกออกแบบมาให้ต้องกรอกข้อมูลส่วนอายุจาก 18 ปีจนถึง 60 ปีเท่านั้น ดังนั้นผู้โพสต์ที่อายุน้อยกว่า 18 ปี จึงมักจะเลี่ยงมาระบุในส่วนเนื้อความซึ่งสามารถโพสต์ได้อย่างอิสระแทน

ประเภทที่ 4 ประกาศซื้อ-ขาย บริการทางเพศ เนื้อหาประเภทนี้ผู้โพสต์มักจะระบุวัตถุประสงค์ว่าต้องการเสนอซื้อ หรือ เสนอขายบริการทางเพศ ตัวอย่างเช่น

21. “[E-mail], ซื้อสาวมัธยม มหาลัย คับ, 28, ช” (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

22. “[E-mail], ใครเชล แถวบางแค แอดมา, 24, ช” (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

23. “[E-mail], เปนนัรับร้อนตั้งด่วนคับ นารักคับ หากนซื้อตอนนี้นัคับ, 20, ช” (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)

ตัวอย่างที่ 21 ผู้โพสต์ระบุอย่างตรงไปตรงมาว่าต้องการ “ซื้อ” ขณะที่ตัวอย่างที่ 22 เสนอซื้อบริการทางเพศในลักษณะการถามว่า “ใครเชล” ซึ่งคำว่า “เชล” ในที่นี้หมายถึง ขายบริการทางเพศ มาจากคำว่า Sell ส่วนตัวอย่างที่ 23 ให้เหตุผลในการขายบริการทางเพศว่า “ร้อนตั้ง” พร้อมทั้งบอกคุณลักษณะประกอบการตัดสินใจว่า “เปนนัรับ” และ “นารักคับ” นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า การเสนอซื้อ-ขายบริการทางเพศ ผู้โพสต์อาจใช้คำอื่นๆที่รู้จักในหมู่นักเล่นว่าหมายถึง การซื้อ-ขายบริการทางเพศ เช่น

24. “[E-mail], หากนอุปการะแต่ว่าเรา อ้วนนะมีใครจะอุปการะ ไหม, 19, หญิง” (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

25. "[E-mail], หาน้องที่ต้องการให้ช่วยเหลือยกกันคับ, 27, ช" (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)

26. "[E-mail], ใครเดือดร้อนเงินลองเข้ามาคุยกันได้ละครับ, 27,ช" (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

ความหมายแฝงของคำว่า "หาคนอุปการะ" ในตัวอย่างที่ 24 ก็คือการหาผู้ที่ต้องการจะซื้อบริการทางเพศ ส่วนความหมายของการ "หาน้องที่ต้องการให้ช่วยเหลือ" ในตัวอย่างที่ 25 และ "ใครเดือดร้อนเงินลองเข้ามาคุยกันได้ละครับ" ในตัวอย่างที่ 26 ต่างก็หมายถึงการเสนอซื้อบริการทางเพศทั้งสิ้น ผู้วิจัยสังเกตว่าเหตุผลในการขายบริการทางเพศที่พบในบอร์ดส่วนใหญ่ ผู้โพสต์มักจะอ้างว่าเดือดร้อนเรื่องเงิน ดังนั้นจึงตีความได้ไม่ยากนักหากจะมีข้อความที่ผู้โพสต์ระบุว่าเดือดร้อนเรื่องเงิน หรือต้องการคนช่วยเหลือ อุปการะ เลี้ยงดู นั้นจะหมายถึงการเสนอขายบริการทางเพศผ่านทางบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต แม้แต่ตัวอย่างที่ 27 นี้ก็น่าจะชวนให้คิดไปในทำนองเดียวกัน

27. "[E-mail], เดือดร้อนเงินคับ หาพี่ช่วยเหลือ บวชอยู่ แถวบางแค, 20, ช" (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าการขายบริการทางเพศอีกรูปแบบหนึ่งคือ "ขายวิว" หรือการแสดง (Show) การสำเร็จความใคร่ผ่านเว็บแคม โดยผู้ที่เข้ามาดูจะต้องจ่ายด้วยการบอกรหัสบัตรเติมเงินโทรศัพท์ให้แก่ผู้แสดง เช่น

28. "[E-mail], W@Wแลกบัตรเติมดีแทค, 22, ช" (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)

29. "[E-mail], แกงกะ 17 โซว์ซิง โกงขน เปิดกล้อง แลก true 50 จ้า, 18, ญ" (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารสนเทศที่ปรากฏในบอร์ดหาคู่สนทนาทั้งสามบอร์ด สามารถสรุปผลแยกตามบอร์ด ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาประเภทต่างๆในบอร์ดหาเพื่อนชายหญิง

ลักษณะเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
ประกาศหาผู้ร่วมสนทนา	651	46.50
ประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ	375	26.79
ประกาศหาคู่รัก	195	13.93
ประกาศซื้อขายบริการทางเพศ	179	12.79
รวม	1400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า เนื้อหาสารสนเทศในบอร์ดหาเพื่อนชายหญิง ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประกาศหาผู้ร่วมสนทนา (ร้อยละ 46.50) รองลงมาคือ การประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ (ร้อยละ 26.79)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาประเภทต่างๆในบอร์ดหาเพื่อนเกย์

ลักษณะเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
ประกาศหาผู้ร่วมสนทนา	568	40.57
ประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ	542	38.71
ประกาศหาคู่รัก	180	12.86
ประกาศซื้อขายบริการทางเพศ	110	7.86
รวม	1400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า เนื้อหาสารสนเทศในบอร์ดหาเพื่อนเกย์ ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประกาศหาผู้ร่วมสนทนา (ร้อยละ 40.57) รองลงมาคือ การประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ (ร้อยละ 38.71)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาประเภทต่างๆในบอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน

ลักษณะเนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
ประกาศหาผู้ร่วมสนทนา	783	55.93
ประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ	37	2.64
ประกาศหาคู่รัก	506	36.14
ประกาศซื้อขายบริการทางเพศ	74	5.29
รวม	1400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า เนื้อหาสารสนเทศในบอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประกาศหาผู้ร่วมสนทนา (ร้อยละ 55.93) รองลงมาคือ การประกาศหาคู่รัก (ร้อยละ 36.14)

จากตารางที่ 1 2 และ 3 จะเห็นได้ว่า นอกจากการประกาศหาผู้ร่วมสนทนาแล้ว ผู้ที่เข้ามาโพสต์ยังใช้บอร์ดเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆที่ผิดไปจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของบอร์ดคือ การประกาศหาผู้ร่วมกิจกรรมทางเพศ หาคู่รัก และการซื้อขายบริการทางเพศ อีกเป็นจำนวนมาก โดยพบว่ามีเพียงบอร์ดหาเพื่อนเลสเบี้ยน เพียงบอร์ดเดียว ที่มีจำนวนเนื้อหาเป็นการประกาศหาผู้ร่วมสนทนาเกินร้อยละ 50 ขณะที่บอร์ดหาเพื่อนชายหญิงและบอร์ดหาเพื่อนเกย์ เกินกว่าครึ่งหนึ่งของเนื้อหาทั้งหมดเป็นเรื่องเกี่ยวกับเพศ (Cybersex) และเรื่องรักใคร่ (Online romance) ทั้งสิ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้โพสต์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้บอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตผิดไปจากวัตถุประสงค์ของบอร์ด อย่างไรก็ตามก็ผู้วิจัยพบว่ามีข้อสารสนเทศจำนวนไม่น้อยที่แม้จะจัดอยู่ในกลุ่มที่มีลักษณะเนื้อหาเป็นการประกาศหาผู้ร่วมสนทนา แต่ก็มิได้แฝงไปในแง่อื่น มากกว่าจะหาเพื่อนคุยทาง IM เพียงอย่างเดียว เช่น การสนทนาเรื่องเพศ การ

แลกเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ การนัดพบ นัดเที่ยว ซึ่งอาจจะเสี่ยงต่อการนำมาซึ่งเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ ดังที่ปรากฏข่าวทางสื่อสารมวลชนในทุกวันนี้

2. ภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซที่เอื้อให้เกิดสารสนเทศในบอร์ดาหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต

จากข้อค้นพบที่ว่าสารสนเทศในบอร์ดาหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีเนื้อหาผิดไปจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของบอร์ด คือมีเนื้อหาสื่อไปในด้านลบมากกว่าจะเป็นการหาคู่สนทนา หรือหาเพื่อนใหม่ อาจอธิบายได้ว่าเพราะภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซ (Cyberspace environment) ของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่มีบริบทแตกต่างจากการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เป็นส่วนสำคัญที่เอื้อให้เกิดสารสนเทศลักษณะดังกล่าวขึ้น (Suler, 2005 ; ศุณิสรา ทดลา, 2542) ดังนี้

1) ภาวะที่ลดความรู้สึกทางประสาทสัมผัสลง (Reduce sensation) เนื่องจากการสื่อสารแบบ CMC อาศัยการพิมพ์ตัวอักษรเป็นวิธีการหลัก (Text based) จึงทำให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์แต่ละคนแทบจะไม่มีโอกาสเห็น หรือแสดงออกด้วยอวัจนภาษา เช่น สีหน้า ท่าทาง ตลอดจนน้ำเสียง ในภาวะที่ความรู้สึกทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส และการสัมผัส ลดลงเหลือเพียงการรับรู้จากการอ่านตัวอักษร ภาวะดังกล่าวเอื้อให้คนสามารถที่จะปิดบังซ่อนเร้นสถานภาพที่แท้จริง ขณะเดียวกันก็กล้าที่จะเปิดเผยความต้องการ ความรู้สึก รสนิยม หรือตัวตนที่ซ่อนเร้นได้ เช่น ในชีวิตประจำวันเราไม่สามารถบอกรสนิยมทางเพศกับคนที่เราไม่รู้จักกันมาก่อน แต่ในบอร์ดาหาเพื่อนเกย์ หรือ บอร์ดาหาเพื่อนเลสเบี้ยน ผู้ที่โพสต์สามารถเปิดเผยรสนิยมทางเพศของตนเองพร้อมทั้งบอกความต้องการตรงไปตรงมาด้วย เช่น

30. "[E-mail], แลกคลิป เรออยากได้คลิปเกย์ (เราเกย์รับ พระราม 2),18, ช." (บอร์ดาหาเพื่อนเกย์)

31. "[E-mail], เราเปงเลสนะคะเหงาอ่าไม่มีแฟนง่าแอดมานะคะขอเลสๆๆ,18, ญ." (บอร์ดาหาเพื่อนเลสเบี้ยน)

2) ภาวะที่มีการรับรู้ที่แตกต่าง (Altered perception) ในบอร์ดาหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ที่การเผยแพร่และรับรู้อาสนเทศล้วนต้องผ่านทางตัวอักษรเท่านั้น ทำให้ผู้โพสต์แต่ละคนต้องอธิบายลักษณะเด่น หรือรูปร่างหน้าตา ด้วยถ้อยคำต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นตัดสินใจแอดเข้ามาคุยด้วย ขณะเดียวกันผู้ที่แอดเข้ามาคุยด้วยก็ต้องใช้จินตนาการว่าผู้โพสต์นั้นมีลักษณะตรงตามความต้องการหรือไม่ ซึ่งจินตนาการนี้อาจจะตรงกับความเป็นจริง หรือแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงก็ได้ เช่น

32. "[E-mail], ผมเปนนักเทควันโด นักเตะกร้อ หล่อ เข้ม คม โสด หาแฟนครับ,18, ช." (บอร์ดาหาเพื่อนเกย์)

33. "[E-mail], หน้าตาok ขาวหุ่นดี มีแก๊งขับ โสดหาแฟนจึงจ๊าย กทมคับ, 19, ข. (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

จากตัวอย่างที่ 32 และ 33 ที่ผู้โพสต์ระบุว่าตน "หล่อ เข้ม คม" และ "หน้าตาok ขาว หุ่นดี" นั้น การให้นิยามความหล่อ หรือ ความหน้าตาดีของแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน ผู้ที่แอบเข้าไปคุยด้วยจะไม่สามารถรู้ได้เลยว่าผู้โพสต์จะมีคุณลักษณะตรงกับที่ตนเองจินตนาการหรือไม่จนกว่าจะได้เห็นภาพถ่าย ดูจากกล้อง หรือนัดเจอตัวจริง ในภาวะที่การรับรู้แตกต่างเช่นนี้ ผู้ที่มีประสบการณ์น้อยอาจตกเป็นเหยื่อของการล่อลวงผ่านอินเทอร์เน็ตได้ง่าย

3. ภาวะไร้การขัดขวางหรือการควบคุม (Disinhibition) CMC ทำให้เกิดการสื่อสารที่ไม่มีเงื่อนไขด้านเวลาและสถานที่ ผู้คนสามารถเข้าถึง สื่อสาร ตอบสนองได้อย่างทันทีทันใด และแสดงออกได้อย่างอิสระ โดยไม่มีบทบาททางสังคม หรือระดับชั้นทางสังคมมาขัดกั้นการแสดงออกทางพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งต่างจากการพูดในชีวิตประจำวันอย่างสิ้นเชิง เพราะในการพูดในชีวิตประจำวัน เราต้องคำนึงถึงสถานการณ์ ฐานะทางสังคม บรรทัดฐานของสังคม เป็นต้น (ศิริพร ปัญญาเมธิกุล, 2549) แต่ในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ผู้โพสต์สามารถโพสต์ข้อความสารสนเทศตามความต้องการได้อย่างเสรี แม้บางครั้งเนื้อหาจะหมิ่นเหม่ต่อศีลธรรมก็ตาม เช่น

34. "[E-mail], หาหูกหุ่นดี Kใหญ่ มาเล่นน้ำแข็งกาน, 18, ข. (บอร์ดหาเพื่อนเกย์)

35. "[E-mail], หาสาวมานอนให้5000ขึ้น, 29, ข. (บอร์ดหาเพื่อนชาย-หญิง)

จากตัวอย่างที่ 34 และ 35 ในชีวิตประจำวัน เราไม่สามารถประกาศชักชวนให้ใครมาร่วมเสพยาเสพติด หรือประกาศซื้อบริการทางเพศได้อย่างเปิดเผย เพราะเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย แต่ในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ตที่มีการควบคุมเนื้อหาและการเผยแพร่หรือไม่ หรือบางครั้งไม่มีเลย ทำให้ผู้โพสต์กล้าที่จะนำเสนอสารสนเทศที่มีเนื้อหาในด้านลบ หรือผิดไปจากบรรทัดฐานทางศีลธรรมอย่างโจ่งแจ้ง

จากภาวะแวดล้อมแบบไซเบอร์สเปซทั้ง 3 ประการหลักที่กล่าวมา ล้วนมีส่วนที่เอื้อให้เกิดการสร้างและเผยแพร่สารสนเทศในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ที่มีเนื้อหาที่ผิดไปจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของบอร์ด ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการกระทำอื่นๆที่ผิดกฎหมายและศีลธรรมในภายหลังได้ แต่อย่างไรก็ดี อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ควบคุมโดยผู้ใช่มากกว่าผู้ส่งสาร (ศศิธารา สิงหนตร, 2548) ผู้ใช้สามารถเลือกรับหรือปฏิเสธสารสนเทศตามที่ต้องการได้อย่างสะดวก เช่น ในบอร์ดหาคู่สนทนาทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้จะเลือกสนทนากับใครก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของตนเอง การล่อลวงทางอินเทอร์เน็ตย่อมไม่เกิดขึ้นหากผู้ใช้มีวิจารณญาณในการวิเคราะห์ ประเมินสารสนเทศด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาในระดับลึกกว่าการสนทนาทางอินเทอร์เน็ต มีกระบวนการ และขั้นตอนที่นำไปสู่การล่อลวง หรืออาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างไร
2. ควรมีการศึกษาเนื้อหาสารสนเทศในบอร์ด หรือเว็บไซต์ ประเภทอื่น เช่น Hi5, Blog เป็นต้น
3. เว็บไซต์ที่ให้บริการบอร์ดหาข้อมูลสนทนาทางอินเทอร์เน็ต ควรมีระบบกลั่นกรองสารสนเทศก่อนนำขึ้นโพสต์ โดยเฉพาะสารสนเทศที่สื่อไปในด้านลบ

บรรณานุกรม

- ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี. (2545) การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิธารา สิงหนตร. (2548) การขายบริการทางเพศผ่านห้องสนทนาบนเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริพร ปัญญาเมธีกุล. (2549). รูปแบบการตกท่ายในห้องสนทนาทางอินเทอร์เน็ต. ใน พลวัต
ของภาษาไทยในปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุณิสรา ทดลา. (2542). รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Herring, S. (2007). S543: Computer-Mediated Communication. Retrieved 23 october
2008 from <http://ella.slis.indiana.edu/%7Eherring/cmc.syll.07.html>.
- Lipschultz, W., & Musser, T. (2008). **Instant Messaging: Powerful Flexibility and
Presence.** Retrieved 17 october 2008, from
<http://www.nacada.ksu.edu/clearinghouse/advisingIssues/Instant-Messaging.htm>
- Suler, J. (2005). **The Basic Psychological Features of Cyberspace.** Retrieved 22
October 2008, from <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html>