

บทวิจารณ์วารสาร

Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites

พรพรรณ ประจักษ์ไนตร¹²



Bazarova, N. N., & Choi, Y. H. (2014). Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635-657. doi: 10.1111/jcom.12106.

การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เปลี่ยนมุมมองใหม่ในการเปิดเผยข้อมูลตนเอง (Self-disclosure) ของมนุษย์ในยุคการสื่อสารสารสนเทศ ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หลายล้านคนเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง ได้แก่ ความรู้สึกและทัศนคติต่อชีวิตประจำวันเป็นประจำทุกวันในเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตามการเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่สามารถแยกแยะได้ว่าใครคือผู้รับสาร เนื่องจากขอบเขตที่คลุมเครือระหว่างความเป็นสาธารณะ(Publicness) และความเป็นส่วนตัว (Privacy) ทำให้นักวิชาการหลายท่านตั้งคำถามเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) การควบคุมข้อมูล (Information control) และแรงจูงใจในการเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ Natalya N. Bazarova และ Yoon

¹² อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Hyung Choi (2014) พัฒนาโมเดลการวิเคราะห์หน้าที่ในการเปิดเผยตนเองบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Model of self-disclosure on social network sites) โดยประยุกต์ใช้โมเดลวิเคราะห์หน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูลตนเอง (Functional model of self-disclosure) และงานวิจัยเกี่ยวกับการเป็นตัวแทนของผู้อ่าน (Audience representation) ที่สรุปว่าสถานการณ์แวดล้อมเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดเป้าหมายในการเปิดเผยตนเอง

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้เขียนบทความวิจัยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดการวิเคราะห์หน้าที่ในการเปิดเผยตนเอง (Functional approach of Self-Disclosure) จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดเพื่อที่จะอธิบายช่องว่างที่เกิดขึ้นขององค์ความรู้ในการเปิดเผยตนเองผ่านสื่อสังคมและสร้างกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีเพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อเป้าหมายในการเปิดเผยข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

. การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) คือ “การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแก่ผู้อื่น” (Jourard, 1971, p. 2 อ้างถึงใน Natalya N. Bazarova และ Yoon Hyung Choi, 2014) การตัดสินใจเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure decision) เกิดจากความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนแบบสองขั้วระหว่างการเปิดเผยและการปิดบัง (Openness-closeness) (Altman, 1975 อ้างถึงใน Natalya N. Bazarova และ Yoon Hyung Choi, 2014) ดังนั้นการเปิดเผยตนเองจึงเป็นการเติมเต็มความต้องการของบุคคลที่จะเชื่อมโยงกับสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเสี่ยงกับการสูญเสียการควบคุมความเป็นส่วนตัว จากการทบทวนวรรณกรรมผู้เขียนบทความค้นพบว่า บุคคลเลือกเปิดเผยข้อมูลกับคนที่ไวใจที่สุด ซึ่งถือเป็นแนวคิดการเปิดเผยตนเองแบบคลาสสิก (Classic approach to self-disclosure)

จุดเด่นประการสำคัญของบทความวิจัยนี้คือ การขยายพลังอำนาจการอธิบายของแนวคิดการวิเคราะห์หน้าที่ในการเปิดเผยตนเอง (Functional approach of self-disclosure) จากบริบทโลกจริงที่เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าไปสู่การเปิดเผยตนเองผ่านบริบทเสมือนจริง ผู้เขียนบทความวิจัยอธิบายว่า พฤติกรรมการเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความไม่สอดคล้องกับความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการวิเคราะห์หน้าที่ในการเปิดเผยตนเองแบบดั้งเดิม (Traditional functional approach to self-disclosure) และสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดเผยตนเองแบบใหม่ เพราะผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เปิดเผยข้อมูลตนเอง (Self-disclosure) ได้แก่ รสนิยมทางเพศ (Sexual preference) และสถานะความสัมพันธ์ผ่านการ

อัปเดตสเตตัส (Status update) และกระดานข้อความ (Wall post) ที่มีผู้รับสารที่มีความหลากหลายตั้งแต่คนแปลกหน้า คนรู้จัก ไปจนถึงเพื่อนสนิท

ผู้เขียนบทความวิจัยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับโมเดลการทำงานของ การเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เป้าหมายในการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure goal) ความสามารถในการสื่อสารของสื่อ (Media affordance) ความสามารถในการมองเห็น (Visibility) และทิศทางการสื่อสาร (Directness) เพื่อพัฒนารอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและโมเดลวิเคราะห์การทำงานของ การเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Functional model of self-disclosure on SNSs)

Derlega and Grzelak (1979 อ้างถึงใน Natalya N. Bazarova และ Yoon Hyung Choi, 2014) จำแนกเป้าหมายในการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure goal) 5 ประเภท ได้แก่ (1) การตรวจสอบสังคม (Social validation) (2) การแสดงความรู้สึก (Self-expression) (3) การพัฒนาความสัมพันธ์ (Relational development) (4) การแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง (Identity clarification) และ (5) การควบคุมสังคม (Social control)

ความสามารถในการมองเห็นสารที่ปรากฏบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Visibility) ส่งผลให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีทิศทางการสื่อสาร (Directness) ที่แตกต่างกัน เช่น ในกรณีที่อัปเดตสเตตัส (Status update) ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะไม่เฉพาะเจาะจงไปที่ใครและผู้ใช้อื่นสามารถมองเห็นได้ สารจึงมีลักษณะแบบอ้อม (Non-directed messages) และโน้มเอียงไปทางผู้ส่งข้อความ (Kramer & Chung, 2011 อ้างถึงใน Natalya N. Bazarova และ Yoon Hyung Choi, 2014) ในขณะที่การส่งสารผ่านข้อความส่วนตัว (Private message) และกระดานข้อความ (Wall post) จะเป็นการส่งโดยตรงถึงผู้รับสาร ผู้ใช้คนอื่นไม่สามารถเห็นได้สารจึงมีลักษณะแบบตรง (Direct message) ไปยังผู้รับสาร

ผู้เขียนบทความวิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการมองเห็นได้ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Visibility) ทิศทางของสาร (Directness) และเป้าหมายในการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure goal) ในเมนูต่างๆ ของเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีคุณลักษณะในการมองเห็นได้ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เฟซบุ๊กสเตตัส (Facebook status) กระดานข้อความ (Wall post) และข้อความส่วนตัว (Private message) โดยกำหนดสมมติฐานจำนวนเจ็ดข้อ

ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอเมริกาที่เป็นผู้ใช้เฟซบุ๊ก อายุระหว่าง 18-31 ปี อายุเฉลี่ยประมาณ 20 ปี และร้อยละ 73 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ซึ่งถือว่ามีความลำเอียงในการเก็บข้อมูลและผู้เขียนบทความวิจัยได้ระบุไว้ในข้อจำกัดการวิจัยแล้วว่า ควรจะมีการเก็บข้อมูลที่มีความสมดุลด้านเพศและอายุเนื่องจากผู้ที่มีเพศและอายุแตกต่างกันจะมีเป้าหมายในการเปิดเผยตนเองแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างตัดและแปะข้อความจาก สเตตัสล่าสุด (Status Update) กระดานข้อความ (Wall Post) และข้อความส่วนตัว (Private message) อย่างละ 6 ข้อความลงไปในเว็บที่ใช้สำหรับการสำรวจ ซึ่งมีทั้งหมด 1,295 ข้อความ จากนั้นผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ลงรหัส 2 คน ลงรหัสเพื่อยืนยันความเชื่อมั่นของข้อมูล

เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในบทความวิจัยนี้ถือเป็นเครื่องมือที่แตกต่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการวิเคราะห์หน้าที่ (Functional approach) ที่ใช้การจำลองสถานการณ์หรืออธิบายสถานการณ์จริงและให้กลุ่มอย่างตอบคำถามพฤติกรรมกรรมการเปิดเผยตัวเอง (Self-disclosure) ผ่านแบบรายงานการประเมินผลตนเอง อย่างไรก็ตามการวัดจากการวิเคราะห์เนื้อหาอาจไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบคำถามก็เป็นได้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้เปิดเผยตนเองในระดับความลึกซึ่งที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ เป้าหมายและความสามารถในการมองเห็นได้ ผู้เขียนบทความวิจัยแสดงให้เห็นถึงข้อค้นพบจากการวิจัยที่แตกต่างจากงานวิจัยเรื่องก่อนหน้าที่ศึกษาการเปิดเผยตนเองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะงานวิจัยเรื่องอื่นศึกษาการเปิดเผยตนเองผ่านข้อมูลที่คงที่ เช่น หน้าประวัติส่วนตัว ชื่อ ข้อมูลการติดต่อ งานอดิเรก และสถานะความสัมพันธ์