



พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
CRITICAL SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIOR IN GENERATION-Y



ปภาดา ฉัตรสกุลปัญญา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2562

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CRITICAL SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIOR IN GENERATION-Y



A Thesis Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for MASTER OF ARTS (Developmental Psychology)
Faculty of Humanities Srinakharinwirot University

2019

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
ของ
ปภาดา จัตรสกุลปัญญา

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์จักรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.สุพัทธ แสนแจ่มใส) (รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร)
..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ญา วัฒนโณ)

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย
ผู้วิจัย	ปภาดา ฉัตรสกุลปัญญา
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2562
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. สุพัทธ แสงแจ่มใส

จุดประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงงูใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงงูใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายได้ และศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงงูใจทั้ง 3 ด้าน ในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มคนเจเนอเรชั่นวายมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ที่มีบัญชีรายชือการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook) จำนวน 400 คน ภายหลังจากการทำแบบสอบถามทั้งหมด 5 ตอน ได้ทำการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และวิเคราะห์ความสามารถในการทำนาย (Multiple Regression Analysis) โดยผลการวิจัย พบว่า แรงงูใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนแรงงูใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นและแรงงูใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ มีความสัมพันธ์ทางลบ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และแรงงูใจทั้ง 3 ด้านสามารถรวมทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ($\beta = .28$) ในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 :ซึ่งผลสามารถนำไปพัฒนาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้โดยการเพิ่มความต้องการเป็นอิสระในการแสดงออกของพฤติกรรม

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์, เครือข่ายสังคมออนไลน์, ทฤษฎีการกำหนดตนเอง, กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย, การคิดอย่างมีวิจารณญาณ

Title	CRITICAL SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIOR IN GENERATION-Y
Author	PHAPADA CHATSAKULPANYA
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2019
Thesis Advisor	Dr. Supat Sanjamsai

The purpose of the research is to study the correlation between internal motivation in terms of independently expressing opinions, having relationships with others and perceiving ability interest and critical thinking for social media usage behavior in Generation-Y ; to study the ability of critically predict online social network behavior based on internal motivation in all three areas among members of Generation-Y. The sample group in this research consisted of four hundred Generation-Y people aged between twenty-five to thirty-six years of age who were Facebook users and responded to a five-part questionnaire. Which was determined though the use of Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis. The research found that between internal motivation and independent in terms of expressing opinions was positively correlated with critical social media usage behavior with a statistical significance of .01. However, the factor of Internal motivation, having relationships with others and the perception of ability and interest was negatively correlated with critical social media usage behavior, with a statistical significance of .01. Internal motivation in all 3 areas can predict critical social media usage behavior ($\beta = .28$) in Generation-Y members with a statistical significance of .01. The result that was increased critical social media usage behavior positively increased autonomy positively.

Keyword : social media, self-determination theory, critical thingking, Generation-Y

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. สุพัทธ แสนแจ่มใส ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำตั้งแต่เริ่มพัฒนาโครงร่างการวิจัย และให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างท่วมท้น และเอาใจใส่ จนงานวิจัยนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิธัญญา วัฒนโธ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์ พร้อมทั้ง กรุณาให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงงานวิจัยให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ชาญ รัตนะพิสิฐ รองศาสตราจารย์ ดร. ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก ที่ได้กรุณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการที่ให้ความรู้ทางด้านความรู้ด้านวิชาการและด้านการใช้ชีวิตในด้านอื่น รวมถึงเป็นแรงผลักดันสำคัญในการทำงานวิจัยครั้งนี้ผ่านไปด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นปริญญาโท ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และคำแนะนำที่มีประโยชน์ ที่มีให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วยท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่เป็นกำลังใจสำคัญและการสนับสนุนช่วยเหลือในทุกด้านจนสามารถสำเร็จ การศึกษาได้คุณค่า และประโยชน์ที่เกิดจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่บิดา มารดา และ ครอบครัว ที่ให้โอกาสทางการศึกษา ตลอดจนคณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่มีส่วนทำให้เกิด ความสำเร็จในการศึกษาของผู้วิจัย

ปภาดา จัตรสกุลปัญญา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพประกอบ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลและประชากร.....	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตด้านเนื้อหา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
นิยามเชิงปฏิบัติการ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง	8
1.กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	9
1.1 ความหมายของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	9
1.2 ลักษณะของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	11

1.3 กลุ่มเจเนอเรชั่นวายกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	11
2.พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ.....	12
2.1 ความหมายของพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์	12
2.2 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	14
2.3 ผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	17
2.4 ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณ.....	19
2.5 ลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณ.....	20
3.แรงจูงใจ.....	22
3.1 ความหมายของแรงจูงใจ	23
3.2 ความสำคัญของแรงจูงใจ	24
3.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ.....	24
3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแรงจูงใจกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	35
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย	41
5.สมมติฐานการวิจัย.....	41
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	43
1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	43
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	43
กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	43
2.การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือวัดที่ใช้ในการวิจัย	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3.การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
4.การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	53
สรุปผลการวิจัย.....	54
อภิปรายผลการวิจัย	54
ข้อเสนอแนะ	61
ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	61
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	62
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก.....	69
ประวัติผู้เขียน.....	81



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	50
ตาราง 2 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการ แสดงพฤติกรรม (X1) ตัวแปรแรงจูงใจภายในด้านความต้องความสัมพันธ์กับผู้อื่น (X2) และตัวแปรแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ (X3) กับตัวแปร พฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ (Y) ในกลุ่มเจอนอเรนซ์วัยได้ 51	
ตาราง 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ	52



สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบ 1 ภาพประกอบ 1 การเกิดการกำหนดตนเอง.....	32
ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย	41



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารส่งผลให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงผู้คนจากที่ต่างๆ ให้สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายและรวดเร็วมากขึ้น สำหรับในประเทศไทยจากสถิติจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปีพ.ศ.2550 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 9.3 ล้านคน ในขณะที่ปีพ.ศ.2560 มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มสูงกว่า 57 ล้านคน เมื่อพิจารณาจากสถิติดังกล่าวพบได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Line โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน มากที่สุดเมื่อเทียบกับการใช้เวลาสำหรับการดูโทรทัศน์ภาพยนตร์ ฟังเพลง การเล่นเกมออนไลน์ และการอ่านหนังสือทางออนไลน์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นการสื่อสารที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของบุคคลเพิ่มมากขึ้น

เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบของเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน (application) ในการติดต่อสื่อสารหรือทำกิจกรรมทางสังคมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้แบ่งปันเรื่องราวข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้ที่อยู่ร่วมเครือข่ายของตนเองให้รับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ จากการสำรวจของ We Are Social และ Hootsuite พบว่า ผู้ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปี 2560 สูงกว่า 51 ล้านคนในประเทศไทย ทั้งนี้ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือชุมชนทางออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้มาก 3 อันดับแรกมีสัดส่วนใกล้เคียงกันได้แก่อันดับ 1 YouTube (ร้อยละ 97.1) อันดับ 2 Facebook (ร้อยละ 96.6) และอันดับ 3 Line (ร้อยละ 95.8) โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้รับความนิยมจากคนทุกช่วงวัย โดยพบว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นวาย หรือบุคคลที่เกิดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2526 ถึง 2537 มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 42 นาทีต่อวัน จนถูกเรียกอีกชื่อว่า “เน็ตเจเนอเรชั่น” คือเป็นผู้ที่มีการเติบโตและเข้าใจถึงพลังของอินเทอร์เน็ตจนอาจทำให้คนกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเสพติดสังคมออนไลน์โดยไม่รู้ตัว (Jaclyn Cabral, 2011) ทั้งนี้จากบทความวิชาการของวัฒน์ ภูวทิศ (2557) กล่าวถึง

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแบ่งเป็น 2 ระดับคือ 1) ระดับบุคคล โดยเริ่มจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสร้างประโยชน์แก่ตนเอง โดยหลอกลวงหรือทำร้ายผู้ใช้งานท่านอื่นร่วมสังคมออนไลน์เดียวกัน แม้ว่าจะเกิดความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ใช้ก็ตาม แต่การกระทำที่เกิดขึ้น ทั้งในรูปแบบของข้อความที่ผู้ใช้เขียนลงไปในพื้นที่ออนไลน์ที่มีความเป็นสาธารณะ ก่อให้เกิดความทุกข์ความบาดหมางจนนำไปสู่ความขัดแย้ง จากการสำรวจของ Consumer Internet Barometer ของบริษัท TNS ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกที่เชี่ยวชาญด้านการทำวิจัยตลาดและสำนักงานคอนเฟอเรนซ์บอร์ด (The Conference Board) บ่งชี้ว่าสิ่งที่ทำให้สมาชิกของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์เกิดความขัดแย้งกันคือ การขาดมารยาทและขาดจริยธรรมในการใช้งาน (Hart K, 2012) นอกจากนี้ ยังพบการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) ในสังคมออนไลน์ ทั้งในลักษณะการเขียนข้อความโดยขาดการพิจารณาข้อเท็จจริง การนำเสนอรูปภาพของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงการติดต่อภาพของผู้อื่นซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญทางจริยธรรมในการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ และเป็นข้อวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม ถัดมาคือ ระดับองค์กร ในสื่อมวลชนบางกรณีมีการนำเสนอข่าวหรือข้อมูลต่างๆ จากแหล่งข้อมูลที่ไม่ได้รับความน่าเชื่อถือและมีการนำเสนอโดยไม่คำนึงถึงมารยาทและจรรยาบรรณ มีการแสดงความคิดเห็นที่โหดเหี้ยม หรือการนำเสนอโดยมุ่งเน้นโจมตีให้องค์กรอื่นเสียหาย

ทั้งนี้การที่บุคคลจะตระหนักถึงผลดีและผลเสียของการเลือกรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ และทำพฤติกรรมที่เหมาะสมก็ล้วนมาจากการที่บุคคลใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีปัญญา และการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2558) ออกมาสนับสนุนการใช้สื่อของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นว่ามียกระดับในการรับรู้ประโยชน์รับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้มีการเจริญเติบโตมากับพร้อมกับเทคโนโลยี ดังนั้นจึงมีความเข้าใจรู้จักประโยชน์จากเทคโนโลยีตลอดจนมีความเคยชินกับใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับเสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550) ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มเจนเอเรชั่นวามีลักษณะสำคัญประการหนึ่งคือมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์อย่างชำนาญ มีการใช้ชีวิตบนพื้นที่ไซเบอร์

โดยลักษณะเด่นของบุคคลในวัยนี้มีความเป็นอิสระต่อสังคมมากกว่าวัยก่อนๆ มีความรับผิดชอบต่อตนเองครบครันและสังคม แต่เป็นที่น่าสนใจว่างานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณที่ผ่านมา เน้นการศึกษาและอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลมากกว่าปัจจัยภายในตัวบุคคล และพบได้ว่าปัจจัยส่วนใหญ่ที่กล่าวถึงมักจะเป็นใน

ประเด็นเกี่ยวสังคมและการรับรู้ประโยชน์การใช้ อาทิเช่น อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน (ณัฐกาญจน์ กรอบมณี (2559) : จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร ชัญญา ลีศัตรูพาย (2553) : วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554) : เยาวลักษณ์ เตียวิสัย (2560)) อิทธิพลจากครอบครัว (ณัฐกาญจน์ กรอบมณี (2559) : จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร ชัญญา ลีศัตรูพาย (2553) : วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554) ศรัณย์ธร ศศิณกรแก้ว (2558) โดยมีผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยในเชิงแวดล้อมด้านสังคมและครอบครัวส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่าย จะเห็นได้ว่ายังขาดงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอิสระต่อสังคมและการรับผิดชอบในตนเองซึ่งลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นจากปัจจัยภายในบุคคล ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจและปัจจัยภายในของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ถึงแม้ว่าจำนวนผู้ใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์จะแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลและพลังของสื่อ แต่แน่นอนว่าจะเป็นประโยชน์หรือให้โทษนั้นผู้ใช้จะเป็นผู้กำหนดว่าจะใช้อย่างเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมโดยจะสะท้อนให้เห็นผ่านมารยาทและจริยธรรมของผู้แสดงความคิดเห็นหรือข้อความอย่างมีสติคิดใคร่ครวญให้รอบคอบที่สำคัญคือควรมีการกลั่นกรองหรือตรวจสอบข้อมูลก่อน หรืออาจกล่าวว่าผู้ใช้ควรมีวิจรรย์ญาณหรือการควบคุมตนเอง (Self-Control) ก่อนใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (วัฒณี ภูวทิศ, 2557)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณในกลุ่มเจนเนอเรชันวายเนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงที่สุดและมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจะศึกษาผ่านทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-determination theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวว่า มนุษย์มักจะกระทำการต่างๆจะเกิดขึ้นจากแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจที่อยู่ภายใน โดยมีองค์ประกอบหลักในความต้องการพื้นฐานอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ ความต้องการอิสระในการแสดงออก ความต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น และความต้องการเป็นบุคคลที่มีความสามารถ (Deci และ Ryan, 1985) ซึ่งมีความสอดคล้องกับคนกลุ่มคนเจนเนอเรชันวายจะมีลักษณะมีความเป็นตัวของตัวเอง มีบุคลิกภาพกล้าคิด กล้าทำกล้าแสดงออก ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญและมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต และมักจะเลือกกระทำการต่างๆ ที่มาจากการปัจจัยภายในมากกว่าปัจจัยภายนอก ทั้งนี้การที่ผู้วิจัยศึกษาในประเด็นดังกล่าวก็เพื่อที่จะมุ่งเน้นให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณเนื่องจากเป็นสิ่งที่สำคัญเพราะข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์มีอยู่อย่างมากมาย ดังนั้นการเลือกรับ เผยแพร่และแสดงความคิดเห็นจึงควรผ่านกระบวนการคิดพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ โดยผลการศึกษาที่ได้จะทำให้ผู้ที่มีส่วน

เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ตระหนักถึงความสำคัญและนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเพื่อกลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจเนอเรชันวายได้

2. เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลและประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มคนเจเนอเรชันวาย ที่มีเกิดในปีพ.ศ. 2526 – 2537 หรือมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ในปีพ.ศ. 2562 ที่มีบัญชีรายชื่อการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มคนเจเนอเรชันวาย ที่มีเกิดในปีพ.ศ. 2526 - 2537 หรือมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ในปีพ.ศ. 2562 ที่มีบัญชีรายชื่อการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ทั้งนี้ใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนคำนวณจากสูตรการคำนวณของ Cochran (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2543 อ้างอิงจาก Cochran, 1953) ในการสุ่มตัวอย่าง .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสูญหายหรือความไม่สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึง จะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ

1.1 แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม

1.2 แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น

1.3 แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

นิยามศัพท์เฉพาะ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง พื้นที่ในการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook)

กลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) หมายถึงคนที่มีเกิดในปีพ.ศ. 2526 – 2537 หรือมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ในปีพ.ศ. 2562 ที่มีบัญชีรายชื่อการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก (Facebook)

นิยามเชิงปฏิบัติการ

แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของบุคคลอย่างเป็นอิสระทางความคิด อารมณ์ และการกระทำ ที่มีต่อการรับรู้ความง่าย ความเป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน หรือการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการเลือก การแสดงออกถึงคุณค่า และความรู้สึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม สามารถวัดได้จากแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในลักษณะของมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 6 ระดับจากเป็นจริงที่สุด จนถึง ไม่จริงเลย มีทั้งข้อความทางบวกและลบการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้ คือ เป็นจริงที่สุด 6 คะแนน จริง 5 คะแนน ค่อนข้างจริง 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริง 3 คะแนน ไม่จริง 2 คะแนน และไม่จริงเลย 1 คะแนน ส่วนข้อความทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรมที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น หมายถึง การแสดงออกทางความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของทางสังคมออนไลน์ เป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่คนนั้นๆ ชื่นชอบหรือให้ความสนใจบนพื้นที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นสามารถวัด

ได้จากแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในลักษณะของมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 6 ระดับจากเห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีทั้งข้อความทางบวกและลบการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้ คือ เป็นจริงที่สุด 6 คะแนน จริง 5 คะแนน ค่อยข้างจริง 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริง 3 คะแนน ไม่จริง 2 คะแนน และไม่จริงเลย 1 คะแนน ส่วนข้อความทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีแรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ หมายถึง การแสดงความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองได้แสดงความสามารถ ความถนัด ทักษะ และความสนใจของตนเองที่ได้จากการเรียนรู้ ผูกพันหรือการมีประสบการณ์ตามความสนใจให้ผู้อื่นได้รับรู้ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจสามารถวัดได้จากแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในลักษณะของมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 6 ระดับจากเห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีทั้งข้อความทางบวกและลบการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้ คือ เป็นจริงที่สุด 6 คะแนน จริง 5 คะแนน ค่อยข้างจริง 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริง 3 คะแนน ไม่จริง 2 คะแนน และไม่จริงเลย 1 คะแนน ส่วนข้อความทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีแรงจูงใจภายในด้านความต้องการการรับรู้ถึงความสามารถและความสนใจที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ หมายถึง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชันวาย (Generation Y) ในลักษณะของกระบวนการคิด วิเคราะห์และไตร่ตรองอย่างมีเหตุมีผลด้วยความรู้ข้อมูลเชิงวิชาการและข้อมูลเชิงแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเลือกเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และกิจกรรมความสนใจต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยเข้าใจและคำนึงถึงประโยชน์คุณค่าที่แท้จริงไม่ทำให้ตนเองและผู้อื่นเดือดร้อน พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณสามารถวัดได้จากแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในลักษณะของมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 6 ระดับจากเห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีทั้งข้อความทางบวกและลบการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้ คือ เป็นจริงที่สุด 6 คะแนน จริง 5 คะแนน ค่อยข้างจริง 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริง 3 คะแนน ไม่จริง 2 คะแนน และไม่จริงเลย 1 คะแนน ส่วนข้อความทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณที่สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่ได้จะเกิดเป็นองค์ความรู้ในเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Generation-Y) ที่ทำให้ทราบถึงว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเหล่านั้นมาจากแรงจูงใจภายในคือแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ที่เป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้นำไปพัฒนากลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (generation Y) ในเรื่องของการสร้างวิจาร์ณญาณในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และยังนำผลการศึกษาที่ได้จะนำไปเป็นแนวทางในการจัดโปรแกรมเพื่อพัฒนา และส่งเสริมความสามารถในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจาร์ณญาณในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายได้อย่างเหมาะสมได้



บทที่ 2

เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย
 - 1.1 ความหมายของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย
 - 1.2 ลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย
 - 1.3 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ
 - 2.1 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 2.2 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 2.3 ผลกระทบของเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 2.4 ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณ
 - 2.5 ลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณ
3. แรงจูงใจ
 - 3.1 ความหมายของแรงจูงใจ
 - 3.2 ความลักษณะของแรงจูงใจ
 - 3.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ
 - 3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย
5. สมมติฐานการวิจัย

1.กลุ่มเจเนอเรชันวาย

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชันวาย จากที่กล่าวข้างต้นคนกลุ่มเจเนอเรชันวายมีอายุระหว่าง 25- 36 ปีซึ่งสอดคล้องกับวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ศรีเรือน แก้วกังวาล (2521) ได้กล่าวว่าวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนี้มีการพัฒนาการทางกายเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ที่เป็นวัยแห่งการทดลองเพื่อค้นหาแนวทางในการดำรงชีวิตที่เหมาะสมในทุกๆด้านพัฒนาการด้านต่างๆของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นเป็นวัยที่สมองมีการเจริญเติบโตและพัฒนาได้เต็มที่ที่สุดบุคคลในวัยนี้ความคิดที่เป็นระบบมีทักษะการเรียนรู้การวางแผนการแก้ไขปัญหาและความจำดีมีความคิดเชิงนามธรรมมีความยืดหยุ่นทางความคิดปรับตัวกับสถานการณ์ต่างๆได้ดีมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ ประณต คำฉิม (2549) ได้กล่าวถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นว่าเป็นวัยที่เจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์เต็มที่ทั้งในระบบต่างๆ ของร่างกายการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาในด้านอื่นๆ วัยนี้เป็นวัยแห่งการสำรวจเพื่อนำไปสู่การดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสมและยังได้กล่าวถึงความสนใจของบุคคลในวัยนี้ที่เป็นวัยแห่งการเริ่มต้นในการทำสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของพัฒนาการด้านสติปัญญาเนื่องจากวัยนี้เป็นวัยแห่งความสร้างสรรค์มักจะตั้งคำถามและหาคำตอบกับสิ่งต่างๆรอบตัวความสนใจจึงเป็นสิ่งที่ได้รับมาจากทั้งปัจจัยและแรงจูงใจภายในนั่นคือบุคลิกภาพ ความเชื่อ ความสามารถและวิถีชีวิตของบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจของคนในวัยนี้ รองลงมา คือ ปัจจัยจากสังคมไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การงานความเหมาะสม หรือการยอมรับทางสังคม ความสนใจส่วนใหญ่ของคนในวัยนี้มักให้ความสนใจกับตนเองมากกว่าสังคมบุคคลในวัยนี้มักแสดงออกมาได้จากพฤติกรรมทางกายการแต่งตัว การเลือกประกอบอาชีพ หรือกิจกรรมยามว่างของบุคคล บุคคลในวัยนี้เป็นแห่งความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนความเป็นเหตุเป็นผลบนพื้นฐานของข้อมูลต่างๆ มียืดหยุ่นทางความคิดมีการคิดที่เป็นระบบมีการจัดหมวดหมู่จำแนกแยกแยะข้อมูลได้ และสามารถประเมินค่า และคาดการณ์สิ่งต่างๆ ได้นอกจากนี้บุคคลในวัยนี้มักจะทำสิ่งต่างๆตามความเชื่อ และความต้องการภายในของแต่ละบุคคลเป็นวัยแห่งการเริ่มต้นในการทำหน้าที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงานด้านการประกอบอาชีพด้านสร้างครอบครัว จากสถิติที่กล่าวในบทนำพบว่าคนกลุ่มนี้มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มคนในกลุ่มอื่นๆ ดังนั้นเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำทำความเข้าใจเกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงนำเสนอความหมายและลักษณะของกลุ่มเจเนอเรชันวาย ดังนี้

1.1 ความหมายของกลุ่มเจเนอเรชันวาย

Adecco Thailand (2553) อ้างถึงใน (ภูวทิศ วัฒน ณี & มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Bangkok, 2015) ได้ให้ความหมาย Generation Y หรือ Gen Y หรือยุค Millennials หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2523-2537 (ค.ศ.1980-1994) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นมาท่ามกลางความ

เปลี่ยนแปลงและค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับรุ่นพ่อแม่ เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษาที่ดีมีการติดตามข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ผ่านหลายช่องทาง มีการเข้าถึงวัฒนธรรมที่หลากหลายเนื่องจากการสื่อสารที่ไร้พรมแดนและความเจริญเติบโตของสื่อต่างๆ ปัจจุบันคนกลุ่มนี้ได้เข้าสู่วัยทำงานมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารของงานเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี มักใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำสิ่งใหม่และสามารถทำอะไรหลายๆอย่างได้ในเวลาเดียวกัน

Bolton et al. (2013) กล่าวถึงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายว่าเป็นคนที่เกิดระหว่างค.ศ. 1981 - 1999 มีความคุ้นชินและใช้เทคโนโลยีเป็นประจำซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสียในด้านการแสดงออกของความคิดอารมณ์และสังคม

ศรีกัญญา มงคลศิริ (2547)กล่าวถึงกลุ่มเจนเนชั่นวาย (Generation Y) หรือ Millennial หมายถึง กลุ่มคนที่ทันสมัยทั้งความคิดและวิถีชีวิตที่โดดเด่นแตกต่างกับคนเจนเนอเรชั่นก่อนๆ อย่างสิ้นเชิง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีบางส่วนที่กำลังศึกษาอยู่และบางส่วนที่เริ่มต้นการทำงาน เป็นกลุ่มที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองสูง มีความฉันทัดคิดกล้าทำ และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยี

ขวัญชนก กมลศุภจินดา (2558)กล่าวถึงคนในเจนเนอเรชั่นวายว่าเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยีมีอิทธิพลในด้านการตลาดเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นผู้นำเทรนด์ (Trendsetter) จึงทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญในการทำสิ่งต่างๆ

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2551)ได้กล่าวว่าเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) คือผู้ที่เกิดพ.ศ. 2520 - 2535 ซึ่งเป็นยุคของการปฏิวัติในทุกๆ ด้านรวมทั้งด้านเทคโนโลยีที่มีก้าวหน้าอย่างมากและเข้ามาเป็นอิทธิพลกับคนในวัยนี้เป็นอย่างยิ่งซึ่งทำให้สามารถใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย อาทิเช่น Smartphone ได้คล่องแคล่ว ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน

Generation Y หรือ Why Generation คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2523-2535 เกิดในช่วงเวลาที่บ้านเมืองมีความสงบสุขมีการพัฒนาในทุกๆ ด้าน ทั้งสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมทั้งด้านเทคโนโลยีอย่างโดดเด่นที่สุด เป็นวัยที่เริ่มต้นของการทำงาน เป็นเจนเนอเรชั่นที่ชอบแสดงออกมีความเป็นตัวของตัวเองสูงไม่ชอบอยู่ในกรอบ

จากนิยามข้างต้นกล่าวโดยสรุปคือ เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หมายถึงบุคคลที่เกิดในปีพ.ศ 2526 - 2537 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองและด้านเทคโนโลยี ซึ่งเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับคนใน

วัยนี้ในการทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมากเป็นวัยเริ่มเข้าสู่วัยทำงานและมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของอีริกสันในขั้นที่ 6 ขั้นความรู้สึกลึกผูกพันใกล้ชิดกับความโดดเดี่ยว (Intimacy VS. Isolation) ซึ่งอยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น

1.2 ลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

ได้กล่าวว่าเจนเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มคนที่มองโลกในแง่ดี ชอบทำงานเป็นทีม ไม่ชอบทำตามกฎระเบียบ ฉลาดยอมรับการเปลี่ยนแปลง ยอมรับเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

รัชฎา อสิสนธิสกุล (2548) ได้กล่าวถึงเจนเนอเรชั่นวายว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความมั่นใจในตนเองและมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเทคโนโลยี มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบความแปลกใหม่ท้าทายและต้องการประสบความสำเร็จเร็ว

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2551) ได้กล่าวว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีบุคลิกลักษณะด้านหนึ่งที่ค่อนข้างหือหวาตามสมัยนิยมกล้าแสดงออกและกล้าที่จะคิด นับเป็นผู้บริโภคที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นมีความเป็นตัวของตัวเอง

ขวัญชนก กมลศุภจินดา (2558) ได้กล่าวว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) มีลักษณะเฉพาะตัวคือกล้าคิดกล้าทำกล้าแสดงออก ตรงไปตรงมา ให้ความสำคัญและมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในด้านการตลาดเป็นอย่างมาก เป็นผู้นำเทรนด์ (Trendsetter)

กล่าวโดยสรุปคือกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นตัวของตัวเอง มีบุคลิกภาพกล้าคิด กล้าทำกล้าแสดงออก ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญและมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

1.3 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

จากที่กล่าวข้างต้นคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีอายุระหว่าง 23-40 ปี ซึ่งคนในกลุ่มนี้มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดจากการศึกษา ของศรัณย์ธร ศศิธรนากรแก้ว (2558) พบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีการรับรู้ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับ “มาก” การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับ “มาก” การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับ “มาก” และมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับ “ปานกลาง” รวมไปถึงการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในงานวิจัยของวิฏารัณ จิรประวัติ (2555) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พบว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีการเปิดรับสื่อ ยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีรวมไปถึงสมาร์ทโฟนและสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชั่น

เรชั่นเบิร์กซ์ และในงานวิจัยของต่างประเทศของ Jaclyn Cabral (2011) ได้ศึกษาการเสพติดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย พบว่า กลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นวายมีพฤติกรรมการเสพติดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เนื่องจากได้รับผลกระทบจาก ความรุนแรง ความอดทน และองค์ประกอบภายในจิตใจของปมด้อยและเรื่องราวในอดีต

2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

จากการสืบค้นพบว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของคนเจนเนอเรชั่นวายที่พบมากที่สุดคือการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากคนในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีลักษณะเฉพาะที่กล้าคิดการทำการแสดงออกมีความเป็นตัวของตัวเองสูงการแสดงออกบนพื้นที่ออนไลน์ที่มีความอิสระจะนำสู่ผลที่เป็นทั้งในเชิงบวกและลบ การคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบจึงเป็นส่วนสำคัญ เนื้อหาในส่วนนี้จึงขอกกล่าวถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ดังหัวข้อต่อไปนี้

2.1 ความหมายของพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องศึกษาความหมาย รูปแบบ และลักษณะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งนี้มีนักวิจัยได้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

ศิริพร กนกชัยสกุล (2553)กล่าวว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยีที่ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวข้อความเรื่องราวต่างๆ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวได้อย่างสะดวก รวดเร็วเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารให้กับเพื่อนที่ร่วมพื้นที่ออนไลน์ และนอกจากนี้ยังสามารถเล่นเกมกับเพื่อนได้อีกด้วย แต่ทั้งนี้ผู้ใช้สามารถกำหนดความเป็นส่วนตัวในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ได้

ณัฐพล บัวอุไร (2554)กล่าวว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์หมายถึงรูปแบบหนึ่งในการสร้างเครือข่ายผ่านระบบออนไลน์ โดยสามารถเขียนอธิบายความรู้สึกหรือสิ่งต่างๆ ที่สนใจเพื่อเผยแพร่ให้กับผู้อื่นโดยผ่านบริการทางออนไลน์ เช่นการแชท การส่งอีเมล วิดีโอ อัฟโหลดภาพ หรือบล็อก

กันตพล บรรทัดทอง (2557) กล่าวว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึงสังคมที่รวมกลุ่มคนบนพื้นที่ออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถขยายไปได้อย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้เกิดสังคมใหม่ๆ มากขึ้นและสร้างชุมชนโดยผ่านเครื่องมือการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ทั้งการศึกษารัฐกิจและบันเทิง

ขวัญชนก กมลศุภจินดา (2558) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การรวมตัวกันของคนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบที่เรียกว่าเว็บไซต์ สามารถขยายตัวไปได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและทำให้เกิดสังคมใหม่

นนทรัฐ ไม้เจริญ (2557) ได้ให้ความหมายว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์หมายถึง การสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพบปะนัดหมายบนเว็บไซต์ที่สร้างในระบบอินเทอร์เน็ต

น้ำทิพย์ วิภาวิน (2558) ได้ให้ความหมายเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่า เป็นรูปแบบที่ให้บริการบนพื้นที่ออนไลน์ในการใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีความสนใจร่วมกันทั้งกิจกรรมเหตุการณ์ เรื่องราวภาพเพื่อสร้างเป็นเครือข่ายสังคมหรือความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งระหว่างกลุ่มคนและแหล่งบริการต่างๆ โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ต้องสร้างโปรไฟล์เป็นของตนเองเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบบริการต่างๆ เครือข่ายออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น อีเมล Google Facebook บล็อกทวิตเตอร์ Instagram โดยเราสื่อที่ต้องสร้างโปรไฟล์เป็นของตนเองเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบบริการต่างๆ

Girboveanu และ Puiu (2008) ได้อธิบายคำว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์คือชุมชนออนไลน์ที่ให้กลุ่มคนที่มีความสนใจหรือความต้องการที่คล้ายคลึงกัน โดยผู้ใช้งานจะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวของตนหรือเข้าร่วมกับกลุ่มผู้ใช้งานอื่นๆ เพื่อสร้างเป็นกลุ่มของตนเอง ทั้งนี้ชุมชนออนไลน์ลักษณะนี้จะมียุบายผู้ใช้บริการสามารถกำหนดได้ว่าใครจะสามารถเข้ามาดูประวัติส่วนตัวหรือติดต่อกับตนได้

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ดังต่อไปนี้

เอมิกา เหมมินทร์ (2557) ให้ความหมายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึงกิจกรรมใดๆ ก็ตามที่มีการตอบสนองหรือตอบโต้กันที่สามารถสังเกตได้ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่นความถี่ ช่วงเวลา ที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ วัตถุประสงค์ในใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ (2557) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ (Online Consumer Behavior) หมายถึงการกระทำของส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

จากความหมายและลักษณะพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ข้างต้น สรุปได้ว่าพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมผ่านเว็บไซต์ที่รวมกลุ่มคนเป็นสังคมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตใช้เป็นช่องทางการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยที่ผู้ใช้สามารถเผยแพร่ข้อความ ข้อมูลส่วนตัวรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และกิจกรรมที่สนใจทำให้เกิดการ

เชื่อมโยงกับผู้อื่นและเกิดเป็นชุมชนใหม่ที่มาจากความสนใจที่คล้ายคลึงกันโดยผู้ที่เผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว ข้อความ รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวสามารถจำกัดสิทธิการเข้าของข้อมูลต่างๆได้รวมถึงการติดต่อสื่อสารด้วยเช่นกัน

2.2 ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากการให้ความหมายที่หลากหลายของสื่อสังคมออนไลน์สามารถจัดประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ได้ดังนี้

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553) ได้จำแนกลักษณะเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ดังนี้

1.) Blog ย่อมาจาก Weblog เป็นระบบจัดการเนื้อหาในรูปแบบหนึ่งซึ่งผู้ใช้งานสามารถเขียนข้อความเรียกว่า “โพลต์” สามารถเผยแพร่ได้สะดวกรวดเร็วเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถด้านต่างๆสามารถแสดงความสามารถหรือความถนัดในด้านต่างๆได้อย่างอิสระและเป็นหนึ่งเครื่องมือที่ให้เกิดสังคมเนื่องจากเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น

2.) Twitter และ Microblog เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ซึ่งมีความแตกต่างคือการจำกัดข้อความในการโพลต์โดยแต่ละครั้งใช้อักษรได้ 140 ตัวโดยผู้ออกแบบ Twitter มีแนวคิดว่าการต้องการให้ผู้ใช้งานแบ่งปันว่าตอนนี้กำลังทำอะไรอยู่? แต่สามารถเกิดการทำโฆษณาและการทำการตลาดได้อย่างแพร่หลาย

3.) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักหรือคนแปลกหน้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งโดยผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน โดยแต่ละเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็จะมีเอกลักษณ์เฉพาะแต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกันคือโปรไฟล์ (Profiles) เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชีการเชื่อมต่อ (Connecting) เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์และการส่งข้อความ (Messaging) อาจเป็นข้อความส่วนตัวหรือข้อความสาธารณะโดยมีเฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

4.) การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) หมายถึงเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้สามารถนำรูปภาพหรือวิดีโอมาแบ่งปันให้เพื่อนหรือเผยแพร่ต่อสาธารณะชนโดยสามารถถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอหรือรูปภาพนาขึ้นเผยแพร่เช่น YouTube Multiply และ Slideshare เป็นต้นข้อมูลหรือวิดีโอเป็นที่ยื่นขอจะทำให้เกิดการบอกต่ออย่างแพร่หลาย

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2554) ได้จัดแบ่งความแตกต่างของประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ 7 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. การเขียนบทความ (Weblog) เป็นระบบจัดลำดับเนื้อหา (Content Management. System:CMS) รูปแบบหนึ่งซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่าโพสต์ (Post) และทำการเผยแพร่ได้โดยง่ายเป็นการเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถในด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรีซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 3 รูปแบบคือ 1) Blog ที่จัดทำโดยบริษัท (Corporate Blog) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพุดจาสื่อสารกับลูกค้า เช่น StarbucksGossip 2) Microblog มีลักษณะเป็นการโพสต์ข้อความสั้นๆไม่เกิน 140 ตัวอักษรและสามารถที่จะส่งข้อความสั้นๆไปยังโทรศัพท์มือถือได้โดยไม่ต้องเปิดอินเทอร์เน็ตเข้าอ่านเหมือนBlogทั่วไปลักษณะก็คือเป็นข้อความที่จะบอกว่าตอนนี้คุณทำอะไรอยู่เช่นTwitter 3) Blog ที่เขียนจากBlogger อีسترที่มีความสามารถเขียนเรื่องที่ตนถนัดและมีผู้ติดตามจำนวนมากซึ่งBlogในรูปแบบหลังนี้ปัจจุบันนักการตลาดนิยมให้Bloggerได้เข้ามาทดลองใช้สินค้า (Testimonial) แทนการใช้ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์แล้วให้Blogger เขียนข้อความในลักษณะสนับสนุนหรือแนะนำสินค้าจนกลายเป็นกลยุทธ์Marketing Influencer

2. แหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) เป็นเว็บที่รวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆในลักษณะเนื้อหาอิสระทั้งวิชาการภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์สินค้าหรือบริการโดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆเหล่านั้นเป็นผู้เข้ามาเขียนหรือแนะนำไว้ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการนักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญที่เห็นได้ชัดเจนเช่นWikipediaที่เป็นสารานุกรมออนไลน์หลายภาษา Google earth เว็บดูแผนที่ได้ทุกมุมโลกให้ความรู้ทางภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวเดินทาง การจราจรหรือที่พิกdig หรือ diggZy Favorites Online เป็นเว็บทำหน้าที่เก็บURL ของเว็บไซต์ที่ชื่นชอบไว้ดูภายหลังเป็นต้น

3. ประเภทเกมส์ออนไลน์ (Online games) เป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมส์ไว้มากมายจะมีลักษณะเป็นวิดีโอเกมส์ที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเกมส์ออนไลน์นี้ผู้เล่นสามารถที่จะสนทนาแลกเปลี่ยนitemsในเกมส์กับบุคคลอื่นๆในเกมส์ได้และสาเหตุที่มีผู้นิยมมากเนื่องจากผู้เล่นได้เข้าสังคมจึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมไปด้วยกันมากกว่าการเล่นคนเดียวอีกทั้งมีกราฟิกที่สวยงามและมีกิจกรรมต่างๆเพิ่มเช่นอาวุธเครื่องแต่งตัวใหม่ๆที่สำคัญสามารถที่จะเล่นกับเพื่อนๆแบบออนไลน์ได้ทันทีเช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya เป็นต้น

4. ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่หรือการตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนานการสร้างProfile ของตนเองโดยการใส่รูปภาพกราฟิก ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้นและยังมี

ลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราวถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆร่วมกันเช่นFacebook line เป็นต้น

5. ประเภทฝากรูปภาพ (Photomanagement) เว็บที่เน้นฝากเฉพาะรูปภาพ (Photo)โดยไม่เปลืองฮาร์ดดิสก์ส่วนตัวโดยการUpload รูปภาพจากกล้องถ่ายรูปหรือโทรศัพท์มือถือไปเก็บไว้บนเว็บซึ่งสามารถแชร์ภาพหรือซื้อขายภาพกันได้อย่างง่ายดายเช่นFlickr Photoshop Express และPhotobucker

6.ประเภทสื่อ (Media) เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน(Sharing) ไฟล์ประเภท Multimedia อย่างคลิป์วิดีโอภาพยนตร์เพลง เป็นต้นโดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพแต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นMultimedia เช่นYouTube Yahoo VideoและUstream.tv เป็นต้น

7.ประเภทซื้อ-ขาย (Business/commerce) เป็นเว็บที่ทำธุรกิจออนไลน์ที่เน้นการซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆผ่านเว็บไซต์ (E-commerce) เช่นการซื้อขายรถยนต์หนังสือหรือที่พักอาศัยซึ่งเป็นเว็บที่ได้รับความนิยมมากเช่น Amazone Bay Tarad และ Pramool เป็นต้น แต่เว็บไซต์ประเภทนี้ยังไม่ถือว่าเป็น Socia lNetworkที่แท้จริงเนื่องจากมิได้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการแชร์ข้อมูลกันได้หลากหลายนอกจากเน้นการสั่งซื้อและแนะนำสินค้าเป็นส่วนใหญ่

กล่าวโดยสรุปประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกแบ่งออกเป็น 6 ประเภท

1. Blog ย่อมาจากweblog เป็นรูปแบบหนึ่งในการนำเสนอบทความเรียกว่า“ โพสต์”และเผยแพร่ข้อมูลผู้อ่านสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้

2. Microblog คล้ายกับBlog แต่มีการจำกัดตัวอักษรในการเขียนบทความหรือ“ โพสต์”โดยสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลผู้อ่านสามารถแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นได้ เช่น Twitter

3. เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารกันทั้งในรูปแบบของข้อความรูปภาพภาพเคลื่อนไหวได้และสามารถทำความรู้จักกันผ่านพื้นที่ออนไลน์ได้ โดยมีลักษณะสำคัญที่ขาดกันคือโปรไฟล์หรือข้อมูลส่วนตัวเพื่อแสดงข้อมูลของเจ้าของบัญชี ถัดมาคือการสร้างกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักหรือคนที่มีความสนใจเดียวกันและการส่งข้อความอาจจะเป็นข้อความส่วนตัวหรือข้อความบนพื้นที่สาธารณะก็ได้เช่นFacebook Youtube และ Instagram

4. แหล่งข้อมูลความรู้เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมความรู้และข้อมูลในเรื่องต่างๆที่มีความเป็นอิสระทั้งทางวิชาการภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์วัตถุหรือบริการโดยมุ่งเน้นให้บุคคลมีความรู้ในเรื่องต่างๆเหล่านั้นโดยผู้เขียนจะเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการ

5. ประเภทเกมสโออนไลน์เป็นเว็บที่รวบรวมเกมมากมายหลายลักษณะโดยเป็นเกมที่เล่นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผู้ใช้งานสามารถเล่นสนทนาแลกเปลี่ยนไอเท็มกับบุคคลอื่นที่เข้าร่วมในเกมนั้นๆ

6. ประเภทซื้อขายเป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจโดยเน้นที่การซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆบนเว็บไซต์เช่น Amazon Tarad Airbnb Grab เป็นต้นโดยให้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นๆได้ด้วย

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในลักษณะของการใช้ Facebook เนื่องจากเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานมากที่สุด และยังเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้อย่างง่ายดาย มีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็นทำให้เกิดสังคมใหม่ได้พบปะบุคคลที่มีความชอบหรือความสนใจที่คล้ายคลึงกัน และเนื่องด้วยความเป็นอิสระนี้การแสดงออกบนโลกออนไลน์ของบุคคลจึงมีส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงออกได้ทั้งพฤติกรรมที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมที่อาจจะเกิดได้จากปัจจัยต่างๆ ที่มากระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาหลังจากแสดงพฤติกรรมที่อาจขาดวิจารณญาณ ขาดการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดรอบคอบ จึงมีความสำคัญในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมาก

2.3 ผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลกระทบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบดังต่อไปนี้

ณัฐกาญจน์ กอมนิ (2559) กล่าวถึง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบทางบวกที่มีผู้ใช้งานแต่ละบุคคลหากใช้งานอย่างมีวิจารณญาณ จะส่งผลให้ผู้ใช้งานรู้เท่าทันถึงผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น เลือกรับในสิ่งที่เป็นประโยชน์ ใช้เวลากับสื่ออย่างเหมาะสม สิ่งเหล่านี้จะทำให้การใช้งานสังคมออนไลน์มีประโยชน์ รวมทั้งไม่ก่อให้เกิดโทษแก่ตนเองและสังคมลำดับถัดมา ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เชิงลบดังต่อไปนี้

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2560) ได้นำเสนอ ผลกระทบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทางลบที่มีต่อบุคคล ดังต่อไปนี้

ภัยจากถูกหลอกลวง เนื่องจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความง่ายในการเข้าถึง และเป็นลักษณะของสังคมที่มีความฉาบฉวย จึงทำให้เกิดการหลอกลวงได้ง่าย โดยผู้ประสงค์ร้ายจะสร้างบัญชีเข้าใช้ สร้างโปรไฟล์และให้ข้อมูลส่วนตัวปลอม มาสอบถามข้อมูลผู้ที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เดียวกัน หรือสร้างเรื่องที่ไม่เป็นความจริง หรืออ้างถึงผู้มีชื่อเสียงหรือผู้มีอำนาจใน

สังคม เพื่อหลอกให้โอนเงินไปให้ เป็นต้น ภัยที่เกิดจากการใช้งาน เช่น การเช็คอิน (Check-in) เพื่อแสดงพิกัดตนว่าอยู่ที่ใด หรือการอัฟโหลด ภาพตนเอง โดยผู้ประสงค์ร้ายสามารถนำภาพของบุคคลนั้นๆไปตัดต่อทำให้เกิดความเสียหายชื่อเสียงได้

ทะนุพงศ์ ศรีกาฬสินธุ์ (2554) ได้กล่าวถึงผลกระทบเชิงลบของเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ โรคติดอินเทอร์เน็ต (Webaholic) คือบุคคลที่หมกมุ่นในการใช้อินเทอร์เน็ต มีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานาน และไม่สามารถควบคุมระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้

บรรจง อมรชีวิน (2556) ได้กล่าวถึงผลเชิงลบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน โดย ด้านแรกคือร่างกายโดยการใช้อินเทอร์เน็ตมากเกินไปส่งผลให้ปวดตาปวดกล้ามเนื้อคอไหล่ปวดศีรษะปวดมือ และอีกด้านคือ ด้านสังคมส่งผลให้ทำกิจกรรมทางกายที่ไม่ว่าจะกระทำกับตนเองหรือกระทำกับผู้อื่นน้อยลงมีการจดจ่อที่สั้นลงมีอารมณ์หงุดหงิดง่ายควบคุมตนเองได้น้อยลงและใช้ภาษาไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์และยังได้กล่าวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแบ่งเป็น 2 ระดับคือระดับแรกคือระดับบุคคลใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อมุ่งสร้างประโยชน์แก่ตนเองโดยหลอกลวงหรือทำร้ายผู้ใช้ที่เป็นเพื่อนร่วมสังคมออนไลน์เดียวกันแม้ว่าจะเกิดความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ใช้ก็ตามแต่การกระทำที่เกิดขึ้น ใช้คำพูดหรือข้อความที่ผู้ใช้เขียนลงไปในพื้นที่ออนไลน์ที่มีความเป็นสาธารณะก่อให้เกิดความทุกข์ความบาดหมางจนนำไปสู่ความขัดแย้งการขาดมารยาทและขาดจริยธรรมในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) ในสังคมออนไลน์ทั้งในลักษณะการเขียนข้อความโดยขาดการตรวจสอบข้อเท็จจริงหรือนำเสนอรูปภาพโดยไม่รับอนุญาตหรือตัดต่อภาพให้เกิดความเสียหายซึ่งถือเป็นประเด็นที่มีการวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม ถัดมา คือเป็นระดับองค์กรในสื่อมวลชนบางกรณีมีการนำเสนอข่าวหรือข้อมูลต่างๆโดยมาจากแหล่งข้อมูลที่ไม่ได้รับความน่าเชื่อถือและมีการนำเสนอโดยไม่คำนึงถึงมารยาทและจรรยาบรรณมีการแสดงความคิดเห็นที่โง่งม

กล่าวโดยสรุป ผลของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยในด้านบวกคือมีความสะดวกรวดเร็วและง่ายในการเข้าถึงโฆษณาและทำการตลาดและการติดต่อสื่อสารไม่ว่าจะเป็นบุคคลกับบุคคลหรือบุคคลกับองค์กร ในทางตรงกันข้ามผลกระทบด้านลบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างไม่จำกัดเวลาในการใช้งานส่งผลต่อร่างกายคือปวดดวงตาและกล้ามเนื้อส่งผลให้ทำพฤติกรรมในสังคมแห่งความจริงน้อยลงถ้าขาดความรอบครอบหรือวิจรรย์ญาณในการใช้งานก็จะส่งผลให้เกิดความขัดแย้งหรือละเมิดสิทธิผู้อื่นขาดความน่าเชื่อถือและมารยาทในสังคม

2.4 ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ให้ความหมายว่าการคิดอย่างมีวิจารณญาณคือหลักการทางความคิดที่เน้นกระบวนการพิจารณาและประเมินข้อมูลหลักฐานอย่างละเอียดรอบคอบโดยใช้หลักการและเหตุผลจนกระทั่งได้คำตอบที่เหมาะสมหรือดีที่สุด เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือประเมินแก้ปัญหาต่างๆ

บรรจง อมรชีวิน (2556) ได้ให้ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณไว้ว่าเป็นความสามารถในการที่คิดได้อย่างกระจ่างแจ่มแจ้งและอย่างมีเหตุมีผลและยังรวมถึงความสามารถในการคิดที่เป็นอิสระและสะท้อนการคิดการคิดอย่างไตร่ตรอง

สุวิทย์ มูลคำ (2547) อธิบายถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณคือการคิดที่มีเหตุผลโดยผ่านการพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบมีหลักเกณฑ์และหลักฐานที่เชื่อถือได้นำไปสู่การสรุปและตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพว่าสิ่งใดถูกต้องสิ่งใดควรเชื่อสิ่งใดควรเลือกหรือสิ่งใดควรทำ

วัชรวิภา เล่าเรียนดี (2560) ให้ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณว่าเป็นการคิดที่ต้องอาศัยความรู้คิดอย่างมีเหตุมีผลเป็นการประเมินว่าเป็นสิ่งที่ควรเชื่อควรปฏิบัติตามหรือไม่หรือไม่ควรเชื่อควรปฏิบัติตามโดยการพิจารณาละเอียดด้วยหลักการเหตุผลความเหมาะสมและความน่าเชื่อถือของข้อมูลมาเป็นองค์ประกอบเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

ศันสนีย์ ฉัตรคุปต์ (2545) อธิบายถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณคือการคิดวิเคราะห์สังเคราะห์ตัดสินใจและแก้ปัญหาโดยยึดหลักการคิดด้วยเหตุผลจากข้อมูลที่เป็นจริงมากกว่าอารมณ์และการคาดเดา

อุษณีย์ อนุรุทธวงศ์ (2553) อธิบาย ว่าการคิดอย่างมีวิจารณญาณคือรูปแบบหนึ่งของการคิดในระดับสูงเป็นวิธีคิดอย่างมีเหตุผลก่อนตัดสินใจว่าจะเชื่อหรือไม่เชื่ออะไรอยู่บนพื้นฐานของหลักการและเหตุผลมีการศึกษาข้อเท็จจริงถือว่าเป็นทักษะการคิดที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้และการดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบัน

Dewey (อุษณีย์ อนุรุทธวงศ์, 2553 อ้างอิงจาก Dewey, 1993) ได้เสนอว่าการคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นการคิดอย่างใคร่ครวญไตร่ตรองเป็นการคิดที่เริ่มต้นจากสถานการณ์ที่คลุมเครือมีความยุ่งยากเมื่อผ่านกระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณที่ใช้ข้อเท็จจริงหลักการและกฎเกณฑ์ทำให้สิ้นสุดลงด้วยสถานการณ์ที่มีความชัดเจน

Ennis (ธรรมราช บุญทิพย์เจริญ, 2555 อ้างอิงจาก Ennis, 1985) ได้ให้ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณว่าเป็นการคิดพิจารณาไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการตัดสินใจว่าสิ่งใดควรเชื่อหรือควรทำช่วยให้ตัดสินใจสภาพการณ์ได้ถูกต้อง

Alec Fisher และ Michael Scrivan (บรรจง อมรชีวิน, 2556 อ้างอิงจาก Alec Fisher และ Michael Scrivan, 1997) อ้างอิงจาก Alec Fisher and Michael Scrivan, 1997) ได้ให้ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณว่าเป็นการมีทักษะในการตีความและประเมินการสังเกตและการสื่อสารสารสนเทศและข้อโต้แย้ง

Bayer (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์, 2545 อ้างอิงจาก Bayer 1995) ได้ให้ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณคือความสามารถที่จะตัดสินสิ่งต่างๆ ได้อย่างมีเหตุผลไม่ใช้การคาดเดาไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่

Angelo (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์, 2545 อ้างอิงจาก Angelo 1995) ให้ความหมายของการคิดอย่างมีวิจารณญาณว่าเป็นการคิดด้วยเหตุผลและใช้ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณว่าเป็นการคิดด้วยเหตุผลและใช้ทักษะการคิดที่ซับซ้อนขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์สังเคราะห์รับรู้ปัญหาแก้ปัญหาและหาข้อสรุป

จากความหมายการคิดอย่างมีวิจารณญาณข้างต้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า การคิดอย่างมีวิจารณญาณหมายถึง หลักคิดที่พิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบไตร่ตรองประเมินข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาความคลุมเครือและความขัดแย้งต่างๆ ด้วยเหตุผลความรู้ข้อมูลเชิงวิชาการและข้อมูลเชิงแวดล้อมมากกว่าใช้อารมณ์และการคาดเดาสถานการณ์เพื่อใช้ในการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่

2.5 ลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายจึงให้ความสำคัญกับลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าวไว้หลายท่านโดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

Wade (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์, 2545 อ้างอิงจาก Wade 1995) กล่าวถึงลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณไว้ว่าบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณ์นั้นต้องตั้งคำถามหรือข้อสงสัยโดยมีของเขตที่ชัดเจนสืบค้นตรวจสอบข้อเท็จจริงและวิเคราะห์ข้อสันนิษฐานและตัดสินข้อมูลต่างๆ บนพื้นฐานของเหตุผลอย่างละเอียดรอบคอบโดยตรวจสอบข้อบิดเบือนข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นพิจารณาตีความในหลากหลายแง่มุม

Bayer (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์, 2545 อ้างอิงจาก Bayer 1995) ได้กล่าวถึงลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณไว้คือบุคคลต้องตั้งคำถามแสวงหาเหตุผลและสามารถหาข้อสรุปจากข้อเสนอมือหรือหลักฐานที่มีอยู่อย่างหลากหลายได้โดยเลือกจากข้อมูลและข้อเท็จจริงมีความน่าเชื่อถือมากที่สุดบุคคลสามารถตีความในหลากหลายมุมมองเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ

ยอมรับฟังถึงความคิดเห็นของผู้อื่นและเคารพต่อความคิดเห็นนั้นไม่ยึดเพียงเหตุผลของตัวเองเป็นใหญ่

Ferret (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์, 2545 อ้างอิงจาก Ferret1997) ได้กล่าวถึงลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณไว้ดังนี้คือบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณจะต้องตั้งคำถามหรือข้อสงสัยมีความสนใจในการค้นหาข้อมูลให้ได้คำตอบบุคคลต้องตรวจสอบวิเคราะห์และคำตอบว่าตรงประเด็นจะต้องมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลบุคคลจะต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและบุคคลต้องประเมินข้อโต้แย้งและตัดสินเรื่องราวจากการรวบรวมข้อเท็จจริงทั้งหมด

Boss (บรรจง อมรชีวัน. 2556: 20-21; อ้างอิงจาก Boss.2553) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณญาณที่ดี มีทักษะที่สำคัญ ดังนี้

1. ทักษะการวิเคราะห์ เป็นทักษะที่บุคคลต้องสามารถวิเคราะห์ และมีเหตุผลในการสนับสนุนต่อความเชื่อ มากกว่ายืนยันบนความเห็นของตน กระบวนการคิดนี้ยังจำเป็นในการใช้ประเมินข้อโต้แย้งของผู้อื่น โดยอ้างอิงจากเหตุผลที่มีการสนับสนุนที่ชัดเจนเช่นกัน

2. การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นทักษะที่สำคัญเนื่องจากต้องมีความรู้และข้อมูลที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงต้องสามารถรับและส่งสารทั้งด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยต้องตระหนักถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

3. ทักษะการถาม กระบวนการคิดอย่างมีระบบ เป็นทักษะที่บุคคลต้องเข้าใจถึงแก่นหรือประเด็นสำคัญในเนื้อหา ซึ่งได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล การประเมิน และการสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นข้อสนับสนุนเชิงประจักษ์ ซึ่งทำให้เกิดข้อสรุปในประเด็นที่มีความซับซ้อนคลุมเครือ ให้เห็นในประเด็นที่สำคัญมากขึ้น

4. ความยืดหยุ่นและอดทนต่อความคลุมเครือ การค้นหาบางอย่างที่จะเป็นข้อกล่าวอ้างและหลักฐานเชิงประจักษ์ในฐานะนักคิด ย่อมต้องเผชิญกับช่วงของความคลุมเครือที่ยังไม่มีความชัดเจนด้วยความอดทน คนจำนวนมากอาจมีจุดยืน ความเชื่อที่แตกต่างกัน และมีความสามารถในการประเมินมุมมอง ที่แตกต่าง การเป็นบุคคลที่มีการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจะต้องมีความยืดหยุ่น และเผชิญกับความคลุมเครือไม่ชัดเจนเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

5. การเปิดใจกว้างต่อข้อสงสัย การคิดต้องเริ่มด้วยการมีใจเปิดกว้าง พร้อมรับฟังข้อสงสัยไม่ใช่ลักษณะการปกป้องจุดยืนของตน แต่ต้องพิจารณาสิ่งต่างๆอย่างมีวิจารณญาณ บนรากฐานของข้อสมมติฐาน และข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อมองได้หลายๆมุม ในประเด็นพิจารณา

ดังกล่าวก่อนที่จะนำไปสู่บทสรุปสุดท้าย ในการที่จะกระทำอย่างนี้ได้ก็จะต้องเป็นผู้คิดอย่างมี วิจารณ์ญาณที่มีประสิทธิภาพ สามารถที่จะสร้างความสมดุล แยกแยะระหว่างความเชื่อ และ ความสงสัย

6.การแก้ปัญหาหาอย่างสร้างสรรค์ คือความปัญหาในหลากหลายมิติก่อนโดย อาศัยจินตนาการ ความรู้ และความเชื่อในตัวบุคคล ซึ่งจะส่งผลให้เราสามารถหาวิธีการและ วางแผนในการแก้ปัญหาได้หลายวิธี อาจใช้การจินตนาการในการดูความเป็นไป

7.ความตั้งใจ ความใส่ใจ และความใฝ่รู้ ผู้ที่มีการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ คือผู้ที่ มีความใฝ่รู้ทางปัญญาความตั้งใจ และความใส่ใจที่มีต่อสิ่งต่างๆ รอบตัวด้วยความคิดของเขาเอง นักคิดที่ดีจะไม่กระทำสิ่งต่างๆโดยปราศจากเหตุผล แม้จะเป็นความเห็นที่แตกต่าง แต่จะเคารพต่อ ความหลากหลาย

8. การเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning) การคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณล้วน เกิดขึ้นในบริบททั้งในชีวิตจริงและการคาดคะเนจากปฏิกิริยาของผู้อื่น มนุษย์ล้วนมีการเชื่อมโยง กับคนอื่นๆ ดังนั้น จึงต้องเรียนรู้ที่จะต้องร่วมมือกันมากขึ้น ด้วยการพูดคุยแลกเปลี่ยน และแบ่งปัน กันในสังคม หากเราตัดขาดจากผู้อื่นหรือสังคมย่อมจะนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้

จากลักษณะข้างต้นกล่าวโดยสรุปว่าบุคคลที่มีการคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณ จะต้องมึลักษณะประการแรกคือการคิดและตั้งคำถามที่ชัดเจนถัดมาคือมีความสนใจใฝ่รู้และ ต้องการค้นหาคำตอบที่ถูกต้องโดยค้นหาคำตอบจากข้อเท็จจริง/ข้อมูลที่น่าเชื่อถือทั้งเชิงแวดล้อม และเชิงวิชาการรวบรวมข้อมูลตรวจสอบข้อมูลข้อมูลวิเคราะห์ข้อสันนิษฐานและความคิดเห็นต่างๆ ประเมินและตีความในหลากหลายทางสรุปข้อมูลต่างๆ บนพื้นฐานของเหตุและผลเพื่อใช้ตัดสินใจ โดยปราศจากอคติหรืออารมณ์ในการตัดสินใจยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและเปลี่ยนความคิด เมื่อได้รับข้อมูลใหม่ที่มีเหตุผลและดีกว่า

3.แรงจูงใจ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์มีเกิดขึ้นซึ่งทั้งสามปัจจัยคือ ปัจจัยด้านความต้องการอิสระในการแสดงพฤติกรรม ปัจจัยด้านความต้องการความสัมพันธ์กับ ผู้อื่น และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ เป็นคุณลักษณะที่สะท้อนให้เห็นถึงการ แรงจูงใจภายในที่สอดคล้องกับกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีลักษณะกล้าคิดกล้าทำกล้าแสดงออก ตรงไปตรงมาและมักคิดตัดสินใจกระทำบางสิ่งบางอย่างตามความเชื่อและแรงจูงใจภายในดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการศึกษาครั้งนี้

3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motivation) มาจากภาษาลาตินว่า Movere อันหมายถึงการเคลื่อนไหว (to move) ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกซึ่งไม่หยุดนิ่งอันยังผลให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำ (สรว้อย ตระกูล ติวยานนท์) ธรรมมานะ. 2542: 83; อ้างอิงจาก Luthans. 1985: 183) ซึ่งศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541: 106) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่าหมายถึงการที่บุคคลได้รับกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการกระทำกิจกรรมต่างๆ อย่างมีพลังมีคุณค่ามีทิศทางที่ชัดเจนซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจเต็มใจความพยายามหรือพลังในตนเองรวมทั้งการเพิ่มพูนความสามารถที่จะทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการและส่งผลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

มัลลิกา ต้นสอน (2544) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึงความยินดีและความเต็มใจของบุคคลที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายบุคคลที่มีแรงจูงใจจะแสดงออกมาในรูปพฤติกรรมที่มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน

คินิชิ และ วิลเลียม คินิคคิ (2549) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึงกระบวนการทางจิตวิทยาเริ่มต้นจากมนุษย์ต้องการ ซึ่งความต้องการจะเป็นผลทำให้เกิดแรงจูงใจและแรงจูงใจจะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวมีผลทำให้มนุษย์ได้รางวัลและผลของรางวัลทำให้มนุษย์พึงพอใจ

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2546) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึงการที่ผู้นำจะใช้ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลมาใช้ในการกระตุ้นให้พนักงานใช้ศักยภาพที่ตนมีอยู่ในการทำงานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงปัจจัยภายนอกได้แก่สิ่งต่างๆ ที่จะเป็นสิ่งกระตุ้น (Stimulus) จากภายนอก (Extrinsic) ทำให้บุคคลพึงพอใจและนำความสามารถของตนออกมาใช้ในการทำงาน

Lovell (พรทิพย์ วานิชจัญญ เกียรติ, 2553 อ้างอิงจาก Lovell, 1980) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักจูงใ้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

Beach (1976) ได้ให้คำนิยาม “แรงจูงใจ” ว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความเต็มใจที่จะใช้พลังเพื่อให้ประสบความสำเร็จในเป้าหมาย (Goal) หรือเพื่อให้ได้รับรางวัล (Reward) เป็นสิ่งสำคัญของการกระทำของมนุษย์และเป็นสิ่งชักจูงคนให้ไปถึงซึ่งวัตถุประสงค์ที่มีสัญญาณเกี่ยวกับรางวัลที่ได้รับ

จากนิยามความหมายข้างต้นกล่าวโดยสรุป แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการทางจิตใจที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมโดยใช้ศักยภาพความพยายามเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายหรือการได้รับรางวัล

3.2 ความสำคัญของแรงจูงใจ

จากการสืบค้นมีการให้นิยามถึงความสำคัญของแรงจูงใจไว้ดังนี้

สุชา จันทน์โฮม (2524) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดพลังที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆที่จะทำให้เกิดการที่จะกระทำหรือไม่กระทำได้สิ่งหนึ่งและทำให้เกิดความพร้อมในการเรียนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แรงจูงใจทำให้บุคคลหรือผู้เรียนสามารถไปสู่จุดหมายปลายทางตามที่พวกเขาคาดหวังไว้

ชัยนาถ นาคบุผา (2529)กล่าวถึงความสำคัญของแรงจูงใจ คือ อิทธิพลต่อการกระทำสิ่งต่างๆของบุคคลเป็นอย่างมากหากบุคคลนั้นๆได้รับแรงจูงใจในระดับที่เหมาะสมย่อมทำให้พวกเขามีความตั้งใจเรียนหรือทำงานอย่างเต็มความสามารถโดยไม่ย่อท้อ

กิติ ตย์คานนท์ (2532) และพงศ์ หรดาล (2540) กล่าวว่าแรงจูงใจมีความสำคัญ 3 ประการคือ ประการแรกคือความสนใจ เลือกและกำหนดตนเองให้ตนแสดงพฤติกรรม ประการถัดมาคือ การเกิดพลังในการแสดงพฤติกรรม และประการสุดท้ายคือ ทำให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมาย

ประยูรศรี มณีสร (2532) กล่าวว่าความสำคัญของแรงจูงใจคือ ส่วนที่ช่วยส่งเสริมให้คนทำงานที่ตนรับผิดชอบจนบรรลุถึงความสำเร็จและแรงจูงใจนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่บุคคลที่ทำงานไปยังแนวทางที่ถูกต้องหรือเป็นพฤติกรรมที่สนองตอบความต้องการของมนุษย์และเป็นพฤติกรรมที่นำไปสู่จุดหมายปลายทางซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าภายในหรือสิ่งเร้าภายนอกก็ได้

จากความสำคัญข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อบุคคลในการช่วยส่งเสริมหรือมีอิทธิพลต่อการกระทำสิ่งต่างๆของแต่ละบุคคลให้สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางตามที่คาดหวังไว้

3.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

จากที่นำเสนอลักษณะของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายทำให้เห็นถึงการกระทำต่างๆ ที่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากกระทำของตนเองเป็นหลัก และจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งผู้วิจัยจะศึกษาผ่านปัจจัยอันเกิดขึ้นจากแรงจูงใจภายในคือปัจจัยด้านความต้องการความอิสระในการแสดงพฤติกรรม ปัจจัยด้าน

ความสัมพันธ์กับผู้อื่น และปัจจัยด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจอันสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มคนเจเนเรชั่นวายที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่นคือกล้าคิดกล้าทำกล้าแสดงออกตรงไปตรงมา และมักคิดและตัดสินใจจากตนเอง ผู้วิจัยจึงขอเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ ดังนี้

1.ทฤษฎีสองปัจจัย ของ Herzberg (สุรเดช ลิปิกรณ, 2552อ้างอิงจาก Herzberg, 1959)พบว่า ปัจจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของการทำงานของมนุษย์มี 2 ปัจจัยได้แก่

1.) ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) เป็นปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรงปัจจัยจูงใจ

1.1) ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล (Achievement) หมายถึงการที่บุคคลสามารถปฏิบัติงานหรือแก้ไขปัญหาต่างๆที่ได้รับมอบหมายสำเร็จสิ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และผลสำเร็จของงานนั้นเป็นที่น่าพอใจและภาคภูมิใจ

1.2) การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึงการที่บุคคลได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชาผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการชมเชยการให้กำลังใจการแสดงออกถึงการยอมรับในความสามารถของบุคคลนั้นๆ

1.3) ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (Work Content) หมายถึงงานที่ปฏิบัติมีลักษณะงานที่น่าสนใจท้าทายความสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการ

ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานเพียงผู้เดียวตั้งแต่ต้นจนจบหรือการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบงาน

1.4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึงความพึงพอใจในการมีอำนาจในการรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่โดยไม่มีการตรวจสอบหรือมีคนมาควบคุมสามารถควบคุมตนเองได้

1.5) ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึงการได้รับการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นด้วยความเป็นธรรมการได้รับโอกาสได้ศึกษาหรือมีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานรวมถึงการได้รับความไว้วางใจในการปฏิบัติหน้าที่สำคัญ

2.) ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยภายในที่ถ้าไม่มีปัจจัยนี้ก็จะกระตุ้นให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของงานในการช่วยส่งเสริมให้แรงจูงใจในการทำงานของแต่ละบุคคลยังคงอยู่ตลอดเวลาปัจจัยค้ำจุน ได้แก่

2.1) เงินเดือนและสวัสดิการหมายถึงอัตราเงินเดือนที่ได้รับเป็นประจำ ค่าตอบแทนต่างๆความเหมาะสมของเงินเดือนและสวัสดิการที่ให้เป็นที่น่าพึงพอใจของบุคคลในองค์กร

2.2) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน หมายถึง การที่บุคคลมีความสัมพันธ์ทั้งทางกายหรือวาจาที่ดีต่อกัน ทั้งกับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานสามารถปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเข้าใจมีความสามัคคีช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2.3) สถานะของอาชีพหมายถึงอาชีพที่ปฏิบัตินั้นมีเกียรติและมีศักดิ์ศรีเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาคือ ทฤษฎีสองปัจจัย ของ Herzberg ที่ได้กล่าวถึงการกระทำสิ่งต่างๆของมนุษย์ที่มาจากปัจจัยค่าจูน และปัจจัยจูงใจ โดยพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายในนั้น บางพฤติกรรมเกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่กระตุ้นเร้า จนบุคคลเกิดเป็นความเชื่อและแรงจูงใจภายใน แต่ในทฤษฎีดังกล่าวเป็นการอธิบายถึงการเกิดพฤติกรรมของบุคคลในระดับองค์กรซึ่งไม่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับคนในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายซึ่งมีความหลากหลายของอาชีพ ทฤษฎีดังกล่าวจะยังมีข้อจำกัดในการนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยในครั้งนี้

2. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยได้อธิบายถึงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ว่าความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับดังนี้ (ครองทรัพย์ วงศ์มาน, 2553)

1.) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการในระดับพื้นฐานที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิตของมนุษย์เพื่อความมีชีวิตอยู่รอด (Survival) เช่น ความต้องการด้านอาหาร อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น มนุษย์จะพยายามแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนี้ เพื่อให้เกิดความต้องการในขั้นตอนอื่นๆต่อไปแต่ขั้นต่อไปจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าความต้องการด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2.) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Need) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พึงพอใจแล้วก็จะเกิดความต้องการด้านความปลอดภัย ในการเป็นอยู่และความมั่นคงในการดำรงชีวิตปราศจากภัยอันตราย

ทั้งทางร่างกายและจิตใจ จากสภาพแวดล้อมและกิจกรรมต่างๆในการดำเนินชีวิตซึ่งความต้องการในขั้นตอนนี้

3.) ความต้องการทางด้านสังคม (Social Need) เมื่อความต้องการในระดับที่ 1 และ 2 ได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลก็จะเริ่มมีความต้องการความรักความผูกพันทั้งในลักษณะที่เป็นผู้ให้ความรักและเป็นผู้รับความรักจากบุคคลต่างๆความต้องการครอบครองความเป็นเจ้าของ (Belongingness) ทั้งในแง่ของความต้องการเป็นเจ้าของผู้อื่นและต้องการให้ผู้อื่นมาแสดงความเป็นเจ้าของต่อตนต้องการการมีครอบครัวต้องการการยอมรับการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะหรือองค์กรการมีเพื่อนร่วมงานต้องการเป็นบุคคลอันเป็นที่รักของผู้อื่นต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

4.) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Self-esteem Need) เป็นความต้องการเกี่ยวกับความรู้สึกว่าตนเองมีประโยชน์และมีคุณค่าซึ่งเป็นความต้องการในระดับสูงของมนุษย์อันจะเกี่ยวข้องกับความต้องการมีสถานภาพหรือฐานะที่เด่น (Prestige) เช่น ตำแหน่งชื่อเสียงเกียรติยศความต้องการยอมรับนับถือ (Recognition) ความต้องการเห็นว่าตนเองมีคุณค่า (Esteem)

5.) ความต้องการความสำเร็จสูงสุด (Self-Actualization Need) หรือเรียกว่าสัจการแห่งตนจัดเป็นลำดับความต้องการที่สูงที่สุดที่อยากให้เป็นในชีวิตและมีคุณค่าต่อความเป็นมนุษย์คือต้องการที่จะบรรลุผลตามอุดมคติหรืออุดมการณ์ตามที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งในแต่ละคนนั้นจะมีความคาดหวังที่แตกต่างกันออกไปการได้พบความสำเร็จสูงสุดโดยใช้ความสามารถของตนให้เป็นประโยชน์เต็มศักยภาพไปในทิศทางที่ตนเองถนัดและสนใจการได้ใช้ความสามารถที่มีในการแก้ปัญหาที่ยุ่งยากท้าทายให้สำเร็จด้วยดีบุคคลที่มาถึงความต้องการในลำดับนี้มักจะเป็นความเป็นอิสระที่จะทำสิ่งใดๆตามมโนธรรมตามหลักการที่ยึดถือมักเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อผู้อื่นในสังคมเพื่อเกิดประโยชน์ในส่วนรวมโดยไม่หวังผลตอบแทนใด

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา คือ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งสามารถอธิบายแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือในลำดับขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Need) และลำดับที่ 3 ความต้องการทางด้านสังคม (Social Need) แต่ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ใช้อธิบายถึงความต้องการขั้นพื้นฐานที่ต้องมาเป็นลำดับขั้น และในแต่ละขั้น

ความต้องการก็ไม่สามารถที่จะอธิบายแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณได้ทั้งหมด

ทฤษฎี ERG (ERG Theory)

เคลย์ตันแอลเดอร์เฟอร์ Alderfer Clayton P (1969) เป็นผู้นำแนวคิดความต้องการของมาสโลว์มาสร้างเป็นสิ่งใหม่โดยย่อความต้องการเหลือเพียง 3 กลุ่มใหญ่

1. ความต้องการเพื่อดำรงชีวิตเป็นความต้องการทางกายภาพที่เขาต้องการให้ชีวิตเช่นอาหารน้ำที่อยู่นอกเหนือจากนั้นยังมีค่าแรงสวัสดิการความปลอดภัย

2. ความต้องการด้านความสัมพันธ์เป็นความต้องการทางสังคม เช่น การได้รับการยอมรับความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยความสัมพันธ์กับคนอื่นมีชื่อเสียงและได้รับการยกย่องทางสังคม

3. ความต้องการด้านความงอกงามเป็นความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาตนเองความก้าวหน้าในการทำงานความเข้าใจตนเองการใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดย ทฤษฎี ERG มีความต้องการ 2 ด้านที่สามารถอธิบายถึงแรงจูงใจของบุคคลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณได้ คือ ความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นและสังคม แต่ก็ยังไม่สามารถนำทฤษฎีนี้ไปอธิบายพฤติกรรมดังกล่าวได้ทั้งหมด

ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory)

ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory: SDT) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแรงจูงใจอารมณ์ความรู้สึกและบุคลิกภาพ (Legault, 2017 อ้างอิงจาก Vansteenkista, Niemiec, และ Soenens, 2010) ซึ่งพัฒนามาจากงานต้นแบบของ Edward Deci และ Richard Ryan (Deci และ Ryan, 1985) ซึ่งทฤษฎีนี้มีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของมนุษย์ด้วยวิธีการศึกษาในเชิงประจักษ์ ที่ใช้อธิบายถึง แรงจูงใจภายใน เป็นพลังที่ควบคุมการกระทำตามธรรมชาติของร่างกาย เป็นสิ่งที่มีมาตั้งแต่กำเนิด เป็นคุณสมบัติตามธรรมชาติที่เป็นส่วนหนึ่งของความสนใจและการทำงานของความสามารถ และสามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมแม้ว่าจะปราศจากการควบคุมจากสิ่งแวดล้อม หรือแรงเสริม/รางวัลจากภายนอก การรับรู้ถึงแรงจูงใจมุ่งเน้นไปที่ความสำคัญซึ่งขับเคลื่อนพฤติกรรมไม่ทั้งหมดหรือไม่การทำงานของควบคุมจากภายนอก แรงจูงใจภายในมีความสำคัญสำหรับผู้ส่งเสริมในการเรียนรู้ การประยุกต์ใช้ และการเติบโต โดยทฤษฎีนี้อธิบายถึงแรงจูงใจภายในโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเร้า (Optimal stimulation) พฤติกรรมของบุคคล จะมี ประสิทธิภาพมากที่สุดเมื่อสิ่งเร้ามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจภายในที่สอดคล้องกับความต้องการ ของบุคคล ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 การกระตุ้นเร้าที่เหมาะสม (Optimal arousal) มีแนวคิดที่ว่า แรงจูงใจภายในเป็น ผลมาจากการกระตุ้นที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบๆตัวของมนุษย์ถ้าได้รับการกระตุ้นมีระดับต่ำ บุคคลจะ ถูกจูงใจให้เพิ่มระดับการกระตุ้น ถ้าการกระตุ้นอยู่ในระดับสูงเกินไปเมื่อเทียบกับความต้องการ บุคคลจะพยายามลดแรงกระตุ้นนั้นลงให้อยู่ในภาวะที่เหมาะสม ดังนั้นแรงจูงใจภายในจะ ตอบสนองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดก็ต่อเมื่อในสถานการณ์ที่มีระดับการกระตุ้นระดับที่เหมาะสมและบุคคลผู้นั้นปรารถนา

1.2 การกระตุ้นเร้าที่ไม่ตรงกับความต้องการ (Optimal incongruity) แนวคิดนี้ อธิบายว่า แรงจูงใจภายในจะเกิดจากโครงสร้างทางจิตถูกระตุ้นหรือถูกดึงดูดโดยสิ่งเร้าที่ไม่สอดคล้องกับความคิด การรับรู้ค่านิยม หรือพฤติกรรมของบุคคล จึงก่อให้เกิดความขัดแย้ง ความวิตกกังวล และภาวะทางจิตที่เป็นปัญหาในอนาคต เพราะฉะนั้น บุคคลจะพยายามลดแรง กระตุ้นที่ไม่ตรงกับความต้องการนี้ลง และทำให้แรงกระตุ้นมีทิศทางตามที่ตนต้องการ ที่กระทำเช่นนี้ เนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงความวิตกกังวลและความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในตนเอง

2.แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและอารมณ์ความรู้สึก (Needs and affects) อธิบาย ว่าบุคคลต้องการมีอิสระ ต้องการมีความสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพกับสิ่งแวดล้อม และต้องการมีความรู้สึกสนใจมีความสุขรู้สึกสนุกสนานในขณะทำสิ่งต่างๆ เดซีและไรอัน เสนอว่าแรงจูงใจภายในเกี่ยวข้องกับความต้องการและความสำคัญ 3 ส่วน คือ

2.1 ความต้องการมีความสามารถ (Need for Competence) เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลโดยบุคคลต้องการมีความรู้สึกว่าตนเป็นคนมี ความสามารถ จึงแสดงออกด้วยการกระทำสิ่งที่มีความท้าทาย ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ และใช้ความ พยายามที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับความสามารถของตัวบุคคลเอง

2.2 ความสนใจ ความตื่นเต้น และการลื่นไหล (Interest-Excitement and Flow) คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุขและเพลิดเพลินในขณะทำงานหรือทำกิจกรรมต่างๆ ความรู้สึกเหล่านี้ จึงทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน และเป็นแรงกระตุ้นในการเกิดของพฤติกรรม

2.3 ความต้องการกำหนดได้ด้วยตนเอง (The need of self-determination) ความต้องการกำหนดได้ด้วยตนเอง เป็นความรู้สึกของบุคคลที่ต้องการมีอิสระในการกำหนดสิ่งต่างๆ ได้ด้วยตนเอง (Autonomy) ซึ่งความต้องการนี้เกิดจากแรงกระตุ้นหรือผลักดันทางจิตใຈจาก

ภายในตัวบุคคลที่แสดงออกเป็นความตั้งใจในการปฏิบัติกิจกรรมด้วยตัวของผูปฏิบัติเอง ตั้งแต่เริ่มต้นและปฏิบัติอย่างต่อเนื่องด้วยความสม่ำเสมอ

พฤติกรรมที่ถูกใจภายในให้ความสำคัญกับการมีความสามารถและความสนใจ แต่พฤติกรรมที่ไม่ได้ถูกใจหลายพฤติกรรมอาจมุ่งเน้นเฉพาะที่การมีความสามารถและบางพฤติกรรมที่ อาจถูกใจด้วยความสนใจ การที่บุคคลถูกใจภายในตามแนวคิดของการกำหนดด้วยตนเอง บุคคลจะต้องรู้สึกเป็นอิสระจากแรงกดดัน เช่น รางวัล หรือเงื่อนไขผูกพัน แรงจูงใจภายในจะ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีประสบการณ์ในการกระทำว่ามีอิสระกำหนดได้ด้วยตัวเอง (Autonomous) และ ไม่อยู่ภายใต้เงื่อนไขของการควบคุมหรือมีการเสริมแรงที่เป็นสาเหตุของการกระทำ

Deci และ Ryan (1985) เสนอทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองว่า เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงแรงจูงใจของมนุษย์ที่สร้างขึ้นมาจากผลการศึกษาวิจัยใน เชิงประจักษ์และกระบวนการที่คนที่มีมองมนุษย์ในเชิงอินทรีย์ (Organismic) คือ มองว่าธรรมชาติ ของมนุษย์มีความกระตือรือร้นและริเริ่มลงมือกระทำ (active) ซึ่งตรงข้ามกับกระบวนการที่ มองมนุษย์ในเชิงกลไก (mechanism) คือ มองว่ามนุษย์เป็นฝ่ายถูกกระทำ (passive) ทฤษฎีการตัดสินใจด้วยตนเอง ศึกษาแนวโน้มแห่งความเจริญงอกงามภายในของมนุษย์ โดยเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานทางจิตใจ และสถานการณ์ที่ส่งเสริมกระบวนการเหล่านี้ โดยระบุว่ามนุษย์

มีความต้องการพื้นฐานทางจิตใจ 3 ประการคือ

1. ความต้องการมีความสามารถ (need for competence) คือ เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้และทักษะ ที่กระตุ้นให้บุคคลมีความต้องการสร้างและพัฒนาความสามารถของตนเองซึ่ง พวกเขาจะให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านั้นมากกว่าจากงานที่ได้รับ

2. ความต้องการมีอิสระกำหนดได้ด้วยตนเอง (need for autonomy) คือ ความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นให้รู้สึกถึงการจัดการในเรื่องของตนเองได้เป็นอย่างดี หรือสามารถควบคุมพฤติกรรมและอารมณ์ตนเองได้ โดยเป็นอิสระจากการควบคุมจากสิ่งเร้าอื่นๆ

3. ความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น (need for relatedness) คือ ความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งในแต่ละบุคคลมีความต้องการในส่วนนี้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบุคคล

ความต้องการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องการส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ดีที่สุดของแรงจูงใจภายใน ซึ่งเป็นแนวโน้ม ความเจริญงอกงามตาม ธรรมชาติของมนุษย์ และช่วยย

พัฒนาสังคมอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งช่วยให้มนุษย์มีความสุขในการกระทำสิ่งต่างๆ และการดำรงชีวิต

โดยมีความสอดคล้องกับงานที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเนื่องจากบุคคลในกลุ่มเจเนอเนวายที่มีลักษณะเด่นในความเป็นตัวของตัวเอง กล้าคิด กล้าทำกล้าแสดงออกในการทำสิ่งต่างๆ และจะเลือกแสดงออกหรือปฏิบัติสิ่งต่างๆ จากปัจจัยหรือแรงกระตุ้นเร้าภายในตัวบุคคล

Deci (1985) ได้เสนอว่า ในการแสดงออกของพฤติกรรมของแต่ละบุคคลนั้น สามารถแบ่งแรงจูงใจได้ออกเป็น 6 ระดับโดยเริ่มตั้งแต่พฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Non-regulation) พฤติกรรมที่ถูกควบคุมจากภายนอก (External Regulation) พฤติกรรมที่ถูกควบคุมจากภายใน (Introjected Regulation) พฤติกรรมที่ถูกควบคุมจากลักษณะของบุคคล (Identified Regulation) พฤติกรรมที่ถูกควบคุมจากการผสมผสานให้เข้ากับบุคคล (Integrated Regulation) และพฤติกรรมที่กระทำจากแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)

แรงจูงใจ และสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อเพิ่มการปฏิบัติ และการเพิ่มขึ้นของกระบวนการทางจิตวิทยา โดยให้ความหมายของปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ภายใน และความหลากหลายของปัจจัยที่มาจากแรงจูงใจภายนอก โดยอธิบายถึงบทบาทของแรงจูงใจภายใน และลักษณะของแรงจูงใจภายนอก ที่มีต่อการพัฒนาความคิด ทัศนคติและสังคม รวมไปถึงความแตกต่างของแต่ละบุคคลในการปฏิบัติพฤติกรรม ในบางครั้งอาจมีการนำเสนอถึง ปัจจัยจากการเอื้อต่อการอำนวยความสะดวกทางสังคมหรือวัฒนธรรม และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความตั้งใจ และเริ่มต้น ไปสู่การมีสุขภาวะที่ดี ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณของการแสดงออกของพฤติกรรม รวมทั้งความสามารถเกิดจากภายในได้เต็มที่ที่ได้รับการสนับสนุน ประสิทธิภาพของบุคคลอย่างมีอิสระ มีความสามารถ และมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มขึ้น ความตั้งใจ ลักษณะของแรงจูงใจ การคงอยู่และการเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึง ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม (Ryan & Deci, 2000) ดังเช่นแผนภาพที่ 2



ภาพประกอบ 1 ภาพประกอบ 1 การเกิดการกำหนดตนเอง

ซึ่งภายใต้แนวคิดทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง ประกอบด้วย 5 ทฤษฎีย่อย ที่อธิบายถึงกระบวนการทางจิตที่มีอิทธิพลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ได้แก่

1. Cognitive evaluation theory (CET) เป็นทฤษฎีที่อธิบายแรงจูงใจภายใน ที่มาจากความพึงพอใจในการเกิดพฤติกรรมของบุคคล เป็นการกระทำหรือการตอบสนอง ความรู้สึกของตนเอง เพื่อตัวบุคคลเอง อาทิเช่น ความสนุกสนาน ความพึงพอใจและความสนใจ นอกจากนี้ ยังอธิบายถึงลักษณะเฉพาะจากการประเมินปัจจัยเกี่ยวกับสังคมภายนอกที่มีต่อการพัฒนาแรงจูงใจภายใน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงภายในของตนเอง เช่น ก่อให้เกิดความสนุกสนาน ความท้าทาย และความพึงพอใจ เช่น การได้รับรางวัล การกำหนดระหว่างบุคคลจากการทำหน้าที่และบทบาทที่ได้รับทางสังคม (Interpersonal control) ถัดมาคือการเปรียบเทียบกับบุคคลอื่นซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจภายใน และความสนใจ (Ego-involvements impact intrinsic motivation and interest) (Deci & Ryan, 1985, 2000) และการเอื้อจากสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งผลต่อการได้รับความพึงพอใจพื้นฐานทางจิตวิทยา อาทิเช่น ความเป็นอิสระ ความเป็นผู้มีความสามารถ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ส่งผลต่อแรงจูงใจภายใน และส่งผลต่อการกำหนดตนเองในการกำกับพฤติกรรม (Self-determined of behavioral regulation) ซึ่งพฤติกรรมที่

เกิดขึ้น จากแรงจูงใจภายใน จะเกิดจากความสนใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ ภาระความถูกต้องเหมาะสม ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญของการกำหนดตนเองเพื่อไปสู่เป้าหมาย (Deci & Ryan, 2002) ทฤษฎียอยนี้จึงถือว่ามืบทบาทสำคัญกับนำไปใช้ศึกษาวิจัยถึงวิธีการเพิ่มแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

2. Organismic integration theory (OIT) เป็นทฤษฎีที่เน้นการอธิบายถึงความสนใจตามความคิดที่อยู่ภายในตัวบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของแรงจูงใจภายนอก ลักษณะที่มีผลต่อองค์ประกอบที่อยู่ภายในตัวบุคคล (Properties) การตัดสินใจ และผลลัพธ์ เช่น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจภายนอกไปสู่เป้าหมาย เช่น รางวัลหรือการชมเชยที่ไปสู่พฤติกรรมที่จะเกิดด้วยตนเอง การเพิ่มขึ้นของแรงจูงใจอย่างต่อเนื่องภายใต้ความแตกต่างของลักษณะการกำกับพฤติกรรมจึงเริ่มต้นจากการขาดแรงจูงใจก่อน จากนั้นจะเกิดแรงจูงใจที่ได้รับการกระตุ้นเร้าจากปัจจัยภายใน จึงนำไปสู่การเกิดแรงจูงใจภายใน การรับรู้ถึงการกำกับตนเองจึงเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นจากไม่มีการกำกับตนเองหรือการขาดแรงจูงใจ (Non-regulation or amotivation) จากนั้นจะเป็นการกำกับตนเองจากแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic regulation) และท้ายที่สุดจะเกิดการกำกับตนเองจากแรงจูงใจภายในหรือแรงจูงใจภายใน (Intrinsic regulation) (Deci & Ryan, 1985, 2000) การได้รับการสนับสนุนจากสังคมมีอิทธิพลต่อการเพิ่มและส่งเสริมลักษณะภายในของตัวบุคคล เช่น การรับรู้คุณค่า การรู้ผิดชอบชั่วดี และความเชื่อ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้การสนับสนุนความเป็นอิสระในตนเองและมีผลต่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นนี้จึงนำไปสู่การกำกับความมุ่งมั่นในตนเอง (Self-determine regulation) หรือเรียกว่าลักษณะที่เกิดขึ้นจากภายในตนเอง (Internalization) ซึ่งเกิดจากแรงจูงใจหรือความปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ และการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลยอมรับถึงอิทธิพลจากบริบททางสังคมที่สูงกว่าตนเองและตรงกับความต้องการที่มีอยู่ เช่น ค่านิยม รวมถึงความสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่ ด้วยเหตุนี้ความพึงพอใจที่ได้รับจะขึ้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของการกระทำนั้น ๆ ว่าส่งผลต่อความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม ซึ่งนำไปสู่ทัศนคติที่มีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากความสอดคล้องภายในตนเองที่มีผลมาจากการกำกับพฤติกรรมจากการแรงจูงใจภายนอก ซึ่งคือสภาพแวดล้อมทางสังคม (Ryan & Deci, 2000 a) การแสดงพฤติกรรมของบุคคลมีสาเหตุมาจากการได้รับหรือประเมินคุณค่าในตนเอง ซึ่งมาจากการให้ข้อมูลย้อนกลับของบุคคลอื่น ทำให้บุคคลมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และการค้นหาความหมายของการพัฒนาตนเอง (Deci & Ryan, 1985, 2002; Ryan & Deci, 2000 b) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงหรือการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของแรงจูงใจจึงเกิดขึ้นมาจากการที่บุคคลยอมรับในตนเอง

3. Causality orientation theory (COT) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความแตกต่างของลักษณะนิสัย ที่หล่อหลอมตนบุคคลจากสิ่งแวดล้อมในการกำกับพฤติกรรมไปยังสิ่งที่ตั้งใจหรือ ต้องการ และจัดการกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ โดยการสนับสนุนตนเองให้เกิดความมุ่งมั่นด้วยตนเองซึ่งมาจากการประเมิน 3 ลักษณะของการหล่อหลอมจากเหตุผลภายในตัวบุคคล (Causality orientations) ได้แก่ ด้านการหล่อหลอมความมีอิสระ (Autonomy orientation) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่บุคคลได้ปฏิบัติหรือแสดงออกถึงความต้องการของตนเอง ในรูปแบบพฤติกรรมที่ตนเองสนใจหรือการเห็นคุณค่าจากสิ่งที่เกิดขึ้น ถัดมาคือด้านการหล่อหลอมจากการถูกควบคุม (Control orientation) ได้แก่ เมื่อบุคคลกระทำหรือมีพฤติกรรมบางอย่างแล้วได้รับรางวัล เช่น สิ่งที่เป็นประโยชน์ และการได้รับการยอมรับ และ สุดท้ายด้านการหล่อหลอมแบบไม่เกี่ยวกับบุคคล หรือขาดการจูงใจ (Impersonal or amotivated orientation) เป็นลักษณะที่เกิดจากความวิตกกังวลเกี่ยวกับเรื่องของความสามารถ การรับรู้เหตุผล ภายในตนเองจึงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงพฤติกรรมความมีอิสระในตนเอง (Ryan, Williams, Patrick, & Deci, 2009)

4. Basic psychological needs (BPN) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา และมีความสัมพันธ์ต่อความรู้สึกในการรับรู้ไปถึงจิตวิทยา โดยทฤษฎีนี้อธิบายถึงแรงจูงใจภายในโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การเพิ่มขึ้นของการมีสุขภาวะที่ดีและสิ่งที่ส่งผลต่อความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจที่มีต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของความต้องการเป็นคนที่มีความสามารถและรู้สึกถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคมและสิ่งแวดล้อม และปรารถนาถึงผลของความสำเร็จ การรับรู้ถึงความสามารถของบุคคลคือสิ่งที่จำเป็นสำหรับบุคคลเพื่อนำไปสู่ความท้าทาย การเรียนรู้ และการพัฒนา

ความต้องการความมีอิสระในตนเอง หมายถึง การที่บุคคลได้เริ่มต้นในการปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งเป็นความรู้สึก จากการส่งเสริมถึงความจำเป็นสำหรับการจูงใจพฤติกรรมให้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และความต้องการในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น คือความพึงพอใจเมื่อบุคคลมีความรู้สึกถึงการติดต่อกันด้วย ความใกล้ชิดกับคนอื่น และรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในสภาพแวดล้อมทางสังคม (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000)

สภาพแวดล้อมทางสังคมจึงอาจมีผลต่อการสนับสนุนหรือยับยั้งความต้องการนั้น ๆ และส่งผลกลับไปสู่การมีสุขภาวะที่ดี ระดับของความต้องการทางกระบวนการทางจิตวิทยานั้น ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจที่แตกต่างของแต่ละบุคคลไปสู่การแสวงหาหรือถอนตัวออกจาก พฤติกรรมสุขภาพ เช่น การทำกิจกรรมทางกาย (Deci & Ryan, 2000, 2002) การได้รับ

การเติมเต็ม จากความต้องการพื้นฐานทั้ง 3 ด้าน ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและเป็นสิ่งที่มีประโยชน์มากที่สุด ต่อการมีสุขภาวะที่ดีในกระบวนการทางจิตวิทยา

5. Goal content theory (GCT) เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างที่เด่นชัดจากเป้าหมายของแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก รวมไปถึงสิ่งที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจ และพฤติกรรม ซึ่งความแตกต่างนั้นเป็นเหตุผลในการแสวงหาเป้าหมายจากสิ่งที่เกิดขึ้นจากเหตุผล ของการจูงใจจากภายในและภายนอก โดยมีแก่นตามสมมติฐานของทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง มีขอบเขตในการศึกษา 2 ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจที่มุ่งเน้นถึงเหตุผลที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรม เนื้อหาของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเกิดความมุ่งมั่นที่มีเป้าหมาย ทั้ง 2 ลักษณะ จึงเป็นสิ่งที่มีความแตกต่างจากความพึงพอใจต่อความต้องการพื้นฐาน และการมีสัมพันธภาพกับสุขภาวะที่ดี (Ryan, Williams, Patrick, & Deci, 2009) การมีเป้าหมายแรงจูงใจภายใน คือ คำที่นิยามไว้เกี่ยวกับการได้รับจากผลของรางวัล และการได้รับการเติมเต็มผ่านความพึงพอใจในความต้องการทั้ง 3 ปัจจัยจากกระบวนการทางจิตวิทยา เช่น เป้าหมายจากการมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่เพิ่มขึ้นจากความสนใจหรือแรงบันดาลใจจากตัวบุคคล รวมไปถึงการได้รับการสนับสนุนจากความสัมพันธ์ทางสังคม การมีส่วนร่วมในสังคม และการเจริญเติบโตของตัวบุคคลในทางตรงกันข้ามนั้น การมีเป้าหมายที่มาจากการจูงใจจากภายนอกนั้นอาจสัมพันธ์กับการมีชื่อเสียง การได้รับการยอมรับ รวมไปถึงความพึงพอใจจากลักษณะที่ปรากฏให้เห็นได้จากภายนอก

จากข้อความข้างต้น กล่าวโดยสรุปว่า ทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง (Self-determination) มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับแรงจูงใจของมนุษย์ที่มีอย่างมากมาย มนุษย์มักถูกจูงใจให้กระทำหรือมีพฤติกรรมเพื่อตอบสนองพฤติกรรมทางกาย เช่น การทานอาหาร การหาที่อยู่อาศัย หรือความต้องการขั้นสูงกว่า เช่น การต้องการความสำเร็จ ต้องคำชมอำนาจ และรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แรงจูงใจจึงเกิดจากทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน ซึ่งแรงจูงใจภายในเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นตัวตน แนวคิด บุคลิกภาพ และศักยภาพของตัวบุคคล ซึ่งผ่านออกมาจากการกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง (Self-determination) ในการอธิบายพฤติกรรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแรงจูงใจกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผู้วิจัยจึงได้สืบค้นเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมในรูปแบบต่างๆ และ

แรงจูงใจภายในซึ่งจากผลงานวิจัยที่ทำการศึกษาทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองกับเครือข่ายสังคมออนไลน์พบการศึกษาของ Manchiraju และ Sadachar (2561)ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความหลงใหลและทฤษฎีการกำหนดตนเองที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากผลการวิจัยพบว่า ความหลงใหลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความต้องการเป็นอิสระและความต้องการสัมพันธ์กับผู้อื่น แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับความต้องการรับรู้ถึงความสามารถ ความหมกหมุ่นมีความสัมพันธ์ทางลบกับความต้องการเป็นอิสระ ความต้องการสัมพันธ์กับผู้อื่น และความต้องการรับรู้ถึงความสามารถ และจากผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ความต้องการรับรู้ความสามารถและความต้องสัมพันธ์กับผู้อื่นมีความสัมพันธ์ทางลบกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ และยังคงศึกษา พบว่า ความต้องการมีความสามารถ ความต้องการเป็นอิสระกำหนดได้ด้วยตนเองและความต้องการสัมพันธ์กับผู้อื่นสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ในระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brichacek Neil และ Murray ที่ได้ศึกษาทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองผ่านความต้องการทางจิตใจ 3 ประการ พบว่า ความต้องการทั้ง 3 ด้านสามารถร่วมทำนายความพึงพอใจในภาพลักษณ์ผ่าน Facebook และการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจอื่นๆ พบว่า การรับรู้ความเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลในการใช้ Mobile Learning มีแรงขับเคลื่อนแรงจูงใจภายในและมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน (Lin, Chang, Lee, and Hung, 2006) ถัดมาคืองานวิจัยของสุพาทีนี เพ็งเจริญ (2560) พบว่า แรงจูงใจต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต แรงจูงใจภายในด้านการได้รับการยกย่องสามารถทำนายทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ได้ และงานวิจัยถัดมาของประเวทย์ ประเวสไพสนธิ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ด้านความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์และด้านความต้องการใฝ่สมาคมอยู่ในระดับมากที่สุดและรองลงมาคือ ด้านความต้องการใฝ่อำนาจอยู่ในระดับมาก และจากการสืบค้นงานวิจัยก่อนหน้านี้ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรณญาณ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะตามแนวคิดทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง (Self-determination Theory) ของแรงจูงใจภายในดังต่อไปนี้

แรงจูงใจภายในด้านแรก คือ แรงจูงใจภายในด้านความเป็นอิสระในการแสดงออกของพฤติกรรมมีความสอดคล้องกับความต้องการมีอิสระกำหนดได้ด้วยตนเอง (need

for autonomy) คือ ความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นให้รู้สึกถึงการจัดการในเรื่องของตนเองได้ เป็นอย่างดี หรือสามารถควบคุมพฤติกรรมและอารมณ์ตนเองได้ โดยเป็นอิสระจากการควบคุมจากสิ่งเร้าอื่นๆ ซึ่งแรงจูงใจในด้านนี้มีนิยามคือ การแสดงออกทางความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของทางสังคมออนไลน์ เป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่คนนั้นๆ ชื่นชอบหรือให้ความสนใจบนพื้นที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งจากการสืบค้นพบงานวิจัยดังต่อไปนี้ งานวิจัยของศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2558) พบว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีระดับการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากโดยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ถัดมาผลการวิจัยของจิตนา ต้นสุวรรณนนท์ (2552) พบว่าการควบคุมตน การรู้เท่าทันสื่อ และการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และงานวิจัยของภาณุวัฒน์ กองราช (2554) พบว่าการรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความหลงใหลติดปติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และการแสดงออกถึงตัวตนของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนงานของชานนท์ ศิริธร (2555) ที่ได้ศึกษาการเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวาย ผลการศึกษาพบว่าเจเนอเรชั่นวายมีการเปิดรับสื่อโดยภาพรวมมากกว่าเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และมีความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่าเจเนอเรชั่นเอ็กซ์เช่นกัน นอกจากนี้ ผลการศึกษาค้นนี้ยังชี้ให้เห็นว่า กลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีการยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารมากกว่าเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ในด้านของสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากการยอมรับสื่อและเทคโนโลยีแล้ว ปัจจัยถัดมาที่ส่งผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านความเป็นอิสระในการแสดงออกคือ การควบคุมตนเอง ซึ่งมีการผู้ศึกษาจากนักวิจัยหลายท่านโดยมีผลจากการวิจัยดังต่อไปนี้ วันวิสา สรีระศาสตร์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคมและการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย โดยผลการศึกษาคือการควบคุม

ตนมีอำนาจร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยสูงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยได้แก่พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้และการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย เช่นเดียวกับการศึกษาของจิตนา ตันสุวรรณนนท์ (2552) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า การควบคุมตนเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์สูงสุดกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการควบคุมตนเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาสูงเป็นอันดับสอง

แรงจูงใจภายในด้านถัดมา คือ แรงจูงใจภายในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่นเป็น การศึกษาเกี่ยวกับประเด็นอันสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น (need for relatedness) ตามแนวคิดทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง คือ ความต้องการของบุคคลที่ กระตุ้นความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งในแต่ละบุคคลมีความ ต้องการในส่วนนี้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบุคคลซึ่งแรงจูงใจในด้านนี้มีนิยามคือการแสดงออกทาง ความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของทางสังคมออนไลน์ เป็นที่ ยอมรับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่คนนั้นๆ ชื่นชอบหรือให้ความสนใจบนพื้นที่ ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งแรงจูงใจด้านนี้มีอิทธิพลมาจากการคล้อยตามและการเลียนแบบ ของกลุ่มเพื่อนและกลุ่มบุคคลอ้างอิงหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงโดยให้ตัวบุคคลมีความเป็นส่วนหนึ่ง ของกลุ่ม มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ ศรีณัษฐ ศศิธนากรแก้ว (2558) ได้ศึกษาการคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ถัดมาคือผลการศึกษาของภาณุวัฒน์ กองราช (2554) พบว่า อิทธิพลทางสังคมของเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความหลงใหลจน ผิดปกติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่มี ความสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05 ถัดมาคือการศึกษาของณัฐกาญจน์ กอมณี (2559) พบว่าการได้รับตัวแบบจาก ครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรม การเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จิต นา ตันสุวรรณนนท์ (2552) พบว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการ

บริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นตัวแปรที่สามารถร่วมกันทำนายการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาได้ร้อยละ 40 สอดคล้องกับวิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2554) พบว่าพฤติกรรมติดสนทนาออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางลบโดยตรงจากอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 เช่นเดียวกับงานวิจัยของดวงกมล ทรัพย์พิทยากร (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า นักศึกษาที่ได้รับพฤติกรรมตัวอย่างที่ดีจากเพื่อนน้อยจะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเป็นโทษมากกว่านักศึกษาที่ได้รับพฤติกรรมตัวอย่างจากเพื่อนที่ดี รวมไปถึงงานวิจัยของ ปราณี จ้อยรอด (2552) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ พบว่าการรับตัวแบบจากกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ และงานวิจัยของอุมาวัลย์ จันทะแก้ว (2547) พบว่า การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างของเพื่อนในเรื่องเนื้อหาทางเพศผ่านทางอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการมีพฤติกรรมกาเกิดรับเนื้อหาทางเพศ

และแรงจูงใจภายในด้านสุดท้ายคือ แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการมีความสามารถ (need for competence) คือ เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ในด้านความรู้และทักษะ ที่กระตุ้นให้บุคคลมีความต้องการสร้างและพัฒนาและแสดงความสามารถของตนเองซึ่งโดยนิยามของแรงจูงใจภายในนี้คือการแสดงความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองได้แสดงความสามารถ ความถนัด ทักษะ และความสนใจของตนเองที่ได้จากการเรียนรู้ ผูกฝนหรือการมีประสบการณ์ตามความสนใจให้ผู้อื่นได้รับรู้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคือการแสดงออกถึงการรับรู้ถึงศักยภาพและแก่นแห่งตน ความสามารถในการทำงาน ความสนใจและความถนัด พบว่า มีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้ ประเวทย์ ประเวศไพสนธิ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” มีผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมากที่สุดในด้านความสามารถในการปฏิบัติงานและความสามารถในการพิชิตงานเชิงสร้างสรรค์ตามลำดับและผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการทำงานในระดับมากในด้านความสามารถในการสรรหาและรักษา การศึกษาถัดมาของ เยาวลักษณ์ เตียววิทย์ (2561) พบว่า ผู้เข้าร่วมที่ได้คะแนนพฤติกรรมในการสื่อสารอย่างเคารพสิทธิผ่านสังคมออนไลน์ของผู้อื่นน้อย มี

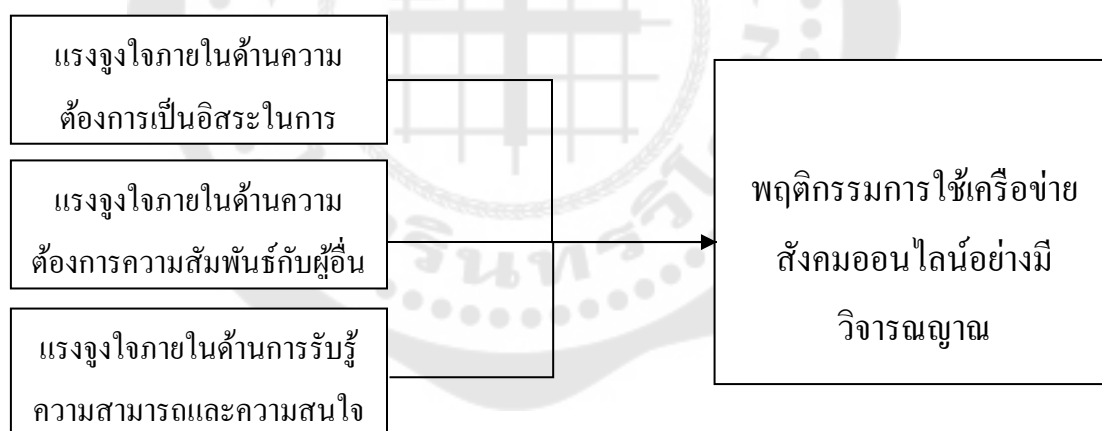
ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งมาจากการประเมินเกณฑ์ตนเองซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ของ ศุภสมุทร ดิณห์ (2016) พบว่า การประเมินเกณฑ์ตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนำพึงปรารถนา

จากงานวิจัยข้างต้นสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาสามารถสะท้อนออกมาได้ 3 ลักษณะของแรงจูงใจภายใน คือ แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ โดยทั้ง 3 ลักษณะบุคคลจะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมาไม่ว่าจะเป็นการกระทำที่บุคคลแสดงออกด้วยตัวบุคคลเอง หรือการกระทำที่บุคคลแสดงร่วมหรือเลียนแบบกลุ่มเพื่อนและบุคคลอ้างอิง บุคคลจะเลือกแสดงออกพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่กับสิ่งกระตุ้นหรือแรงจูงใจภายในของบุคคลนั้นๆ



4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

สื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันของเราจากการสำรวจพบว่ากลุ่มคนที่ใช้มากที่สุดคือกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์อาทิ Facebook เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างและมีความอิสระในการแสดงออกได้อย่างเต็มที่และลักษณะของวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มักจะทำพฤติกรรมต่างๆตามความเชื่อและแรงจูงใจภายในจึงทำให้มีโอกาสจะได้รับผลกระทบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หากขาดวิจารณญาณ ทั้งนี้จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณไม่ว่าจะเป็นการควบคุมตนเองและอารมณ์ การยอมรับสื่อและเทคโนโลยี จริยธรรม การคล้อยตามกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่มีชื่อเสียง การรับรู้ถึงศักยภาพแห่งตน ความถนัดในด้านความสนใจ และด้านวิชาชีพซึ่งปัจจัยเหล่านี้เกิดจากแรงจูงใจภายในของตัวบุคคลเองซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของบุคคลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มักจะเลือกและตัดสินใจทำสิ่งต่างๆด้วยตนเองดังนั้นผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการกำหนดตัวตนเอง (Self-determination) มาเป็นฐานในการศึกษาครั้งนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. สมมติฐานการวิจัย

1. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการอิสระในการแสดงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ
2. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ
3. แรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

4. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นและแรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีเกิดในปีพ.ศ. 2526 – 2537 หรือมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ในปีพ.ศ. 2562 ที่มีบัญชีรายชื่อการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีเกิดในปีพ.ศ. 2526 - 2537หรือมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ในปีพ.ศ. 2562 ที่มีบัญชีรายชื่อการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ทั้งนี้ใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนคำนวณจากสูตรการคำนวณของ Cochran (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2543 อ้างอิงจาก Cochran, 1953) ในการสุ่มตัวอย่าง .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสูญหายหรือความไม่สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึง จะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2.การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือวัดที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบวัดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

แบบสอบถามเพื่อถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ อายุ เพศ เวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ต่อวัน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉันบนสื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 5 แบบสอบถามการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉัน

ลักษณะแบบวัด ในตอนที่ 2 แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ เป็นแบบวัดพฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคลอย่างเป็นอิสระทางความคิด อารมณ์ และการกระทำ ที่มีต่อการรับรู้ความง่าย ความเป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน หรือการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการเลือกการแสดงออกถึงคุณค่า และความรู้สึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยไม่อยู่ภายใต้สิ่งเร้าหรือเงื่อนไขจากภายนอกตัวบุคคล การเลือกแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออกของบุคคลอย่างเป็นอิสระทางความคิด อารมณ์ และการกระทำ ที่มีต่อการรับรู้ความง่าย ความเป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน หรือการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการเลือกการแสดงออกถึงคุณค่า และความรู้สึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ การแสดงออกทางความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของทางสังคมออนไลน์ เป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่คนนั้นๆ ชื่นชอบหรือให้ความสนใจในพื้นที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตอนที่ 4 แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉันบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ การแสดงความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองได้แสดงความสามารถ ความถนัด ทักษะ และความสนใจของตนเองที่ได้จากการเรียนรู้ ฝึกฝนหรือการมีประสบการณ์ตามความสนใจให้ผู้อื่นได้รับรู้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 5 แบบสอบถามการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉัน คือ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในลักษณะของกระบวนการคิด วิเคราะห์และไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลด้วยความรู้ข้อมูลเชิงวิชาการและข้อมูลเชิงแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเลือกเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และกิจกรรมความสนใจต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยเข้าใจและคำนึงถึงประโยชน์คุณค่าที่แท้จริงไม่ทำให้ตนเองและผู้อื่นเดือดร้อน

วิธีการให้คะแนน สำหรับข้อคำถามทางบวกการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้ คือ จริง ที่สุดให้ 6 คะแนน จริงให้ 5 คะแนน ค่อนข้างจริงให้ 4 คะแนน ค่อนข้างไม่จริงให้ 3 คะแนน ไม่จริง ให้ 2 คะแนน และไม่จริงเลยให้ 1 คะแนน ส่วนข้อความทางลบให้คะแนนในลักษณะตรงกันข้าม

การหาคุณภาพของแบบวัดตัวแปร แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออก แบบสอบถามฉันกับผู้อื่น แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉัน และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉันก่อนการนำไปทดลองผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามจำนวน 30 ข้อในแต่ละตอน เมื่อนำไปทดลองใช้ และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิอีก 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และตรวจสอบภาษาโดยผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีIOC ที่ไม่น้อยกว่า .05 แล้วทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาคผลปรากฏว่า แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออก มีค่าความเชื่อมั่น .83 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่น มีค่าความเชื่อมั่น .69 แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉัน มีค่าความเชื่อมั่น .65 และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉัน มีค่าความเชื่อมั่น .80

ตัวอย่างข้อคำถามตอนที่ 2 แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออก

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วประเมินว่าขณะที่ใช้งานเครือข่ายออนไลน์ เช่น Facebook ว่าท่านปฏิบัติบ่อยครั้งเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบในครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0. ฉันรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้โพสต์ภาพหรือภาพเคลื่อนไหวที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (+)						
0.ฉันคิดว่าการเผยแพร่ภาพตนเองในอริยบทต่างๆ เป็นสิทธิของฉันถึงแม้ว่าคนอื่นอาจจะมองไม่เหมาะสม (-)						

ตัวอย่างข้อคำถามตอนที่ 3 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่น

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วประเมินว่าขณะที่ใช้งานเครือข่ายออนไลน์ เช่น Facebook ว่าท่านปฏิบัติบ่อยครั้งเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบในครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0.ฉันคำนึงถึงความรู้สึกของเพื่อนก่อนที่ฉันจะแลกเปลี่ยนความเห็นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเขา (+)						
0.ฉันไม่เห็นว่าการมีเพื่อนในเฟซบุ๊กจำนวนมากจะเป็นเรื่องสำคัญ (-)						

ตัวอย่างข้อคำถามตอนที่ 4 แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉัน

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วประเมินว่าขณะที่ใช้งานเครือข่ายออนไลน์ เช่น Facebook ว่าท่านปฏิบัติบ่อยครั้งเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบในครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0.ฉันคิดว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่เผยแพร่ผลงาน ความคิดเห็นให้บุคคลอื่นรับรู้ถึงความสามารถและ ความสนใจของฉัน						

0. ฉันหลีกเลี่ยงที่จะโพสต์ประเด็นต่างๆ เพราะไม่อยากให้ใครมาวิพากษ์วิจารณ์ความสามารถของฉัน (-)						
---	--	--	--	--	--	--

ตัวอย่างข้อคำถามตอนที่ 5 แบบสอบถามการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉัน

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วประเมินว่าขณะที่ใช้งานเครือข่ายออนไลน์ เช่น Facebook ว่าท่านปฏิบัติบ่อยครั้งเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบในครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
0. ฉันคิดอย่างละเอียดรอบคอบก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (+)						
0. ฉันภูมิใจที่ได้เป็นคนกลุ่มแรกๆ ที่ได้โพสต์หรือแชร์ข้อมูลต่างๆ ถึงแม้จะยังไม่ได้อ่านข้อมูลนั้นก็ตาม (-)						

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.ก่อนการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2.นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลผ่านทาง Facebook และบุคคลสามารถเข้ามากรอกแบบสอบถามโดยผ่าน Google Form เป็นรายบุคคลกับกลุ่มเพื่อนเรชชีนวายที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ชี้แจงรายละเอียดให้ผู้เข้าร่วมทราบถึงจุดมุ่งหมายของการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ผลที่เป็นจริงมากที่สุด

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามแต่ละฉบับ และคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลพื้นฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง คะแนนพฤติกรรมการใช้เครื่องส่งคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ แรงจูงใจภายในด้านความอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจ

2. วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) คะแนนพฤติกรรมการใช้เครื่องส่งคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ แรงจูงใจภายในด้านความอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจ เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1-3

3. ศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการใช้เครื่องส่งคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ แรงจูงใจภายในด้านความอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจโดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 4

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจเนอเรชันวาย : ศึกษาบนพื้นฐานทฤษฎีการกำหนดตนเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจกับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจเนอเรชันวายได้ และศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
M	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Min	แทน	คะแนนต่ำสุด
Max	แทน	คะแนนสูงสุด
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
R^2	แทน	ค่าอำนาจในการทำนาย
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวทำนายซึ่งทำนายในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวทำนายซึ่งทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน
SE	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ถดถอย
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability) ของสถิติที่ใช้ทดสอบ

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่ม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.00) เท่ากับ เพศชาย (ร้อยละ 50.00) ช่วงอายุของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย คือ 25 – 29 ปี (ร้อยละ 50.00) เท่ากับ อายุ 30 – 36 ปี (ร้อยละ 50.00) กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) เฉลี่ย 5 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน มีการใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยสูงกว่าจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2560) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ชั่วโมง 42 นาทีต่อวัน

ตาราง 1 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา	M	SD	Min	Max
แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม	4.95	.32	3.87	5.73
แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น	3.35	.34	2.13	4.27
แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ	4.08	.41	2.63	5.60
พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ	4.99	.42	3.80	5.73

จากตาราง 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม ($M = 4.98$, $SD = .32$) และมีแรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น ($M = 3.335$, $SD = .34$) และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ($M = 4.08$, $SD = .41$) และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ($M = 4.99$, $SD = .42$)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม (X1) ตัวแปรแรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น (X2) และตัวแปรแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ (X3) กับตัวแปรพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ (Y) ในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายได้

ตัวแปร	M	SD	X1	X2	X3	Y
X1	4.95	.31		-.028	.427"	.338"
X2	3.35	.34			.367"	-.333"
X3	4.08	.41				-.173"
Y	4.99	.42				

** p > .01, * p > .05

- 1.) สัญลักษณ์ในตาราง: 3. ตัวแปรทุกตัวมีคะแนนตั้งแต่ 6 คือ จริงที่สุด 5 คือ จริง 4 คือ ค่อนข้างจริง 3 คือ ค่อนข้างไม่จริง 2 คือ ไม่จริง 1 คือ ไม่จริงเลย

จากการตาราง 3 เมื่อพิจารณาตามสมมติฐานการวิจัยพบว่า

แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ มีความสัมพันธ์ทางลบ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 1

นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

ตาราง 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

ตัวทำนาย	b	β	SE	p
แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม	.607	.455	.065	.000
แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น	-.264	-.214	.058	.000
แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ	-.294	-.289	.053	.000
R = .52 R^2 = .28 F = 50.06 (p = .000) SE = .36 adj = .27				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตาราง 3 พบว่า แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .28 แสดงว่าตัวแปรทั้ง หกสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 28 และมีความคลาดเคลื่อนในการทำนายเท่ากับ .36 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 2

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายได้ 2.) เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

กลุ่มตัวอย่างวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายวาย ที่มีเกิดในปีพ.ศ. 2526 – 2537 หรือมีอายุระหว่าง 25 – 36 ปี ในปีพ.ศ. 2562 ที่มีบัญชีรายชื่อการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค (Facebook) จำนวน 384 คน ก่อนเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ของมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ หมายเลขรับรอง SWUEC-G-072/2562X ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำหนังสือ ขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพิ่มจากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 เพื่อป้องกันอัตราการสูญหายหรือทดแทนฉบับที่ไม่สมบูรณ์ เมื่อดำเนินการเก็บเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงพิจารณาคัดเลือกแบบสอบถามเหลือจำนวน 400 ฉบับ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามจำนวน 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามเพื่อถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ อายุ เพศ เวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ต่อวัน ตอนที่ 2 แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ ตอนที่ 3 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่นบนสื่อสังคมออนไลน์ ตอนที่ 4 แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉันบนสื่อสังคมออนไลน์ และตอนที่ 5 แบบสอบถามการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉัน

ความตรงเชิงเนื้อหาที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (IOC) มีค่าระหว่าง 0.50 - 1.00 และความเที่ยงตรงโดยมีผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค พบว่า แบบสอบถามความเป็นอิสระในการแสดงออก มีค่าความเชื่อมั่น .83 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่น มีค่าความเชื่อมั่น .69 แบบสอบถามความสามารถและความถนัดของฉัน มีค่าความเชื่อมั่น .65 และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของฉัน มีค่าความเชื่อมั่น .80

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของตัวแปรที่ศึกษา

สรุปผลการวิจัย

1. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจนอเรนซ์นวย นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1
2. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจนอเรนซ์นวย นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
3. แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจนอเรนซ์นวย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3
4. ความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจนอเรนซ์นวย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัยมีดังนี้

1. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการอิสระในการแสดงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

2. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

3. แรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

4. แรงจูงใจภายในด้านความต้องการอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่นและแรงจูงใจภายในด้านรับรู้ความสามารถและความสนใจสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้

สมมติฐานที่ 1

แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เจเนอเรชันวาย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เจเนอเรชันวาย โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยแรงจูงใจภายในด้านนี้มีความสอดคล้องกับความต้องการมีอิสระกำหนดได้ด้วยตนเอง (need for autonomy) คือ ความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นให้รู้สึกถึงการจัดการในเรื่องของตนเองได้เป็นอย่างดี หรือสามารถควบคุมพฤติกรรมและอารมณ์ตนเองได้ โดยเป็นอิสระจากการควบคุมจากสิ่งเร้าอื่นๆ ซึ่งแรงจูงใจในด้านนี้มีการให้นิยามไว้ คือการแสดงออกของบุคคลอย่างเป็นอิสระทางความคิด อารมณ์ และการกระทำ ที่มีต่อการรับรู้ความง่าย ความเป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน หรือการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการเลือกการแสดงออกถึงคุณค่า และความรู้สึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับผลของงานวิจัยต่างประเทศที่ได้ศึกษาความหลงใหลมีผลกับการเสพติดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และมีทฤษฎีย่อยของทฤษฎีการกำหนดตนเองเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความต้องการขั้นพื้นฐานของจิตใจที่มีความรู้สึกสัมพันธ์กับความต้องการความมีอิสระในตนเอง ซึ่งการที่บุคคลได้เริ่มต้นในการปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งเป็นความรู้สึกจากการส่งเสริมถึงความจำเป็นสำหรับการจูงใจพฤติกรรมให้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และมีการศึกษาก่อนหน้าผ่านทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองซึ่งศึกษาผ่านความต้องการ 3 ประการ พบว่า ความหลงใหลและความหมกมุ่นมีความสัมพันธ์ด้านลบกับความต้องการเป็นอิสระในการแสดงออก (Manchiraju และ Sadachar, 2561) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อ

บุคคลมีการใช้หรือความคิดที่ยึดติดกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปจะส่งผลให้ความเป็นอิสระในการแสดงออกของบุคคลน้อยลงและขาดความคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบจนทำให้การคำนึงถึงความผิดชอบชั่วดีและเห็นถึงคุณค่าที่แท้จริงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของบุคคลน้อยลง การควบคุมตนเองก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจภายในด้านความเป็นอิสระในการแสดงออกเช่นกันเนื่องจากถ้าบุคคลมีการคิดคำนึงถึงผลของการกระทำ คำนึงถึงความรับผิดชอบชั่วดียอมส่งผลให้บุคคลมีแสดงออกในเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของแรงจูงใจในด้านนี้ โดยมีงานวิจัยของจิตนา ต้นสุวรรณนนท์ ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และัญญา ลีศัตราพาย (2552) ได้สนับสนุนว่าการควบคุมตนเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และพบว่า การควบคุมตน การรู้เท่าทันสื่อ และการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จากผลการวิจัยและงานวิจัยก่อนหน้านี้สะท้อนให้เห็นว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณนั้นมีผลมาจากการที่บุคคลมีอิสระทางด้านความคิด อารมณ์และการกระทำแต่ยังคงตระหนักถึงผลกระทบของการแสดงออกของการกระทำต่างๆบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

สมมติฐานที่ 2

แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเสนอแนะว่า จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เสนอแนะว่า โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น มีความสัมพันธ์ทางลบ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยแรงจูงภายในด้านความต้องการสัมพันธ์กับผู้อื่น มีความสัมพันธ์ความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น (need for relatedness) ตามแนวคิดทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเอง คือ ความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและความเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งในแต่ละบุคคลมีความต้องการในส่วนนี้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบุคคลซึ่ง คือ การแสดงออกทางความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของทางสังคมออนไลน์ เป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่คนนั้นๆ ชื่นชอบหรือให้ความสนใจบนพื้นที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยจากทฤษฎีย่อยของทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองในส่วนของ Basic psychological needs (BPN) ซึ่ง

เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา และมีความสัมพันธ์ต่อความรู้สึกในการรับรู้ไปถึงจิตวิทยาซึ่งมีส่วนที่อธิบายว่า มนุษย์มีความต้องการในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น คือความพึงพอใจเมื่อบุคคลมีความรู้สึกถึงการติดต่อกันด้วย ความใกล้ชิดกับคนอื่น และรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในสภาพแวดล้อมทางสังคม (Deci & Ryan, 1985; Ryan & Deci, 2000) สอดคล้องกับงานวิจัยคือเมื่อบุคคลมีความต้องการหรือความพึงพอใจในการสัมพันธ์กับผู้อื่น ให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเพื่อนหรือสังคมอาจจะทำให้ละเลยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างรอบคอบเนื่องจากกลัวกระทบกระเทือนความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเพื่อนหรือสังคมของบุคคลนั้นๆ และมีงานวิจัยสนับสนุนผลการวิจัยนี้คือการศึกษาก่อนหน้าของภานุวัฒน์ กองราช (2554) พบว่า อิทธิพลทางสังคมของเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความหลงใหลจนผิดปกติในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งได้นิยามถึงอิทธิพลทางสังคม คือ การที่บุคคลเกิดพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางความคิดและการกระทำเพื่อให้บุคคลอื่นๆ ในสังคมยอมรับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ แต่ทั้งนี้งานวิจัยก่อนหน้านี้มักจะนิยามความหมายของอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนไปในทิศทางที่กลุ่มเพื่อนมีพฤติกรรมในการเป็นแบบอย่างที่ดี อาทิเช่นงานวิจัยของดวงกมล ทรัพย์พิทยากร (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับพฤติกรรมตัวอย่างที่ดีจากเพื่อนน้อยจะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเป็นโทษมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับพฤติกรรมตัวอย่างจากเพื่อนที่ดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เช่นเดียวกับงานวิจัยของจิตนา ต้นสุวรรณนนท์ ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และชญญา ลีศัตรูพาย (2552) พบว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับวิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2554) ที่พบว่า อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสมมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมติดการสนทนาออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคคลนั้นมีอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนและสังคมส่งผลต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมและคิดพิจารณาอย่างรอบคอบของบุคคลเนื่องจากบุคคลให้ความสำคัญกับเพื่อนและบุคคลที่ตนชื่นชอบมาก ถ้าบุคคลอยู่ในกลุ่มเพื่อนหรือมีบุคคลที่ตนเองชื่นชอบที่มีการแสดงออกอย่างเหมาะสมก็จะส่งผลให้ตัวบุคคลเองมีการแสดงออกที่เหมาะสมเช่นกัน

สมมติฐานที่ 3

แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจเนอเรชั่นวาย กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจเนอเรชั่นวาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เจเนอเรชั่นวาย โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า แรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ มีความสัมพันธ์ทางลบ กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยแรงจูงใจภายในด้านนี้แรงจูงใจภายในด้านความเป็นอิสระในการแสดงออกของพฤติกรรมมีความสอดคล้องกับความต้องการมีอิสระกำหนดได้ด้วยตนเอง (need for autonomy) คือ ความต้องการของบุคคลที่กระตุ้นให้รู้สึกถึงการจัดการในเรื่องของตนเองได้เป็นอย่างดี หรือสามารถควบคุมพฤติกรรมและอารมณ์ตนเองได้ โดยเป็นอิสระจากการควบคุมจากสิ่งเร้าอื่นๆ แรงจูงใจในด้านนี้มีนิยาม คือการแสดงความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองได้แสดงความสามารถ ความถนัด ทักษะ และความสนใจของตนเองที่ได้จากการเรียนรู้ ผึกฝนหรือการมีประสบการณ์ตามความสนใจให้ผู้อื่นได้รับรู้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีงานวิจัยสนับสนุนผลของการวิจัยในครั้งนี้คือการศึกษากายของยาวลักษณะ เตียวิลัย (2561) พบว่า ผู้ที่ได้คะแนนพฤติกรรมในการสื่อสารอย่างเคารพสิทธิผ่านสังคมออนไลน์ของผู้ใช้น้อยมีผลมาจากการมีความเชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถของตนเองสูง และมีงานวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายในด้านความต้องการแสดงความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต (Clark และ Moloney, 2559) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อบุคคลรับรู้และต้องการแสดงออกถึงความสามารถของตนเองจะส่งผลให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นแสดงออกถึงความสนใจหรือความถนัดมากขึ้นขาดการคิดอย่างพิจารณาอย่างรอบคอบในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งจะส่งผลให้ขาดวิจารณญาณในการใช้งานไปได้ รวมไปถึงเมื่อบุคคลมีความมั่นใจในความรู้ความสามารถของตนเองมากก็ส่งผลให้การคิดคำนึงถึงคุณค่าที่แท้จริง การรู้ผิดชอบชั่วดี และการไม่ทำให้อื่นเดือดร้อนจากบุคคลนั้นมุ่งการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาที่การแสดงถึงความรู้ความสามารถของตนเอง

นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

สมมติฐานที่ 4

ศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจากแรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า แรงจูงใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .28 แสดงว่าตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 28 และมีความคลาดเคลื่อนในการทำนายเท่ากับ .36 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 4

ผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่าทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-determination) Deci และ Ryan (1985) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงแรงจูงใจภายในของมนุษย์ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำต่างๆ โดยมาจากพื้นฐานทางจิตใจ 3 ประการ คือ 1. ความต้องการมีความสามารถ (Need for Competence) 2. ความต้องการมีอิสระกำหนดได้ด้วยตนเอง (Need for autonomy) และ 3. ความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Need for Relatedness) โดยสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศที่ศึกษาพบว่า ความต้องการมีความสามารถ ความต้องการเป็นอิสระกำหนดได้ด้วยตนเองและความต้องการสัมพันธ์กับผู้อื่นสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ในระดับสูง (Manchiraju และ Sadachar, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brichacek Neil และ Murray ที่ได้ศึกษาทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองผ่านความต้องการทางจิตใจ 3 ประการ พบว่า ความต้องการทั้ง 3 ด้านสามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจในภาพลักษณ์ผ่าน Facebook ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแรงจูงใจหรือความต้องการภายในสามารถคาดการณ์การเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ เมื่ออภิปรายในรายด้านพบว่า แรงจูงภายในด้านความต้องการเป็นอิสระในการ

แสดงออก อย่างเป็นอิสระทางความคิด อารมณ์ และการกระทำ ที่มีต่อการรับรู้ความง่าย ความ เป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน หรือการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็น ตลอดจนการเลือกการ แสดงออกถึงคุณค่า และความรู้สึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยไม่อยู่ ภายใต้อิทธิพลหรือเงื่อนไขจากภายนอกตัวบุคคล การเลือกแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับงานวิจัยส่วนใหญ่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณ พบว่า งานวิจัยของจิตนา ตันสุวรรณนนท์ (2552) การควบคุมตนเองเป็นตัวทำนายที่มี อิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการบริโภคด้วยปัญญาสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001 เช่น เดียวงานวิจัยของวันวิสา ศรีระศาสตร์ (2554) กับการควบคุมตนเองมีอำนาจร่วมกันทำนายพฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยสูง เช่นเดียวกับงานวิจัยของจิตนา ตันสุวรรณ นนท์ (2552) พบว่า การรู้เท่าทันสื่อและการควบคุมตนเองเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลสูงกับ พฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา ที่ระดับ .001 จากที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า การที่ บุคคลมีการแสดงออกทั้งด้านความคิด อารมณ์และพฤติกรรมอย่างเป็นอิสระแต่ยังคงคำนึงถึงคุณ ค่าที่แท้จริง และการรู้จักแยกแยะถูกผิดเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่มีวิจารณญาณ ลำดับถัดมา คือแรงจูงใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ หมายถึง การแสดงความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองได้แสดงความสามารถ ความถนัด ทักษะ และความ สนใจของตนเองที่ได้จากการเรียนรู้ ผูกพันหรือการมีประสบการณ์ตามความสนใจให้ผู้อื่นได้รับรู้ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า จากงานวิจัยของ สุพาทีนี้ เพ็งเจริญ (2560) ได้ศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านการได้รับการยกย่อง สามารถร่วมทำนายทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ใน กลุ่มเจนเอเรชั่นวายได้ จะสะท้อนถึงการที่บุคคลที่มักแสดงความรู้ความสามารถของตนผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์มักต้องการได้รับการชมเชยหรือได้รับการยกย่องจากสังคมซึ่งสามารถซึ่ง สามารถคาดการณ์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของตัวบุคคลนั้นว่ามีการคิดพิจารณาอย่าง รอบคอบเพียงใด และ ลำดับสุดท้าย คือ แรงจูงใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับ ผู้อื่น หมายถึง การแสดงออกทางความคิด อารมณ์ และการกระทำที่มุ่งเน้นให้ตนเองเป็นส่วนหนึ่ง ของทางสังคมออนไลน์ เป็นที่ยอมรับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่คนนั้นๆ ชื่นชอบ หรือให้ความสนใจบนพื้นที่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยจากงานวิจัยของณัฐกาญจน์ กอบมณี (2559) พบว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เช่นเดียวกับผลการวิจัย ของปราณี จ้อยรอด (2552) พบว่าการได้รับรูปแบบจากเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรม การรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และงานวิจัย

ของ จิตนา ตันสุวรรณนนท์ (2552) ที่ได้ศึกษาพบว่า อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนสามารถร่วมทำนาย พฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณของบุคคลสามารถคาดการณ์ได้จากพฤติกรรมของกลุ่มเพื่อนและบุคคลที่เขาชื่นชอบ เนื่องจากบุคคลนั้นให้ความสำคัญกับเพื่อนและบุคคลที่ตนชื่นชอบมาก ถ้าบุคคลอยู่ในกลุ่มเพื่อน หรือมีบุคคลที่ตนเองชื่นชอบที่มีการแสดงออกอย่างเหมาะสมก็จะส่งผลให้ตัวบุคคลเองมีการ แสดงออกที่เหมาะสมเช่นกัน

กล่าวโดยสรุป แรงงูใจภายในทั้ง 3 ด้าน ทั้งแรงงูใจภายในด้านความต้องการเป็น อิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงงูใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงงูใจ ภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคม ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจเนอเรชั่นวาย โดยแรงงูใจภายในด้านความต้องการเป็นอิสระใน การแสดงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจ เนอเรชั่นวายทางบวก แต่แรงงูใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงงูใจ ภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเครือข่ายสังคม ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจเนอเรชั่นวายทางลบ ซึ่งแรงงูใจภายในด้านการแสดงออกของ พฤติกรรมเป็นความคิด อารมณ์ความรู้สึกและการกระทำของบุคคลที่ยังคงไว้ซึ่งการรู้ถึงคุณค่า และความรู้ผิดชอบชั่วดีที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ในทาง กลับกันพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจะน้อยลงเมื่อบุคคลคำนึงถึง การยอมรับจากกลุ่มเพื่อนหรือบุคคลที่ตนชื่นชอบ และเช่นเดียวกับการที่บุคคลนั้นต้องการแสดง ความรู้ ความสามารถของตน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากการศึกษาวิจัย พบว่า แรงงูใจภายในทั้ง 3 ด้านไม่ว่าจะเป็น แรงงูใจภายในด้าน ความต้องการเป็นอิสระในการแสดงพฤติกรรม แรงงูใจภายในด้านความต้องการความสัมพันธ์กับ ผู้อื่น และแรงงูใจภายในด้านการรับรู้ความสามารถและความสนใจ สามารถร่วมทำนาย พฤติกรรมเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเจเนอเรชั่นวาย จะเห็นได้ว่ากลุ่มคนเจเนอ เรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่มักจะกระทำการสิ่งต่างๆ จากปัจจัยที่อยู่ภายในมากกว่าปัจจัยภายนอก และ ด้านแรงงูใจภายในการแสดงออกด้านความต้องการเป็นอิสระในการแสดงออกพฤติกรรมมี ความสัมพันธ์ทางบวกและมีการทำนายพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณในตัวแปรที่สำคัญสูงสุด สะท้อนเห็นได้ว่ากลุ่มคนในเจเนอเรชั่น เป็นกลุ่มคนที่มี

ความเป็นตัวของตัวเอง มีบุคลิกภาพกล้าคิด กล้าทำกล้าแสดงออก และเปิดรับการใช้เทคโนโลยี ภาครัฐและเอกชนอาจจะนำเสนอการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ หนังสือ บทความ ซึ่งจะช่วยให้บุคคลนี้ได้ตระหนักถึงถึงคุณค่า และความรู้สึกผิดชอบชั่วดีที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยตัวของบุคคลเอง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ควรพัฒนาโปรแกรมในการวิจัย โดยใช้แรงจูงใจภายในซึ่งความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ มาเป็นตัวแปรจัดกระทำ โดยมุ่งเน้นด้านความเป็นอิสระในการแสดงความสามารถในด้านบวก เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณแก่กลุ่มตัวอย่าง

2. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเฉพาะในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุระหว่าง 26-36 ปี ซึ่งจัดอยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น แต่ยังมีกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มช่วงวัยอื่นๆด้วย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายของประชากรกลุ่มอื่น เช่น วัยรุ่นตอนต้น วัยรุ่นตอนปลาย วัยผู้ใหญ่ตอนกลางและวันผู้สูงอายุ หรือจะศึกษาในเจเนอเรชั่นอื่นๆก็ได้เช่นกัน ซึ่งจะทำให้ทราบความต่อเนื่อง ถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในแต่ละช่วงวัย

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณบนพื้นฐานทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-determination) ในลักษณะของการศึกษาระยะยาว (Longitudinal study) ซึ่งอาจจะทำให้ทราบถึงแรงจูงใจภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคคลได้อย่างชัดเจนมากกว่าการศึกษาในลักษณะภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) ซึ่งความชัดเจนเกี่ยวกับศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณบนพื้นฐานทฤษฎีการกำหนดด้วยตนเองจะนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมได้ดีมากขึ้น

บรรณานุกรม

- Alderfer Clayton P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational behavior and human performance*, 4(2), 142-175.
- Beach, F. A. (1976). Sexual attractivity, proceptivity, and receptivity in female mammals. *Hormones and behavior*, 7(1), 105-138.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., . . . Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of service management*, 24(3), 245-267.
- Cabral Jaclyn. (2008). Is generation Y addicted to social media. *Future of children*, 18, 125.
- Deci, E. L. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*: New York : Plenum Press.
- Gîrboveanu, S. R., & Puiu, S. (2008). VIRAL MARKETING. *Annals of the University of Petrosani Economics*, 8(1).
- Legault, L. (2017). Self-determination theory. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1-9.
- Lin, C.-F., Chang, W.-T., Lee, H.-W., & Hung, S.-I. (2006). *Design of a downlink power control scheme in multi-code CDMA mobile medicine system*. Paper presented at the Wireless Pervasive Computing, 2006 1st International Symposium on.
- เกรวรินทร์ ละเอียตดีนันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2551). เจนเนอเรชั่นวายกับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากรบุคคล. *จุฬาลงกรณ์วารสาร ปีที่ 20, ฉบับที่ 80 (ก.ค.-ก.ย. 2551)*, หน้า 53-66.
- เยาวลักษณ์ เตียววิสัย. (2561). ปัจจัยเชิงเหตุทางจิตและสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสื่อสารอย่างเคารพสิทธิผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. In พ. ดุจเดือน, พ. ดวงเดือน, & ว. งามตา (Eds.): *สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มศว.*
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2554). *เครือข่ายสังคมออนไลน์*.

<http://www.vcharkarn.com/varticle/40698>.

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). *Gen Y* จับให้มันคั่นให้เวิร์ค: กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯธุรกิจบิซบุ๊ก.

เอมิกา เหมมินทร์. (2557). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปีที่ 9-10, ฉบับที่ 16-17 (ม.ค.-ธ.ค. 2557), หน้า 120-140.

กมลรัตน์ หล้าสูงวงศ์. (2527). จิตวิทยาสังคม: กรุงเทพฯ : ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2534). องค์การกับมนุษย์สัมพันธ์. กรุงเทพฯ: อักษรวิทยา.

กันตพล บรรทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. , บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กิติ ตยัคคานนท์. (2532). เทคนิคการสร้างภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ: เซอร์จิสตูดิโอ.

ขวัญชนก กมลสุกจินดา. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่าง ระหว่างเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเอเรชั่นวาย (ปริญยานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ครองทรัพย์ วงศ์มาน. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความก้าวหน้าในการประกอบอาชีพ ของผู้แทนยาในเขตกรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

คินิคิ, แ. (2549). หลักการจัดการ = *Management : A practical introduction* (พิมพ์ครั้งที่ 1.. ed.): กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.

จิตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2552). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร : งานวิจัย = *Factors related to intellectual media consumption behavior of undergraduate students in Bangkok*: นนทบุรี : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ.

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2546). หลักการจัดการ = *Principles of management*: กรุงเทพฯ : ภาควิชาการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.

ชัญญา นาคบุผา. (2529). จิตวิทยาการศึกษา. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.

ณัฐกาญจน์ กอมนี. (2559). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญานิพนธ์ (กศ.ม.

- (จิตวิทยาพัฒนาการ) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2559.
- ณัฐพล บัวอุไร. (2554). ผลการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตามทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองวิชาการสร้างงานสื่อผสม เรื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ ลำลูกกา. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มศว ปีที่ 6, ฉบับที่ 2 (ต.ค.2554-มี.ค.2555), หน้า 33-41.
- ดวงกมล ทรัพย์พิทยากร. (2547). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธรรมราช บุญทิพย์เจริญ. (2555). การพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2543). พรหมแดนความรู้ด้านการวิจัยและสถิติ : รวมบทความทางวิชาการของ ดร. นงลักษณ์ วิรัชชัย: ชลบุรี : วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นนทรัฐ ไม้เจริญ. (2557). การศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เพื่องานข่าว : กรณีศึกษาแผนกข่าวภาษาลาว สำนักข่าววิทยุเอเชียเสรี สำนักงานประเทศไทย. สารนิพนธ์ (กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2557.
- น้ำทิพย์ วิชาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ปีที่ 8, ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค. 2558), หน้า 119-127.
- บรรจง อมรชีวิน. (2556). การคิดอย่างมีวิจารณญาณ : *Critical thinking* : หลักการพัฒนาคิดอย่างมีตรรกะ เหตุผล และดุลยพินิจ (พิมพ์ครั้งที่ 1.. ed.): นนทบุรี : อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ ผู้จัดจำหน่าย.
- ประเวทย์ ประเวสไพสนธิ. (2556). การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ (บธ.ม. (การจัดการ)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2556.
- ประณต คำฉิม. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการ : เอกสารคำสอนวิชา จต 221. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ. (2553). แบบฝึกทักษะ การคิดวิเคราะห์ (พิมพ์ครั้งที่ 2, [ฉบับพิมพ์ซ้ำ]. ed.): กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.
- ประยูรศรี มณีสร. (2532). จิตวิทยาวัยรุ่น = *Adolescence psychology* (พิมพ์ครั้งที่ 3.. ed.): กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว วิทยาลัยครูจันทระเกษม.

- ปราณี จ้อยรอด. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณ ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญานิพนธ์ (วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
- พงศ์ หรดาล. (2540). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น: ม.ป.ท. : ม.ป.พ.
- พรทิพย์ วานิชจุญเกียรติ. (2553). ความคิดเห็นของผู้แทนยาของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย ที่มีต่อปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน. Retrieved from
- พิชญพร ประครองใจ. (2558). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook. มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social media: กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ภูวทิศ, ว. (2557). การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 6, ฉบับที่ 12 (ก.ค.-ธ.ค. 2557), หน้า 206-217.
- ภูวทิศ วัฒนณี, & มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Bangkok, U. (2015). การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ (HOW TO CREATE SOCIAL NETWORK CREATIVELY).
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). พฤติกรรมองค์การ = *Organizational behaviors*: กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท.
- รัชฎา อธิสนธิสกุล, อ. ร. (2548). การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ในการทำงาน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. , กรุงเทพฯ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมศัพท์รัฐศาสตร์ : ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (พิมพ์ครั้งที่ 2, [ฉบับแก้ไขปรับปรุง]. ed.): กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิต.
- วัชรวิภา เล่าเรียนดี. (2560). กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อพัฒนาการคิดและยกระดับคุณภาพการศึกษาสำหรับศตวรรษที่ 21 (พิมพ์ครั้งที่ 12.. ed.): นครปฐม : เพชรเกษมพรินต์ติ้ง กรุ๊ป.
- วันวิสา, ส. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย. ปรินญานิพนธ์ (วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554.

- วันวิสา ศรีระศาสตร์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และการมีภูมิคุ้มกันทางจิต ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ต อย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย. ปรินญานิพนธ์ (วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554.
- วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง. (2554). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียน มัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารพฤติกรรมศาสตร์ ปีที่ 17, ฉบับที่ 2 (ก.ค. 2554), หน้า 104-119.
- ศรัณย์ธร ศศิณกรแก้ว. (2558). การยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเออร์เรชั่น วาย (Gen Y). วารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 29, ฉบับที่ 92 (ต.ค.-ธ.ค. 2558), หน้า 65-79.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2521). จิตวิทยาพัฒนาการ = *Developmental Psychology* (พิมพ์ครั้งที่ 3.. ed.): กรุงเทพฯ : แพรวพิทยา.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand management*: กรุงเทพฯ : BrandAge.
- คันสนีย์ ฉัตรคุปต์. (2545). รายงานเรื่องฝึกสมองให้คิดอย่างมีวิจารณญาณ = *Critical thinking* (พิมพ์ครั้งที่ 2.. ed.): กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- ศิริพร กนกชัยสกุล. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์.
- ศุภสมุทร ดิพนธ์, แอ. ด. (2016). ปัจจัยเชิงเหตุแบบบูรณาการทางด้านจิตลักษณะและสถานการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการบนเครื่องบินของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน. วารสาร พฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา (*Warasan Pruetikamsat Puea Kan Phathana*).
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย ปี 2560 (978-616-7956-26-8). Retrieved from <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2017.html>
- สุชา จันทน์อม. (2524). จิตวิทยาเพื่อความสุขในการดำรงชีวิต (พิมพ์ครั้งที่ 2.. ed.): กรุงเทพฯ : ไทย วัฒนาพานิช.
- สุพาทีนี้ เพ็งเจริญ. (2560). FACTORS AFFECTING ATTITUDE ON USING SOCIAL NETWORK OF SENIOR STUDENTS AT KASTSART, BANGKHEN UNIVERSITY. *Vajira Nursing Journal*.
- สุรเดช ลิปิกรณ์. (2552). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มในการลาออกของพนักงานบริษัท บริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพฯ.

- สุวิทย์ มูลคำ. (2547). กลยุทธ์--การสอนคิดวิเคราะห์: กรุงเทพฯ : ดวงกมลสหมัย จัดจำหน่าย.
- อุมารัตน์ จันทะแก้ว. (2547). อิทธิพลของพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ส่งผลกระทบต่อค่านิยมทางเพศ ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินทิพนิพนธ์ (วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547.
- อุษณีย์ อนุรุทวงศ์. (2553). การพัฒนาทักษะความคิดระดับสูง = *Developing higher level of thinking skills*: นครปฐม : ไอ.คิว บุ๊คเซ็นเตอร์.





ภาคผนวก



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบทดสอบ

1. อาจารย์ ดร.ชาญ รัตนะพิสิฐ ภาควิชาจิตวิทยา
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร. ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร
ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์
3. อาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีรพงษ์ พวงเล็ก
ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง จงเติมหรือทำเครื่องหมาย / ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวข้องกับท่าน

เพศ ชาย หญิง

อายุ ปี

เวลาที่ใช้ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ต่อวัน ชั่วโมง..... นาที

ตอนที่ 2 แบบสอบถามฉันกับความเป็นอิสระในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง ให้ท่านโปรดอ่านข้อความแต่ละประโยคให้เข้าใจ แล้วพิจารณาแต่ละข้อความต่อไปนี้

ความจริงเกี่ยวกับนิสัยผู้ตอบมากน้อยเพียงใดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ว่า

ท่านปฏิบัติบ่อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่าน

มากที่สุดเพียงข้อเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
1.ฉันไม่ลังเลที่จะแสดงความคิดเห็นใดๆก็ตามลงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ถ้าฉันคิดว่ามันเป็นประโยชน์						
2. ฉันคำนึงถึงผลเสียที่เกิดขึ้น เมื่อฉันเผยแพร่ข้อความที่มีเนื้อหาสร้างความขัดแย้งในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
3. ฉันคิดว่าการเผยแพร่ภาพตนเองในอริยบทต่างๆเป็นสิทธิของฉันถึงแม้ว่าคนอื่นอาจจะมองไม่เหมาะสม						
4. ฉันคิดว่า การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ต้องคำนึงถึงมารยาทในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น						
5.ฉันไม่คิดว่าตัวเองจะต้องโพสต์ทุกความคิดเห็นที่เกิดขึ้นลงบนเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะหากไม่เป็นผลดีกับตัวเอง						
6. ฉันรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้โพสต์ภาพหรือภาพเคลื่อนไหวที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
7. ฉันรู้สึกดีที่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดขึ้นเพราะมันง่ายในการที่จะแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ						

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
8. ฉันรู้สึกไม่พอใจ และพร้อมจะตอบโต้เมื่อผู้อื่นแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับฉันในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
9. แม้ฉันจะรู้สึกเพลิดเพลินกับเรื่องราวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ก็ต้องคอยเตือนตัวเองในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ						
10. ฉันรู้สึกพึงพอใจในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
11. ฉันไม่สามารถควบคุมอารมณ์ของฉันได้เมื่อมีผู้อื่นมาแสดงความคิดเห็นด่าทอบุคคลที่ฉันชื่นชอบ						
12. ฉันเผยแพร่ภาพของผู้อื่นโดยไม่ได้ขออนุญาตบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
13. ฉันใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ เพราะเป็นพื้นที่ที่ง่ายต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ						
14. ฉันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นทางสังคมต่างๆ ที่ปรากฏในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
15. ฉันแสดงข้อความตอบกลับทันที เมื่อมีบุคคลอื่นมีความคิดเห็นแตกต่างกับฉัน						

ตอนที่ 3 แบบสอบถามฉันกับผู้อื่นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

คำชี้แจง ให้ท่านโปรดอ่านข้อความแต่ละประโยคให้เข้าใจ แล้วพิจารณาแต่ละข้อความต่อไปนี้
ความจริงเกี่ยวกับนิสัยผู้ตอบมากน้อยเพียงใดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ว่า
ท่านปฏิบัติบ่อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่าน
มากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่ จริง	ไม่ จริง เลย
16. ฉันคำนึงถึงความรู้สึกของเพื่อนก่อนที่ฉันจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเขา						
17. ฉันคำนึงถึงความรู้สึกของเพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมกลุ่มก่อนที่ฉันจะเผยแพร่ภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
18. ฉันไม่เห็นว่าการมีเพื่อนในเฟซบุ๊กจำนวนมากจะเป็นเรื่องสำคัญ						
19. ฉันคิดว่าการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มเพื่อนไม่ใช่เรื่องแปลก						
20. การกดไลค์หรือกดแชร์รูปภาพที่ถ่ายกับเพื่อนๆ สะท้อนถึงการมีมิตรภาพที่ดี						
21. ก่อนที่ฉันจะแสดงความคิดเห็นต่างๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ฉันจะสอบถามความคิดเห็นจากเพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมกลุ่มก่อน						
22. ฉันกดเผยแพร่ต่อทันที เมื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากเพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมกลุ่มของฉัน ในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
23. ฉันแสดงความคิดเห็นต่างๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ แม้จะไม่สอดคล้องกับความเห็นของเพื่อนคนอื่น						
24. ฉันกดเข้าร่วมกลุ่มในเครือข่ายสังคมออนไลน์ทันที เมื่อมีเพื่อนสนิทหรือเพื่อนร่วมกลุ่มร่วมในกลุ่มนั้น						
25. ฉันเผยแพร่ต่อในเรื่องที่กลุ่มเพื่อนของฉันให้ความสนใจ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ แม้ว่าฉันจะไม่ได้สนใจเรื่องนั้นก็ตาม						

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่ จริง	ไม่ จริง	ไม่ จริง เลย
26. ฉันรู้สึกพอใจเมื่อเพื่อนแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับฉันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะสะท้อนให้เห็นความเป็นกลุ่มเดียวกัน						
27. ฉันรู้สึกเศร้าใจเมื่อเพื่อนของฉันไม่กดไลก์หรือกดแสดงความรู้สึกอื่นๆ ในรูปภาพที่ฉันเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
28. ฉันรู้สึกไม่พอใจเมื่อเพื่อนเผยแพร่ภาพถ่ายที่มีรูปของฉันอยู่ในนั้นเพราะฉันต้องการความเป็นส่วนตัว						
29. ฉันรู้สึกไม่พอใจ เมื่อผู้อื่นแสดงความคิดเห็นในทางลบต่อบุคคลที่ฉันชื่นชอบ						
30. ฉันไม่ได้รู้สึกที่ตัวเองจะต้องกดติดตามบุคคลที่ตนเองชื่นชอบในเครือข่ายออนไลน์						

ตอนที่ 4 แบบสอบถามฉันกับความสามารถและความถนัดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์
คำชี้แจง ให้ท่านโปรดอ่านข้อความแต่ละประโยคให้เข้าใจ แล้วพิจารณาแต่ละข้อความต่อไปนี้
ความจริงเกี่ยวกับนิสัยผู้ตอบมาน้อยเพียงใดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ว่าท่าน
ปฏิบัติบ่อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่านมาก
ที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
31. ฉันคิดว่าการเปิดเผยอาชีพของตนในประวัติส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเรื่องที่จำเป็นเพราะคนจะได้รู้ว่าฉันสนใจหรือเชี่ยวชาญในเรื่องใด						
32. หากเป็นเรื่องที่สนใจ ฉันคิดว่าตัวเองมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากพอที่จะร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น						
33. หากเป็นเรื่องที่ถนัดหรืออยู่ในสายงานของฉัน ฉันพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว						
34. ฉันคิดว่าพื้นที่สังคมออนไลน์เปิดกว้างให้ฉันได้แสดงความรู้ความสามารถต่อผู้อื่นได้รับรู้						
35. ฉันคิดว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่เผยแพร่ผลงาน ความคิดเห็นให้บุคคลอื่นรับรู้ถึงความสามารถและ ความสนใจของฉัน						
36. ฉันแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้คนอื่นที่เข้ามาอ่านมองเห็นถึงความรู้ ความสามารถฉัน						
37. ฉันโพสต์ข้อความหรือแชร์ภาพที่สอดคล้องกับความรู้ ความสนใจของฉัน เพื่อที่จะบอกให้คนอื่นรู้ถึงความสามารถของฉันที่มีต่อเรื่องนั้น						
38. ฉันหลีกเลี่ยงที่จะโพสต์ประเด็นต่างๆ เพราะไม่อยากให้ใครมาวิพากษ์วิจารณ์ความสามารถของฉัน						
39. ฉันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในโพสต์สาธารณะที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพของฉันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
40. ฉันมีการโพสต์ภาพหรือข้อความคิดเห็นเพิ่มมากขึ้นหากพบว่าที่ผ่านมามีคนมากดไลค์หรือกดแชร์ข้อมูลที่ฉันโพสต์ลงไป						

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
41. ฉันรู้สึกพึงพอใจเมื่อบุคคลอื่นชื่นชมต่อการแสดงความคิดเห็น ของฉันในเรื่องที่ถนัดหรือสนใจ						
42. ฉันรู้สึกดีที่การแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ หรือความถนัดของฉันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประโยชน์ต่อ ผู้อื่น						
43. ฉันรู้สึกโกรธเมื่อมีคนมาแสดงความคิดเห็นดูถูกต่อเรื่องที่ฉัน ถนัดหรือมีความรู้มากพบบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
44. ฉันรู้สึกประทับใจที่บุคคลอื่นเผยแพร่ความคิดเห็นที่เป็น ประโยชน์ของฉันส่งต่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
45. ฉันรู้สึกแยหากมีคนมาเห็นแย้งกับความคิดของฉันบนเครือข่าย สังคมออนไลน์เพราะเท่ากับว่ามาดูถูกความรู้ของฉัน						

ตอนที่ 5

คำชี้แจง ให้ท่านโปรดอ่านข้อความแต่ละประโยคให้เข้าใจ แล้วพิจารณาแต่ละข้อความต่อไปนี้ ความจริงเกี่ยวกับนิสัยผู้ตอบมากน้อยเพียงใดในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ว่าท่าน ปฏิบัติบ่อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติพฤติกรรมของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่ จริง	ไม่จริงเลย
46. ฉันคิดอย่างละเอียดรอบคอบก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
47. ฉันได้ตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบคอบก่อนที่จะกดแชร์ข้อความต่างๆจากผู้อื่นในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
48. ฉันภูมิใจที่ได้เป็นคนกลุ่มแรกๆ ที่ได้โพสต์หรือแชร์ข้อมูลต่างๆ ถึงแม้จะยังไม่ได้อ่านข้อมูลนั้นก็ตาม						
49. ฉันคิดได้รอบคอบอย่างละเอียดรอบคอบก่อนที่จะเผยแพร่ภาพหรือภาพเคลื่อนไหวของผู้อื่นในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
50. ฉันคิดอย่างถี่ถ้วนก่อนที่จะเข้าร่วมกลุ่มในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
51. ฉันไม่สนใจว่าผู้อื่นจะคิดอย่างไรกับข้อความที่ฉันแสดงความคิดเห็นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
52. ฉันไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัยในการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวของฉันในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
53. ฉันหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและน่าเชื่อถือก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
54. ฉันเลือกเผยแพร่ข้อความต่อจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
55. ฉันโพสต์คำทอบุคคลต่างๆ ที่ทำพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
56. ฉันไม่คำนึงถึงผลที่จะตามมาหลังจากที่ตนเองได้แชร์ข้อมูลบางอย่างที่ไม่เหมาะสม						

ข้อความ	ระดับของพฤติกรรม/การปฏิบัติ					
	จริง ที่สุด	จริง	ค่อนข้าง จริง	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่ จริง	ไม่จริงเลย
57. ฉันเผยแพร่ภาพของผู้อื่นโดยไม่ขออนุญาตในเครือข่ายสังคมออนไลน์						
58. ฉันเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวโดยตั้งค่าเป็นสาธารณะบนเครือข่ายสังคมออนไลน์						
59. ฉันตอบรับคำชักชวนจากเพื่อนที่รู้จักกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยไม่คิดไตร่ตรองให้รอบคอบ						
60. ฉันแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผยในเครือข่ายสังคมออนไลน์						

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปภาดา ฉัตรสกุลปัญญา
วัน เดือน ปี เกิด	22 เมษายน 2537
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	2559 วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วทบ) สาขา จิตวิทยาคลินิก มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	215 หมู่ 3 ตำบล มีชัย อำเภอก เมือง จังหวัดหนองคาย

