



การประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของ  
นิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น

นิชาภา กะจันทร์

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต  
รายวิชากฎหมายและจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพคอมพิวเตอร์  
มหาวิทยาลัยเนชั่น ภาคการศึกษาที่ 2/2563

## คำนำ

งานวิจัยเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชากฎหมาย และจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพคอมพิวเตอร์ CPSC 313 โดยวิจัยเล่มนี้ประกอบด้วยงานวิจัย 5 บท ที่กล่าวถึงการประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เพชบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น ในประเด็นที่สอดคล้องกัน และแสดงให้เห็นถึงการวิเคราะห์ข้อมูลในการใช้งานเพชบุ๊ก

ข้าพเจ้าหวังว่างานวิจัยเล่มนี้จะทำให้ทุกท่านที่อ่านได้เห็นผลงานในรายวิชากฎหมาย และจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพคอมพิวเตอร์ ของข้าพเจ้าที่ได้จัดทำขึ้นทั้งหมดที่ได้ทำในภาคเรียนที่ 2/2563 และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อตัวข้าพเจ้าและผู้ที่มาศึกษา

ข้าพเจ้าขอขอบคุณ ผศ.บุรินทร์ รุจจนพันธุ์ และทุกคนที่มีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในจัดทำโครงการในครั้งนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใดก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

จัดทำโดย

นางสาวนิชาภา กะจันทร์

## สารบัญ

คำนำ .....	ก
สารบัญ .....	ข
บทที่1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	1
ขอบเขตของการวิจัย .....	2
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย .....	2
บทที่2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	4
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม .....	4
ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก .....	8
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมบนสื่อสังคม .....	9
ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ .....	14
ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็น .....	17
ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น .....	19
บทที่3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
ประชากรและตัวอย่าง .....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย .....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	27
บทที่4 ผลการวิจัย.....	28
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	28
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	29
ตอนที่ 3 การสังเคราะห์จริยธรรมบนเฟซบุ๊กจำแนกตามประเด็นจริยธรรม.....	31
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญในการใช้เฟซบุ๊ก .....	34

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	36
สรุปผลการวิจัย .....	36
อภิปรายผลการวิจัย .....	38
ข้อเสนอแนะ .....	44
บรรณานุกรม.....	46
ภาคผนวก.....	47

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเป็นยุคของสังคมที่มีการไหลเวียนของข่าวสารได้ โดยไม่จำกัดทิศทาง ซึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ทำให้เกิดช่องทางในการ สื่อสารที่หลากหลายรูปแบบจากสื่อดั้งเดิม มาเป็นสื่อสังคม ซึ่งเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติทั้งในด้านความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคม ในยุคปัจจุบัน โดยที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบและแสดงความคิดเห็นได้ในทันที เป็นการสื่อสาร ที่ไร้ข้อจำกัดของระยะทาง สามารถเพิ่มช่องทางการสื่อสารทางธุรกิจ เป็นพื้นที่แหล่งการเรียนรู้ รวมทั้งเป็นแหล่งความบันเทิงต่าง ๆ เช่น การชมวิดีโอ การเล่นเกมส์ เป็นต้น

เฟซบุ๊ก จัดเป็นสื่อสังคมประเภทหนึ่งที่มีความนิยมทั่วโลก เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับผู้อื่นได้ สามารถแสดงความคิดเห็น แบ่งปันรูปภาพ ส่งและรับข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะของเฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อที่มีประโยชน์ต่อวัยรุ่นใน ในฐานะที่เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทำให้การสื่อสารง่ายและ สะดวกรวดเร็วมากขึ้น แต่ในอีกแง่หนึ่งเฟซบุ๊กได้ก่อให้เกิด ประเด็นปัญหาทางจริยธรรม ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในสาธารณะอย่างไม่ได้ตั้งใจ การกลั่นแกล้งกันบนโลกไซเบอร์ ที่มีลักษณะการส่งผ่านข้อมูลที่เป็นเรื่องส่วนตัวของบุคคล หนึ่งไปยังที่สาธารณะโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบุคคลดังกล่าว เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการต่าง ๆ ที่พบว่า การเกิดขึ้นของนวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสังคมมักมาควบคู่กับข้อพิจารณาด้านจริยธรรมใน การใช้สื่อดังกล่าว ทำให้เกิดการเรียกร้องให้ตระหนักถึงความสำคัญ ทางจริยธรรมในการใช้สื่อสังคมมากขึ้น

จากสภาพปัญหาที่สะท้อนถึงจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กทั้งในแง่ของสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้น รวมทั้งผลการวิจัยดังที่กล่าวข้างต้นจึงนำมาสู่ความสนใจในการศึกษาวิจัยด้วย “การประเมินความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิต มหาวิทยาลัยเนชั่น” ว่านิสิต มหาวิทยาลัยเนชั่น มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กอย่างไร มีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมการใช้ เฟซบุ๊กอย่างไร และจริยธรรมในแต่ละด้านมีความต้องการจำเป็นมากน้อยเพียงใด ซึ่งสารสนเทศที่ได้ จากการวิจัยจะนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการใช้สื่อเฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทยในอนาคตต่อไป

#### 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น

1.2.2 เพื่อสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น

1.2.3 เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น

### 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น ทั้งเพศชายและเพศหญิง และกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โดยจำแนกตามชั้นปี

### 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ความต้องการจำเป็น หมายถึง การระบุความแตกต่างด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กที่ครอบคลุมด้าน ความถูกต้อง ความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ ความเคารพ และความสร้างสรรค์ ระหว่างสภาพปัจจุบันและ สภาพที่คาดหวัง

การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น หมายถึง การเปรียบเทียบน้ำหนัก ความสำคัญของความต้องการจำเป็น และสรุปเป็นความต้องการจำเป็นที่มีความสำคัญลดหลั่นกัน ตามลำดับจาก ความสำคัญมากที่สุดถึงความสำคัญน้อยที่สุดของจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กที่ครอบคลุม ด้านความถูกต้อง ความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ ความเคารพ และความสร้างสรรค์

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง เครือข่ายสังคมหรือชุมชนออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารโต้ตอบ กับผู้ใช้งานคนอื่นได้ด้วยการโพสต์หรือแบ่งปัน ข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ และสามารถ สนทนาแบบกลุ่มได้ เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลในรูปแบบออนไลน์

จริยธรรม หมายถึง แนวทางที่ควรประพฤติหรือปฏิบัติซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ที่สังคมยึดถือปฏิบัติ

จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติซึ่งเป็น กฎเกณฑ์ที่สังคมยึดถือปฏิบัติในการสื่อสารโต้ตอบทั้งในรูปแบบของข้อความและภาพระหว่างผู้ใช้งาน คนอื่น โดยครอบคลุมด้านความถูกต้อง ความเป็นส่วนตัวความน่าเชื่อถือ ความเคารพ และความ สร้างสรรค์ในการใช้ เฟซบุ๊ก

ความถูกต้องในการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงความเป็นจริงที่สามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้

ความน่าเชื่อถือในการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงความสามารถในการตรวจสอบอ้างอิง แหล่งที่มาของข้อมูลได้ หลักฐานที่น่าเชื่อถือคือความทันสมัยของข้อมูลการไม่หลอกลวงและการไม่ เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ความเป็นส่วนตัวในการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงการมีวิจารณญาณที่ดี และการหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของ ผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ที่สังคม ยึดถือปฏิบัติ

ความเคารพในการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงมารยาทขั้นพื้นฐานของสังคมที่พึงปฏิบัติ การหลีกเลี่ยงการใช้ คำไม่สุภาพ ก้าวร้าว คุกคามผู้อื่นโดยไม่มีหลักฐาน การเผยแพร่ความลับของผู้อื่น และการคำนึงถึงผลกระทบที่ อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้งานเฟซบุ๊ก

ความสร้างสรรค์ในการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติ ในการสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยการหลีกเลี่ยงการมั่วร้ายหรือให้ร้ายผู้อื่นบนเฟซบุ๊ก และคำนึงถึงการเปิดรับหรือส่งต่อข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ

### 1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.5.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของวัยของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น
- 1.5.2 ทำให้ทราบถึงความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น
- 1.5.3 เป็นการขยายองค์ความรู้ทางวิชาการด้านจริยธรรมในการใช้สื่อสังคมให้กว้างขวางขึ้น
- 1.5.4 สามารถนำผลการศึกษาค้นคว้าไปใช้ในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับ จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทยในสังคมต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของ วัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม (Social Media)

2.2 ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

2.3 ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมบนสื่อสังคม

2.4 ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ

2.5 ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็น

2.6 ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

โดยมีรายละเอียดในแต่ละตอน ดังนี้

#### 2.1 ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคม (Social Media)

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ ความหมายของสื่อสังคม ประเภท ของสื่อสังคม และคุณลักษณะของสื่อสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 2.1.1 ความหมายของสื่อสังคม

Skoler (2009) ให้ความหมายว่า “สื่อสังคม” เป็นเรื่องของการแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้กับผู้อื่น ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้และการรับฟังความเห็น ของผู้อื่น

Joosten (2012) ให้ความหมาย “สื่อสังคม” ว่าเป็นสื่อที่ทุกคนหรือแต่ละบุคคลสามารถที่จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ได้ในทุกสิ่งทุกอย่าง ทุกสถานที่และทุกเวลาที่จะสามารถสื่อสารได้ถึงกัน (Everybody and anybody can share anything anywhere anytime)

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (2553) ให้ความหมายว่า “สื่อสังคม” คือ สื่อดิจิทัลที่เป็น เครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคมผ่านทางเว็บไซต์

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) ให้ความหมายของสื่อสังคมไว้ว่า เป็นสื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง



ดังนั้นสรุปว่า สื่อสังคมหมายถึงสื่อที่ผู้ใช้งานเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเป็นการ สื่อสารแบบสองทางที่ผู้ใช้งานสามารถมีการตอบโต้กันได้โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมุ่งเน้นในการ สร้างและสะท้อนให้เห็นถึงเครือข่ายหรือความสัมพันธ์ทางสังคม

### 2.1.2 ประเภทของสื่อสังคม

ธิติมา ทองทับ (2551) กล่าวว่า การแบ่งประเภทของสื่อสังคมนั้นค่อนข้างยากที่จะแยก ประเภทของสื่อสังคมได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเว็บไซต์สื่อสังคมแต่ละเว็บมีการคิดค้นพัฒนาเว็บไซต์ ของตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานอย่างไม่หยุดยั้ง และยังมีฟังก์ชัน มากมายที่คล้ายและแตกต่างกันเพื่อเป็นจุดเด่นให้กับเว็บไซต์สื่อสังคมต่าง ๆ ของตนเอง ดังนี้

1) Publishing เป็นบล็อกและเว็บประเภทเนื้อหา (Content) เช่น Blogger, Wordpress, Bloggang, Exteen, TypePad เป็นต้น ซึ่งในแต่ละบล็อกก็มีการแยกย่อยเนื้อหาเป็นหมวดต่าง ๆ ตามความสนใจ เช่น Oknation.net เป็นบล็อกที่ทำให้ทุกคนเป็นนักข่าวได้ด้วยการเขียนบล็อก นำเสนอข่าวสารต่าง ๆ Blognone.com นำเสนอข่าวสารแฉดวงไอที Keng.com บล็อกสำหรับผู้สนใจการตลาด Gotoknow.org บล็อกที่รวบรวมความรู้แขนงต่าง ๆ Pzecret.net บล็อกแนะนำ Portable ที่น่าสนใจ เป็นต้น

2) Community เครือข่ายสังคมที่ช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่สามารถส่ง ข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจซึ่งกันและกัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟว์ (Hi 5) มายสเปซ (My Space) เป็นต้น

3) Media มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอวิดีโอ ภาพยนตร์เพลง เช่น Youtube Ustream.tv Yahoo Video Duocore.tv Dailymotion Thaitube.in.th Veoh Netflix ImeemLast.fm Ijigg เป็นต้น

4) Games เป็นเกมออนไลน์ที่สามารถสร้างตัวแทนในโลกเสมือนจริงใช้ชีวิตอยู่ในโลก ออนไลน์ติดต่อสื่อสารทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันกับผู้อื่น เช่น SecondLife World WarCraft Audition Gamegum Ragnarok Pangya เป็นต้น

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) ได้แบ่งประเภทของสื่อสังคมที่ได้รับการนิยมใช้บ่อย ๆ ไว้ 4 ประเภท ได้แก่

1) บล็อก (Blogging) คำว่าบล็อกมาจาก Web+Log แล้วย่อเหลือ Blog คือประเภทของ ระบบการจัดการเนื้อหา ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของ ตนเอง โดยบทความที่โพสต์ลงบล็อก เป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบล็อก ซึ่งจุดเด่น ของบล็อกคือการสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่านการแสดงความ คิดเห็น (Comment) ซึ่ง Blogger และ WordPress เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยมเข้าไปสร้างบล็อก ของตนเอง

2) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) ไมโครบล็อก คือ รูปแบบ หนึ่งของ บล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้ง ซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการ โพสต์แต่ละครั้ง

พิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คนเพราะใช้ งานง่ายและใช้เวลาไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่าง ๆ ที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแจ้งกิจกรรม ต่าง ๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ เพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อกับสังคม ซึ่งหากต้องการมีเลขที่บัญชี (Account) สำหรับทวิตเตอร์สามารถเข้าไปสมัครได้ที่เว็บไซต์ของ Twitter

3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสาร กับเพื่อน ทั้งที่รู้จักมาก่อน หรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่ง มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกัน คือ โปรไฟล์การเชื อมต่อและ การส่งข้อความ เป็นต้น โดยมีเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

4) การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันสื่อทาง ออนไลน์เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้งานทั่วไปซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากเพราะด้วย ความเป็นสื่อผสมเองไม่ว่าจะเป็นรูปสไลด์หรือวิดีโอ รวมทั้งการใช้งานง่ายขึ้นของกล้องดิจิทัล และ กล้องวิดีโอ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์สื่อผสมแบบต่าง ๆ ออกมา เว็บไซต์ประเภทนี้ที่ได้รับ ความเป็นนิยม คือ YouTube, Flickr และ Slideshare

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2554) แบ่งประเภทของสื่อสังคมออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1) การเขียนบทความ (Weblog) เป็นระบบจัดการเนื้อหาในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานสามารถ เขียนบทความที่เรียกว่า โพสต์ (Post) และทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย สามารถนำมาใช้ได้ 3 รูปแบบ คือ (1) Blog ที่จัดทำโดยบริษัท โดยมีจุดประสงค์เพื่อสื่อสารกับลูกค้า (2) Microblog เป็นการโพสต์ ข้อความสั้น ๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษรและ (3) Blog ที่เขียนจาก Blogger อิสระ ปัจจุบันนิยมใช้ Blogger ทดลองสินค้าแทนการใช้ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง

2) แหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) เป็นที่รวบรวมข้อมูล ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหาอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์สินค้า หรือบริการ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เป็นผู้เข้ามาเขียนหรือแนะนำไว้เช่น Wikipedia เป็นต้น

3) เกมออนไลน์ (Online Games) เป็นที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มายมาย โดยเกมออนไลน์นี้จะเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เล่นสามารถสนทนา แลกเปลี่ยน Items ในเกม กับบุคคลอื่นได้

4) ชุมชนออนไลน์ (Community) เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนาน การสร้าง Profile ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) เพื่อให้เพื่อนรู้จักเรามากยิ่งขึ้น มีการแลกเปลี่ยนเรื่องราว ถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น เฟซบุ๊ก มายสเปซ เป็นต้น

5) ฝากรูปภาพ (Photo Management) เน้นการฝากเฉพาะรูปภาพ โดยไม่เปลืองฮาร์ดดิสก์ ส่วนตัว โดยการ Upload รูปภาพจากกล้องถ่ายรูป หรือโทรศัพท์มือถือไปเก็บไว้เช่น Photobucke เป็นต้น

6) สื่อ (Media) ใช้ฝากหรือแบ่งปัน (Sharing) ไฟล์ประเภท Multimedia เช่น คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น โดยใช้วิธีเดียวกันกับการฝากภาพ เช่น YouTube Yahoo Video เป็นต้น

7) ซื้อ/ ขาย (Business/ Commerce) เน้นการซื้อขายสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ (E – Commerce) เช่น การซื้อ/ ขายที่อยู่อาศัย รถยนต์หนังสือ เครื่องสำอาง กระเป๋า เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมมาก เช่น Amazon และ eBay เป็นต้น

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาสื่อสังคมประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมประเภทดังกล่าว

### 2.1.3 คุณลักษณะของสื่อสังคม

Hoskins (2010) กล่าวว่า คุณลักษณะเด่นอันเป็นที่ มาของอิทธิพลของสื่อสังคม คือ การเป็น สื่อที่ก่อให้เกิดการสื่อสารต่อสาธารณชนในวงกว้างได้ในเวลาอันรวดเร็ว และทำให้สมาชิกในชุมชน ออนไลน์เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกัน

กาญจนา แก้วเทพ (2556) อธิบายถึงคุณลักษณะสำคัญของสื่อสังคมไว้ดังนี้

- 1) การมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (Interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two - Way Communication)
- 2) มีความสามารถเคลื่อนที่สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่าง ๆ (Compactable)
- 3) สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)
- 4) สามารถเชื่อมต่อกันได้โดยง่าย (Connectivity)
- 5) สามารถหาได้/ ใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ (Ubiquity)
- 6) มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication) 7) มีลักษณะที่ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries)
- 8) ความเป็นดิจิทัล (Digitalization)

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2556) อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อสังคมไว้ 3 ประการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม โดยสามารถทำให้แพร่กระจายง่ายขึ้นด้วย การแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) จากบุคคลใดก็ได้ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของ เนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอ เป็นต้น

2) เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็น แบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายคน (Many-to-Many)

3) เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา จากเดิมที่บุคคลในสังคมเป็น เพียงคนรับสื่อ โดยสื่อโทรทัศน์วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์จะมีอิทธิพลอย่างมาก แต่เมื่อเป็นสื่อสังคมทำให้บุคคลใดก็ตามสามารถผลิตเนื้อหาและกระจายไปยังผู้รับสารได้อย่างเสรี

นอกจากนั้น แสงเดือน ผ่องพุฒ (2556) อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อสังคมว่าเป็นการสื่อสาร แบบสองทาง ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญ 2 ประการ คือ มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์และ สามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้

## 2.2 ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ความหมายของเฟซบุ๊ก และ ประเภทของเฟซบุ๊ก โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.2.1 ความหมายของเฟซบุ๊ก

Rouse (2012) ให้ความหมายว่า เฟซบุ๊ก คือ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง ผู้ใช้งานสามารถสร้างประวัติส่วนตัว อัปโหลดรูปภาพและวิดีโอส่งข้อความติดต่อกับเพื่อน ครอบครัวได้ต่อเนื่อง

Cambridge Dictionary Online (2015) ให้ความหมายว่า เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้งาน สามารถแสดงข้อมูลเกี่ยวกับตนเองหรือข้อมูลส่วนตัว ใช้ในการสื่อสารกับเพื่อนและบุคคลอื่น

กตিকা สายเสนีย์ (2551) ได้ให้ความหมายของเฟซบุ๊กไว้ว่า เป็นบริการทางอินเทอร์เน็ต บริการหนึ่ง ที่ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับ ผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการสนทนาถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์ภาพ โพสต์ข้อความ หรือคลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก เล่นเกมส์เป็นแบบกลุ่ม

อภิชัย อารยะเจริญชัย (2553) ให้ความหมายว่า เฟซบุ๊ก คือ ชุมชนออนไลน์ที่กำลังได้รับ ความนิยมใช้สำหรับติดต่อ พูดคุย และแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือรูปภาพ

ฐิติกานต์นิธิอุทัย (2555) ให้ความหมายว่า เฟซบุ๊ก คือ เครือข่ายสังคมที่เปิดให้ทุกคนสมัคร เป็นสมาชิกได้ฟรีและสมาชิกสามารถร่วมแบ่งปันความคิดเห็น ความรู้สึก ข้อมูล ข่าวสาร รูปภาพ และ วิดีทัศน์ซึ่งเป็นวิธีการนำเสนอรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเองอย่างหนึ่ง

ดังนั้นสรุปว่า เฟซบุ๊ก หมายถึง เครือข่ายสังคมหรือชุมชนออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถสื่อสาร โต้ตอบระหว่างผู้ใช้งานคนอื่นได้ด้วยการโพสต์หรือแบ่งปัน ข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ และสามารถ สนทนาแบบกลุ่มได้เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลในรูปแบบออนไลน์

## 2.2.2 ประเภทของเฟซบุ๊ก

ปวัตน์เลาะห์วีร์ (2553) แบ่งประเภทของเฟซบุ๊กออกเป็น 3 ประเภท ตามวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้ใช้เฟซบุ๊ก ดังนี้

1) ประเภทบัญชีส่วนบุคคล (Profile Account) คือ เฟซบุ๊กพื้นฐานสำหรับใช้งานส่วนบุคคล ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน โพสต์ความเห็น โพสต์รูปภาพ เล่นเกม หรือทำแบบสอบถามต่าง ๆ วัตถุประสงค์หลักของเฟซบุ๊กประเภทนี้คือ การสร้างเครือข่ายกับเพื่อน ๆ ผู้ใช้งานสามารถตั้งค่าความ เป็นส่วนตัวและการแจ้งเตือนได้อย่างละเอียดเฟซบุ๊กประเภทนี้ เน้นสำหรับการใช้ส่วนตัว พูดคุยในหมู่ เพื่อนฝูง มีความเป็นส่วนตัวสูงกว่า และบุคคลภายนอกที่ไม่ได้รับอนุญาตจะไม่สามารถเห็นเราได้

2) ประเภทเพจ (Page) คือ เฟซบุ๊กสำหรับธุรกิจหรือองค์กรเหมาะกับการใช้งานด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์เนื่องจากมีฟังก์ชันการใช้งานที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ ผู้ใช้งานสามารถเลือกหมวดหมู่ ธุรกิจที่เฟซบุ๊กจัดกลุ่มไว้ให้ตามความเหมาะสม สามารถตั้งค่ากำหนดสิทธิ์ต่าง ๆ ได้อย่างมากมายและ สามารถพบเห็นได้จากบุคคลทั่วไปถึงแม้ไม่ได้เป็นสมาชิกเฟซบุ๊กก็ตาม

3) ประเภทกลุ่ม (Group) คือ เฟซบุ๊กสำหรับใช้สื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มเล็ก เพื่อให้ ผู้ใช้งานที่มีจุดประสงค์เดียวกันเข้ามาพูดคุยปฏิสัมพันธ์รวมทั้งแบ่งปันเรื่องราว คล้ายกับชุมชนหรือ กระดานสนทนา ผู้ใช้งานสามารถกำหนดค่าความเป็นสาธารณะหรือความเป็นส่วนตัวได้การเป็น สมาชิกกลุ่มจะต้องได้รับการยอมรับเข้ากลุ่ม ผู้ใช้งานไม่สามารถส่งข้อความให้กับสมาชิกคนอื่นได้ และไม่สามารถติดตั้งหรือใช้งานโปรแกรมต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายของเฟซบุ๊กได้เหมือนกับประเภทบัญชี ส่วนบุคคล และประเภทเพจ

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาเฟซบุ๊กทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทบัญชีส่วน บุคคล ประเภทเพจ และประเภทกลุ่ม เพื่อครอบคลุมวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้ใช้เฟซบุ๊ก

## 2.3 ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมบนสื่อสังคม

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ ความหมายของจริยธรรม และหลักจริยธรรมบนสื่อสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 2.3.1 ความหมายของจริยธรรม

สุกัญญา ตีระวนิช (2544) อธิบายความหมายของ “จริยธรรม” ว่าหมายถึง ปรัชญาหรือ ระบบที่เกี่ยวข้องด้วยศีลธรรม เป็นหลักประพฤติปฏิบัติสำหรับบุคคลในสังคมใดสังคมหนึ่ง หรือใน แขนงวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง

จันทนา ทองประยูร (2548) อธิบายความหมายของคำว่า “จริยธรรม” ว่า จริยธรรมเป็น ระบบที่มนุษย์สร้างขึ้น มนุษย์รุ่นหลังเรียนรู้จริยธรรมจากบรรพชนก่อนหน้า จริยธรรมในการสื่อสาร เริ่มจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร เป็นความปรารถนาดีหรือความประสงค์ร้าย ถ้าเป็นความตั้งใจให้ เกิดผลร้ายต่อผู้รับสารนับได้ว่าไม่มีจริยธรรม

สุกัญญา สุตบรรทัด (2549) ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า จริยธรรม หมายถึง ปรัชญา หรือระบบที่เกี่ยวข้องด้วยศีลธรรม เป็นหลักประพฤติปฏิบัติสำหรับบุคคลในสังคมใดสังคมหนึ่ง หรือ ในแขนงวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวเนื่องด้วยศีลธรรม พุทธจริยธรรม ทั้งในด้านการพัฒนาระดับ บุคคลและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม

บุปผา บุญสมสุข (2558) ให้ความหมายของจริยธรรมว่า จริยธรรม หมายถึง สิ่งที่บุคคลหรือ สังคมยึดถือเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจและกำหนดการกระทำของตน

ดังนั้นสรุปว่าจริยธรรมหมายถึง หลักการและแนวทางที่บุคคลในสังคมหนึ่ง ๆ ควรประพฤติ หรือปฏิบัติสำหรับแยกแยะการกระทำที่ถูกออกจากการกระทำที่ผิดเพื่อความถูกต้องและเหมาะสมถือ เป็นหน้าที่และกฎเกณฑ์ที่สังคมยึดถือปฏิบัติตาม

### 2.3.2 หลักจริยธรรมบนสื่อสังคม

Shea (2004) ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อบังคับหลักจริยธรรมบนอินเทอร์เน็ตว่า “ผู้ใช้งาน พึงระลึกถึงความเป็นมนุษย์” โดยกล่าวว่าบุคคลที่เข้าไปอ่านความคิดเห็นหรือตั้งกระทู้那儿ล้วนมี ความรู้สึกเช่นเดียวกับตัวเรา ทั้งนี้ได้แสดงหลักมารยาทขั้นพื้นฐานในไซเบอร์สเปซที่ ควรมีดังนี้

- 1) พึงกระทำต่อผู้อื่นอย่างที่เราหวังให้ผู้อื่นกระทำกับเราเช่นนั้น
- 2) เอาใจเขามาใส่ใจเรา
- 3) ยึดมั่นในความเชื่อของตัวเองได้แต่อย่าทำร้ายความรู้สึกของผู้อื่น

Herndon (2009 อ้างใน สายันท์ รวีทอง, 2557) ได้บัญญัติการใช้งานสื่อสังคมอย่างมี จริยธรรมไว้ 7 ประการ ดังนี้

- 1) ไม่ใช้สื่อสังคมทำร้ายผู้อื่น
- 2) ไม่ใช้สื่อสังคมรบกวนผู้อื่น

- 3) ไม่ใช้สื่อสังคมเพื่อการลักขโมย
- 4) ไม่ใช้สื่อสังคมเพื่อเป็นการเท็จหรือพยานเท็จ
- 5) ไม่ใช้สื่อสังคมของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
- 6) คิดถึงผลต่อเนื้อหาทางสังคมของการใช้สื่อสังคม
- 7) ใช้สื่อสังคมด้วยความใคร่ครวญและเคารพผู้อื่น

The Communications Council (2012) กำหนดแนวทางด้านจริยธรรมการใช้สื่อสังคม (Social Media Code of Conduct) เพื่อลดความเสี่ยง ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคม และเพื่อให้ เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการใช้สื่อสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ความเป็นสาธารณะกับความเป็นส่วนตัว (Public vs Private) ถึงแม้ในสื่อสังคมจะมีการกำหนดการตั้งค่าให้เลือกความเป็นส่วนตัวได้แต่หลายอย่างที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออกไปก็ยังคงมี ความเป็นสาธารณะอยู่และผู้อื่นยังสามารถเข้าถึงความเป็นส่วนตัวของเราได้อย่างไม่คาดคิด ข้อควร พึงระวัง คือ การที่บุคคลโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นอะไรออกไปในสื่อสังคมนั้นย่อมสามารถที่จะถูก อ่านได้โดยใครที่ไหนก็ได้ ทุกเวลา และโลกอินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบันเปรียบเสมือนความทรงจำระยะ ยาวที่สามารถจะเปิดเจอเมื่อไหร่ก็ได้ ดังนั้นจึงควรมีวิจารณญาณที่ดีเสมอเมื่อทำการโพสต์อะไรลงไป ในสื่อสังคม และควรระวังเรื่องความประพฤติที่ไม่เหมาะสมที่บุคคลโพสต์หรือแสดงความคิดเห็น อาจจะไปกระทบในแง่ลบต่อองค์กร ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน หรือแม้กระทั่งตนเอง ดังนั้นจึงควร ตรวจสอบสิ่งที่ตนเองจะโพสต์เสมอว่าผู้อื่นจะคิดอย่างไรกับสิ่งที่ตนเองจะเผยแพร่ออกไป

2) ความโปร่งใส (Be Transparent) หากบุคคลกำลังแสดงความคิดเห็นในฐานะผู้ที่มีความ เกี่ยวข้องกับแบรนด์หรือแคมเปญที่ ตนเองทำงานอยู่ บุคคลนั้นควรจะต้องเปิดกว้างและมีความโปร่งใสใน งานที่ทำงานที่ตนเองเป็นตัวแทนหรือในนามของผู้ที่ตนเองกล่าวถึง การที่บุคคลไม่เปิดเผยตัวตนอาจ ทำให้บุคคลนั้นถูกกล่าวหาแง่ลบว่ามีส่วนร่วมในการแอบแฝงในการโฆษณา การตลาดหรือการ ประชาสัมพันธ์ได้

3) ความถูกต้อง (Be Accurate) สิ่งที่โพสต์ควรมีความถูกต้องและแม่นยำ เป็นความจริงที่ สามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้ถ้าบุคคลทำผิดพลาด บุคคลนั้นควรแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมทันที โดยเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องให้ข้อมูลและความคิดเห็นที่ถูกต้อง เพราะแม้ว่าความคิดเห็นที่ผิดพลาดได้ ถูกลบไปแล้วบางครั้งอาจจะมีการบันทึกไว้เป็นภาพหรือในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นหลักฐาน รวมทั้ง การวิจารณ์ควรมีหลักฐานที่มั่นคงมาสนับสนุนด้วย

4) ความเป็นมืออาชีพ (Be Professional) การกระทำของมืออาชีพควรมีความสร้างสรรค์ เปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นจากสิ่งที่โพสต์ควรจะใช้วิจารณญาณก่อนการโพสต์มีความสุภาพและ เคารพความคิดเห็นของผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อข้อถกเถียงรุนแรงขึ้นก็ควรแสดงความคิดเห็นที่เหมาะสม

5) ความเคารพและยุติธรรม (Be Fair and Respectful) ไม่โพสต์เนื้อหาข้อความในเชิง มุ่งร้ายทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือความไม่เป็นธรรมที่เกี่ยวกับองค์กร เพื่อนร่วมงาน คู่แข่งหรือผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ ไม่โพสต์เนื้อหาลามกอนาจารหมิ่นประมาท ข่มขู่หรือการเลือกปฏิบัติต่อ บุคคล กลุ่มคนหรือนิติบุคคล ไม่โพสต์แสดงความคิดเห็นที่ไม่ควรพูดโดยตรงกับผู้อื่นและพิจารณาก่อนเสมอว่าคนอื่นจะคิดอย่างไรกับความ คิดเห็นของตน จงพึงระลึกไว้เสมอว่าความน่าเชื่อถือ ความคิดสร้างสรรค์มาพร้อมกับความสุภาพเสมอ

6) ความฉลาด (Be Smart) ควรเคารพในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นรวมทั้งชื่อ เครื่องหมายการค้า สโลแกน และลิขสิทธิ์ต่าง ๆ โดยบุคคลนั้นต้องแน่ใจก่อนว่าตนได้รับอนุญาตให้ โพสต์ข้อความหรือภาพที่มี ลิขสิทธิ์หรือมีเจ้าของ ดังนั้นจึงควรบอกถึงแหล่งที่มาของข้อมูล (Credit) อย่างเหมาะสมต่อเจ้าของลิขสิทธิ์ด้วย และไม่นำไปให้คนอื่นใช้งานถ้าไม่แน่ใจว่าใครเป็นเจ้าของข้อมูล นั้นก็ไม่จำเป็นต้องโพสต์

7) ควรตระหนักถึงการรักษาความลับ (Be Aware of Confidentiality) กล่าวคือ ห้าม เปิดเผยทุก ข้อมูลที่เป็นความลับหรือข้อมูลที่ เกี่ยวข้องกับกรรมสิทธิ์ ขององค์กรของตน หรือลูกค้าที่เปิดเผย ข้อมูลเป็นการ ส่วนตัวกับตน ตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของแบรนด์การพยากรณ์ทาง ธุรกิจหรือแผนกลยุทธ์ ความลับทางการค้า หรือข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ห้ามเปิดเผยแหล่งที่มาของ ข้อมูลลูกค้า คู่ค้า โดยไม่ได้รับการ ยินยอมอนุญาต

8) ความระมัดระวัง (Be Careful) ห้ามใช้โลโก้ขององค์กร ลูกค้า หรือบุคคลที่สามเครื่องหมาย ใน เว็บไซต์หรือบล็อก เว้นแต่สิ่งนี้สามารถใช้ในสาธารณะได้ไม่เช่นนั้นต้องได้รับการยินยอมจาก ผู้รับผิดชอบใน องค์กรของตน

สัญญา สคบ. 2547) กล่าวถึงบทบัญญัติทางจริยธรรม 5 ประการอันเป็นศีลขั้น พื้นฐาน เพื่อ รักษาคุณภาพของพื้นที่สาธารณะในอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1) ข้าพเจ้า จักเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของไซเบอร์สเปซ และจักตั้งมั่นในหลักการที่จะ สร้างสรรค์ สังคมนี้ให้ดีขึ้น

2) ข้าพเจ้า จักงดเว้นการส่งข้อความและใช้ภาษาที่ก้าวร้าวและคุกคามบุคคลอื่น

3) ข้าพเจ้า จักงดเว้นการโกหก หลอกลวง ตลอดจนการสร้างหลักฐานเพื่อกล่าวหาบุคคลอื่น หรือการ กล่าวหาบุคคลอื่นโดยไม่มีหลักฐาน

4) ข้าพเจ้า จักงดเว้นการส่งภาพและข้อความที่เสี่ยงต่อการอนาจาร ความรุนแรง ความร้าว ฉานของ คนในประเทศ และการละเมิดศีลธรรมอันดีงาม

5) ข้าพเจ้า จักงดเว้นการส่งภาพและข้อความที่ละเมิดศักดิ์ศรีและสิทธิความเป็นมนุษย์ของ บุคคลอื่น



ฐิตียา เนตรวงษ์ (2554 อ้างใน คັນธิรา ฉายาวงศ์, 2555) อธิบายว่า ผู้ใช้สื่อสังคมควรจะต้อง มีจริยธรรมในการใช้สื่อสังคมบนพื้นฐาน 3 ประการ ดังนี้

1) ความเป็นส่วนตัว (Information Privacy) ซึ่งเป็นสิทธิเสรีภาพของปัจเจกบุคคล กลุ่ม บุคคลและองค์กรสถาบันต่าง ๆ ที่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เผยแพร่ หรืออนุญาตให้บุคคลอื่นนำ ข้อมูลของตนไปใช้ประโยชน์จึงจำเป็นที่ผู้ใช้สื่อสังคมจะต้องระมัดระวังในการนำข้อมูลจากผู้อื่นมา เผยแพร่ต่อควรระวังแหล่งที่มาของข้อมูลหรือขออนุญาตก่อนนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์

2) ความถูกต้องแม่นยำ (Information Accuracy) เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมากในการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนสังคมออนไลน์เพราะข้อมูลที่ เผยแพร่ออกไปนั้นจะเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก อย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ใช้สื่อสังคมควรตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำก่อนนำเสนอ ซึ่งข้อมูลนั้นจะต้อง ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่นในทางเสียหาย รวมทั้งควรปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ และ หากเกิดความผิดพลาดขึ้นผู้ใช้สื่อสังคมจะต้องมีความรับผิดชอบต่อข้อมูลที่นำเสนอ

3) ความเป็นเจ้าของ (Information Property) ผู้ใช้สื่อสังคมต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์ในการถือ ครองทรัพย์สิน เช่น ทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นผลงานที่มีลิขสิทธิ์ต้องระวังการนำเสนอข้อมูลไม่ให้ ละเมิดลิขสิทธิ์ รวมทั้งการทำให้ ลอกเลียนแบบ ซึ่งเป็นความเสียหายของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ผู้ใช้สื่อสังคมจึงควรมีการขออนุญาตนำข้อมูลไปเผยแพร่หรืออ้างอิงผู้ผลิตหรือเจ้าของความคิดทุกครั้ง

ศุภชัย แสงห้วยไผ่ (2556) ได้อธิบายถึงจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กว่าทุกครั้งที่มีการโพสต์ ข้อมูลต่าง ๆ ในเฟซบุ๊กควรจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- 1) ใช้ข้อความที่สุภาพ
- 2) ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น
- 3) ไม่สร้างความแตกแยก
- 4) ไม่หลอกลวงหรือทำให้คนอื่นเข้าใจผิด
- 5) ไม่ผิดศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีของสังคม

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ มัลลิกา ผลอนันต์ (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “การสำรวจระดับความสำคัญของจริยธรรมในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จากมุมมองของผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคม ออนไลน์” ได้จัดประเด็นด้านจริยธรรมที่ควรคำนึงถึงเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคม คือ เรื่องของความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความลับส่วนบุคคล (Confidentiality) การให้ความยินยอม (Informed Consent) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Identity) การใช้ภาษา (Language) และความน่าเชื่อถือ (Credibility)

จากการทบทวนหลักจริยธรรมบนสื่อสังคมดังที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยสังเคราะห์สรุป จริยธรรมบนสื่อสังคมจำแนกตามประเด็นจริยธรรมออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ความถูกต้อง 2) ความเป็นส่วนตัว 3) ความน่าเชื่อถือ 4) ความเคารพ และ 5) ความสร้างสรรค์ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: ผลการสังเคราะห์จริยธรรมบนสื่อสังคมจำแนกตามประเด็นจริยธรรม

ประเด็นจริยธรรมบนเฟซบุ๊ก	ความถูกต้อง	ความเป็นส่วนตัว	ความน่าเชื่อถือ	ความเคารพ	ความสร้างสรรค์
1. ข้อความและภาพที่โพสต์ควรมีความถูกต้อง และแม่นยำ	✓				
2. บุคคลควรมีวิจารณ์งานที่ดีเมื่อทำการโพสต์ข้อความ และภาพบนเฟซบุ๊ก		✓			
3. ควรมีการเปิดเผยตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความและภาพ			✓		
4. ควรโพสต์ข้อความและภาพที่ไม่หลอกลวงหรือทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิด	✓				
5. ควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพความคิดเห็นผู้อื่นจากข้อความและภาพที่โพสต์					✓
6. ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความ และภาพที่ลามกอนาจาร				✓	
7. ควรระมัดระวังในการนำข้อมูลจากผู้อื่นมาเผยแพร่ต่อ		✓			
8. ควรหลีกเลี่ยงการใช้สื่อสังคมของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต		✓			
9. ควรมีการเปิดเผยตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความ			✓		
10. ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่เป็นการกล่าวหาบุคคลอื่นโดยไม่มีหลักฐาน				✓	

## 2.4 ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开ปรับสื่อ (Media Exposure)

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ ความหมายของการเปิดรับสื่อและกระบวนการเลือกสรรข่าวสารในการเปิดรับสื่อโดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.4.1 ความหมายของการเปิดรับสื่อ

Klapper (1960 อ้างใน พิระ จิโรโสภณ, 2546) อธิบายว่า กระบวนการเปิดรับข่าวสารหรือกระบวนการเลือกรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์

Cherry (1978 อ้างใน ยุพา สุภากุล, 2534) ให้ความหมายการเปิดรับสื่อว่า การสื่อสารของ มนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร การแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะต้องทำให้เกิดความเข้าใจ ร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การกระทำกิจกรรมที่สอดคล้องกัน

กฤษณ์ท แสนทวี (2553) อธิบายว่า การเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ของผู้รับสารนั้นย่อมมี กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ซึ่งแตกต่างกันตามประสบการณ์ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะและความรู้สึกนึกคิด ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล

พีระ จิโรโสณ (2546) อธิบายว่า การรับสารของผู้รับสารนั้นแม้ว่า ข่าวสารต่าง ๆ จะได้รับ การเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มี ประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่คุณ ส่งสารต้องการได้ทั้งหมด ทั้งนี้ เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ตามความต้องการตามความเชื่อ ตามทัศนคติตามความรู้สึกนึกคิด ที่ไม่เหมือนกัน

ดังนั้นสรุปว่า การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ของผู้รับสารโดยที่ผู้รับสาร จะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่ แตกต่างกันไปตามความสนใจ ความต้องการ ความเชื่อและ ทัศนคติของตนเอง

#### 2.4.2 กระบวนการเลือกสรรข่าวสารในการเปิดรับสื่อ

Klapper (1960 อ้างใน ศิริพร สุขไสย, 2556) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกสรรข่าวสาร ตามความต้องการที่ แตกต่างกันไปในแต่ละคน โดยผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Processes) 4 ขั้นตอนดังนี้

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อ หนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความ ต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัด ที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือก สนใจข่าวจากแหล่งใดแห่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุน ทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้าน ความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) โดยเมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็เชื่อว่า จะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้นำสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมาย สารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะ ข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมี การบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง เป็นต้น และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่ คนเราเลือกจดจำ ไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะคติค่านิยม หรือความเชื่อของ แต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ใน โอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

ในขณะที่ พีระ จิโรโสภณ (2546) กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้นตอนดังนี้

1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะ เลือกสนใจเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่าน หนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุ โทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

2) การเลือกรับรู้ หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา กล่าวคือ เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด แล้วก็เชื่อว่า ข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจ ตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อไม่ตรงกัน เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนอาจจะมอง ว่ามีผลดีบางคนอาจจะเห็นว่ามีผลเสียมากกว่า เป็นต้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมีได้ อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติตามประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง แนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่ สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังเช่น ผลงานวิจัยของ Allport และ Postman (1947) ที่ศึกษา เกี่ยวกับการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งซึ่งพบว่าผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไป ยังคนอื่น ๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่า น่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ ดังนั้นการสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ อาจจะไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะ ไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำ

นอกจากนี้ยุพา สุภากุล (2540) อธิบายว่า ปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร นั่นคือ เกณฑ์ในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ได้แก่

1) เลือกรับสื่อที่มีอยู่ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องมีความพยายามมาก เช่น สื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีประจำทุกครัวเรือน

2) เลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (Convenience and Preferences) ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อ ที่มีความสะดวกกับตัวเองเป็นหลัก เช่น ผู้รับสารบางคนต้องใช้เวลาในการเดินทางบนรถยนต์ดังนั้น สื่อที่สะดวกในการเปิดรับ คือ สื่อวิทยุ เป็นต้น

3) เลือกรับสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนจะติดอยู่กับการเปิดรับสื่อ เดิม ๆ ที่เคยชิน ที่ตนเคยเปิดรับอยู่เป็นประจำ

4) เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะ ของสื่อมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น หนังสือพิมพ์มีราคาถูก สามารถอ่านข่าวสารได้ ละเอียด และสามารถพกพาไปติดตัวไปได้ซึ่งผู้รับสารจะเลือกเพราะติดกับลักษณะเฉพาะของสื่อนั้น ๆ

5) เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มี ความสอดคล้องกับความรู้และพฤติกรรมเลือกซื้อของตนเอง

ดังนั้นสรุปได้ว่า กระบวนการเลือกสรรข่าวสารในการเปิดรับสื่อนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุน ความคิดหรือความเข้าใจที่มีอยู่เดิม ยังเป็นการทำเพื่อสนองความสนใจของตนเอง เป็นการจดจำ ข่าวสารใหม่ๆ ที่ได้รับรู้และสามารถถ่ายทอดหรือบอกต่อข่าวสารนั้นให้กับผู้อื่นได้ตามความเข้าใจ ของตนเอง

## 2.5 ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็น

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ความหมายของการประเมินความ ต้องการจำเป็น และการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.5.1 ความหมายของการประเมินความต้องการจำเป็น

Roth (1977 อ้างใน สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) กล่าวว่า ความต้องการจำเป็น หมายถึง ความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดกับสภาพที่เป็นอยู่จริง

Guba และ Lincoln (1982 อ้างใน สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) ให้ความหมายว่า ความต้องการ จำเป็นเป็นผลต่างระหว่างสภาพที่ควรจะเป็นกับสภาพที่เป็นอยู่จริง และจะเป็นความต้องการจำเป็น ต่อเมื่อสิ่งที่ได้รับนั้นก่อให้เกิดประโยชน์และหากไม่ได้รับการตอบสนองก็จะอยู่ในสภาพที่เป็นทุกข์ อันตราย หรือสภาพที่ไม่น่าพอใจ

พจนานุกรมของ Webster (Nufeldt & Guralnik, 1988) ให้ความหมายว่า “Needs” คือ สิ่งที่เป็นประโยชน์ซึ่งขาดแคลนและเป็นสิ่งที่ต้องการหรือปรารถนาจะได้

Suarez (1990 อ้างใน สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) ให้คำนิยามความต้องการจำเป็นที่ใช้กันมี 3 ประเภท ได้แก่ 1) การนิยามในรูปของความแตกต่าง 2) การนิยามในรูปของความต้องการ (Want) หรือความชอบ (Preference) และ 3) การนิยามในรูปของความขาดแคลน (Deficit)

Scriven (1991 อ้างใน สุวิมล ว่องวาณิช, 2558) ให้ความหมายของความต้องการจำเป็นที่ยอมรับกันส่วนใหญ่คือ นิยามความแตกต่าง (Discrepancy Definition) แต่ปัญหาของนิยามนี้อยู่ที่ ระดับที่พึงประสงค์ซึ่งมักจะเป็นอุดมคติเกินไป ไม่สามารถปฏิบัติได้และในความคิดเห็นของแต่ละคน การกำหนดระดับที่ควรจะเป็นก็แตกต่างกัน

สุวิมล ว่องวาณิช (2558) กล่าวว่า การประเมินความต้องการจำเป็น หมายถึง กระบวนการที่เป็นระบบซึ่งใช้เพื่อกำหนดความแตกต่างระหว่างสภาพที่มุ่งหวังกับสภาพที่เป็นอยู่จริง ส่วนใหญ่จะ เน้นที่ความแตกต่างของผลลัพธ์ (Outcome Gaps) จากนั้นมีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความ แตกต่างนั้นและเลือกความต้องการจำเป็นที่สำคัญมาแก้ไข

ดังนั้นสรุปได้ว่า การประเมินความต้องการจำเป็น หมายถึง กระบวนการที่เป็นระบบ วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสภาพปัจจุบันกับสภาพที่คาดหวัง ในการหาความต้องการจำเป็น เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกหรือหาวิธีการแก้ไขปัญหานั้นได้ตรงกับสภาพที่เป็นอยู่จริงหรือความต้องการที่แท้จริง

2.5.2 การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น สุวิมล ว่องวาณิช (2558) กล่าวว่า การจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น เป็นการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นแต่ละประเด็น จากนั้นนำความต้องการจำเป็นมาจัด เรียงลำดับ (Sort) ตั้งแต่ความสำคัญมากไปหาน้อย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุความต้องการจำเป็นที่มีความสำคัญมากที่สุดและมีความเร่งด่วนที่ต้องได้รับการพัฒนาจนภายใต้เงื่อนไขทรัพยากรที่มี จำกัด

ในปัจจุบันการจัดเรียงลำดับความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิคการจัดลำดับสำหรับข้อมูล แบบการตอบสนองคู่ ที่มีพื้นฐานแนวคิดของการนิยามความต้องการจำเป็นตามโมเดลความแตกต่าง (Discrepancy Model) วิธีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสามารถทำได้

ทั้งนี้ในการประเมินความต้องการจำเป็นกลุ่มวิธีที่ใช้หลักประเมินความแตกต่างเป็นกลุ่มวิธี ที่นิยมใช้มากมีรากฐานมากจากการประเมินความต้องการจำเป็นที่ใช้โมเดลความแตกต่าง ซึ่งมีการ รวบรวมข้อมูลแบบการตอบสนองคู่จากมาตรวัดที่แสดงระดับความสำคัญ (I = Importance) ของ ข้อความนั้น เปรียบเสมือนค่าที่บอกระดับของ “What Should Be” และมาตรวัดที่ แสดงระดับที่ข้อ รายการนั้นได้รับการตอบสนองหรือระดับสัมฤทธิ์ผล (D = Degree of Success) ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เปรียบเสมือนค่าที่บอกระดับของ “What Is” โดยสูตรในการคำนวณระดับความต้องการจำเป็นแต่ละ วิธีมีรายละเอียด ดังนี้

1) วิธี Mean Difference Method (MDF) กำหนดโดยหาผลต่างของค่าเฉลี่ยของ I และ ค่าเฉลี่ยของ D บางคนเรียกวิธีนี้ว่า Rank Order of Difference Scores

$$MDF = I - D$$

2) วิธี Priority Needs Index (PNI) เป็นวิธีการเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นซึ่งพัฒนาขึ้นมาโดยใช้ค่าสถิติในรูปดัชนีที่สามารถบอกค่าต่ำสุดและสูงสุดได้

$$PNI = (I - D) \times I$$

3) วิธี Priority Needs Index (PNI) แบบปรับปรุง เป็นสูตรที่ปรับปรุงจากสูตร PNI ดั้งเดิม โดย นงลักษณ์วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวาณิช เป็นวิธีการที่หาค่าผลต่างของ  $(I - D)$  แล้วหารด้วยค่า  $D$  เพื่อควบคุมขนาดของความต้องการจำเป็นให้อยู่ในพิสัยที่ไม่มีช่วงกว้างมากเกินไปและให้ความหมาย เชิงเปรียบเทียบ เมื่อใช้ระดับของสภาพที่เป็นอยู่เป็นฐานในการคำนวณค่าอัตราการพัฒนาเข้าสู่สภาพ ที่คาดหวัง

$$PIN_{modified} = (I - D) / D$$

4) การวิเคราะห์แมทริกซ์ (Matrix Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่เน้นการเสนอผลการ ดำเนินงานของหน่วยงานในส่วนที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนา โดยการแบ่งตาราง เป็น 4 ช่อง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพที่มุ่งหวัง และสภาพที่เกิดขึ้นจริง จุดที่ไขแบ่งอาจเป็น ค่าเฉลี่ยของคะแนนสูง - ต่ำที่กำหนด หรือเกณฑ์ที่ผู้ประเมินเห็นว่าเหมาะสมเป็นจุดตัด (Cut - off Score)

## 2.6 ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่ความหมายของวัยรุ่น ช่วงอายุของ วัยรุ่น ลักษณะของวัยรุ่น และพัฒนาการของวัยรุ่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.6.1 ความหมายของวัยรุ่น

ราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมายของ วัยรุ่น (Adolescence) คือ ช่วงระยะเวลา หนึ่งในการเจริญเติบโตของมนุษย์คือ ระยะเวลาวัยแตกเนื้อหนุ่มสาว ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาทางเพศและดำเนินไปอย่างรวดเร็ว

ทัศนีย์ลิ้มมันจริง (2535) ได้ให้ความหมายของวัยรุ่นว่า หมายถึง ระยะเวลาที่ล่วงพ้นจากวัย เด็กไปสู่ วัยผู้ใหญ่ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อารมณ์สังคม และสติปัญญา สถานภาพ และความสัมพันธ์ต่าง ๆ มีท่าทางคล้ายผู้ใหญ่มากขึ้น

ศรีเรือน แก้วกังวาน (2549) กล่าวว่า วัยรุ่น (Adolescent) ในทศวรรษที่ผ่านมา คือ บุคคล ที่มีอายุระหว่าง 12 – 18 ปีแต่ปัจจุบันเป็นที่ ยอมรับกันว่าช่วงอายุของวัยรุ่นได้ขยายเพิ่มขึ้นเป็น 12 –25 ปีเหตุผลว่าเด็กทุกวันนี้ต้องอยู่ในสถาบันการศึกษานานขึ้น การเป็นผู้ใหญ่ที่สามารถพึ่งพาตนเอง ได้ต้องยืดระยะเวลาออกไป อีกทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ทำให้วุฒิภาวะทางจิตใจ (Maturity) ช้ากว่ายุคก่อน ทั้งนี้สามารถแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นได้ 3 ระยะ คือ ระยะวัยแรกรุ่น อายุ 12 – 15 ปี ยังมีพฤติกรรมค่อนข้างเป็นเด็กอยู่

มาก ระยะวัยรุ่นตอนกลาง 16 – 17 ปีมีพฤติกรรมกำกึ่ง ระหว่างความเป็นเด็กและผู้ใหญ่และระยะวัยรุ่นตอนปลาย 18 – 25 ปีกระบวนการพฤติกรรมค่อนข้างไป ทางเป็นผู้ใหญ่

โสภณชนุชนาถ (2542) ให้ความหมายของวัยรุ่นไว้ว่า หมายถึง วัยที่เจริญเติบโตเข้าสู่วุฒิ ภาวะทางเพศอย่างสมบูรณ์เป็นการเจริญพร้อม ๆ กันไปทุก ๆ ด้าน ทั้งทางร่างกายและทางจิตใจ เป็นวัยที่กำลังจะพัฒนาตนเองไปสู่ผู้ใหญ่ต่อไป

ดังนั้นสรุปว่า วัยรุ่น หมายถึง วัยเจริญเติบโตที่มีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงทางด้าน ร่างกาย อารมณ์สังคม และสติปัญญา เป็นวัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็กและกำลังเข้าสู่ผู้ใหญ่อย่าง สมบูรณ์

## 2.6.2 ช่วงอายุของวัยรุ่น

Milner และ Valadian (1961 อ้างใน พรพิมล เจียมนาครินทร์, 2539) แบ่งช่วงอายุของ วัยรุ่นตามพัฒนาการออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1) วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) เด็กผู้หญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นก่อนเด็กผู้ชาย โดยจะเข้าสู่ ช่วงอายุวัยรุ่นตอนต้นระหว่าง 13 – 15 ปีและเด็กผู้ชายจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15 – 17 ปีซึ่งเป็น ช่วงที่ร่างกายเจริญเติบโตและพัฒนาการสมบูรณ์มากขึ้น

2) วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) เด็กผู้หญิงจะมีอายุระหว่าง 15 – 18 ปีและ เด็กผู้ชายจะมีอายุระหว่าง 17 – 19 ปีมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายลดน้อยลง แต่จะเพิ่มด้าน เจตคติและความรู้สึกนึกคิดแบบค่อยเป็นค่อยไป

3) วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) เด็กผู้หญิงจะมีอายุระหว่าง 18 – 20 ปีและ เด็กผู้ชายจะมีอายุระหว่าง 19 – 21 ปีเป็นระยะที่พัฒนาการด้านต่าง ๆ เข้าสู่วุฒิภาวะอย่างสมบูรณ์ พัฒนาการทางด้าน อารมณ์ความรู้สึกนึกคิด และสติปัญญาเจริญเติบโตเต็มที่วัยนี้จะมีศักยภาพ ที่จะปรับตัวเข้ากับสังคม ทักษะคิดและตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

โสภณชนุชนาถ (2542) กล่าวว่า วัยรุ่นแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ คือ 1) วัยรุ่นตอนต้น ผู้หญิง อายุ 13-15 ปีผู้ชาย อายุ 15-17 ปี 2) วัยรุ่นตอนกลางผู้หญิงอายุ 15-17 ปีผู้ชายอายุ 17-19 ปี และ 3) วัยรุ่นตอนปลาย ผู้หญิงอายุ 18-21 ปีผู้ชาย อายุ 19-21 ปีโดยจะสังเกตได้ว่าผู้หญิงเข้าสู่ ช่วงวัยรุ่นเร็วกว่าผู้ชาย 2 ปี

จันทร์ชุ่มเมืองปัก (2547) แบ่งวัยรุ่นออกเป็น 4 วัยย่อย ได้แก่

1) วัยเตรียมสู่วัยรุ่น (Pre – Adolescence) อายุ 9-12 ปีซึ่งเป็นวัยที่เริ่มรู้เรื่องราวมาก ผู้ชายมักจะ ทำท่าทางเป็นหนุ่ม ส่วนผู้หญิงมักจะทำท่าทางเป็นสาว

2) วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) อายุ 13-16 ปีแบ่งเป็น 13-14 ปีช่วงหนึ่ง ผู้ชาย เริ่มแตกเนื้อหนุ่ม นมขึ้นพาน เสียงแตก ส่วนผู้หญิงก็เริ่มแตกเนื้อสาว ชอบทำผมปรกหน้า สนใจ เครื่องสำอาง เริ่ม



มีหน้าอก และ 15-16 ปีอีกช่วงหนึ่ง สิ่งที่ เห็นการเปลี่ยนแปลงได้ชัด คือ อารมณ์ และร่างกาย มีลักษณะ ง่ายขึ้น หรือสมหวังก็จะดีใจจนเห็นได้ชัด ร่างกายก็จะโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สูงขึ้น น้ำหนักเพิ่มขึ้น ดูเป็นสาว ขึ้น ในวัยรุ่นตอนต้นนี้บางคนเริ่มเมื่ออายุ 12 ปีก็มี

3) วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) อายุ 17-20 ปีแบ่งเป็นสองช่วงเหมือนกัน คือ วัยรุ่น ตอนกลางช่วงแรก (อายุ 17 – 19 ปี) ส่วนใหญ่มักจะเพิ่งเลื่อนชั้นไปเรียนในระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย เป็น ช่วงเปลี่ยนชีวิตทั้งทางสังคม อารมณ์จิตใจ ค่านิยม และอุดมคติและวัยรุ่นตอนกลาง ช่วงสุดท้าย (อายุ 19 – 20 ปี) เป็นวัยที่ศึกษาค้นคว้า วัยงาม วัยก่อดัด หรือวัยหนุ่มสาวตอนต้น ส่วนใหญ่ กำลังเรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายหรือขึ้นไปเรียนระดับอุดมศึกษาแล้ว เป็นวัยที่มีความเป็นตัว ของตัวเอง มีความทะเยอทะยานสูง เป็นวัยที่มีความใฝ่ฝัน

4) วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) อายุ 21 – 24 ปีบางครั้งอาจจะถึงอายุ 25 ปี หรือมากกว่า นั้นแต่ไม่เกิน 30 ปีอย่างหลังนี้ อาจเจริญเติบโตช้าอาจจะเป็นเพราะกินน้อย หรืออยู่ใน ส่วนภูมิภาคที่มี สิ่งแวดล้อมทางไกลความเจริญเลยทำให้ร่างกายพัฒนาไปช้ากว่าปกติหรือเป็นเพราะมี โรคภัยประจำตัว ซึ่ง วัยรุ่นตอนปลายนี้จะไม่แบ่งเป็นสองช่วงเหมือนวัยรุ่นตอนต้นและตอนกลางเพราะ ความแตกต่างระหว่างอายุ ไม่ค่อยแตกต่างกันมาก ทั้งลักษณะนิสัย ความพอใจ ความต้องการ และ อารมณ์

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาวัยรุ่น โดยจำแนกตามช่วงวัย คือ ช่วงวัยรุ่นตอนกลาง (อายุ 18 – 20 ปี) และช่วงวัยรุ่นตอนปลาย (อายุ 20 – 24 ปี) เนื่องจากเป็นกลุ่มช่วงวัยที่มีการใช้ เพชบุ้่มากที่สุด

### 2.6.3 ลักษณะของวัยรุ่น

พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539) กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของวัยรุ่นไว้ดังนี้

1) เป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต พฤติกรรมในวัยนี้ จะมีผลต่อบุคคลในระยะยาวในช่วงวัยอื่น ต่อมา ทั้งด้านการเรียน การทำงาน และการใช้ชีวิตคู่ เป็นต้น

2) เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านพฤติกรรมและเจตคติในวัยรุ่นคู่กับการเปลี่ยน แปลงทาง ร่างกายที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงความสนใจ ความไม่มั่นใจเกี่ยวกับความสามารถ และความถนัดของ ตนเอง เป็นต้น

3) เป็นวัยแห่งปัญหา วัยรุ่นเป็นวัยที่มีปัญหามากที่สุด ส่วนใหญ่ปัญหาที่เกิดมาจากสาเหตุที่มี การ เปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ภาวะว้าวุ่นใจ ไม่สบายตัว ไม่สบายใจ ทำให้เกิดเป็นปัญหาทางอารมณ์ และปัญหา ทางสังคมของเด็กวัยนี้

4) เป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ความเป็นตัวของตัวเอง มักจะแสดงให้เห็นว่าต้องการการยอมรับ จากกลุ่ม และถือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม แต่ก็ยังไม่แน่ใจในบทบาทของตนในสังคม จึงมักจะพยายามหา เอกลักษณ์ของ ตนเองจากการแต่งกาย หรือการใช้คำพูดที่เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

5) เป็นช่วงวัยแห่งจินตนาการ จินตนาการตนเองเป็นสิ่งต่าง ๆ หรือบุคคลต่าง ๆ ที่ตนเอง ชอบ สามารถแสดงออกในรูปของการแต่งเพลง การเขียนบทกลอน หรือการแต่งกายตามแบบบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ และต้องการเอาอย่าง

สุชา จันทน์เอม (2540) สรุปลักษณะของวัยรุ่นไว้ดังนี้

1) เป็นวัยแห่งการเสริมสร้าง (Period of Reconstruction) ในวัยนี้ ความเจริญเติบโตทาง ร่างกาย จะเติบโตอย่างรวดเร็วและจะค่อย ๆ ช้าลงตอนปลาย

2) เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง (Period of Transformation) ในวัยนี้ เป็นวัยที่มีความ เปลี่ยนแปลง เกิดขึ้นกับชีวิตของวัยรุ่นมากมาย ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และความรู้สึกนึกคิด 26

3) เป็นวัยที่มีความคิดอยากเป็นอิสระ (Period of Independence) โดยเริ่มคิดพึ่งพาตนเอง อยาก เรียนรู้ความผิดพลาดด้วยตัวเองมากกว่าที่ จะเรียนรู้จากคำสอน ชอบโต้เถียงถ้าได้รับการขัดขวาง อย่างรุนแรง มักมีความรู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจ และหาทางออกในทางที่ผิด ๆ

4) เป็นวัยที่ต้องเผชิญปัญหา (Period of Problems) โดยวัยนี้เป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ซึ่ง เรียกว่า วัยวิกฤต ปัญหาต่าง ๆ ในการปรับตัวมักเกิดขึ้นเสมอ อาจเรียกได้ว่าเป็นวัยพายุพายุแคว้นและความเครียด (Strom and Stress)

#### 2.6.4 พัฒนาการของวัยรุ่น

การนำเสนอเนื้อหาในตอนนี้ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ พัฒนาการทางด้านร่างกาย พัฒนาการ ทางด้านสติปัญญา พัฒนาการทางด้านอารมณ์และ พัฒนาการทางด้านสังคม โดยมี รายละเอียด ดังนี้

##### พัฒนาการทางด้านร่างกาย

ศรีเรือน แก้วกังวาน (2545) กล่าวถึง พัฒนาการทางด้านร่างกายว่า คือ ความงอกงาม เจริญเติบโตถึง ชีตสมบูรณ์ทั้งภายนอกที่มองเห็นได้ง่าย เช่น ส่วนสูง น้ำหนัก รูปร่าง สัดส่วนของ ร่างกาย ลักษณะเส้นผม เป็นต้น และภายใน เช่น การทำงานของต่อมบางชนิด โครงสร้างกระดูกที่แข็งแรงขึ้น การมีประจำเดือนของ เด็กหญิง เป็นต้น

โสภณพันธุ์ชนาถ (2542) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางกายจะมีอิทธิพลมากต่อทัศนคติและ พฤติกรรม ของวัยรุ่น เด็กผู้หญิงมีความต้องการในเรื่องรูปร่างที่ดูดีดึงดูดใจและต้องการให้กลุ่มเพื่อน ทั้งสองเพศชื่นชมใน รูปร่างของตน เด็กผู้ชายต้องการให้คนยอมรับความเป็นชาย เด็กผู้หญิงก็มีความ ภูมิใจในความเป็นหญิงสาว ของตนเช่นกัน ทั้งสองเพศต้องการให้ใบหน้าสวยสะอาดปราศจากสิวฝ้า

##### พัฒนาการทางด้านสติปัญญา

Wechsler (1985 อ้างใน ไสภรณ์ชนูชนาถ, 2542) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า สติปัญญา ไว้ว่าเป็นความสามารถทั้งหมดของบุคคลในการที่จะแสดงออกอย่างมีจุดหมาย คิดอย่างมีเหตุผล และจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

สุชา จันทรเฒ และสุรางค์ จันทรเฒ (2516) ได้สรุปลักษณะพัฒนาการทางสติปัญญาของ วัยรุ่นไว้ดังนี้

1) เพื่อความสนใจตนเองและมองเห็นการณ์ไกลได้การพยายามรู้จักตนเองและพยายามขัด เกลา พฤติกรรมให้ดีขึ้นอยู่เสมอทำให้เด็กมีศีลธรรม รู้จักอดกลั้น และเข้าใจสังคม สามารถศึกษา ความรู้ทำให้มองเห็นการณ์ไกลได้

2) ปลุกฝึการพึ่งตนเอง เด็กวัยนี้ต้องการอิสระในการแสดงความคิดเห็นและจัดกระทำ เกี่ยวกับตนเอง วัยรุ่นคิดว่าเขาโตแล้วไม่ต้องการให้ใครปฏิบัติต่อเขาแบบเด็ก ๆ ต้องการเป็นตัวของตัวเอง ผู้ใหญ่ควรจะเข้าใจและให้การสนับสนุน เปิดโอกาสให้แสดงและทาบางอย่างด้วยตนเอง

3) ปรับปรุงตัวและจงรักภักดีต่อบุคคลในครอบครัว โรงเรียน และชุมชน วัยรุ่นรักพ่อ แม่ พี่ น้อง ไม่ต้องการให้บุคคลในครอบครัวประสบอันตรายใด ๆ ทั้งสิ้น แม้ว่าจะไม่ยากอยู่ในบ้านบางครั้ง แต่ก็ยินดีช่วยเหลืองานบ้าน ส่วนที่โรงเรียนวัยรุ่นจะซื่อสัตย์รักครูรักเพื่อน สามารถช่วยทำงาน สาธารณะประโยชน์ได้ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดีรู้จักปรับปรุงตัว

ไสภรณ์ชนูชนาถ (2542) กล่าวว่า จากทฤษฎีพัฒนาการของเพียเจท์ (Piaget) ได้จัดลำดับ พัฒนาการทางสติปัญญาของวัยรุ่นไว้ว่าอยู่ในระยะที่ 4 คือ Formal Operationเป็นขั้นคิดในสิ่งที่เป็นนามธรรมถือว่าเป็นพัฒนาการขั้นสูงสุดทางสติปัญญาของมนุษย์นักจิตวิทยาบอกว่าสติปัญญาของ มนุษย์จะเจริญเต็มที่ เมื่ออายุ 15-16 ปีหลังจากนั้นจะเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์

### พัฒนาการทางด้านอารมณ์

พรพิมล เจียมนาครินทร์ (2539) กล่าวถึง อารมณ์ของเด็กวัยรุ่นว่าเป็นผลต่อเนื่องมาจากวัย แรกเริ่มและอาจทวีความรุนแรงขึ้นบ้าง ความรู้สึกจะเป็นแบบตรงไปตรงมาเปิดเผยไม่สามารถเก็บ ความรู้สึกของตนว่าชอบหรือไม่ชอบได้การที่วัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ง่ายอาจมี สาเหตุมาจากสิ่งต่อไปนี้

1) การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เป็นอิทธิพลประการหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นมีอารมณ์ขุ่นมัวได้ง่าย เพราะเด็กมีความกังวลใจในบุคลิกภาพ เช่น ความอ้วน ความสูง ความผอม การมีสิ่วที่ใบหน้า เสียง เป็นต้น

2) การเปลี่ยนแปลงของอวัยวะภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานของต่อมไร้ท่อ เป็นตัวการที่ทำให้เด็กมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ทำให้วัยรุ่นมีพลังงานมาก และไม่ค่อยใช้ พลังงานที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์

3) การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ วัยรุ่นเริ่มก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ใหญ่จำเป็นต้อง เรียนรู้ถึงการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น การวางตัวในสังคม การแต่งกาย ความรับผิดชอบในหน้าที่ และการต้องการเป็นที่ ยอมรับของกลุ่มเพื่อนและสังคม เป็นต้น

สุชา จันทน์เอม (2540) แบ่งประเภทอารมณ์ของวัยรุ่นไว้ดังนี้

- 1) ประเภทก้าวร้าวรุนแรง เช่น โกรธ อิจฉา เกลียดชัง
- 2) ประเภทเก็บกด เช่น ความกลัว ความวิตกกังวล ความเศร้าใจ เสียใจ สลดหดหู่อารมณ์ ประเภทนี้เป็นอันตรายต่อวัยรุ่นมากที่สุด
- 3) อารมณ์สนุก เช่น ความรัก ชอบ สุขสบาย พอใจ เป็นต้น

โสภณพันธุ์ชนาถ (2542) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความไว (Sensitive) ต่อสิ่งเร้าทางอารมณ์ ที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมของเขา สาเหตุใหญ่ที่ทำให้อารมณ์ของวัยรุ่นเปลี่ยนแปลง คือ การเปลี่ยนแปลง ทางร่างกาย อารมณ์ของวัยรุ่นไม่มั่นคง มีความรุนแรงและเปลี่ยนแปลงง่าย จึงได้รับสมญาว่า เป็นวัย ที่มีลักษณะทางอารมณ์แบบพายุบูแคม

### พัฒนาการทางด้านสังคม

โสภณพันธุ์ชนาถ (2542) กล่าวว่า พัฒนาการทางสังคมของเด็กได้เกิดขึ้นและต่อเนื่องกันไป ในช่วงวัยรุ่นเป็นวัยที่มีพัฒนาการพฤติกรรมทางสังคมเด่นชัด คำว่า “เพื่อน” เริ่มเข้ามามีบทบาท มีความสำคัญต่อชีวิตวัยรุ่น วัยรุ่นต้องการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เขาจะสนใจพัฒนาตนเองให้เป็นที่ดึงดูดใจของเพื่อน ซึ่งการรวมกลุ่มกับเพื่อนจะช่วยให้วัยรุ่นได้เรียนรู้วิธีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ช่วยให้เกิดความรู้สึกมั่นใจในตนเอง และฝึกการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้

ปภาณัฐดิวัฒนา (2547 อ้างใน จีรารวรรณ แก้วใจ, 2550) กล่าวถึงพัฒนาการทางสังคมของ วัยรุ่น ช่วงอายุระหว่าง 16 - 25 ปีว่าสามารถแบ่งได้ 3 ระยะ คือ

ระยะแรก จะยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง ถือเอาตนเองเป็นจุดเด่นจะเปรียบเทียบกับอะไรก็ตาม ตัวเองเป็นที่ตั้ง สนใจเฉพาะสิ่งที่ตนเองพูดโดยไม่สนใจว่าคนอื่นจะเข้าใจหรือไม่

ระยะที่สอง การปรับตัวที่คลายจากภาวะของระยะแรก เริ่มจะเข้าใจว่าสังคมที่ ตนอยู่นั้นมี การติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และต้องมีการให้ความร่วมมือช่วยเหลือกัน

ระยะที่สาม ตระหนักถึงสิทธิหน้าที่ และบทบาทของตนเองและผู้อื่น นั่นคือ การยอมรับใน สิทธิมนุษยชน มองเห็นว่าทุกคนมีความสำคัญเท่า ๆ กัน แต่ละคนมีสิทธิเสรีภาพ แทนที่จะให้ผู้อื่นฟัง เรื่องราวของตน ตนเองก็ต้องยอมรับฟังผู้อื่นด้วยเช่นกัน

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Survey Cross - sectional) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น ที่ใช้งานเฟซบุ๊กทั้งเพศชายและเพศหญิง และกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กจำนวน 31 คน

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวนทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และสาขาวิชาที่ศึกษา

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ ความถี่ในการใช้งานเฟซบุ๊ก, จำนวนชั่วโมง (เฉลี่ย) ที่ใช้ในการใช้งานเฟซบุ๊กต่อวัน, ช่วงเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก (บ่อยที่สุด), ลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กที่ใช้งานเป็นประจำคือ (มากที่สุด), ใช้บริการเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์ใดบ้าง (มากที่สุด) และสถานที่ในการใช้งานเฟซบุ๊ก (บ่อยที่สุด)

ตอนที่ 3 สภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก มีลักษณะเป็นคำถาม แบบมาตราประเมินรวมค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Summated Ranking Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีรูปแบบการตอบสนองคู่ (Dual - response Format) 10 เพื่อประเมินสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวังเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ โดยแยกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความถูกต้อง ความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ ความเคารพ และความสร้างสรรค์ โดยมีเกณฑ์การ กำหนดค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนน ดังนี้

#### เกณฑ์การกำหนดค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนน

5	หมายถึง	มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากที่สุดตามสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวัง
4	หมายถึง	มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากตามสภาพปัจจุบันและ สภาพที่คาดหวัง
3	หมายถึง	มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลางตามสภาพ ปัจจุบันและสภาพที่คาดหวัง

2 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับน้อยตามสภาพปัจจุบันและ สภาพที่คาดหวัง

1 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับน้อยที่สุดตามสภาพ ปัจจุบันและ สภาพที่คาดหวัง

#### เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคะแนน

4.50 - 5.00 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากที่สุดตามสภาพปัจจุบัน และสภาพที่คาดหวัง

3.50 - 4.49 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากตามสภาพปัจจุบัน และ สภาพที่คาดหวัง

2.50 - 3.49 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลางตามสภาพ ปัจจุบันและสภาพที่คาดหวัง

1.50 - 2.49 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับน้อยตามสภาพปัจจุบันและ สภาพที่คาดหวัง

1.00 - 1.49 หมายถึง มีจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับน้อยที่สุดตามสภาพ ปัจจุบันและสภาพที่คาดหวัง

### 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

#### 3.3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ในที่นี้คือ อาจารย์ที่ปรึกษาเป็น ผู้ตรวจสอบ ความครอบคลุมของโครงสร้างของข้อคำถาม และความเหมาะสมด้านการใช้ภาษา (Wording) หลังจากนั้น นำมาปรับปรุงแก้ไข

ส่วนผลการปรับปรุงด้านความเหมาะสมของการใช้ภาษาในแบบสอบถามมีดังนี้

ความถูกต้อง จากข้อคำถามที่ 1 คือ ข้อความและภาพที่โพสต์ควรมีความถูกต้องแม่นยำ ปรับปรุงเป็น ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีความถูกต้อง

ผลการตรวจสอบความครอบคลุมของโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น พบว่าควร มีการปรับปรุงโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามด้านความถูกต้องให้มีความเหมาะสมและ ครอบคลุมมากขึ้น

#### 3.3.2 การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับตัวอย่าง จำนวน 31 ชุด หลังจากนั้นนำมาคำนวณหาค่าความเที่ยงแบบความ สอดคล้องภายใน

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ส่งการแจกแบบสอบถามจาก google form ให้กับตัวอย่างตอบ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม จากการตอบกลับจาก google form ด้วยตนเอง หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทำการลงรหัส และประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ ต่อไป

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก วิเคราะห์ด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 3 การสังเคราะห์จริยธรรมบนเฟซบุ๊กจำแนกตามประเด็นจริยธรรม วิเคราะห์ด้วยสถิติ บรรยาย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ Paired – Sample t – test

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น 2) เพื่อสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น 3) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และตอนที่ 3 ผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในมหาวิทยาลัยเนชั่น เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 54.8) และ เพศชาย (ร้อยละ 45.2) ด้านชั้นปี คือ ชั้นปีที่ 1 - 4 พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 48.4) สำหรับสาขาวิชาที่ศึกษา พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 25.8) รองลงมา คือ สาขารัฐกิจการบินและการขนส่งทางอากาศ (ร้อยละ 48.6) ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	14	45.2
หญิง	17	54.8
รวม	31	100.00
2. ชั้นปี		
ปี 1	3	9.7
ปี 2	6	19.4
ปี 3	15	22.6
ปี 4	7	48.4
รวม	31	100.00
3. สาขาวิชาที่ศึกษา		
สาขานิเทศศาสตร์	4	12.9
สาขาสาธารณสุขศาสตร์	5	16.1
สาขการบริหารธุรกิจ	1	3.2



สาขาบัญชี	2	6.5
สาขาธุรกิจการบินและการขนส่งทางอากาศ	7	22.6
สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์	8	25.8
สาขารัฐประศาสนศาสตร์	4	12.9
รวม	31	100.00

#### 4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถามในมหาวิทยาลัยเนชั่น เมื่อจำแนกแล้ว พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานเฟซบุ๊ก ทุกวัน (ร้อยละ 90.3) และด้านจำนวนชั่วโมง (เฉลี่ย) ที่ใช้ในการใช้งานเฟซบุ๊กต่อวัน ส่วนใหญ่คือ มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 45.2) รองลงมา คือ 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 29) ในส่วนของช่วงเวลาในการใช้งานเฟซบุ๊ก บ่อยที่สุด คือ 18.01 – 00.00 น. (ร้อยละ 83.9) รองลงมา คือ 12.01 – 18.00 น. (ร้อยละ 9.7) ส่วนลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กที่ใช้งานเป็นประจำ คือ เพื่อดูตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของเพื่อน (ร้อยละ 35.5) ในส่วนของการใช้บริการเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์ที่มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 83.9) รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (ร้อยละ 9.7) สำหรับสถานที่ในการใช้งานเฟซบุ๊ก พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น หอพัก (ร้อยละ 83.9) รองลงมา คือ บ้าน (ร้อยละ 6.5) ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 : ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการใช้งานเฟซบุ๊กของท่าน		
1 วันต่อสัปดาห์	1	3.2
2-3 วันต่อสัปดาห์	1	3.2
4-6 วันต่อสัปดาห์	1	3.2
ทุกวัน	28	90.3
รวม	31	100.00
2. จำนวนชั่วโมง (เฉลี่ย) ที่ใช้ในการใช้งานเฟซบุ๊กต่อวันของท่าน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน	2	6.5
1-2 ชั่วโมงต่อวัน	3	9.7
2-3 ชั่วโมงต่อวัน	3	9.7
3-4 ชั่วโมงต่อวัน	9	29
มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน	14	45.2
รวม	31	100.10

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
3. ช่วงเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก (บ่อยที่สุด)		
06.01 – 12.00 น.	2	6.5
12.01 – 18.00 น.	3	9.7
18.01 – 00.00 น.	26	83.9
00.01 – 06.00 น.	0	0
รวม	31	100.00
4. ลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กที่ท่านใช้งานเป็นประจำคือ (มากที่สุด)		
แบ่งปันรูปภาพ / วิดีโอ	2	6.5
รับข่าวสารจากหน้าแฟนเพจ	9	29
ติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของเพื่อน	11	35.5
อัปเดตข้อมูลส่วนตัวของตนเอง	4	12.9
สนทนาผ่านโปรแกรมสนทนา (Chat)	3	9.7
แลกเปลี่ยนความคิดเห็น	2	6.5
รวม	31	100.10
5. ท่านใช้บริการเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์ใดบ้าง (มากที่สุด)		
โทรศัพท์มือถือ	26	83.9
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	6	6.5
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	3	9.7
แท็บเล็ต	0	0
รวม	35	100.10
6. ลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กที่ท่านใช้งานเป็นประจำคือ (มากที่สุด)		
บ้าน	2	6.5
หอพัก	26	83.9
มหาวิทยาลัย	1	3.2
สวนสาธารณะ	1	3.2
สถานที่ทำงาน	0	0
ห้างสรรพสินค้า	0	0
สถานที่ท่องเที่ยว	1	3.2
รวม	31	100.00

### 4.3 ตอนที่ 3 การสังเคราะห์จริยธรรมบนเฟซบุ๊กจำแนกตามประเด็นจริยธรรม

ผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพปัจจุบัน พบว่า ตัวอย่าง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่าความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุดของความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.38) รองลงมาคือ ความเคารพ ความสร้างสรรค์ ความเป็นส่วนตัว และความถูกต้องซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการ จำเป็นอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.34, 3.31, 3.30 และ 3.20 ตามลำดับ) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้มี ความทันสมัยอยู่เสมอ (Mean = 3.45) รองลงมาคือ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีความ ถูกต้อง และเมื่อบุคคลใดโพสต์ข้อความและภาพที่ผิดพลาดบนเฟซบุ๊กควรต้องรีบแก้ไขให้ถูกต้อง ในทันทีซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.25 และ 3.23 ตามลำดับ) 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊ก อยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับ อนุญาต (Mean = 3.39) รองลงมาคือ ควรระมัดระวังในการนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพจากผู้อื่น มาเผยแพร่ต่อบนเฟซบุ๊ก และควรมีการอ้างแหล่งที่มาของข้อมูลหรือขออนุญาตก่อนนำข้อมูลทั้ง ข้อความและภาพมาใช้ประโยชน์ในการโพสต์ บนเฟซบุ๊กซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นอยู่ใน ระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.27 และ 3.23 ตามลำดับ) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรมี การเปิดเผยตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.45) รองลงมาคือ บุคคล สามารถตรวจสอบข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กได้และควรบ่งบอกถึง แหล่งที่มาของข้อความ และภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กอย่างเหมาะสมซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นอยู่ใน ระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน (Mean = 3.40 และ 3.35 ตามลำดับ) 4) ความเคารพพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมี ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ ข้อความและภาพที่เป็นความลับของบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.37) รองลงมาคือ ข้อความ และภาพที่ โพสต์บนเฟซบุ๊กไม่ควรขัดกับระเบียบกฎเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ของความ ต้องการจำเป็นอยู่ใน ระดับปานกลาง (Mean = 3.35) ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความ และภาพบนเฟซบุ๊กที่เป็นการสร้างหลักฐานเพื่อ กล่าวหาบุคคลอื่น และการโพสต์ข้อความและภาพ บนเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงการเอาใจเขามาใส่ใจเราซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นเท่ากันซึ่งอยู่ใน ระดับปานกลาง (Mean = 3.33) และ 5) ความสร้างสรรค์พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมี ความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพ ความคิดเห็น ของผู้อื่นจากข้อความและภาพที่ตนเองโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.35) รองลงมาคือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความ และภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก และบุคคลควรใช้วิจารณญาณ ก่อนการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กซึ่งมี ค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน (Mean = 3.31 และ 3.27 ตามลำดับ)

ในขณะที่ผลการสำรวจความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพปัจจุบัน โดยตัวอย่าง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่าความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.35) รองลงมาคือ ความเคารพ ความสร้างสรรค์ ความเป็นส่วนตัว และความถูกต้อง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการ จำเป็นอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.25, 3.24, 3.23 และ 3.17 ตามลำดับ) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายชื่อในแต่ละด้านของความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีการปรับปรุง ข้อมูลให้มี ความทันสมัยอยู่เสมอ (Mean = 3.34) รองลงมาคือ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีความ ถูกต้อง และเมื่อบุคคลใดโพสต์ข้อความและภาพที่ผิดพลาดบนเฟซบุ๊กควรต้องรีบแก้ไขให้ถูกต้อง ในทันทีซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.20 และ 3.18 ตามลำดับ) 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับ อนุญาต (Mean = 3.35) รองลงมาคือ บุคคลควรมีวิจารณญาณที่ดีเมื่อทำการโพสต์ข้อความและภาพ บนเฟซบุ๊ก และควรระมัดระวังใน การนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพจากผู้อื่นมาเผยแพร่ต่อบนเฟซบุ๊ก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็นอยู่ใน ระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.27 และ 3.15 ตามลำดับ) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ บุคคลสามารถ ตรวจสอบข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊ก ได้ (Mean = 3.45) รองลงมาคือ ควรมีการเปิดเผยตนเองใน ขณะที่ใช้โพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก และควรบอกถึงแหล่งที่มาของข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊ก อย่างเหมาะสมซึ่งมีค่าเฉลี่ยของ ความต้องการจำเป็นเท่ากันซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.32) 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่เป็นความลับของบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.34) รองลงมาคือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กที่เป็นการหมิ่นประมาทหรือข่มขู่ บุคคลอื่น และควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่ลามกอนาจารบนเฟซบุ๊กซึ่งมีค่าเฉลี่ยของ ความ ต้องการจำเป็นอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (Mean = 3.29 และ 3.23 ตามลำดับ) และ 5) ความ สร้างสรรค์พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก อยู่ในระดับปาน กลาง คือบุคคลควรใช้วิจารณญาณก่อนการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.25) รองลงมาคือ ควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพความคิดเห็นของผู้อื่นจากข้อความและภาพที่ ตนเองโพสต์บนเฟซบุ๊ก และควร หลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของความ ต้องการจำเป็น เท่ากันซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.23) ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กจำแนกตามสภาพปัจจุบัน

ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊ก	Mean	SD.
<b>1. ความถูกต้อง</b>	<b>3.20</b>	<b>0.82</b>
1.1 ข้อความและภาพที่โพสต์ บนเฟซบุ๊กควรมีความถูกต้อง	3.25	0.96
1.2 ควรโพสต์ข้อความและภาพ บนเฟซบุ๊กที่ไม่หลอกลวงหรือทำให้บุคคลอื่นเข้าใจผิด	3.12	1.04
<b>2. ความเป็นส่วนตัว</b>	<b>3.30</b>	<b>0.96</b>
2.1 บุคคลควรมีวิจารณญาณที่ดีเมื่อทำ การโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก	3.22	1.09
2.2 ควรระมัดระวังในการนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพจากผู้อื่นมาเผยแพร่ต่อ บนเฟซบุ๊ก	3.27	1.07
2.3 ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต	3.39	1.09
<b>3. ความน่าเชื่อถือ</b>	<b>3.38</b>	<b>0.89</b>
3.1 ควรมีการเปิดเผยตนเองในขณะที่ โพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก	3.45	0.98
<b>4. ความเคารพ</b>	<b>3.34</b>	<b>0.96</b>
4.1 ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและ ภาพที่ลามกอนาจารบนเฟซบุ๊ก	3.27	1.19
4.2 ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและ ภาพบนเฟซบุ๊กที่เป็นการกล่าวหาบุคคล อื่นโดยไม่มีหลักฐาน	3.25	1.11
<b>5. ความสร้างสรรค์</b>	<b>3.31</b>	<b>0.97</b>
5.1 ควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพความ คิดเห็นของผู้อื่นจากข้อความและภาพที่ ตนเองโพสต์บนเฟซบุ๊ก	3.35	0.97
5.2 บุคคลควรใช้วิจารณญาณก่อนการ โพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก	3.27	1.08

#### 4.3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กของตัวอย่าง ในสภาพปัจจุบัน เมื่อทดสอบด้วย t – test แบบ Paired – Sample พบว่า ค่าเฉลี่ยความ

ต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.4: ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กในสภาพที่คาดหวัง

ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊ก	Mean	SD.	t - test
1. ด้านความถูกต้อง	4.45	0.61	-15.70*
2. ด้านความเป็นส่วนตัว	4.56	0.64	-14.23*
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.45	0.66	-12.60*
4. ด้านความเคารพ	4.51	0.64	-12.83*
5. ด้านความสร้างสรรค์	4.55	0.69	-13.05*

#### 4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการ ใช้เฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดยตัวอย่าง โดยภาพรวมเห็นว่าความถูกต้องและความเป็นส่วนตัวเป็นจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน (PNImodified = 0.39) รองลงมา คือ ความสร้าง สรรค์ ความเคารพ และความน่าเชื่อถือ (PNImodified = 0.38, 0.36 และ 0.32 ตามลำดับ) เมื่อแยก พิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของ ความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ข้อความและภาพที่บุคคลโพสต์ไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (PNImodified = 0.46) รองลงมา คือ ควรโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กที่ไม่หลอกลวงหรือทำให้ บุคคลอื่นเข้าใจผิด และข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรเป็นความจริงที่สามารถตรวจสอบ 48 และพิสูจน์ได้ (PNImodified = 0.45 และ 0.43 ตามลำดับ) 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีความ สำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ บุคคลควรมี วิจารณ์ญาติที่ดีเมื่อทำการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.42) รองลงมา คือ ควรมีการอ้างแหล่งที่มาของข้อมูลหรือขออนุญาตก่อนนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพมาใช้ประโยชน์ใน การโพสต์บนเฟซบุ๊ก และควรระมัดระวังในการนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพจากผู้อื่นมาเผยแพร่ต่อ บนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.40 และ 0.38 ตามลำดับ) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญ ของความต้องการ จำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก

เพื่อการลักขโมยหรือการหลอกลวง (PNImodified = 0.36) รองลงมา คือ ควรบ่งบอกถึงแหล่งที่มาของข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กอย่างเหมาะสม และบุคคลสามารถ ตรวจสอบข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กได้(PNImodified = 0.32 และ 0.31 ตามลำดับ) 4) ความ เคารพ พบว่าข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กที่มีลักษณะก้าวร้าวและคุกคามบุคคลอื่น (PNImodified = 0.40) รองลงมา คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กที่เป็นการ กล่าวหาบุคคลอื่นโดยไม่มีหลักฐาน และการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงผลกระทบ ที่จะเกิดขึ้นซึ่งมีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นเท่ากัน (PNImodified = 0.39) และ 5) ความ สร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็น ลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.39) รองลงมา คือ บุคคลควรใช้วิจารณญาณก่อนการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก และควรมี การเปิดรับฟังหรือเคารพความคิดเห็นของผู้อื่นจากข้อความและภาพที่ตนเองโพสต์บนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.38 และ 0.36 ตามลำดับ)

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น 2) เพื่อสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น 3) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น โดยตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง ได้แก่ Paired – Sample t – test และการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้วิธี Modified Priority Needs Index (PNImodified)

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยตัวอย่างจะเป็นสาขาที่ตอบแบบสอบถามมาจำนวน 5 สาขา และที่มากที่สุด คือสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ สาขาธุรกิจการบินและการขนส่งทางอากาศ ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามจะศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 4 ส่วนที่น้อยที่สุดคือ ชั้นปีที่ 1

##### 5.1.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดคือใช้งานทุกวัน จำนวน (ร้อยละ 90) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการใช้งานเฟซบุ๊กต่อวันที่มากที่สุด คือมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมา คือ 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนช่วงเวลาที่เข้าใช้งานเฟซบุ๊กที่บ่อยที่สุด คือ ช่วง 18.01 – 00.00 น. ลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กที่ใช้งานเป็นประจำ คือ เพื่อติดตามข้อมูลเคลื่อนไหวของเพื่อน รองลงมา คือ เพื่อรับข่าวสารจากหน้าแฟนเพจ โดยใช้บริการผ่านเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือมากที่สุดถึง (ร้อยละ 83.9) รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก สำหรับสถานที่ในการใช้งานเฟซบุ๊กที่นิยมมากที่สุด คือ ที่หอพัก (ร้อยละ 83.9) รองลงมา คือ ที่บ้าน (ร้อยละ 6.5)

##### 5.1.3 ผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

###### 5.1.3.1 ผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

ผลการสำรวจพบว่าตัวอย่าง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่าความ น่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุดของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.38) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้องพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ



ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีการปรับปรุง ข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ (Mean = 3.45) 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต (Mean = 3.39) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรมีการเปิดเผย ตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.45) 4) ความเคารพ พบว่าข้อที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควร หลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่เป็นความลับของบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.37) และ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพความคิดเห็นของผู้อื่นจากข้อความ และภาพที่ตนเองโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.35)

ในขณะที่ตัวอย่าง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่าความน่าเชื่อถือมี ค่าเฉลี่ยของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.35) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย อยู่เสมอ (Mean = 3.34) 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็น ด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต (Mean = 3.35) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็น ด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ บุคคลสามารถตรวจสอบข้อความและภาพ ที่โพสต์บนเฟซบุ๊กได้(Mean = 3.45) 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการ จำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและ ภาพที่เป็นความลับของบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.34) และ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือบุคคล ควรใช้วิจารณญาณก่อนการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.25)

### 5.1.3.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการ จำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของตัวอย่าง ในสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวัง เมื่อทดสอบด้วย t – test แบบ Paired – Sample พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการ จำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวังมีความแตกต่างอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 5.1.4 ผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวอย่าง โดยภาพรวมเห็นว่าความถูกต้องและความ เป็นส่วนตัวเป็นจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน (PNImodified = 0.39) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ข้อความและภาพที่บุคคลโพสต์ไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (PNImodified = 0.46) 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ บุคคลควรมี วิจารณ์ญาติที่ดีเมื่อทำการโพสต์ข้อความ และภาพบนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.42) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควร หลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและ ภาพบนเฟซบุ๊กเพื่อการลักขโมยหรือการหลอกลวง (PNImodified = 0.36) 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มี ความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยง การโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กที่มีลักษณะก้าวร้าวและคุกคามบุคคลอื่น (PNImodified = 0.40) และ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่น บนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.39)

ในขณะที่ตัวอย่าง โดยภาพรวมเห็นว่าความถูกต้อง ความเคารพ และความ สร้างสรรค์เป็นจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน (PNImodified = 0.40) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรมีหลักฐานที่ น่าเชื่อถือในการสนับสนุนข้อความและภาพที่ บุคคลนั้นโพสต์บนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.44) 2) ความเป็น ส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของ ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรมีการอ้างแหล่งที่มาของ ข้อมูลหรือขออนุญาตก่อนนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพมาใช้ประโยชน์ในการ โพสต์บนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.44) 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการ จำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก เพื่อการลักขโมยหรือการหลอกลวง (PNImodified = 0.38) 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญ ของ ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน คือ ควรหลีกเลี่ยงการ โพสต์ข้อความ และภาพบนเฟซบุ๊กที่เสี่ยงต่อความรุนแรงหรือความร้ายแรงของคนในประเทศ และ การโพสต์ข้อความและ ภาพบนเฟซบุ๊กควรคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น (PNImodified = 0.44) และ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่าข้อ ที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก เป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการ โพสต์ข้อความและภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.42)

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 3 ประเด็น ประเด็นที่ 1 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ประเด็นที่ 2 สภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในใช้เฟซบุ๊ก

ประเด็นที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในเฟซบุ๊ก โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 5.2.1 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่นเมื่อ จำแนก ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ ในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับเพื่อน โดยมักจะชอบสื่อสารพูดคุย แลกเปลี่ยน เรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ กับเพื่อนอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้อง กับโสภณัท นุชนาด (2542) ที่พบว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีพัฒนาการพฤติกรรมทางสังคมเด่นชัด นอกจาก นั้นพบว่าตัวอย่างทุกช่วงวัยส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน ในช่วงเวลา 18.01 – 00.00 น. มากที่สุด ซึ่ง ส่วนใหญ่ใช้มากถึง 4 ชั่วโมง ต่อวัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่ารูปแบบการ ดำเนินชีวิตของวัยรุ่นมักจะมีเวลาว่างหลังจากเลิกเรียนหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ แล้วจึงใช้เฟซบุ๊กในการ ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือผู้อื่นอย่างต่อเนื่องทุกวัน รวมทั้งตัวอย่างทุกช่วงวัยมีประสบการณ์ในการใช้ 59 เฟซบุ๊ก 5 – 6 ปี มากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กในที่พักอาศัยมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นมาหลายปีเพราะเป็นสื่อที่มีการใช้งานที่เข้าใจง่าย สะดวก วัยรุ่นสามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับที่ อภิชัย อารยะเจริญชัย (2553) ที่ระบุว่าเฟซบุ๊กเป็นชุมชนออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ใช้สำหรับติดต่อ พูดคุย และแลกเปลี่ยน ข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา

### 5.2.2 สภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

#### 5.2.2.1 ผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก ในสภาพปัจจุบัน

จากผลการสำรวจพบว่าตัวอย่าง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่า ความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุดของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับ ปานกลาง (Mean = 3.38) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าปัจจุบันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในเฟซบุ๊กมีมากมาย และมีความหลากหลายของแหล่งที่มาของข้อมูล ดังนั้นความน่าเชื่อถือจึงเป็นจริยธรรมที่มีความสำคัญ ในการใช้เฟซบุ๊ก เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีการปรับปรุง ข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ (Mean = 3.45) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า นิสิต ส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กทุกวันจึงทำให้วัยรุ่นล้วนให้ความสำคัญกับความถูกต้องของข้อมูลด้วยเหตุนี้ ข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่ง สอดคล้องกับ ฐิตียา เนตรวงษ์ (2554 อ้างใน คันธิธา ฉายาวงศ์, 2555) ที่กล่าวว่า ความถูกต้อง แม่นยำเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมดังนั้นผู้ใช้สื่อสังคม ควรตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำก่อนนำเสนอ รวมทั้งควรที่จะปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต (Mean = 3.39) แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นให้ความสำคัญกับการไม่ละเมิดสิทธิในการใช้เฟซบุ๊ก

ของบุคคลอื่นโดยไม่ได้ อนุญาต เพราะอาจจะส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นได้ ดังที่คุญชัย แสงห้วยไผ่ (2556) ที่กล่าวว่าทุก ครั้งที่มีการโพสต์ข้อมูลต่าง ๆ ในเฟซบุ๊กจะต้องคำนึงถึงการไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ใน ระดับปานกลาง คือควรมีการเปิดเผยตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.45) ทั้งนี้อาจจะเป็น เพราะว่ายรุ่นต้องการทราบว่ากำลังสื่อสารกับบุคคลใด สามารถเชื่อถือบุคคล นั้นได้มากน้อยแค่ไหน และการที่บุคคลนั้นเปิดเผยตัวตนในการใช้เฟซบุ๊กย่อมเป็นการแสดงให้เห็น ถึงความจริงใจว่าบุคคลนั้นมีตัวตนอยู่จริง ไม่ใช่บุคคลที่มาแอบอ้างหรือหลอกลวง สอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่า การที่บุคคลไม่เปิดเผยตัวตนในการใช้สื่อสังคม อาจทำให้บุคคลนั้นถูกกล่าวหาแง่ลบได้ บุคคลนั้นควรจะเปิดกว้าง และมีความโปร่งใสในการใช้สื่อ สังคม 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็น ด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่เป็น ความลับของบุคคล อื่นบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.37) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่ายรุ่นให้ความสำคัญกับการรักษา ความลับและ เห็นว่าการเผยแพร่ความลับของบุคคลอื่นเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำซึ่งสอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่าผู้ใช้สื่อสังคมควรตระหนักถึงการรักษาความลับ โดยห้ามเปิดเผยทุกข้อมูลที่ เป็นความลับทั้งที่เกี่ยวกับบุคคลอื่นหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกรรมสิทธิ์ขององค์กรของตนโดย ไม่ได้รับการ ยินยอมอนุญาตและ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพความคิดเห็นของ ผู้อื่นจาก ข้อความและภาพที่ตนเองโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.35) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ายรุ่นเป็น วัยที่มีความ คิดเห็นเป็นตัวของตัวเอง กล้าคิดกล้าแสดงออก แต่บางครั้งอาจจะไม่ยอมรับฟังความ คิดเห็นของผู้อื่น ซึ่ง สอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่าควรเปิดรับฟัง ความคิดเห็นของผู้อื่นจากสิ่ง ที่โพสต์ในสื่อสังคม มีความสุภาพและเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น

ในขณะที่ผลการสำรวจความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพ ปัจจุบัน โดยตัวอย่าง มีความคิดเห็นโดยภาพรวมว่าความน่าเชื่อถือนั้นมีค่าเฉลี่ยของ ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.35) ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากว่าข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก นั้นมีความหลากหลายของแหล่งที่มาของข้อมูล บางครั้งข้อมูลที่โพสต์ในเฟซบุ๊กมักจะมีความคลาดเคลื่อนสูง ดังนั้นความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว สามารถช่วยทำให้ว่ายรุ่นเชื่อถือข้อมูลนั้นได้มากยิ่งขึ้น เมื่อแยกพิจารณา เป็นรายข้อในแต่ละด้านของ ความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อความและภาพ ที่โพสต์บนเฟซบุ๊กควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ (Mean = 3.34) ทั้งนี้ อาจ เนื่องมาจากว่ายรุ่นมีการใช้งานเฟซบุ๊กทุกวัน ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่ว่ายรุ่นเปิดรับจึงต้องคำนึงถึง ข้อมูลที่ มีความทันสมัย ดังนั้นผู้ใช้สื่อสังคมควรมีการปรับปรุงข้อมูลที่โพสต์ในเฟซบุ๊กให้มีความ ทันสมัยอยู่เสมอ 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ใน ระดับปานกลาง คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับ อนุญาต (Mean = 3.35) สาเหตุอาจ

เนื่องมาจากว่าวัยรุ่นถือว่าเฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ส่วนบุคคล ดังนั้นการ ที่มีบุคคลอื่นมาใช้งานเฟซบุ๊กของตนโดยที่ไม่ได้รับอนุญาตนั้นเป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ ซึ่งสอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่า ถึงแม้ในสื่อสังคมจะมีการกำหนดการตั้งค่าให้ เลือกความเป็นส่วนตัวได้ แต่บางครั้งผู้อื่นอาจจะสามารถเข้าถึง ความเป็นส่วนตัวของเราได้อย่างไร ไม่คาดคิด ดังนั้นผู้ใช้สื่อสังคมควรพึงระมัดระวังอยู่เสมอ 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ บุคคลสามารถ ตรวจสอบข้อความและภาพที่โพสต์บนเฟซบุ๊กได้ (Mean = 3.45) แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นให้ความสำคัญ กับการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับบนเฟซบุ๊ก 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง คือ ควร หลีกเลี่ยง การโพสต์ข้อความและภาพที่เป็นความลับของบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.34) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากว่า วัยรุ่นเห็นว่าการนำความลับของผู้อื่นมาเปิดเผยเป็นสิ่งที่ไม่สมควรกระทำถือเป็นการ ละเมิดสิทธิของผู้อื่น ซึ่ง สอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่าในการใช้ สื่อสังคมควรตระหนักถึงการรักษา ความลับ ไม่ควรเปิดเผยทุกข้อมูลที่เป็นความลับ และ 5) ความ สร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งมีความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ใน ระดับปานกลาง คือบุคคลควรใช้วิจารณญาณก่อน การโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (Mean = 3.25) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าสิ่งที่วัยรุ่นโพสต์ลงในเฟซบุ๊ก บางครั้งถึงแม้จะทำการลบข้อมูลออกไป แล้ว แต่ว่ายังอาจจะมีความเป็นไปได้ที่ข้อความหรือภาพที่โพสต์นั้น ผู้อื่นอาจจะจดจำหรือจัดเก็บบันทึก ไว้ ดังนั้นวัยรุ่นจึงให้ความสำคัญกับการมีวิจารณญาณที่ดีก่อนการโพสต์ ข้อความและภาพลงในเฟซบุ๊ก ซึ่งสอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่า การที่ บุคคลโพสต์หรือแสดง ความคิดเห็นลงบนสื่อสังคมนั้นย่อมสามารถที่จะถูกอ่านโดยใครที่เห็นก็ได้ตลอดเวลา โลก อินเทอร์เน็ตใน ยุคปัจจุบันเปรียบเสมือนความทรงจำระยะยาวที่สามารถจะเปิดเจอเมื่อไหร่ก็ได้ ดังนั้นจึงควรมี วิจารณญาณที่ดีเสมอเมื่อทำการโพสต์อะไรลงไปบนสื่อสังคม

#### 5.2.2.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการ จำเป็น ด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็น ด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของตัวอย่าง ในสภาพปัจจุบัน และสภาพที่คาดหวัง เมื่อทดสอบด้วย t – test แบบ Paired – Sample พบว่า ค่าเฉลี่ยความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพปัจจุบันและ สภาพที่คาดหวังมีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นทุกช่วงวัย มีความต้องการจำเป็น ด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กทั้งในสภาพปัจจุบันและสภาพที่คาดหวังแตกต่างกัน

#### 5.2.3 ผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้ เฟซบุ๊ก

จากผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้ เฟซบุ๊กโดย ตัวอย่าง โดยภาพรวมเห็นว่าความถูกต้องและความเป็นส่วนตัวเป็น จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กที่มีความสำคัญ เป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน (PNImodified = 0.39) ทั้งนี้อาจเนื่อง มาจากว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมที่มีความรวดเร็ว

ในการติดต่อสื่อสาร สามารถเชื่อมต่อถึงบุคคลต่าง ๆ ทั่วโลกได้ ดังนั้นหากผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทุกคนมีการตรวจสอบข้อมูลที่โพสต์ให้ถูกต้องทุกครั้งจะทำให้ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมีการรับข่าวสารที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับความเป็นส่วนตัวที่วัยรุ่นเห็นว่าการใช้ เฟซบุ๊กเปรียบเสมือนพื้นที่ส่วนบุคคลของตนและเปรียบเสมือนพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็น ดังนั้น บางครั้งวัยรุ่นก็ไม่ต้องการให้ผู้อื่นมาละเมิดความเป็นส่วนบุคคลของกันและกัน เมื่อแยกพิจารณาเป็น รายข้อในแต่ละด้านของสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก โดย 1) ความถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็น ลำดับที่ 1 คือ ข้อความและภาพที่บุคคลโพสต์ไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (PNImodified = 0.46) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการโพสต์ที่แสดงความคิดเห็นโดยเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งนั้นอาจจะ นำมาสู่ความขัดแย้งหรือสร้างความแตกแยกทางสังคมหรือประเทศได้ ด้วยเหตุนี้วัยรุ่นจึงให้ความสำคัญการโพสต์ข้อความและภาพที่ไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ บุคคล ควรมีวิจรรณญาณที่ดีเมื่อทำการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.42) ซึ่งสอดคล้อง กับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่าบุคคลควรมีวิจรรณญาณที่ดีเสมอเมื่อทำการ โพสต์อะไรลงไปบนสื่อสังคม 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็น ด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊ก เพื่อการลัทธิขโมยหรือการหลอกลวง (PNImodified = 0.36) สาเหตุอาจเนื่องมาจากการใช้เฟซบุ๊กเพื่อ การหลอกลวงผู้อื่นเป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำ และผิดกฎหมาย ดังนั้นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรจะหลีกเลี่ยงการ กระทำดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภชัย แสงห้วยไผ่ (2556) ที่กล่าวว่าทุกครั้งที่มีการโพสต์ข้อมูล ต่าง ๆ ในเฟซบุ๊กจะต้องคำนึงถึงการไม่หลอกลวงหรือทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิด 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กที่มีลักษณะก้าวร้าวและคุกคามบุคคลอื่น (PNImodified = 0.40) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กควรมีความเคารพต่อกฎกติกา มารยาททางสังคมต่อผู้อื่น ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากการหากบุคคลมีการนำเฟซบุ๊กไปใช้เพื่อต่อว่าหรือกล่าวหาให้ร้ายบุคคลอื่นย่อมก่อให้เกิด ผลกระทบต่อบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ สุกัญญา สุดบรรทัด (2547) ที่กล่าวว่าควรระมัดระวังการส่งข้อความและใช้ภาษาที่ก้าวร้าวและคุกคามบุคคลอื่นเพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของพื้นที่สาธารณะในอินเทอร์เน็ต และ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่าข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่น บนเฟซบุ๊ก (PNImodified = 0.39) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการวัยรุ่นเห็นว่าการโพสต์ข้อความและภาพที่มุ่ง ร้ายบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊กนั้นเป็นพฤติกรรมที่ไม่สร้างสรรค์และอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบกับบุคคล อื่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่าบุคคลไม่ควรโพสต์เนื้อหา ข้อความในเชิงมุ่งร้ายในสื่อสังคมอันจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อบุคคลอื่นและอาจจะทำให้เกิดผล กระทบที่ไม่คาดคิด

ส่วนผลการวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการ ใช้เฟซบุ๊ก โดยตัวอย่าง โดยภาพรวมเห็นว่าความถูกต้อง ความเคารพ และความสร้างสรรค์เป็นจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

ที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน (PNImodified = 0.40) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าปัจจุบันการสื่อสารบนสื่อสังคมมีการแบ่งปัน ข้อมูล เรื่องราวต่าง ๆ และความ คิดเห็นที่หลากหลาย การแสดงออกทางการสื่อสารบนสื่อสังคมเพชบุ๊คจึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยความ ถูกต้อง ความเคารพ และความสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับ Skoler (2009) ที่กล่าวว่าสื่อสังคมเป็น การแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้กับผู้อื่นซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และการรับฟังความเห็นของผู้อื่นอย่างเคารพและสร้างสรรค์ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อใน แต่ละด้านของความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เพชบุ๊ค โดย

- 1) ความ ถูกต้อง พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เพชบุ๊คเป็นลำดับ ที่ 1 คือ ควรมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือในการสนับสนุนข้อความและภาพที่บุคคลนั้นโพสต์บนเพชบุ๊ค (PNImodified = 0.44) นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้เพชบุ๊คให้ความสำคัญกับความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ที่เปิดรับ เนื่องจากปัจจุบันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้เผยแพร่หรือแบ่งปันบนเพชบุ๊คอาจจะไม่ได้มีการ แสดงให้เห็นถึงที่มาหรือข้อเท็จจริงของข้อมูลข่าวสารที่สามารถพิสูจน์หรือตรวจสอบได้ ดังนั้นจะเป็น การติหาผู้ใช้งานเพชบุ๊คมีหลักฐานที่ น่าเชื่อถือในการสนับสนุนข้อความและภาพที่ บุคคลนั้นโพสต์ ซึ่งสอดคล้องกับ The Communications Council (2012) ที่ระบุว่าสิ่งที่โพสต์บนสื่อสังคมควรเป็น ความจริงที่สามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้
- 2) ความเป็นส่วนตัว พบว่าข้อที่มีความสำคัญของความ ต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เพชบุ๊คเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรมีการอ้างแหล่งที่มาของข้อมูล หรือขออนุญาตก่อนนำข้อมูลทั้งข้อความและภาพ มาใช้ประโยชน์ในการโพสต์บนเพชบุ๊ค (PNImodified = 0.44) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าในปัจจุบันผู้ใช้เพชบุ๊ค มักจะมีการโพสต์ข้อความหรือภาพโดยไม่ได้ ระบุแหล่งที่มาซึ่งบางครั้งการกระทำดังกล่าวอาจจะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างไม่ได้ตั้งใจ ดังนั้น ผู้ใช้งานเพชบุ๊คจึงควรจะมีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อเป็นการให้เครดิตหรือขออนุญาตเจ้าของ ก่อนนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์หรือเผยแพร่บนสื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติยา เนตรวงษ์ (2554 อ้างใน คันธิรา ฉายาวงศ์, 2555) ที่กล่าวว่าผู้ใช้สื่อสังคมควรมีการขออนุญาตนำข้อมูลไปเผยแพร่หรือ อ้างอิงผู้ผลิตหรือเจ้าของความคิดทุกครั้ง ดังนั้นผู้ใช้สื่อสังคมต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์และต้องระวังการ นำเสนอข้อมูลไม่ให้ละเมิดลิขสิทธิ์
- 3) ความน่าเชื่อถือ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญของความต้องการ จำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เพชบุ๊คเป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพ บนเพชบุ๊คเพื่อการลักขโมยหรือการหลอกลวง (PNImodified = 0.38) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าการใช้ เพชบุ๊คเพื่อการกระทำที่ผิด มักจะปรากฏเป็นข่าวอยู่เสมอ โดยการกระทำที่มักจะพบมากที่สุดคือการ ใช้เพชบุ๊คเพื่อการหลอกลวง ด้วยเหตุนี้วัยรุ่นจึงให้ความสำคัญกับการหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความ และภาพบนเพชบุ๊คเพื่อการลักขโมยหรือการหลอกลวงบุคคลอื่น
- 4) ความเคารพ พบว่า ข้อที่มีความ สำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เพชบุ๊คเป็นลำดับที่ 1 เท่ากัน คือ ควรหลีกเลี่ยง การโพสต์ข้อความและภาพบนเพชบุ๊คที่เสี่ยงต่อความรุนแรงหรือความร้ายฉานของคนในประเทศ และการโพสต์ข้อความและภาพบนเพชบุ๊คควรคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น (PNImodified = 0.44) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าการโพสต์แสดงความคิดเห็นผ่านข้อความและภาพ บนเพชบุ๊คบางครั้งนั้น อาจสร้างความขัดแย้งเกิดขึ้นในสังคมได้ นั้นแสดงให้เห็นว่าการใช้เพชบุ๊คเพื่อแสดงความคิดเห็น ควรจะมีความระมัดระวังทุกครั้งก่อนโพสต์และควรคำนึงถึงผลกระทบหรือความเสียหายที่

อาจจะ ตามมาโดยไม่คาดคิดด้วย เพราะการแสดงความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็นการแสดงความคิดเห็นผ่านพื้นที่สาธารณะ ดังนั้นข้อความและภาพที่โพสต์อาจจะมีทั้งผู้ที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ดังนั้นจึงต้องมีความระมัดระวังในการโพสต์เพราะอาจจะนำมาสู่ ความรุนแรงหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ สุกัญญา สุตบรรทัด (2547) ที่กล่าวว่า บุคคลควรงดเว้นการส่งภาพ และข้อความที่เสี่ยงต่อการอนาจาร ความรุนแรง ความร้าวฉานของคน ในประเทศ และการละเมิดศีลธรรมอันดีงามซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นหรือสังคมได้ และ 5) ความสร้างสรรค์ พบว่าข้อที่มีความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก เป็นลำดับที่ 1 คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพที่มุ่งทำร้ายบุคคลอื่นบนเฟซบุ๊ก (PNI<sub>modified</sub> = 0.42) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่บุคคลใช้เฟซบุ๊กในทางไม่สร้างสรรค์และนำไปใช้ เพื่อทำร้าย กล่าวหา หรือสร้างความเดือดร้อนให้กับบุคคลอื่นถือว่าเป็นการกระทำที่ไม่ควรพึงกระทำ ตามหลักจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Herndon(2009 อ้างใน สายันท์ รืวทอง, 2557) ที่กล่าวว่าผู้ใช้ สื่อสังคมไม่ควรใช้สื่อสังคมเพื่อการทำร้ายผู้อื่นหรือรบกวนผู้อื่นและควรคิดถึงผลต่อเนื่องทางสังคม ของการใช้สื่อสังคมทุกครั้ง

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการ จำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพที่คาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรหันมาให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กมากขึ้น โดยอาจจะมีการกำหนดแนวทางในการกำกับดูแลการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อให้เกิดการสื่อสารบนสื่อสังคม อย่างเหมาะสมและเป็นชุมชนหรือสังคมออนไลน์ที่มีคุณภาพ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพที่ คาดหวังของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวอย่าง โดยภาพรวมคาดหวัง ว่าความเป็นส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุดของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับ มากที่สุด คือ ควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต ดังนั้นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กจึงควรจะมี การป้องกันและระมัดระวังไม่ให้ผู้อื่นที่ไม่ได้รับอนุญาตมาใช้งานเฟซบุ๊กของตน

2) จากผลการสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กในสภาพที่ คาดหวังของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น พบว่าตัวอย่าง โดยภาพรวมคาดหวังว่า ความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุดของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กเพื่อการลักขโมยหรือการหลอกลวง ดังนั้นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรมีวิจารณญาณในการใช้เฟซบุ๊กเสมอและจงพึงระวังผู้ที่อาจจะใช้งานเฟซบุ๊ก เพื่อการหลอกลวงหรือลักขโมย

3) จากผลการวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น เห็นว่าข้อที่มี ความสำคัญมากที่สุดคือ ความถูกต้องและความเป็นส่วนตัว



ในการใช้เฟซบุ๊ก ดังนั้นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควร มีการตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการโพสต์บนเฟซบุ๊กให้มีความถูกต้องแม่นยำและสามารถพิสูจน์ได้ และควรจะมีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวหรือตั้งค่าความปลอดภัยในการใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อป้องกันการ ถูกริรอนความเป็นส่วนตัว

4) จากผลการวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวอย่าง เห็นว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือความถูกต้อง ความเคารพ และความสร้างสรรค์ในการใช้เฟซบุ๊ก ดังนั้น ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรจะคำนึงถึงความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ต้องการจะโพสต์เสมอ และ ควรจะแสดงออกอย่างมีมารยาทหรือให้ความเคารพผู้ใช้งานเฟซบุ๊กท่านอื่น รวมทั้งควรจะมีการ แสดงออกทางความคิดเห็นหรือข้อความที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นการสร้างสังคมที่ดีมีคุณภาพบนสื่อสังคม

5) จากผลการวิเคราะห์การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมใน การใช้เฟซบุ๊กของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวอย่าง เห็นว่าข้อที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือในการใช้เฟซบุ๊ก ดังนั้นผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรจะ เพิ่มความระมัดระวังในการโพสต์ข้อความและภาพบนเฟซบุ๊กโดยมีการให้เครดิตหรือมีการบอก แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารเสมอ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตครั้งนี้ เป็น การศึกษาผ่านสื่อสังคมแบบเดียวที่เรียกว่าเฟซบุ๊กเท่านั้น ดังนั้นควรมีการศึกษาถึงจริยธรรมในการใช้ สื่อสังคมประเภทอื่น เช่น Instagram Twister เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้งานสื่อสังคมประเภทอื่นได้ ตระหนักถึงความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมด้วย

2) ตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานที่เป็นนิสิต ดังนั้นควรมีการศึกษากับ ตัวอย่างในกลุ่มอื่น ๆ เช่น วัยทำงาน วัยสูงอายุ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันสื่อสังคมเป็นสื่อที่เข้าถึง ผู้ใช้งานได้ในทุกวัย และเพื่อให้เห็นถึงความเหมือนหรือความแตกต่างของความต้องการจำเป็นด้าน จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

### บรรณานุกรม

กิตติพล อัจฉริยารชัย. (2553). *ใช้ Facebookอย่างปลอดภัย*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.bd.co.th/articledetail.php?id=100>.

จิตต์สุภา ฉิน. (2557). *โซเซียลมีเดีย เครื่องมือใช้ฆ่าคนทางอ้อม*. เข้าถึงได้จาก

[http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1392811694](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1392811694).

ธัญชนก ศิริโสภิตกุล. (2558). *การประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้*. เข้าถึงได้จาก

<https://1th.me/c98A9>.

โสภณ จักเดชไชย, และ สาโรช โศภิรักษ์. (2559). *การประเมินความต้องการจำเป็นด้าน คุณธรรมของนัก*

*เทคโนโลยี และสื่อสารการศึกษา*. เข้าถึงได้จาก <https://1th.me/CAgzR>.

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

เรื่อง การประเมินความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิต มหาวิทยาลัยเนชั่น

---

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น
2. เพื่อสำรวจสภาพความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น
3. เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นด้านจริยธรรม ในการใช้เฟซบุ๊กของนิสิต

มหาวิทยาลัยเนชั่น

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 3 การสังเคราะห์จริยธรรมบนสื่อสังคมจำแนกตามประเด็นจริยธรรม

2. โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อความเหมาะสมและความสำคัญ

ในการจัดสรรเวลาและใช้โทรศัพท์มือถือของนิสิต มหาวิทยาลัยเนชั่น

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับสถานภาพของท่านข้อละ 1 ช่อง

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. ชั้นปี

☐ ปี 1

☐ ปี 2

☐ ปี 3

☐ ปี 4

3. สาขาวิชาที่ศึกษา

☐ สาขานิเทศศาสตร์

☐ สาขาสาธารณสุขศาสตร์

☐ สาขาบริหารธุรกิจ

☐ สาขาบัญชี

☐ สาขาธุรกิจการบินและการขนส่งทางอากาศ

☐ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์

☐ สาขารัฐประศาสนศาสตร์

☐ สาขาพยาบาลศาสตร์

☐ สาขาเทคนิคการแพทย์

☐ สาขาทันตะแพทย์

### ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

คำชี้แจง : โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของท่าน

1. ความถี่ในการใช้งาน Facebook ของท่าน

☐ 1วันต่อสัปดาห์

☐ 2-3วันต่อสัปดาห์

☐ 4-6วันต่อสัปดาห์

☐ ทุกวัน

2. จำนวนชั่วโมง (เฉลี่ย) ที่ใช้ในการใช้งาน Facebook ต่อวันของท่าน

☐ 31 นาที – 1 ชั่วโมงต่อวัน

☐ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน

☐ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน

☐ 4-5 ชั่วโมงต่อวัน

☐ มากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน

3. ช่วงเวลาในการเข้าใช้งาน Facebook (บ่อยที่สุด)

☐ 06.00 – 12.00 น.

☐ 12.01 – 18.00 น.

☐ 18.01 – 00.00 น.

☐ 00.01 – 05.59 น.

4. ลักษณะการใช้งาน Facebook ที่ท่านใช้งานเป็นประจำคือ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> แบ่งปันรูปภาพ / วิดีโอ              | <input type="checkbox"/> รับข่าวสารจากหน้าแฟนเพจ     |
| <input type="checkbox"/> ติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของเพื่อน | <input type="checkbox"/> อัปเดตข้อมูลส่วนตัวของตนเอง |
| <input type="checkbox"/> สนทนาผ่านโปรแกรมสนทนา (Chat)        | <input type="checkbox"/> แลกเปลี่ยนความคิดเห็น       |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....                    |  |

5. ท่านใช้บริการ Facebook ผ่านอุปกรณ์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> โทรศัพท์มือถือ      | <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ |
| <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก | <input type="checkbox"/> Tablet              |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....    |  |

### ส่วนที่ 3 การสังเคราะห์จริยธรรมบนสื่อสังคมจำแนกตามประเด็นจริยธรรมของนิสิตมหาวิทยาลัยเนชั่น

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นจริยธรรมบนเฟซบุ๊ก

**ความถูกต้องในการใช้เฟซบุ๊ก** หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความ และภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงความเป็นจริงที่สามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้

**ความน่าเชื่อถือในการใช้เฟซบุ๊ก** หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงความสามารถในการตรวจสอบอ้างอิง แหล่งที่มาของข้อมูลได้

**ความเป็นส่วนตัวในการใช้เฟซบุ๊ก** หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงการมีวิจารณญาณที่ดี และการหลีกเลี่ยงการใช้เฟซบุ๊กของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

**ความเคารพในการใช้เฟซบุ๊ก** หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติใน การสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยคำนึงถึงมารยาทขั้นพื้นฐานของสังคมที่พึงปฏิบัติ การหลีกเลี่ยงการใช้คำไม่สุภาพ ก้าวร้าว คุกคามผู้อื่นโดยไม่มีหลักฐาน

**ความสร้างสรรค์ในการใช้เฟซบุ๊ก** หมายถึง แนวทางที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กควรประพฤติหรือปฏิบัติ ในการสื่อสารข้อความและภาพผ่านเฟซบุ๊ก โดยการหลีกเลี่ยงการมั่วร้ายหรือให้ร้ายผู้อื่นบนเฟซบุ๊ก และคำนึงถึงการเปิดรับหรือส่งต่อข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ

ประเด็นจริยธรรมบนเฟซบุ๊ก	ความถูกต้อง	ความเป็นส่วนตัว	ความน่าเชื่อถือ	ความเคารพ	ความสร้างสรรค์
1. ข้อความและภาพที่โพสต์ควรมีความถูกต้อง และแม่นยำ					
2. บุคคลควรมีวิจารณญาณที่ดีเมื่อทำการโพสต์ข้อความ และภาพบนเฟซบุ๊ก					
3. ควรมีการเปิดเผยตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความและภาพ					
4. ควรโพสต์ข้อความและภาพที่ไม่หลอกลวงหรือทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิด					
5. ควรมีการเปิดรับฟังหรือเคารพความคิดเห็นผู้อื่นจากข้อความและภาพที่โพสต์					
6. ควรหลีกเลี่ยงการโพสต์ข้อความ และภาพที่ลามกอนาจาร					
7. ควรระมัดระวังในการนำข้อมูลจากผู้อื่นมาเผยแพร่ต่อ					
8. ควรหลีกเลี่ยงการใช้สื่อสังคมของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต					
9. ควรมีการเปิดเผยตนเองในขณะที่โพสต์ข้อความ					
10. ควรมีการตรวจสอบความถูกต้อง แม่นยำก่อนโพสต์ข้อความ และภาพบนเฟซบุ๊ก					

ข้อเสนอแนะ :

.....

.....

.....