

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านอัตลักษณ์เสมือนจริง” นี้ ประกอบด้วย 1) แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) 2) แนวคิดเรื่องการสื่อสารกลุ่ม (Group Communication) 3) แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) 4) แนวคิดเรื่องเกมออนไลน์ (Online Game) 5) แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New Media) และ 6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึงการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ทำกรสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-person) ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) ในขณะที่คนหนึ่งคนจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน และเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small group) การสื่อสารกรณี 2 คน ได้แก่ การพูดคุยกันระหว่างคน 2 คน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ส่วนการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบกลุ่มย่อย คือ มีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นการสื่อสารของมนุษย์ประเภทหนึ่งและเป็นการสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายที่ต่างฝ่ายต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ลักษณะสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลมี 2 ประการคือ **ประการที่ 1** การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารระหว่างคนสองคนที่เกิดขึ้นในเวลาพร้อมกัน (Simultaneous interact) ซึ่งหมายถึง คู่สื่อสารใช้การส่งสาร ในเวลาที่ใกล้เคียงกัน เช่น เวลาเรามองเห็นคนรู้จักเขายิ้มให้ เราก็ยิ้มตอบไปพร้อม ๆ กัน **ประการที่ 2** การสื่อสารที่ทั้งสองฝ่ายต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน (Mutual Influence) การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายจะส่งผลต่อความคิด ความรู้สึก ผ่านการตีความข้อมูลข่าวสารที่แลกเปลี่ยนกัน

หลัก 4 ประการของการสื่อสารระหว่างบุคคล

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (Interpersonal communication is inescapable) เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงการสื่อสารได้ ก่อนเราเกิด มนุษย์เราโต้ตอบเป็นการเคลื่อนไหวและเสียง ด้วยเสียงร้องแรกเกิดเป็นสื่อความว่าเราอยู่ที่นี้ และทันทีที่มนุษย์เรามีการติดต่อกับคนอื่น ๆ เราทำการสื่อสารและดำรงการสื่อสารนี้เรื่อยไปจนกระทั่งตาย แม้กระทั่งเราฟังเรื่องเล่าของน้องสาวเราจากการไปเข้าค่ายพักแรม และเราเกิดสับสนหงุดหงิด น้องสาวคิดว่าคุณไม่สนใจเธอ จากตัวอย่างสารที่ส่ง ไปกลับมิได้เป็นคำพูด ยังก่อให้เกิดการกระทำโต้ตอบกลับมา จงจำไว้ว่า คนเรานั้นจะตัดสินใจกันที่การกระทำ มิใช่เจตนา

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสิ่งที่ย้อนกลับไม่ได้ (Interpersonal communication is irreversible) โดยเฉพาะการสื่อสารด้วยคำพูด ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทันทีที่คำพูดหลุดจากปาก แม้เราจะพยายามแก้ต่างในสิ่งที่เราพูดออกไป ทันทีที่เราสื่อสารออกไป สารนั้นแม้ไม่มีตัวตน แต่มันก็ไม่สามารถลบได้

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสิ่งที่สลับซับซ้อน (Interpersonal communication is complicated) ไม่มีการสื่อสารรูปแบบใดที่ง่าย จึงจำเป็นที่จะต้องรู้วิธีการลดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน หรือลดความขัดแย้ง มีตัวแปรที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลแปรเปลี่ยนหลายตัวแปร นักทฤษฎีการสื่อสารกล่าวว่า การสื่อสารกับคนอื่นเกี่ยวข้องกับ 6 ประการนี้

- 1) คุณคิดว่าคุณคือใคร
- 2) คุณคิดว่าอีกฝ่ายหนึ่งที่คุณสื่อสารด้วย เป็นคนที่มีลักษณะอย่างไร
- 3) คุณคิดว่าอีกฝ่ายหนึ่ง เขาจะคิดกับคุณอย่างไร
- 4) แล้วอีกฝ่ายหนึ่งที่เราพูดด้วย เขาคิดว่าเขาเป็นใคร
- 5) อีกฝ่ายหนึ่งคิดกับคุณอย่างไร คิดว่าคุณนั้นเป็นใคร
- 6) และอีกฝ่ายหนึ่งคิดว่า คุณจะคิดเกี่ยวกับตัวเขาอย่างไร

การสื่อสาร ถ้ามีคนเข้ามาเกี่ยวข้องมาก ก็ยิ่งเกี่ยวพันกันมาก มนุษย์เราจะทำการสื่อสารโดยตีความข้อมูลข่าวสารจากสัญลักษณ์ สัญลักษณ์จึงเป็นตัวแทนของทุกสิ่งทุกอย่างมีหลายความหมาย และหลากหลายการตีความ ภาษาเป็นระบบสัญลักษณ์

4. การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นอันเดียวกันกับสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร หรือบริบทของการสื่อสาร (Interpersonal communication is contextual) ทุกการสื่อสารอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ ซึ่งสภาพแวดล้อมนั้นมี 5 แบบ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางจิตใจ (Psychological context) สภาพแวดล้อมทางความสัมพันธ์ (Relational context) สภาพแวดล้อมด้าน

สถานการณ์ (Situational context) สภาพแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental context) และ สภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรม (Cultural context)

กระบวนการสร้างความสัมพันธ์

ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีขั้นตอนต่างๆ คือ

1. ขั้นการเริ่มความสัมพันธ์ (*initiating*) คู่สื่อสารจะเริ่มต้นจากการสำรวจคุณสมบัติที่น่าสนใจของคู่สื่อสาร เช่น อาจเริ่มต้นจากการมองดูจากสิ่งที่ปรากฏให้เห็นภายนอก ได้แก่ ความสวยงาม การแต่งตัว บุคลิกภาพ รูปร่าง สัดส่วน หรือแม้แต่ความเฉลียวฉลาดที่แสดงให้เห็น หลังจากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจที่จะเริ่มต้นความสัมพันธ์หรือไม่ ขั้นนี้จะมีการประเมินความสนใจของตนเองที่มีต่อคู่สื่อสารว่าตัวเองต้องการที่จะติดต่อสัมพันธ์หรือไม่ เช่น ชายที่พบหญิงที่ต้องตาในงานเลี้ยงสังสรรค์และต้องการจะเริ่มสร้างความสัมพันธ์ อาจมองคว่าหญิงที่ตนพึงใจนั้นแต่งงานหรือยังจากแหวนแต่งงานหรือทำพิธีสมรสที่เธอมีต่อชายที่พูดคุยอยู่กับเธอ เป็นต้น เมื่อตัดสินใจที่จะเริ่มการสร้างความสัมพันธ์ การสื่อสารทั้งในรูปแบบวัจนภาษาและอวัจนภาษาก็จะเกิดขึ้นซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากอวัจนภาษา เช่น การมองไปยังผู้ที่เราสนใจ การยิ้มให้ การแสดงให้เห็นความสนใจ การพยายามที่จะเข้าไประยะที่ใกล้พอจะเริ่มการสนทนา และเมื่อเริ่มใช้วัจนภาษา บทสนทนาเบื้องต้นอาจเป็นเรื่องการแนะนำตนเองต่อคู่สื่อสาร การพูดคุยถึงสิ่งต่าง ๆ ทั่วไป มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงการยอมรับหรือการสนับสนุนความคิดเห็นนั้น ๆ ในขั้นนี้อาจมีการเริ่มต้นการเปิดเผยตนเองต่อคู่สื่อสารบ้างแล้วเป็นการเริ่มต้นเท่านั้น การเปิดเผยที่มากเกินไปกลับเป็นผลในแง่ลบมากกว่า ลองคิดถึงคนที่พบกันครั้งแรกแล้วพูดถึงแต่ความสำเร็จของตนเอง ความเก่งของตนเอง แม้ว่าจะจะเป็นความจริงก็ตามแต่ก็อาจถูกมองได้ว่าจู้จุก อดตัว ฯลฯ

2. ขั้นการทดลอง (*experimenting*) ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่คู่สื่อสารพบว่าต่างมีความสนใจกันและกัน และต้องการจะสานต่อความสัมพันธ์ต่อไป ทั้งคู่จะมีการสื่อสารกันต่อไปเพื่อเรียนรู้กันและกันในเรื่องต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทศนคติ การให้คุณค่าเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ และคู่สื่อสารจะเริ่มมีการเปิดเผยให้ข้อมูลเกี่ยวกับกันและกันมากขึ้น ๆ ความสัมพันธ์ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นในระดับคนรู้จักคุ้นเคยต้องพบปะเกี่ยวข้องกันในเรื่องธุรกิจ เรื่องการงาน อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ขั้นตอนนี้อาจพัฒนาต่อไปได้ในระดับต่อไป เช่น ความสัมพันธ์ในระดับสนิทสนมเป็นเพื่อนสนิทไปจนถึงความสัมพันธ์ฉันคนรัก แต่ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในระดับใดก็ตามความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอาจยุติหรือสานต่อได้เสมอ การยุติความสัมพันธ์อาจเกิดขึ้นด้วยเหตุผล เช่น เนื่องจากความต้องการเริ่มความสัมพันธ์นั้นได้รับการตอบสนองแล้ว หรือในงานเลี้ยงที่ต้องการเพียงใครสักคนเป็นเพื่อนคุย หลังจากเสร็จสิ้นงานเลี้ยงจึงไม่จำเป็นต้องมีการสานต่อ

นอกจากนั้นก็อาจจำเป็นต้องยุติอันเนื่องจากเหตุการณ์หรือระยะทางทำให้ต้องแยกจากกันหรือเงื่อนไขทางสังคมต่าง ๆ เปลี่ยนไป เช่น การต้องเดินทางไปทำงานต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงที่อยู่ ที่ทำงาน การมีงานภาระความรับผิดชอบที่ต้องทุ่มเท การพบว่าความคิดเห็น รสนิยม ความชอบไม่สามารถเข้ากันได้ เป็นต้น

3. ขั้นการเพิ่มพูนความสัมพันธ์ (*intensifying*) สำหรับคู่สื่อสารที่ต้องการพัฒนาความสัมพันธ์ที่มีต่อกันต่อไปอาจด้วยเหตุผลด้านอารมณ์ความรู้สึก เช่น ความชอบ มิตรภาพ หรือความรัก ทั้งสองฝ่ายจะใช้เวลาด้วยกันและกันมากขึ้นในการสื่อสารและการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ทั้งสองฝ่ายจะมีการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นส่วนตัวแก่กันและกันมากขึ้น ใช้การสื่อสารรูปแบบไม่เป็นการเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ ที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น การเล่าเรื่องตลกขำขัน การเรียกชื่อเล่น การพูดคุยเรื่องส่วนตัวจะมีมากขึ้น และความผูกพันมักเกิดขึ้นในตอนปลายของขั้นตอนนี้เนื่องจากการรับรู้และเรียนรู้กันและกันมากขึ้นนั่นเอง

4. ขั้นการบูรณาการ (*integrating*) เมื่อทั้งสองฝ่ายได้มาสู่ขั้นตอนนี้จะพบว่าทั้งสองฝ่ายจะรู้สึกเข้ากันได้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านความชอบ ทักษะคิด ความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ ทั้งคู่จะสามารถตอบสนองความต้องการของอีกฝ่ายได้อย่างถูกต้องมากขึ้น นอกจากนั้นบุคลิกภาพของคู่สื่อสารทั้งสองจะเชื่อมโยงเข้าด้วยกันในสายตาผู้อื่น ด้วยเหตุที่ทั้งสองมักใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน มีเพื่อนกลุ่มเดียวกัน ผู้คนที่พบเห็นก็มักเห็นทั้งสองอยู่ด้วยกันเสมอ ดังนั้นเมื่อเห็นคนหนึ่งคนก็มักคาดว่าจะเป็นได้เห็นอีกคนหนึ่ง อาจมีการถามถึงความเห็นของคนหนึ่งจากอีกคนหนึ่งด้วยเหตุที่เหมาเอาว่าคนทั้งสองต่างรู้และเข้าใจอีกฝ่ายได้ดี ความสัมพันธ์ขั้นนี้จึงเป็นความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งและมีความหมายมากสำหรับคู่สื่อสารทั้งสอง เช่น เพื่อนสนิท คู่สามีภรรยาหรือบุตรกับบิดา มารดา เป็นต้น

5. ขั้นการสร้างพันธนาการระหว่างกัน (*Bonding*) ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นเมื่อสองฝ่ายพบว่าการผูกพันกันและกันอย่างเป็นทางการให้เป็นที่ยอมรับ เช่น การประกาศแต่งงาน การจดทะเบียนสมรส เป็นต้น การสร้างพันธนาการระหว่างกัน ในที่นี้จึงหมายถึงสิ่งที่ผูกพันทั้งสองให้แยกจากกันหรือเลิกร้างความสัมพันธ์ได้ยากขึ้นนั่นเอง

กระบวนการเลิกร้างความสัมพันธ์ (Relationship Disintegration) มี 5 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นตอนการรู้สึกถึงความแตกต่าง (*Differentiating*) เมื่อคู่สื่อสารเริ่มเรียนรู้กันและกันผลการสื่อสารที่มีระหว่างกันในระยะหนึ่งและรู้สึกถึงความแตกต่างเริ่มมากขึ้น มากขึ้น ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านความคิด ความต้องการ วิธีการใช้ชีวิต ฯลฯ ความแตกต่างดังกล่าวนี้ จะทำให้คู่สื่อสารเข้าสู่ภาวะเกิดช่องว่างทางการสื่อสารระหว่างกัน ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะเริ่มรู้สึกอยากเป็นอิสระ

ไม่ต้องการความสัมพันธ์ในระดับที่เคยมีต่อกันมาก่อน ดังนั้นในขั้นตอนนี้พฤติกรรมการสื่อสารของทั้งสองที่เคยมีต่อกันอย่างสม่ำเสมอจะเริ่มลดน้อยลง

2. ขั้นจำกัดวง (*Circumscribing*) ในขั้นนี้คู่สื่อสารจะจำกัดวงการสื่อสารอยู่เฉพาะในหัวข้อที่คิดว่าจะไม่สร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้น ความสัมพันธ์ที่มองอย่างผิวเผินจากคนนอกดูเหมือนทุกอย่างจะยังคงเหมือนปกติ แต่ลึกลงไปแล้วคู่สื่อสารจะพยายามจำกัดหรือสร้างระยะห่างในการสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น ในขั้นนี้คู่สื่อสารมีแนวโน้มที่จะไม่แสดงออกทั้งทางวจนภาษา หรืออวัจนภาษาก็ตามที่ทำให้อีกฝ่ายรู้สึกถึงการผูกมัดระหว่างกัน เพื่อนสนิทที่เคยไปออกกำลังกายด้วยกันแทบทุกวันอาจเริ่มปฏิเสธโดยข้ออ้างต่าง ๆ มากขึ้น หรือคู่รักที่เคยบอกรักหรือแสดงออกให้เห็นว่ารักกันทุกวัน หากความสัมพันธ์มาถึงขั้นนี้พฤติกรรมดังกล่าวแทบจะไม่เกิดขึ้นอีกต่อไป

3. ขั้นเฉยชา (*Stagnating*) ขั้นนี้คู่สื่อสารจะเข้าสู่ภาวะที่เรียกว่าเย็นชาต่อกัน แทบไม่มีความพยายามที่จะสื่อสารกันและกัน ความสัมพันธ์ระหว่างกันที่อาจมีอยู่ก็จะอยู่ในลักษณะความจำเป็นหรือจำยอม เช่น เพื่อนที่พักอาศัยด้วยการเช่าที่พักอยู่ร่วมกันอาจต้องอยู่ด้วยกันเนื่องจากต้องเสียเงินค่าห้องพักร่วมกัน แต่ก็จะเป็นการอยู่แบบต่างคนต่างอยู่ และหากเป็นคู่สามี/ภรรยา ความสัมพันธ์ขั้นนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นการหย่ากันทางอารมณ์ไปแล้วแต่ที่ยังต้องอยู่ด้วยกันอาจเป็นเพราะความจำเป็นที่ต้องพึ่งพากันทางเศรษฐกิจ หรือเพราะต้องการคงสถานภาพทางสังคมที่มีอยู่ไว้ เป็นต้น

4. ขั้นการหลีกเลี่ยง (*avoiding*) ความสัมพันธ์ขั้นนี้จะสังเกตจากพฤติกรรมของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่ายจะทำราวกับอีกฝ่ายหนึ่งไม่มีตัวตน มีการหลีกเลี่ยงที่จะเผชิญหน้ากันตามลำพัง การเผชิญหน้ากันหรือสื่อสารกันจะกระทำเมื่อเป็นกิจกรรมทางสังคมหรือมีบุคคลที่สามอยู่ด้วยเท่านั้น

5. ขั้นสิ้นสุดความสัมพันธ์ (*terminating*) ขั้นนี้ทั้งสองฝ่ายได้เดินทางมาสู่จุดสุดท้ายของความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน แล้วแต่ว่าความสัมพันธ์ที่มีต่อกันเป็นลักษณะใด เพื่อนที่เคยเช่าห้องอยู่ด้วยกันอาจใช้วิธีย้ายที่พักไปเช่าร่วมกับเพื่อนคนอื่น คู่สามี/ภรรยาอาจสิ้นสุดความสัมพันธ์ด้วยการที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดย้ายออกจากบ้าน หรือตกลงที่จะไปจดทะเบียนหย่าขาด เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1. ความดึงดูดใจระหว่างบุคคล

ปัจจัยดึงดูดใจให้เกิดความต้องการการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวข้อง 5 ตัวแปรดังนี้คือ 1. ลักษณะดึงดูดใจของคู่สื่อสาร 2. ความใกล้ชิดของคู่สื่อสาร 3. การให้แรงเสริมแก่คู่สื่อสาร 4. ความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสารและ 5. การเสริมความแตกต่างของคู่สื่อสาร

1.1 ลักษณะดึงดูดใจของคู่สื่อสาร ความดึงดูดใจในกันและกันของคู่สื่อสารเกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลายส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นจากรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณองค์ประกอบต่าง ๆ ทางกายภาพที่บุคคลได้มาจากการถ่ายทอดทางพันธุกรรมแต่กำเนิด และส่วนที่เป็นบุคลิกภาพที่บุคคลปรุงแต่งขึ้น เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ฯลฯ ตลอดจนบุคลิกภาพที่แสดงออกให้เห็นจากภาวะจิตใจของบุคคลแต่ละคน เช่น บุคลิกภาพร่าเริง เป็นมิตร ก้าวร้าว เป็นต้น ลักษณะที่ดึงดูดใจของคู่สื่อสารแต่ละคนยังมีความแตกต่างกันอีกด้วย บางคนอาจให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตาและลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ ในขณะที่บางคนอาจให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพอันเป็นผลจากจิตใจ เช่น การมีอารมณ์ขัน ความร่าเริงของคู่สื่อสาร

1.2 ความใกล้ชิดของคู่สื่อสาร ความใกล้ชิดในที่นี้เป็นไปได้ทั้งในลักษณะความใกล้ชิดในแง่ที่เกิดจากระยะทางและใกล้ชิดในแง่ที่ได้มีโอกาสมีส่วนร่วมแสดงปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันได้บ่อยครั้ง เมื่อบุคคลได้มีโอกาสใกล้ชิดกันจะมีโอกาสในการสื่อสารกันและกันมากขึ้น และการมีปฏิสัมพันธ์กันและกันในระหว่างการสื่อสารจะเป็นผลให้คู่สื่อสารรู้จักกันและกัน มีความเข้าใจและไว้วางใจกันมากขึ้น

1.3 การให้แรงเสริมแก่คู่สื่อสาร บุคคลมีแนวโน้มที่จะสื่อสารกับคนที่ให้สิ่งที่ตนพึงพอใจ และบุคคลที่ให้แรงเสริมแก่ตน การให้แรงเสริมในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ดีคือการรับฟังและการแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับของผู้ฟัง การมองที่ผู้พูด สบตาและแสดงออกด้วยความสนใจนับเป็นแรงเสริมให้กับคู่สื่อสารที่จะดำเนินการสนทนาต่อไป การพูดขัดจังหวะ การพูดขัดคอนับเป็นส่วนทำลายความสัมพันธ์และมีอิทธิพลทำให้คู่สื่อสารไม่ต้องการสานต่อการสนทนาครั้งนั้น ๆ

1.4 ความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสาร ความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสารหมายความถึง ความคล้ายคลึงกันทางลักษณะประชากรศาสตร์ ความคล้ายคลึงกันทางภูมิหลังและความคล้ายคลึงกันทางทัศนคติ กล่าวคือ

ความคล้ายคลึงกันทางลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสารในแง่กายภาพและคุณลักษณะทางสังคมของแต่ละบุคคลที่เป็นข้อเท็จจริงที่มีอยู่ เป็นอยู่รับรู้และเห็นได้ชัดเจนโดยทุกคนเหมือน ๆ กันเป็นต้นว่า อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ คู่สื่อสารที่มีความคล้ายคลึงกันมากทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ จะสามารถเข้าใจและคาดทำนายพฤติกรรมคู่สื่อสารได้ดีกว่าคู่สื่อสารที่มีความแตกต่างกันเช่น ผู้หญิงกับผู้หญิงยอมสื่อสารและเข้าใจในความเห็นของกันและกันได้มากกว่าการสื่อสารต่างเพศ

ความคล้ายคลึงกันทางภูมิหลัง แตกต่างจากลักษณะทางประชากรศาสตร์เพราะความคล้ายคลึงกันทางภูมิหลังนี้ไม่ใช่ข้อเท็จจริงที่สามารถระบุได้ชัดเจนเหมือนลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น ความเป็นชาย หรือความเป็นหญิง แต่ความคล้ายคลึงกันทางภูมิหลังเป็นความ

คล้ายคลึงที่เกิดจากการจัดกลุ่มการรับรู้ในสิ่งที่คล้ายกันของคนแต่ละคน เช่น เมื่อคนไทยเราต้องเดินทางไปศึกษาต่อในประเทศตะวันตก ที่นั่นเมื่อเราเห็นคนผมดำ ตาคำ ผิวเหลือง กระบวนการรับรู้ของเราจะจัดประเภทคนที่เราพบนี้เป็นพวกเดียวกับเรา ไม่ว่าโดยข้อเท็จจริงเขาจะเป็นคนไทยหรือไม่ แต่คุณลักษณะที่พบเห็นทำให้เราจัดประเภทว่าเขามีความคล้ายคลึง เรารู้สึกคุ้นเคยทั้ง ๆ ที่ยังไม่ได้เริ่มการสื่อสารพูดคุยกับเขาเลยก็ตาม ความรู้สึกคุ้นเคยนี้เกิดขึ้นเนื่องจากบุคลิกภาพที่แสดงออก และเป็นปัจจัยส่งเสริมทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจในการเข้าไปพูดคุยสื่อสารด้วย

สำหรับความคล้ายคลึงกันด้านทัศนคติ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร เพราะหมายถึงความคล้ายคลึงกันในเรื่องความเชื่อและการให้คุณค่าต่อสิ่งต่าง ๆ ถ้าจะเปรียบเทียบแล้ว ความคล้ายคลึงกันด้านทัศนคตินี้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีการสื่อสารเกิดขึ้นก่อน คู่สื่อสารจึงจะรู้ว่าอีกฝ่ายหนึ่งมีความเหมือนหรือมีความแตกต่างทางทัศนคติระหว่างกันมากน้อยเพียงใด การมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องทัศนคตินับเป็นปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จการสื่อสารของคู่สื่อสารได้อย่างมาก เนื่องจากทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบทั้งด้านความรู้ ความรู้สึกและแนวโน้มของพฤติกรรม คู่สื่อสารที่มีทัศนคติคล้ายคลึงกันจึงมักสามารถสื่อสารกันและเกิดความเข้าใจร่วมกันได้ง่ายกว่าคู่สื่อสารที่มีความแตกต่างด้านทัศนคติ

1.5 การเสริมความแตกต่างของคู่สื่อสาร ในขณะที่ความเหมือนหรือความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสารนับเป็นปัจจัยส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล ความแตกต่างก็เชื่อว่าจะเป็นอุปสรรคในการสื่อสารเสมอไป เพราะความแตกต่างของคู่สื่อสารก็นับว่ามีอิทธิพลส่งเสริมให้คู่สื่อสารทำการสื่อสารกันด้วยเช่นกัน เพราะบางครั้งและบางสถานการณ์คนเราก็มักชอบที่จะสื่อสารกับคนที่มีความแตกต่างไปจากตัวเอง ถ้าสิ่งที่แตกต่างไปนั้นได้สนองตอบต่อความต้องการของตนเองและความแตกต่างนั้นเป็นส่วนเติมเต็มทำให้ตนเองรู้สึกสมบูรณ์มากขึ้นจากการเสริมความแตกต่างของคู่สื่อสาร เช่น คนช่างพูด ช่างคุยมักชอบสื่อสารพูดคุยกับเพื่อนที่ชอบฟัง เป็นต้น

2. การเปิดเผยตนเอง

การเปิดเผยตนเองนับเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้บุคคลสองฝ่ายได้รู้จักกันและกันทั้งด้านความคิด ความรู้สึก สิ่งของแต่ละคนให้ความสำคัญ การเปิดเผยตนเองจะค่อย ๆ มีมากขึ้นตามระดับความสัมพันธ์ที่สองฝ่ายมีต่อกัน แต่การเปิดเผยตนเองในระดับใดจึงจะเหมาะสมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อนและขึ้นกับระดับความสัมพันธ์ที่คู่สื่อสารมีต่อกันตลอดจนกระบวนการเตรียมการบุคคลเข้าสู่สังคมที่เรียกว่ากระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่แต่ละคนได้รับการสั่งสมในระบบสังคมและวัฒนธรรมของตนเองอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การเก็บความรู้สึก การไม่แสดงออกตัวตนที่แท้จริง

มักเกิดขึ้นในสังคมตะวันออก อันเป็นผลสืบเนื่องจากคำสอนที่ถ่ายทอดให้บุตรหลานรู้จักเก็บงำซ่อนความรู้สึก ในขณะที่สังคมตะวันตกให้ความสำคัญกับการแสดงออกที่ตรงไปตรงมา

นักวิจัยด้านการสื่อสารได้พยายามศึกษาธรรมชาติของการเปิดเผยตนและความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยตนเองกับการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น นักจิตวิทยาชื่อ สตีเวน บรเดอร์ (Steven Broder) ได้ค้นพบว่า

- การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นส่วนตัวกับคู่สื่อสารนับเป็นวิธีการที่คู่สื่อสารใช้เพื่อตอบสนองต่อการเปิดเผยตนเองของผู้อื่นต่อตนเองแม้ว่าจะเป็นคนที่เขาไม่ชอบมากนักก็ตาม
- ความชอบนับว่ามีบทบาทสำคัญในการเปิดเผยตนเองของคู่สื่อสาร นอกจากนั้นการเปิดเผยตนเองแก่กันและกันยังเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะต่างตอบแทนอีกด้วย กล่าวคือ คนมักเปิดเผยตนเองกับคนที่ตัวเองชอบ อีกทั้งระดับความชอบจะยิ่งมากขึ้นเมื่ออีกฝ่ายเปิดเผยตนเองกับตน
- ความไว้วางใจนับเป็นตัวแปรสำคัญทำให้คนกล้าเปิดเผยตนเอง
- การเปิดเผยตนเองช่วยให้คนรู้สึกผ่อนคลาย และเป็นวิธีที่ช่วยให้คนเราเข้าถึงและใกล้ชิดกับคนที่เราใส่ใจ

3. ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความไว้วางใจในกันและกันเป็นความรู้สึกที่ไม่เกิดขึ้นได้ในทันทีแต่ต้องอาศัยเวลา เกมเบิลและเกมเบิล (T.K. Gamble & M. Gamble) ระบุว่าทำให้ความไว้วางใจผู้อื่นจะเป็นส่วนส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้อื่นเกิดความไว้วางใจในตัวผู้นั้น นอกจากนั้นยังเป็นตัวแปรสำคัญทำให้ได้รับการสนับสนุนและการร่วมมือ อย่างไรก็ตามพฤติกรรมแสดงออกซึ่งความไว้วางใจระดับไหนจึงจะเหมาะสมขึ้นอยู่กับบริบทและสถานการณ์ซึ่งมีตัวของแต่ละคนเองเท่านั้นที่จะตัดสินใจได้ว่าเมื่อไรและกรณีใดบ้างที่ควรไว้วางใจผู้อื่น

4. ปฏิกริยาป้อนกลับไปมาระหว่างคู่สื่อสารทั้งที่เป็นวัจนสารและพฤติกรรมที่เป็นอวัจนสาร

ปฏิกริยาป้อนกลับด้วยวัจนสารและอวัจนสารที่สลับไปมาระหว่างคู่สื่อสารนับเป็นส่วนสำคัญที่คู่สื่อสารใช้เป็นปัจจัยในการคาดเดาความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกันและกันให้ตอบสนองความต้องการของอีกฝ่าย นอกจากนั้นพฤติกรรมที่เป็นอวัจนสารต่าง ๆ ยังเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างความสนิทสนม ความคุ้นเคยหรือบ่งบอกความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสาร เช่น การมองตาคู่สื่อสาร การหลบสายตา การสัมผัส การโอบกอด ระยะห่างระหว่างคู่

สื่อสาร ฯลฯ อวัจนสารเหล่านี้เป็นส่วนสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นและยังสื่อความหมายให้เห็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างกันของคู่สื่อสารอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องของบุคลิกภาพ แม้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลส่วนมากจะพิจารณาเรื่องความแตกต่างของคน เช่น ความสามารถ นิสัยความสนใจ บุคลิกภาพ แต่มักจะไม่ได้คำนึงถึงวิถีคิดของคน (Psychological dispositions) (Daly, 2002) อย่างไรก็ตาม การสร้างบุคลิกลักษณะ (Trait) ของคน นับว่ามีความน่าสนใจและเป็นเรื่องที่หลอมรวมหลวมมองเข้าด้วยกัน ข้อสมมติที่สำคัญของแนวคิดนี้คือ ความถี่ของคำพูดเรื่องใดจะสะท้อนความความคิดจิตใจเรื่องนั้นๆ บุคลิกของคนมีสิ่งที่สำคัญควรพิจารณา 5 ด้านคือ 1) ด้านประสาท (Neuroticism) เช่น ความโกรธ ความอบอุ่น ความซึมเศร้า ความทุกข์ 2) ด้านความโดดเด่น (Extraversion) เช่น ความอบอุ่น การรวมตัวกัน การอ้างสิทธิ์ ความคล่องแคล่ว 3) ด้านปัญญา (Intellect) เช่น การเปิดหาประสบการณ์ใหม่ การศึกษา การอ่าน ความจำ 4) ด้านการโอนอ่อนผ่อนตาม (Agreeableness) เช่น ความไว้วางใจ การเห็นแก่ส่วนรวม ความถ่อมตัว และ 5) ความยุติธรรม (Conscientiousness) เช่น ความสามารถ ความซื่อสัตย์ การเชื่อฟัง ความมีระเบียบ ความสุขุมรอบคอบ

ในการสร้างบุคลิกนั้นนอกจากจะสนใจเรื่องการหลอมรวมแนวคิดแล้ว ยังเกี่ยวข้องกับการกำหนดการรับรู้ (Cognitive Dispositions) ด้านความเป็นส่วนตัวและการปรับเข้ากับสังคม (Social-Personal Dispositions) ด้านการสื่อสาร (Communicative Dispositions) ด้านการกำหนดความสัมพันธ์ (Relational Dispositions) ส่วนที่มีความสำคัญต่อการศึกษารองนี้ คือการกำหนดการสื่อสารซึ่งประกอบด้วย การโต้แย้งและการใช้คำที่รุนแรง (Argumentativeness & Verbal Aggressiveness) ความกลัวการสื่อสาร (Communication Apprehension) ความขัดแย้ง (Conflict) ความสามารถในการสื่อสารและทักษะทางสังคม (Communication Competence & Social Skills)

ทฤษฎีทางด้านบุคลิกลักษณะของคน (Trait Theory) อธิบายว่าบุคลิกเป็นความสัมพันธ์ที่คงเส้นคงวาระหว่างการคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่มีต่อสถานการณ์ บุคลิกของคนมักจะทำนายพฤติกรรมของเขาได้ด้วย (Littlejohn, 2008)

แม้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเน้นที่บุคคล แต่มุมมองเรื่องอัตลักษณ์ กำลังเป็นเรื่องที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจเรื่องการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารว่าด้วยเรื่องอัตลักษณ์

(Communication Theory of Identity) โดยไมเคิล เฮคท์ และคณะ (อ้างใน Littlejohn, 2008) อธิบายว่าอัตลักษณ์เป็นจุดร่วมระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม โดยที่มีการสื่อสารคือตัวเชื่อม ซึ่งแท้จริงแล้วอัตลักษณ์เป็น “รหัส” หรือ “สัญญาณ” (Code) ที่จะกำหนดความเป็นสมาชิกภาพในชุมชนที่หลากหลาย สัญญาณนี้ประกอบด้วยสัญลักษณ์ ที่เทียบได้กับการแต่งกาย ทรัพย์สิน คำพูด ที่แสดงความเป็นตัวตนของคน มิติของอัตลักษณ์ทางการสื่อสารนั้นประกอบด้วย ความรู้สึก (Feelings) ความคิด (Thoughts) การปฏิบัติ (Actions) และความรู้สึกถึงความสัมพันธ์ (Sense of a Relationship)

เรื่องของอัตลักษณ์สามารถจัดได้ 4 ลำดับ คือ 1) ชั้นส่วนตัว (Personal Layer) เป็นความรู้สึกของตัวเองในเหตุการณ์ทางสังคม 2) ชั้นแสดงออก (Enactment Layer) คือสิ่งที่คนอื่นมองตัวเราจากสิ่งที่เราทำ เรามี หรือเราแสดง 3) ชั้นความสัมพันธ์ (Relational Layer) เป็นการมองว่าเราเป็นอย่างไรต่อคนอื่น อัตลักษณ์จะเกิดจากปฏิสัมพันธ์ที่เรามีต่อคนอื่น และ 4) ชั้นประชาคมหรือชุมชน (Communal Layer) ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มที่ใหญ่ขึ้น หรือวัฒนธรรม อัตลักษณ์ระดับนี้มี ความสำคัญมาก โดยเฉพาะวัฒนธรรมของคนเอเชีย

เมื่อพิจารณาการสื่อสารของอวาตาร์แล้ว จึงเป็นการแสดงออกเพื่อให้ผู้เล่นเกมคนอื่นเข้าใจตัวตนของผู้เล่นเกมที่สร้างอวาตาร์นั้นอย่างที่ต้องการให้เห็น และการสื่อสารของอวาตาร์นี้เองจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอวาตาร์ขึ้น แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 โดยช่วยอธิบายถึงการสร้างอวาตาร์หรืออัตลักษณ์เสมือนจริงของผู้เล่นเกมออนไลน์ เพราะผู้เล่นเกมจะสร้างลักษณะเฉพาะของตนเองอย่างไรเพื่อดึงดูดให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ต้องการสื่อสารขึ้นมา

2) แนวคิดเรื่องการสื่อสารกลุ่ม (Group Communication)

การสื่อสารกลุ่มเป็นการสื่อสารของบุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ สมาชิกกลุ่มมักมีความคล้ายคลึงกัน มีการพึ่งพาอาศัยกัน มีบรรทัดฐานร่วมกันและร่วมมือเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกัน การสื่อสารกลุ่มจะต้องมีโครงสร้างและกระบวนการสื่อสาร รวมทั้งรูปแบบและวิธีการเพื่อให้สมาชิกได้แสดงบทบาท สถานภาพ อำนาจ ภาระหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมและการดำรงอยู่ของกลุ่ม

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม ประกอบด้วย เป้าหมาย และบทบาทของสมาชิกในการสื่อสารกลุ่ม ผลกระทบของวัฒนธรรมในการสื่อสารกลุ่ม การพึ่ง และปฏิกริยาป้อนกลับ บทบาทของสมาชิกมี 3 ลักษณะคือ บทบาทในการเป็นกลุ่มทำงาน บทบาทในการสร้างและธำรงรักษากลุ่ม และบทบาทที่เป็นปัจเจก กลุ่มจะมีบรรทัดฐาน ค่านิยม รูปแบบและกระบวนการสื่อสารและทำงานในกลุ่ม ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกจำเป็นต้องเรียนรู้

ในการสื่อสารกลุ่มนั้นจะมีผู้นำหรือหัวหน้ากลุ่ม ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ทำให้การสื่อสารในกลุ่มหรือกระบวนการทำงานของกลุ่มดำเนินไปด้วยดี โดยเฉพาะกรณีการแก้ปัญหาหรือการตัดสินใจกลุ่ม สำหรับในส่วนของสมาชิกนั้นย่อมมีความแตกต่างกัน อาทิ ความแตกต่างทางเพศ วัย การศึกษา วัย การศึกษา อาชีพ รายได้ วัฒนธรรมและเชื้อชาติ ดังนั้นสมาชิกจึงต้องคำนึงถึงและพยายามเข้าใจในความแตกต่าง เพื่อปรับตัวและทำให้ปัจเจกบุคคลมีความสุขในการอยู่ร่วมกันเป็นสมาชิก ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งและส่งเสริมความผืนึกแน่นของกลุ่ม

การสื่อสารกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายกลุ่ม เพื่อตัดสินใจ เพื่อจัดข้อขัดแย้ง โดยอาศัยการโต้แย้งแสดงเหตุผลเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุด เพื่อการโน้มน้าวใจ และเพื่อแสดงถึงสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของสมาชิก หน้าที่และบทบาทของการสื่อสารกลุ่ม โดยทั่วไปสามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ เพื่อหาข้อเท็จจริง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและข้อคิดเห็นเพื่อแก้ปัญหา และเพื่อตัดสินใจ

ผู้นำกลุ่มเกิดขึ้นใน 2 ลักษณะ คือ จากการแต่งตั้งและจากการเลือกตั้ง มีบทบาทหน้าที่ทำให้การสื่อสารภายในกลุ่มหรือกระบวนการทำงานของกลุ่มดำเนินไปด้วยดี ประเภทของผู้นำ แบ่งได้ 3 แบบคือ แบบอัตนียม แบบประชาธิปไตยและแบบเสรีนิยม โดยผู้นำทั้ง 3 แบบ นี้มีพันธกิจที่

เกี่ยวข้องกับภาระงาน กระบวนการทำงาน และกระบวนการสร้างสัมพันธภาพภายในกลุ่ม การมีส่วนร่วมหรือบทบาทของสมาชิกในกลุ่มขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของสมาชิก ในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ วัฒนธรรมและเชื้อชาติ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมอันเนื่องมาจากความคิด ความรู้สึกของสมาชิกที่มีต่อตนเองและต่อสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่ม

ความขัดแย้งในกลุ่มเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีความคิด ความเชื่อ ทักษะคิดต่างๆ ไม่ลงรอยกัน ซึ่งอาจแก้ไขได้โดย ผลักดัน ช่วยกันแก้ไข ประนีประนอม หลีกเลียงหรือทำให้ราบรื่น สาวนความหนักแน่นของกลุ่มหรือความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งสร้างขึ้นจากบรรทัดฐานร่วมกัน ทั้งความขัดแย้งและความหนักแน่นของกลุ่มมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบ

ขั้นตอนการสร้างกลุ่ม

1. การรวมสมาชิก (Groping) การรวมกลุ่มครั้งแรกจะมีความสับสน เพราะไม่รู้จักกันดีพอ เกิดความไม่ไว้วางใจ จึงต้องมีการกำหนดแผนการทำงานขึ้นว่าจะร่วมมือกันอย่างไร ซึ่งอาจจะมีความขัดแย้งเกิดขึ้นบ้าง ต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนรู้จักซึ่งกันและกัน
2. การทำความรู้จักซึ่งกันและกัน (Griping) พยายามทำความรู้จักและเข้าใจซึ่งกันและกัน เอาใจเขามาใส่ใจเราแม้ทุกคนจะมีความแตกต่างกันก็ตาม เรียนรู้ที่จะคลี่คลายสถานการณ์ ขึ้นนี้มีความสำคัญมาก ถ้าผ่านไปได้ความเป็นกลุ่มก้อนจะเริ่มขึ้น
3. การสร้างความสนิทสนม (Grasping) ความคิด ข้อเสนอแนะเริ่มลงตัว สมาชิกมีความเห็นและเห็นแนวทางปฏิบัติงานของกลุ่มชัดเจนขึ้น มีความเป็นกันเองมากขึ้น
4. การรวมตัวเป็นกลุ่ม (Grouping) รู้จักกันมากขึ้น เข้าใจการทำงานของแต่ละคน มองเห็นหน้าที่ของตนในงานมากขึ้น บทบาทประเภท task role และ group role เริ่มมีให้เห็น
5. การลงมือปฏิบัติงานของกลุ่ม (Group Action) ทุกคนร่วมมือกันทำงาน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน ร่วมกันเป็นผู้นำ ทำงานแบบประชาธิปไตย

กลุ่มบางกลุ่มเกิดขึ้นเพียงระยะสั้นๆ แต่บางกลุ่มอยู่คงทนถาวร บางกลุ่มมีลักษณะทางการ แต่บางกลุ่มเป็นแบบไม่ทางการ บุคคลมีเสรีภาพในการเลือกกลุ่ม แต่บางครั้งก็ไม่มีเสรีภาพในการเลือกกลุ่ม เช่น การเป็นสมาชิกของครอบครัว สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มทุกคนจะมีวัตถุประสงค์คล้ายกัน แต่ไม่ได้มีทุกอย่างที่เหมือนกัน แต่ละคนจะนำความเป็นตัวเองคิดเข้ามาด้วย การรวมตัวเช่นนี้อาจก่อให้เกิดการดิ้นรนเพื่ออำนาจ ดังนั้น ความสัมพันธ์และรูปแบบการสื่อสารต้องมีการพัฒนาเพื่อให้

กลุ่มทำงานไปได้ ถ้าไม่มีการแลกเปลี่ยนสนทนากัน กลุ่มก็จะไม่เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาได้

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการสื่อสารกลุ่ม

ปัจจัยภายในเป็นเรื่องแนวคิดจิตวิทยา ซึ่งจิตวิทยาคือการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ด้านการรับรู้ หลักการรับรู้ที่นำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ผู้สื่อสารจะต้องเข้าใจว่า การรับรู้องค์ประกอบสำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ การรับรู้เป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ สามารถนำการรับรู้มาประยุกต์ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพได้ ความต้องการของปัจเจกบุคคลมีผลต่อการเลือกรับรู้และการตามอย่างก็มีผลต่อการรับรู้ด้วยเช่นกัน

การรับรู้ (Perception) การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่การมีสิ่งเร้ามา กระทับกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความ กระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making) กระบวนการของการรับรู้ เกิดขึ้นเป็นลำดับดังนี้ Sensing > Memory > Learning > Decision making สิ่งเร้าไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ สิ่งของ หรือสถานการณ์ มาเร้าอินทรีย์ ทำให้เกิดการสัมผัส (Sensation) และเมื่อเกิดการสัมผัสบุคคล จะเกิดมีอาการแปล การสัมผัสและมีเจตนา (Conation) ที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัส จะเกิดขึ้นในสมอง ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เช่น การที่เราได้ยินเสียงดัง “ปัง” สมองจะแปลเสียงดัง “ปัง” นั้น โดยเปรียบเทียบกับเสียงที่เคยได้ยินว่าเป็นเสียงของอะไร เสียงปืน เสียงระเบิด เสียงพลุ เสียงประทัด เสียงของท่อไอเสียรถ เสียงเครื่องยนตร์ระเบิด หรือเสียงอะไร ในขณะที่เปรียบเทียบ จะทำให้เกิดแปลความหมายและต่อไปก็รู้ว่าเสียงที่ได้ยินนั้นคือ เสียงอะไร อาจเป็นเสียงปืน เพราะบุคคลจะแปลความหมายได้ ถ้าบุคคลเคยมีประสบการณ์ในเสียงปืนมาก่อน เช่น ถ้าเป็นตำรวจก็อาจแปลได้ว่าเป็นปืนชนิดใด จากตัวอย่างข้างต้นนี้ เราอาจสรุป กระบวนการรับรู้ จะเกิดได้จะต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิด การรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบกาย ที่เป็น คน สัตว์ และสิ่งของ

ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้รู้สึกสัมผัส เช่น ตาหู จมูกได้กลิ่น ลิ้นรับรส และผิวหนังรับร้อนหนาว

ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส

การแปลความหมายของสิ่งที่เรสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ที่บทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้า นั้นคืออะไร

เมื่อมนุษย์เรารู้จักเร้าโดยสิ่งแวดล้อม ก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา ทำหน้าที่คือ มองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือ ได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รู้รส จมูก ทำหน้าที่ดมคือ ได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรู้สึก ได้อย่างถูกต้อง กระบวนการรับรู้ ก็สมบูรณ์แต่จริงๆ แล้วยังมีการสัมผัสภายในอีก 3 อย่างด้วยกันที่จะช่วยให้เรารับสัมผัสสิ่งต่างๆ ลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้ การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้ ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า (Stimulus) มากระทบอวัยวะสัมผัสของอินทรีย์ ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมองเพื่อสั่งการ ตรงนี้เกิดการรับรู้ (Perception) ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจโดยอาศัยความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เซาว์นปัญญา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง การรับรู้ (Perception) กลไกของการรับรู้ กลไกการรับรู้เกิดขึ้นจากทั้ง สิ่งเร้าภายนอกและภายใน อินทรีย์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม อวัยวะรับสัมผัส (Sensory organ) เป็น เครื่องรับสิ่งเร้าของมนุษย์ ส่วนที่รับความรู้สึกของอวัยวะรับสัมผัสอาศัยอยู่ลึกเข้าไปข้างใน มองจากภายนอกไม่เห็น อวัยวะรับสัมผัส แต่ละอย่างมีประสาทรับสัมผัส (Sensory nerve) ช่วยเชื่อมอวัยวะรับสัมผัสกับเขตแดนการรับสัมผัสต่างๆ ที่สมอง และส่งผ่านประสาทมอเตอร์ (Motor nerve) ไปสู่อวัยวะมอเตอร์ (Motor organ) ซึ่งประกอบไปด้วยกล้ามเนื้อและต่อมต่างๆ ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองของอวัยวะมอเตอร์ และจะออกมาในรูปใดขึ้นอยู่กับ การบังคับบัญชาของระบบประสาท ส่วนสาเหตุที่มนุษย์เราสามารถไวต่อความรู้สึกก็เพราะ เซลประสาทของประสาทรับสัมผัสแบ่งแยกแตกออกเป็นกิ่งก้านแผ่ไปติดต่อกับอวัยวะรับสัมผัส และที่อวัยวะรับสัมผัสมีเซลล์รับสัมผัสที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวจึงสามารถทำให้มนุษย์รับสัมผัสได้ จิตใจติดต่อกับโลกภายนอกได้โดยการสัมผัส คนตาบอดแม้อธิบายให้ฟังว่าสีแดง สีเขียวเป็นอย่างไร เขาก็จะเข้าใจให้ถูกต้องไม่ได้เลย เพราะเขามองไม่เห็น และเรื่องสีนี้จะต้องรับรู้ด้วยตา เครื่องมือสัมผัสอย่างหนึ่งก็ทำหน้าที่อย่างหนึ่ง คนหูหนวกย่อมไม่รู้สึกถึงลีลาความไพเราะของเสียงเพลง ดังนั้นการสอนจึงเน้นว่า “ให้สอนโดยทางสัมผัส” การรับรู้นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ การรับรู้ที่ถูกต้องจึงจะส่งผล ให้ได้รับ ความรู้ที่ถูกต้อง นักเรียนต้องได้รับการรับรู้ที่ถูกต้อง มิฉะนั้นความรู้ที่รับไปก็ผิดพลาด อวัยวะสัมผัส กับการรับรู้ มนุษย์ย่อมมีพฤติกรรม สนองตอบสิ่งแวดล้อมกระบวนการของการรับรู้เป็นสิ่งแรกที่มนุษย์สนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบประสาท อวัยวะสัมผัส เป็นปัจจัยสำคัญของกระบวนการรับรู้ต้องมีความสมบูรณ์จึงจะสามารถรับรู้สิ่งเร้าได้ดีเพราะอวัยวะสัมผัสรับสิ่งเร้า ที่มากระทบประสาทรับสัมผัสส่ง

กระแสประสาทไปยังสมองเพื่อให้สมองแปลความหมายออกมา เกิดเป็นการรับรู้ และอวัยวะสัมผัสของมนุษย์ มีขีดความสามารถจำกัด กลิ่นอ่อนเกินไป เสียงเบาเกินไป แสงน้อยเกินไป ย่อมจะรับสัมผัสไม่ได้ ดังนั้นประเภท ขนาด คุณภาพของสิ่งเร้าจึงมีผลต่อการรับรู้และการตอบสนอง สิ่งเร้าบางประเภทไม่สามารถกระตุ้นอวัยวะสัมผัสของเราได้ เช่น กลิ่นวิทยู

การจัดระบบการรับรู้ มนุษย์เมื่อพบสิ่งเร้าไม่ได้รับรู้ตามที่สิ่งเร้าปรากฏแต่จะนำมาจัดระบบตามหลักดังนี้

1. หลักแห่งความคล้ายคลึง (Principle of similarity) สิ่งเร้าใดที่มีความคล้ายกันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน
2. หลักแห่งความใกล้ชิด (Principle of proximity) สิ่งเร้าที่มีความใกล้กันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน
3. หลักแห่งความสมบูรณ์ (Principle of closure) เป็นการรับรู้สิ่งที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ขึ้น

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่เกิดจากการรับรู้ของบุคคลก่อนที่จะทำการสื่อสาร ดังนั้นแนวคิดเรื่องการสื่อสารกลุ่ม จะช่วยเป็นแนวทางการทำความเข้าใจวิธีการสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์โดยช่วยอธิบายเรื่องการสร้างกลุ่มและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารกลุ่ม

3) แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์เกิดขึ้นผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (Social Construct) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้นและมีการสร้างความหมายต่างๆ ผ่านระบบการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation)

จูลาพอร์ธ (2551) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน (Way of Life) เป็นเรื่องของทุกสิ่งทุกอย่าง เป็นเรื่องราวทั้งหลายทั้งมวลแห่งชีวิตมนุษย์ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมร่วมสมัย และภูมิปัญญาและเทคโนโลยี

วัฒนธรรมเป็นตัวแทนของสิ่งที่อยู่ภายนอก เช่น บทบาทของสถาบัน และสิ่งที่อยู่ภายใน เช่น ค่านิยม ทศนคติ ความเชื่อ แม้แต่เกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์รูปแบบต่างๆ ก็จัดว่าเป็น วัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary Culture) ในด้านของศิลปะการเล่นหรือสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics or Arts and Sports)

“อัตลักษณ์” เป็นกระบวนการที่มอบสถานะให้บุคคล เป็นกระบวนการเชื่อมโยงบุคคลกับสังคมที่อาศัยอยู่ เป็นเหมือนเครื่องมือ กรอบแนวคิด ที่ทำให้บุคคลเข้าใจการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ จึงกล่าวได้ว่าความพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์นั้นทำให้แนวคิดตลอดจนประเด็นต่างๆ ทางการศึกษาขยายวงกว้างและน่าสนใจมากขึ้น

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกและสังคม ในแง่หนึ่งอัตลักษณ์เป็นมิติด้านในของอารมณ์ความรู้สึก ความคิด หรือจิตใจที่เกี่ยวกับตัวเอง ที่มักเปลี่ยนแปลงไปได้จากการผูกยึดตัวเองกับโลกรอบตัว ส่วนในอีกแง่หนึ่ง อัตลักษณ์คือความเป็นปัจเจกที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับสังคม กล่าวคือบุคคลจะถูกกำหนดบทบาทและหน้าที่จากสังคม ดังนั้น อัตลักษณ์จึงถูกแบ่งออกเป็นสองระดับคือ ระดับแรก ได้แก่ อัตลักษณ์ส่วนบุคคลหรืออัตลักษณ์ของปัจเจก และระดับที่สอง ได้แก่ อัตลักษณ์ทางสังคมหรืออัตลักษณ์กลุ่ม (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546)

ในอดีต เรื่องอัตลักษณ์ของปัจเจก (Personal Identity) ถูกเข้าใจว่ามีลักษณะเชื่อมต่อกันและตายตัว เป็นสิ่งที่นิยามได้ตามลักษณะภายนอกที่ปรากฏ เช่น อัตลักษณ์ทางเพศ ปรากฏให้เห็นในลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ทั่วไป กล่าวคือ แนวคิดยุคสมัยใหม่ที่มีหัวใจของวิธีคิดอยู่ที่เหตุผลความสามารถของมนุษย์ในการเข้าถึงความเป็นจริงและหลักวิทยาศาสตร์ จึงทำให้ประเด็นของเรื่องอัตลักษณ์ผูกเชื่อมกับการค้นหา บางสิ่งบางอย่างที่เป็นแก่นแกนหรือสารัตถะ ที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก ซึ่งสังคมและมนุษย์ตามธรรมชาติจะต้องมีบางสิ่งบางอย่าง แนวคิดนี้เรียกว่า สารัตถะนิยม (Essentialism) งานศึกษาต่างๆ จึงมุ่งหาแก่นแท้ของมนุษย์ว่าคืออะไร มีหรือไม่มี และขึ้นอยู่กับสิ่งใดบ้าง (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546)

ความหมายของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์คือความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น และในขณะเดียวกัน มโนทัศน์ทางด้านอัตลักษณ์จะถูกกล่าวควบคู่ไปกับเรื่องของอำนาจ ซึ่งหมายถึงการมองเชิงเปรียบเทียบของสองสิ่งที่มีความสูงต่ำด้านศักดิ์ศรีหรือสิทธิต่างกัน นิยามความหมายหรือการสร้างภาพแทนความจริง (Representation) เมื่ออัตลักษณ์ไปสัมพันธ์กับแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จะมีความหมายที่แตกต่างจากความหมายที่เข้าใจกันโดยสามัญสำนึกมาก (อภิญา เฟื่องฟูสกุล. 2546)

อัตลักษณ์ แตกต่างจากบุคลิกภาพในประเด็นที่สำคัญหลายประการ แต่ละคนอาจมีบุคลิกภาพร่วมหรือเหมือนกับบุคคลอื่น แต่การมีอัตลักษณ์ร่วมหรือเหมือนกับคนอื่นนี้มีนัยของการเกี่ยวพันกับการตื่นตัว (active) บางอย่างในตัวบุคคลผู้นั้น เช่น เราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่น และอัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (Awareness) บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นของเรา เป็นการชี้ชัดว่าบุคลิกภาพหรือลักษณะเฉพาะเป็นอย่างไร เป็นการอธิบายลักษณะทั่วไปที่บุคคลทั่วไปน่าจะมี เช่น การเข้าสังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่อัตลักษณ์ต้องการพื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิกภาพ แต่เราต้องแสดงตนเอง (นั่นคือการยอมรับอย่างตั้งใจ) กับอัตลักษณ์ ความสำคัญของการแสดงตัวตน (Marking Oneself) คือการมีอัตลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มอื่น หากลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับใครสักคนในครั้งแรก และเรากำลังพยายามค้นหาว่าเขาคือใคร ด้วยการตั้งคำถามว่าเขามาจากไหนและเขาทำอะไรในสถานการณ์ต่างๆ การค้นหาคำตอบต่างๆ นี้เป็นการกำลังพยายามค้นหาสิ่งเกี่ยวกับตัวของบุคคลอื่นและสิ่งที่ทำให้บุคคลอื่นเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่เรามีส่วนร่วม) และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเรา หรือการพิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่คุณจะไป คุณได้ยินเสียงคนกลุ่มหนึ่งกำลังสนทนาแล้วพูดภาษาเดียวกับคุณ คุณจะรับรู้ด้วยความรู้สึกของการระลึกรู้ (Recognition) และความเป็นเจ้าของร่วมกับกลุ่มนั้นการที่คุณมีบางอย่างร่วมนี้ ได้นำเสนอช่วงของการระลึกรู้และการมีบางอย่างร่วมกับผู้อื่นผู้ที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับคุณ อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยการคล้ายกัน นั่นคือมันเกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือนกับเรา (Kath อังถึงใน พิสิษฐ์ คุณวโรตม์. 2545)

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ก็ยังเกี่ยวข้องกับ มิติ "ภายใน" ของความเป็นตัวตนอย่างมากทั้งในด้านของ อารมณ์ ความรู้สึกเรา เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง ใน กระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและปริมณฑลของอัตลักษณ์และตัวคนที่ซ้อนทับกันอยู่ จึงมีการ จัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับคือระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และอัต ลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่จะใช้แสดงตน เช่น ความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี ภรรยา หรือการกำหนดบทบาทหน้าที่โดยสังคมและระบบคุณค่า เช่นการประดับเข็มโรงเรียน ผ้าพันคอของทีมกีฬา สัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง(Representation) เป็นสิ่งสำคัญใน การแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการ สร้างความต่างจากคนอื่น เช่น การแต่งตัวของวัยรุ่นไทยที่มีลักษณะคล้ายกับการแต่งตัวของดารา เกาหลี ทำให้วัยรุ่นไทยที่แต่งตัวเช่นนั้นก็มีอัตลักษณ์เป็น “เกาหลี” ซึ่งสะท้อนความทันสมัย ขณะเดียวกันก็อาจทำให้เกิดความแตกต่างจากการแต่งตัวของเด็กไทยโดยทั่วไป ในความเข้าใจนี้เอง แม้ว่าในฐานะของบุคคลเราควรยอมรับในอัตลักษณ์ต่างๆ อย่างตั้งใจ อัตลักษณ์เหล่านั้นยังเป็น ผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัด เตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่ นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังรวม ถึงเรื่องราว “ฉัน มองตัวฉันเองอย่างไร และคนอื่นมองฉันอย่างไร” เป็นการกำหนดตำแหน่งจากสังคม ที่เกิดขึ้นจาก การรับรู้ของคนอื่น ไม่ใช่เกิดจากการรับรู้ของตัวเองเท่านั้น อย่างไรก็ตามการที่เรามองตัวเราอย่างไร และคนอื่นมองเราอย่างไรอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อัตลักษณ์ก่อตัวขึ้นโดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แต่ละบุคคลอาจจะมีอัตลักษณ์ หลายแบบได้ และเมื่อบุคคลยอมรับอัตลักษณ์แบบหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง ก็จะมีการกำหนดตำแหน่ง ของตนเองอย่างหนึ่ง และถูกสังคมกำหนดตำแหน่งให้แบบหนึ่งเช่นกัน สิ่งที่เกิดขึ้นนี้เป็นความ แตกต่าง ของการสร้างอัตลักษณ์ อัตลักษณ์ที่หลากหลายนี้เชื่อมโยงกับสังคมได้อย่างไร มุมมองทาง สังคมของอัตลักษณ์จะทำให้เห็น โครงสร้างต่างๆ ทางสังคมที่เราเองก็มีส่วนร่วมในการสร้างขึ้นด้วย เช่นกัน

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) กล่าวว่าอัตลักษณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น ในสังคม (Social Construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบ

เป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

สรุปได้ว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้น และเกิดจากการสังสมของผลผลิตทางวัฒนธรรมที่จะระบุให้แต่ละบุคคลเป็นใคร หรือเป็นอะไร ด้วยตัวของตัวเองหรือด้วยบุคคลอื่น ซึ่งอัตลักษณ์ที่รับเข้ามานั้นจะกำหนดบทบาทและพฤติกรรมของบุคคลนั้นว่าควรจะมีรูปแบบในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมต่อไปอย่างไร

การแสดงออกถึงเรื่องอัตลักษณ์

การที่เราจะแสดงให้เห็นว่าเราเป็นใครหรือคนอื่นจะทำให้คำนิยามว่าเราเป็นใครนั้นจะเกิดจากพฤติกรรมและบริบทรอบตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นการพูดการกระทำการบริโภค ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบของการสื่อสารด้วยกันทั้งสิ้น

แนช แจฟฟรี (Nash Jaffrey. 1985: 416) มองว่าอัตลักษณ์ เป็นความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับตัวเองและแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมต่างๆ ซึ่ง กอฟแมน (Goffman. 1959 อ้างถึงใน บงชมาศ เอกเอี่ยม. 2532 : 21) ก็แสดงความเห็นไว้ใกล้เคียงกับอัตลักษณ์ก็คือการแสดง อัตตะซึ่งถูกเสนอต่อบุคคลอื่นๆ อย่างสม่าเสมอในรูปแบบของการกระทำทางสังคมภายในชีวิตประจำวัน เหมือนกับการเล่นละครที่จะต้องพูดตามบทที่กำหนดเอาไว้ให้ อย่างไรก็ดี ูว์ดวาร์ด (Woodward. 1997) ได้กล่าวแย้งว่าแม้บทบาทต่างๆ จะถูกกำหนดไว้แล้ว แต่เราก็สามารถที่จะเลือกกระทำและมีได้เอง เช่น กรณีของนักเรียนถูกกำหนดบทบาทให้ตั้งใจเรียนหนังสือ ไปโรงเรียนทุกวัน แต่บางคนก็เลือกที่จะไม่ตั้งใจเรียน หรือโดดเรียนในบางครั้ง

อัตลักษณ์ไม่ได้แสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมเท่านั้น ช่วงศตวรรษที่ 19 อัตลักษณ์จะถูกโยงไว้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตคือ คนเราจะมีอัตลักษณ์เหมือนงานที่ทำ อัตลักษณ์ของคนเห็นได้จากสิ่งที่กินสิ่งที่ใช้ เช่น มองว่าเพลงที่ฟัง หนังสือดู เสื้อผ้าที่สวมใส่ หนังสือที่อ่าน อาหารที่

เลือก ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ. 2547) ซึ่งสิ่งเหล่านั้นเราอาจจะเรียกได้ว่าเป็นการแสดงอัตลักษณ์ผ่านสัญลักษณ์อย่างที่ว่าวูดวาร์ด (Woodward. 1997) มองว่า ภาษา เสื้อผ้า เข็มตรา โรงเรียน ฯลฯ เป็นสัญลักษณ์และภาพตัวแทน (Symbol & Representation) ที่สามารถแสดงให้เห็นได้ว่าเราเหมือนกับบางคน(พวกเรา) และแตกต่างจากบางคน(พวกเขา) เช่น นาง ก. เลือกใส่เสื้อผ้ายี่ห้อดังจากฝรั่งเศส แสดงให้เห็นว่าเป็นคนมีฐานะมีรสนิยมทันสมัย นาง ข. ชอบแต่เสื้อผ้าแนวเดียวกับนาง ก. ก็ถือได้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน ส่วนนาง ค. ที่ชอบแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าทอมือพื้นเมืองที่ผลิตในประเทศไทยจะถือเป็นคนต่างกลุ่ม

การอธิบายถึงวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมเพื่อบอกถึงอัตลักษณ์ ก็เป็นกระบวนการที่เป็นเส้นทางหรือวิถีทางที่จะอธิบายตัวเรา ตัวอย่างเช่น การเลือกดูภาพยนตร์บางประเภท สไตลล์ของเพลงที่ชอบ อาหารที่กินเป็นประจำ ทีมฟุตบอลทีมโปรด หรือประเภทหนังสือที่อ่าน ซึ่งการพูดถึงวิถีชีวิตดังกล่าวก็คือการบริโภคทางวัฒนธรรม ซึ่งจริงๆ แล้ว อัตลักษณ์ก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะเหล่านี้อย่างโดดๆ เพราะหนังสือที่เราชอบหรือเพลงที่เลือกฟังก็เป็นสิ่งที่เหมือนกันกับคนอื่นๆ ดังนั้นในสังคมบริโภคนิยมจึงได้สร้างความหมาย หรือสัญลักษณ์ที่แตกต่างขึ้น และอัตลักษณ์ก็สามารถอธิบายได้ด้วยความแตกต่างนี้ อีกนัยหนึ่งอัตลักษณ์ขึ้นอยู่กับความแตกต่าง(ที่ถูกสร้างขึ้น)นั่นเอง การสร้างความแตกต่างดังกล่าว อาจสื่อสารผ่านวัตถุ สิ่งของ หรือสินค้าที่บริโภค เช่น การสอบถามความแตกต่างของชาวเซิร์บกับชาวโครแอตระหว่างการทำสงครามกัน ทั้งๆ ที่เคยเป็นกลุ่มคนในชุมชนเดียวกัน คำตอบของชาวเซิร์บคือการใช้บุหรี่ที่พวกเขาสูบ ซึ่งเป็นคนละยี่ห้อกับชาวโครแอตเป็นตัวแบ่งแยกและชี้ว่า “พวกเขา” ต่างกับ “พวกเรา” อย่างไร และคนมีลักษณะอย่างไร (Woodward. 1997 : 8-9,29) กล่าวโดยสรุปการอธิบายอัตลักษณ์ของปัจเจกก็คือการบอกกล่าวถึงความที่ตนเองแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร

3) แนวคิดเรื่องเกมออนไลน์ (Online Game)

เกมออนไลน์ หรือ เกมที่เล่นผ่านอินเทอร์เน็ต ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องจากรูปแบบของการเล่นเกมผ่านเครื่องเล่นเกมที่ต่อผ่านจอภาพโทรทัศน์ (Game Console) ที่มีผู้เล่นพร้อมกันได้ 2-4 คน ต่อมามีการพัฒนาแผ่นซอฟต์แวร์โปรแกรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Game software) โดยเล่นเพียง 1-2 คน ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้น และมีการพัฒนาซอฟต์แวร์เกมที่หลากหลายมาจำหน่าย และเมื่อมีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ทำให้มีผู้พัฒนาเกมที่เล่นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเกมออนไลน์ (Online Gaming) ขึ้น ซึ่งผู้เล่นจะสามารถเล่นได้หลายๆ คนพร้อมกัน

ทำให้เกิดความสนุก ผู้เล่นจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเกม รวมทั้งมีการติดต่อสื่อสารกับผู้เล่นอื่นๆ ได้ ทั้งผ่านการพูดคุยและผ่านการต่อสู้หรือแข่งขันในเกม มีการแข่งขันเพื่อเก็บสะสมคะแนน ของรางวัลและมีผู้แพ้ผู้ชนะ ทำให้การขยายตัวของฐานผู้เล่นเกมเป็นไปอย่างรวดเร็วครอบคลุมทั่วโลก ซึ่งรวมถึงในประเทศไทยด้วยจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ในปี 2549³ พบว่า ร้อยละ 56.7 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเคยเล่นเกมออนไลน์ โดยรูปแบบการเกมนั้นมีทั้งเล่นในบ้านและเล่นในร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่หรือร้านเกมเน็ตเวิร์กที่เปิดให้บริการทั่วไป

การเล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยนั้นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดเกมออนไลน์ขยายตัวมากขึ้นนั้น เนื่องจาก

1) เนื้อหาของเกม มีการพัฒนาโดยการนำเอาภาพเคลื่อนไหวของการ์ตูนที่มีสีสันสวยงาม มีความสมจริงและมีเนื้อหาที่ชวนติดตาม สามารถทำให้ผู้เล่นรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเกมได้

2) การขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กที่มีอายุระหว่าง 10-19 ปี ขยายตัวเพิ่มขึ้น ในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนั้น จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ในปี 2546⁴ ระบุว่า กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 10-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.4 และกลุ่มอายุ 30-39 ปีคิดเป็นร้อยละ 19.9 ตามลำดับ

3) ประสิทธิภาพของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านความต่อเนื่องในการเชื่อมต่อ ความเร็ว และการขยายพื้นที่ให้บริการมีความสำคัญต่อการขยายเครือข่ายการเล่นเกมออนไลน์ให้เพิ่มสูงขึ้นโดยครอบคลุมพื้นที่และรองรับผู้เล่นเกมได้เพิ่มขึ้น

4) มีการเปิดให้ทดลองเล่น ในช่วงแรกของการให้บริการนั้น ผู้ให้บริการเกมจะเปิดให้ผู้เล่นทดลองเข้าไปเล่นฟรีสำหรับผู้เล่นทั่วไป เพื่อให้ผู้เล่นเกมเกิดความคุ้นเคยกับเกมที่จะเล่นก่อนที่จะเล่นเกม จากนั้นจึงเรียกเก็บค่าบริการในภายหลัง การเปิดให้เล่นเกมนั้นเท่ากับว่าเป็นการสร้างฐานลูกค้าล่วงหน้า เมื่อผู้เล่นเกมเกิดความชอบในเกมแล้ว ทางผู้ให้บริการก็สามารถหารายได้จากฐานผู้เล่นเหล่านี้ได้

³ ข้อมูลจาก

http://www.nectec.or.th/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=35&Itemid=164

⁴ แหล่งเดียวกัน

5) ค่าบริการไม่สูงมากนัก สำหรับค่าใช้จ่ายในการเล่นเกมนั้น ผู้เล่นจะต้องต่อเชื่อมคอมพิวเตอร์เข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในอัตรา 5-12 บาท ต่อชั่วโมงจากนั้นจึงเข้าเว็บไซต์ของเกม ลงทะเบียนและกรอกรหัสผ่าน ซึ่งต้องซื้อจากบัตรเกม หรือเล่นแบบเหมาจ่าย โดยผู้ให้บริการจะจำหน่ายในหลายราคา เช่น 89 บาท เล่นได้ 40 ชั่วโมง เป็นต้น หรือโดยเฉลี่ย 2 บาทต่อชั่วโมง รวมแล้วผู้เล่นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่น 7-14 บาท ต่อชั่วโมง หากเล่นเกมเฉลี่ยครั้งละ 2 ชั่วโมง จะคิดเป็นค่าใช้จ่ายครั้งละ 17-31 บาทต่อครั้ง

6) การแข่งขันทางด้านเนื้อหาของเกม ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะเลือกเฟ้นเกมที่ตรงต่อความต้องการของผู้เล่นมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เนื่องจากปัจจุบันมีเกมออนไลน์หลากหลายรูปแบบที่เปิดให้บริการ มีทั้งเกมที่เปิดให้บริการฟรีและเกมที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้เล่นมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น หากเกมที่น่าสนใจมีเนื้อหาที่ถูกใจผู้เล่นแล้ว ย่อมเป็นการดึงดูดให้ผู้เล่นเข้ามาใช้บริการได้มาก

7) การแข่งขันด้านคุณภาพการให้บริการ โดยผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครื่องแม่ข่ายหรือเซิร์ฟเวอร์ให้บริการเกมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถรองรับจำนวนมาก และมีความง่ายในการเชื่อมต่อเข้าใช้บริการ

8) การแข่งขันทางการตลาด ซึ่งในปัจจุบันเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการมีให้ผู้เล่นได้เลือกเล่นหลากหลายการทำการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจ และเพื่อเป็นการสร้างความต้องการให้กับผู้เล่นเกมเกิดความสนใจและเข้าร่วมเล่นเกม ซึ่งนอกจากผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะเปิดให้บริการฟรีในช่วงแรกแล้ว ยังมีการแจกของรางวัลสำหรับผู้เล่น หรือจัดการแข่งขันในการชิงรางวัลทั้งในรูปแบบของเงินสด และของรางวัลอื่นๆ

4) แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New Media)

มุมมองในเรื่องสื่อใหม่ตามแนวคิดของ อินนิส และ แมคลูฮัน (Innis and McLuhan) สรุปได้ว่า ลักษณะเด่นของสื่อไม่ว่าจะอยู่ในยุคใดสมัยใดก็ตาม จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมและความคิดของมนุษย์ และเมื่อสื่อที่มนุษย์ใช้เปลี่ยนแปลงไป ความคิด วิถีชีวิตก็ย่อมเปลี่ยนไป การใช้อินเทอร์เน็ตและสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นรวมทั้งการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-mediated communication - CMC) ได้เพิ่มรูปแบบการติดต่อทางสังคมหรือเป็นการเพิ่มความจริงแบบใหม่ขึ้น (Littlejohn & Foss. 2008: 290-291)

การสื่อสารผ่านเครือข่ายโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง ความคิดของการใช้สื่อใหม่นี้เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษ 1980 คือ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมประการแรกคือทำให้เปลี่ยนแนวคิดของสื่อจากสื่อระดับกว้างคือสื่อมวลชนไปสู่สื่อที่แคบลงและมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ประการที่สองคือเปลี่ยนจากการหาข้อมูลเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ (interaction) และประการสุดท้ายคือการทำให้อุทฤษฎีสื่อ (medium theory) ที่เคยคลุมเครือในช่วงทศวรรษ 1960 กลายเป็นได้รับความนิยมนมากขึ้นในทศวรรษ 1990 (Littlejohn & Foss. 2008: 291-292)

แนวคิดเรื่องความจริงเสมือนนี้หมายถึงสิ่งแวดล้อมที่เหมือนจริง ประกอบด้วยหลัก 3 อย่างคือ 1) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) 2) ภาพการเคลื่อนไหวสามมิติที่เป็นปัจจุบัน (Real-time three-dimensional graphics) และ 3) ความหลากหลายของงานหรือกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกับคนอื่นผ่านความเสมือนจริงนี้ (varying levels of user immersion dependent upon the virtual reality interface) ในสภาพความจริงเสมือนนี้ภาพต่างๆ จะเปลี่ยนตามการมองและการเคลื่อนไหวของผู้เล่นเกม ดังนั้น จึงทำให้ผู้เล่นรู้สึกว่าได้เคลื่อนไหวอยู่ในความจริงเสมือนนั้นจริงๆ (Gustafson. 2002)

การเล่นเกมคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมที่สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงความสนใจในการเล่นจากการเล่นการละเล่นทั่วไป ที่เปลี่ยนจากการเล่นระหว่างคนกับคนไปสู่การเล่นระหว่างคนกับเครื่อง เป็นสิ่งที่นำมาอธิบายการเคลื่อนไหวของสังคมที่หันมาสนใจความบันเทิงจากสื่อรูปแบบใหม่มากขึ้น เกมวิดีโอเป็นความบันเทิงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สื่อสารได้ทันที และก้าวเข้าสู่ระบบธุรกิจมามากกว่า 30 ปี ในปี พ.ศ.2544 ยอดขายของวิดีโอเกมเฉพาะสหรัฐอเมริกาประเทศเดียวสูงถึง 9.4 พันล้านเหรียญ หรือเทียบได้ประมาณ 340 พันล้านบาท อุตสาหกรรมวิดีโอเกมนั้น เริ่มต้นมาตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1950 อย่างไรก็ตามแม้ว่าเกมจะเริ่มต้นด้วยการนำเสนอใน

รูปแบบของความบันเทิง แต่ก็มีข้อโต้แย้งในเรื่องของความเหมาะสมของเนื้อหาที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมด้วยเช่นกัน (Buren. 2002)

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication) เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือหรือช่องทางในการสื่อสาร การใช้คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ในการสื่อสารนี้ช่วยทำให้เกิดการถ่ายทอดข้อมูลได้รวดเร็ว เนื่องจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นี้จะเป็นการสื่อสารบนระบบเครือข่าย (Network) นอกจากนี้ในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์แต่ละครั้ง ผู้ใช้ยังสามารถส่งข้อมูลจำนวนมากและหลากหลายได้ การสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์นี้ ผู้ส่งสารจะสร้างสารโดยการเข้ารหัส ป้อนผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ ผ่านเข้าสู่เครือข่าย เช่นระบบแลน (LAN) และ อินเทอร์เน็ต (Internet) แล้วผู้รับสารจะเป็นผู้ถอดรหัสที่เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร การสื่อสารรูปแบบนี้ ทำให้เริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสาร (Schrag. 1986) การศึกษาเรื่องการสื่อสารผ่านตัวกลางด้วยคอมพิวเตอร์นี้จึงเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ของการสื่อสารกลุ่ม (December. 2002)

การสื่อสารด้วยสื่อใหม่ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถแบ่งการสื่อสารตามเกณฑ์ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ 4 ประเภท (Moris. 1996) ได้แก่

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลไม่พร้อมกัน (one-to-one asynchronous communication) คือการที่ผู้ส่งสารส่งสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปยังผู้รับสารคนเดียว และช่วงเวลาปฏิสัมพันธ์นั้น ไม่เป็นแบบทันทีทันใด ผู้รับสารอาจรับสารในเวลาถัดมา เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมลล์

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (one-to-many asynchronous communication) คือการที่ผู้ส่งสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยสารดังกล่าวสามารถรับรู้ได้โดยผู้รับสารหลายๆ คน เวลาที่รับสารไม่ใช่ทันที แต่อาจทิ้งระยะไว้อยู่ในกระดานข่าว คนอื่นๆ ที่ใช้บริการสามารถเข้ามาอ่านได้ทุกคน แต่อาจมีคนตอบข้อความนั้นเพียงไม่กี่คน

3. การสื่อสารแบบทันทีทันใด (Synchronous communication) คือการสื่อสารที่ผู้สื่อสารและผู้รับสารสามารถดำเนินกระบวนการสื่อสารไปได้ในแบบทันทีทันใด สามารถเป็นได้ทั้งแบบ

บุคคลกับบุคคล (one-to-one) และ บุคคลกับกลุ่ม (one-to-many) เช่น การใช้ห้องสนทนา (chat room)

4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมหน้ากัน (Asynchronous communication) คือการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถดำเนินกระบวนการสื่อสารเมื่อใดก็ได้ ไม่ใช่ทันทีทันใด เช่น การให้บริการข้อมูลในเว็บไซต์ ผู้รับสารจะเข้ามาดูเมื่อใดก็ได้ และอาจมาดูทีละคน หรือเป็นกลุ่มพร้อมกันก็ได้

ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ เป็นการสื่อสารที่คู่สื่อสารไม่เห็นหน้ากัน ทำให้เกิดลักษณะการสื่อสารที่ปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Social Emotional) กล่าวคือ การสื่อสารลักษณะนี้ไม่ทำให้คู่สื่อสารทราบปฏิกิริยาของอีกฝ่ายหนึ่งได้ ซึ่งต่างจากการสื่อสารแบบเห็นหน้า (face-to-face communication) การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นี้จึงไม่มีความเป็นกันเอง และไม่เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์เช่นเดียวกับการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (สุนิสา ทดลา. 2542)

ลักษณะเด่นของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Jaffe. 1994)

1. การมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย (Democratic Participation) คือการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อแสดงความเห็นได้อย่างเสรี มีเป้าหมายเป็นส่วนรวมของประเทศ เช่นการลงข้อความในกระดานข่าวเกี่ยวกับการเมือง ที่สามารถแสดงความเห็นได้อย่างอิสระ

2. การตัดสินใจ (Decision-making) การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ผู้สื่อสารสามารถตัดสินใจได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากในการสื่อสารดังกล่าว ผู้สื่อสารทุกคนจะไม่ทราบสถานภาพทางสังคมที่แท้จริงของกันและกัน ซึ่งจะทำให้ผู้สื่อสารรู้สึกเท่าเทียมกัน และทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

3. การแสดงตัวตนและความมีประชาธิปไตย (Identity and democratization) เมื่อคอมพิวเตอร์เป็นช่องทางในการสื่อสาร ทำให้ความกลัวในการแสดงความคิดเห็นของแต่ละบุคคลลดลง เนื่องจากไม่ต้องแสดงตัวตนที่แท้จริง และสามารถใช้นามแฝงได้ ดังนั้น การแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ละเอียดอ่อน การวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ จึงทำได้ง่ายขึ้น

สภาพแวดล้อมของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระ เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Interactive) เมื่อมีจำนวนสมาชิกมากขึ้น ก็จะเกิดเป็นชุมชนย่อยๆ ขึ้น หรือชุมชนจำลอง (Virtual Community) ซึ่งทำให้เกิดสภาพแวดล้อมในการสื่อสารรูปแบบใหม่ดังนี้ (ศุภิสรา ทดลา. 2542)

1. สภาพไร้การขัดขวางและควบคุม (Disinhibition) ลักษณะที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารติดต่อผ่านกันทางคอมพิวเตอร์อย่างเดียว ทำให้ทั้งสองฝ่ายแลกเปลี่ยนข่าวสารได้เต็มที่โดยที่ต่างฝ่ายต่างไม่ต้องรู้จักกันมาก่อน

2. การเปลี่ยนเพศ (Gender Swapping) เป็นสิ่งที่เกิดต่อเนื่องมาจากสภาพไร้การขัดขวางและควบคุม คือเมื่อคู่สื่อสารไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน ผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายก็สามารถเปลี่ยนเพศตัวเองได้อย่างอิสระ

3. การเป็นตัวตนหลากหลายรูปแบบ (Multiple Identities) เมื่อผู้สื่อสารมีอิสระในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยไม่ต้องรู้จักตัวตนที่แท้จริงของกันและกัน และการสื่อสารต้องสร้างตัวตนเสมือนขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสาร ดังนั้น ผู้สื่อสารจึงมีโอกาสเปลี่ยนแปลงบทบาทและสถานภาพของตนเองให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ โดยไม่ต้องสนใจว่าจะเหมือนหรือต่างจากความเป็นจริงแต่อย่างใด

5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรม ยังพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านอัตลักษณ์เสมือนจริง” อยู่บ้าง ดังนี้

ในการศึกษาเรื่องชุมชนเสมือนของกลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ของ ธนภูมิ เรื่องวิทยานุกูล (2546) พบว่า กลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลนี้มีลักษณะเป็นชุมชนเสมือนจริง โดยอาศัยพื้นที่ที่ผู้ให้บริการกระดานข่าวสร้างไว้ เป็นแหล่งรวมตัวทางข้อมูล นอกจากนี้ ยังพบว่า การเข้ามารวมกลุ่มของสมาชิกที่ในชุมชนเสมือนนี้ เกิดจากแรงจูงใจที่ต่างกัน ข้อค้นพบนี้ช่วยยืนยันว่า การรวมตัวกันเป็นชุมชนของสมาชิกเกิดจากแรงจูงใจของคน ซึ่งอาจนำแนวคิดเรื่องจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) มาช่วยวิเคราะห์เหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เล่นเกมสร้างอวตาร (Avatar) เพื่อใช้สื่อสารในชุมชนเสมือนจริง การวิเคราะห์ตามแนวคิดจิตวิเคราะห์นี้ทำให้เห็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้เล่นเกมได้ชัดเจนมากขึ้น

การศึกษาเรื่องบทบาทของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์กับการสร้างความสัมพันธ์แบบชุมชนเสมือนของผู้สูงอายุสมาชิก OPPY Club ของ ม.ล.ศุภนิศา เกษมสันต์ (2546) แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีบทบาทในการเพิ่มโอกาสใหม่ๆ ในการดำเนินชีวิต การพัฒนาคุณภาพชีวิต การมีทางเลือกในการสื่อสารมากขึ้น และการเพิ่มพูนภาพลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ ยังพบว่า การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ช่วยตอบสนองความต้องการมิตรภาพ ความต้องการการเกื้อหนุนทางสังคม และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งปฏิสัมพันธ์เหล่านี้ ส่งผลต่อสภาพจิตใจที่ดีขึ้น (ของผู้สูงอายุ) ด้วย

งานเรื่อง แรงจูงใจในกิลด์อับการรวมทีมในไซเบอร์สเปซและการต่อเชื่อมสู่โลกของความเป็นจริง โดยสุชาดา วัฒนอมรเกียรติ (2548) สรุปให้เห็นว่า เกมที่ถูกออกแบบมาให้ผู้เล่นสร้างตัวแทนของผู้เล่นนั้น จะประกอบด้วยระบบต่างๆ มากมาย ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เล่นได้มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กัน นอกจากนี้ยังทำให้ผู้เล่นมีการรวมกลุ่มกัน ผลการวิจัยนี้ยืนยันว่าความไว้วางใจกันเป็นรากฐานสำคัญในการเชื่อมความสัมพันธ์กันระหว่างผู้เล่นเกม นอกจากนี้ยังพบว่า การสร้างความสัมพันธ์จะเกิดจากการเอาชนะใจของเพื่อนสมาชิก ลักษณะนิสัยที่มีความเป็นกันเอง การยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น และการวางแผนกลยุทธ์ ส่วนความต้องการที่จะพบปะสื่อสารกับ

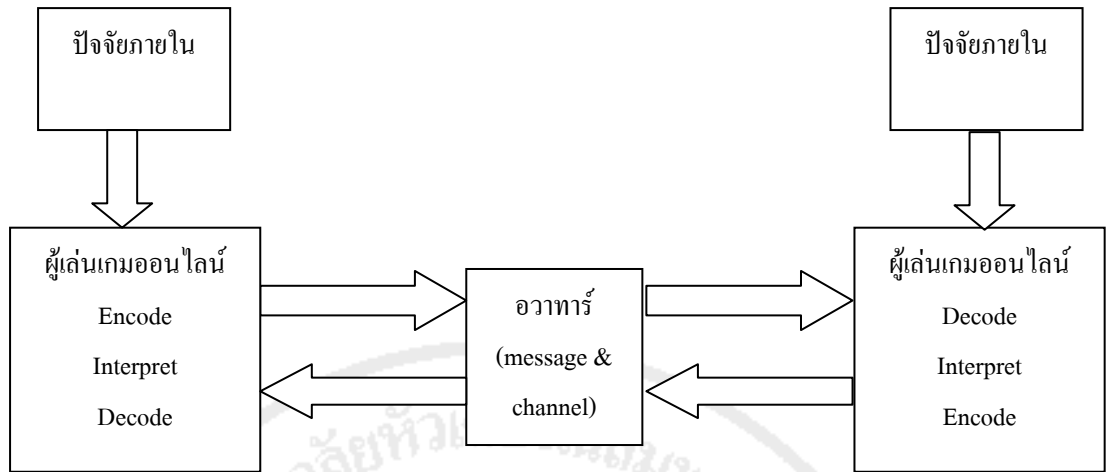
ผู้เล่นเกมคนอื่นทำให้ผู้เล่นเกมเข้าร่วมกิจกรรมในเกม ซึ่งลักษณะของการสื่อสารในเกมถูกสร้างขึ้นให้คล้ายกับการสื่อสารจริง

การศึกษาเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์ ของ นราธิป วิรุฬห์ชาติพันธ์ (2548) พบว่า อัตลักษณ์ออนไลน์ประกอบด้วยการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา โดยสามารถระบุอัตลักษณ์ของผู้สร้างได้ 4 มิติ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ทางเพศ 2) อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ 3) อัตลักษณ์ทางสถานภาพทางสังคม และ 4) อัตลักษณ์ทางการใช้ชีวิต กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ประกอบด้วยขั้นตอนการตระหนักรู้ การสร้างอัลบั้มออนไลน์ การเผยแพร่ตัวตน ขั้นตอนการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงแก้ไข ซึ่งพบว่าแต่ละขั้นตอนได้ให้ความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของเจ้าของอัลบั้มภาพออนไลน์ และมักมีการคัดเลือกปรับแต่งเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ในด้านบวกเพื่อต้องการให้ดูดีและเป็นที่ยอมรับหรือดึงดูดใจ ส่วนปัจจัยที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์อัลบั้มภาพออนไลน์คือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา⁵ และปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี⁶

⁵ ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการผูกมิตรกับผู้อื่น ความต้องการการยอมรับ ความต้องการที่จะเล่น ความต้องการทางเพศ และความต้องการในการอ้างอิงตัวตน ความต้องการแสดงออก ซึ่งการแสดงออกมีตั้งแต่ความต้องการแสดงตน เรียกร้องความสนใจ แสดงออกทางเพศ

⁶ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่การแสดงตนเองสู่สาธารณะ การเล่าเรื่องตนเอง และการสร้างสรรค์ตนเองได้อย่างอิสระ รวมถึงการทดลองตัวตน และสามารถแปลงตัวตนได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์

จากกรอบแนวคิดการวิจัย อธิบายได้ว่า การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์นั้น เป็นลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่เป็นการสื่อสารโดยใช้อวาตาร์เป็นตัวกลาง โดยอวาตาร์นี้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบุคคล ซึ่งเทียบได้กับการเข้ารหัสสารของผู้ส่งสาร เพราะการสร้างอวาตาร์เกิดจากความต้องการของผู้เล่นเกมออนไลน์หรือผู้ส่งสาร (Sender) ดังนั้นอวาตาร์จึงเป็นทั้งสาร (Message) และ ช่องทาง (Channel) การสื่อสาร กล่าวคือ อวาตาร์เป็นตัวสารเนื่องจากว่าภาพตัวละครของอวาตาร์เป็นสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องตีความว่าตนเองสนใจ อยากรู้จัก และต้องการสื่อสารด้วยหรือไม่ ขณะเดียวกัน อวาตาร์เป็นช่องทางการสื่อสารด้วย เพราะ ผู้เล่นเกมออนไลน์ก็ส่งข้อความผ่านตัวละครอวาตาร์โดยให้อวาตาร์พูด (โดยเป็นตัวหนังสือปรากฏคำพูดของอวาตาร์) แทนความคิดของผู้เล่นเกมออนไลน์

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ต้องมีคู่สื่อสารสองฝ่าย ผู้รับสารจึงเป็นผู้เล่นเกมออนไลน์อีกฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารของคู่สื่อสารนี้เป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ ขั้นการเริ่มความสัมพันธ์ ขั้นการทดลอง ขั้นการเพิ่มพูนความสัมพันธ์ ขั้นการบูรณาการ ขั้นการสร้างพันธมิตรกันระหว่างกัน จึงทำให้เกิดความสนใจว่าการสื่อสารระหว่างอวาตาร์มีลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือไม่ สามารถใช้แนวคิดของการสื่อสารระหว่างบุคคลอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้อย่างไร และปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เล่นเกม

ออนไลน์ในด้านการคิดสร้างตัวละคร ความต้องการทำความรู้จัก ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคู่สื่อสารอย่างไร

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านอวาตาร์นี้ จึงเป็นการศึกษาการสื่อสารของผู้เล่นเกมว่ามีลักษณะที่ชัดเจนอย่างไร เป็นกระบวนการสื่อสารเช่นเดียวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือไม่ และการสร้างอวาตาร์ของผู้เล่นเกมเกิดขึ้นได้อย่างไร ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ที่สื่อสารกับมนุษย์ด้วยกันผ่านอวาตาร์ซึ่งเป็นตัวละครแทนตัวตนที่แท้จริงของบุคคล อันจะนำไปสู่การทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารผ่านตัวกลางที่เป็นตัวแทนของบุคคล และเป็นแนวทางพัฒนาความรู้ทางการสื่อสารระหว่างบุคคลอีกแง่มุมหนึ่ง

