

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ และการคล้อยตาม
กลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม
ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

พวงชมพู ประเสริฐ

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

THE CORRELATION OF FACEBOOK USE BEHAVIORS, KNOWLEDGE
OF THE LAW AND PUNISHMENT, AND SUBJECTIVE NORMS WITH
THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF DRAMA-ADDICT
FACEBOOK PAGE MEMBERS

PUANGCHOMPOO PRASERT

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
(MASS COMMUNICATION)

2018

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ
และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อ
สังคมของสมาชิกเฟซบุ๊ก เพจ Drama-addict

ชื่อผู้เขียน นางสาวพวงชมพู ประเสริฐ

สาขาวิชา สื่อสารมวลชน

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์สุภรณ์ ฐิติกุลเจริญ

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร. ศักดินา บุญเปี่ยม

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาามหาบัณฑิต

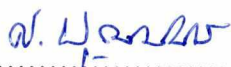

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิบพงษ์ ปราบใหญ่)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภิรมศักดิ์ เอ่งฉ้วน)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิพรรณ บิลมานโนชญ์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุภรณ์ ฐิติกุลเจริญ)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ศักดินา บุญเปี่ยม)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊ก เพจ Drama-addict

ชื่อผู้เขียน นางสาวพวงชมพู ประเสริฐ

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา สื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์สุภรธรรม ฐิติกุลเจริญ ประธานกรรมการ
2. อาจารย์ ดร. ศักดินา บุญเปี่ยม

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (2) พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (3) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict และ (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือ สโนว์บอลสติดิที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 30-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท (2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ใช้เฟซบุ๊กทุกวันต่อสัปดาห์ ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก ใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กติดตามข่าวสาร สนใจข่าวประเภทข่าวปัญหาสังคม (3) กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 และในภาพรวม ระดับผ่านเกณฑ์มากกว่าไม่ผ่านเกณฑ์ (4) กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยภาพรวม ในทางบวกระดับต่ำ เมื่อพิจารณารายกลุ่ม มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงพ่อแม่ มากที่สุด รองลงมา คนรัก เป็นทางบวกระดับต่ำ (5) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมา ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น

ผลการทดสอบสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

(1) สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้อง ของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกัน และด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ภาพรวม แตกต่างกัน (2) สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ภาพรวม แตกต่างกัน ส่วนสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ภาพรวม แตกต่างกัน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้

ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูล ข่าวสาร ภาพรวม แตกต่างกัน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้ เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสารที่สนใจต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการ- สร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม แตกต่างกัน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น แตกต่างกัน (3) สมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ด้าน พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ด้าน พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 ภาพรวมต่างกัน ทำให้มีความ- รับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน (4) การคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก พ่อแม่ ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น การคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก เจ้านาย พ่อแม่ และภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊ก เพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูก- ต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวม ทุกด้าน

ABSTRACT

Thesis Title	The Correlation of Facebook Use Behaviors, Knowledge of the Law and Punishment, and Subjective Norms with the Social Responsibility of Drama-addict Facebook Page Members	
Student's Name	Miss Puangchompoo Prasert	
Degree Sought	Master of Arts	
Field of Study	Mass Communication	
Academic Year	2018	
Advisory Committee		
	1. Assoc. Prof. Suparas Thitikulcharoen	Chairperson
	2. Dr. Sakdina Bunpiem	

In this thesis, the researcher compares (1) demographical characteristics and the social responsibility of Drama-addict Facebook page members; (2) Facebook accessing behaviors and the social responsibility of the members; (3) knowledge of the law and punishment and the social responsibility of the members; and (4) the relationships between subjective norms and the social responsibility of the members.

In this survey research inquiry, the researcher collected 400 members of the sample population by means of the snowball sampling method.

A questionnaire was used as a research instrument for collecting germane data from the members of the sample population.

Utilizing techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in terms of frequency distribution, percentage, mean (*M*) and standard deviation (*SD*). A *t* test technique, the one-way analysis of variance (ANOVA) technique, the least significant difference (LSD) multiple comparison method, and Pearson's product moment correlation coefficient (PPMCC) method were also employed by the researcher.

Findings are as follows:

1. The highest proportion of the members of the sample population were females between the ages of 30 and 39 years, and who were holders of a bachelor's degree. They were company employees with a monthly M income ranging from 10,001 to 20,000 baht.

2. The highest proportion of the subjects had Facebook use experience for a period greater than seven to nine years. They used Facebook every day of the week. They used mobile phones/smartphones as equipment for accessing Facebook. They utilized Facebook for following the news and they were interested in the category of news pertaining to social problems.

3. The members of the sample population exhibited knowledge of the law and punishment, the Computer-Related Crime Act, No. 2, B.E. 2560 (2017), the Copyright Act, Nos. 2-3, B.E. 2558 (2015) and overall. Their level of knowledge satisfied standards at the "pass" level.

4. The members of the sample population overall evinced a positive adherence to subjective norms at a low level. When considering each category, it was found that adherence to subjective norms was at the positive highest level when accessing Facebook with their parents. Next in descending order was when they positively accessed Facebook with their boyfriends/girlfriends at a low level.

5. The highest proportion of the members of the sample population displayed social responsibility at a high level. At the highest level, social responsibility took the form of the aspect of correctness of information. Next in descending order were the aspects of building good relationships with members of society and not violating the rights of others.

The results of hypothesis testing showing statistical significance at the level of .05 were as follows:

1. Members of the Facebook page in question who differed in the demographical characteristics of age exhibited concomitant differences in social responsibility in the aspects of correctness of information and building good relationships with members of society. Differences in occupation and *M* monthly income evinced parallel differences in social responsibility in the aspects of not violating the rights of others, correctness of information, building good relationships with members of society, and overall.

2. The members of the sample population who differed in Facebook accessing behaviors in the aspect of the time of accessing showed corresponding differences in social responsibility in the aspect of building

good relationships with members of society. Those who differed in Facebook accessing behaviors in the aspect of using equipment to access Facebook exhibited associated differences in social responsibility in the aspects of correctness of information, building good relationships with members of society, and overall. The members of the sample population who differed in Facebook accessing behaviors in the aspect of utilizing Facebook revealed concomitant differences in social responsibility in the aspects of not violating the rights of others, correctness of information, and overall. The members who differed in Facebook accessing behaviors in the aspects of categories of information of interest displayed parallel differences in social responsibility in the aspect of building good relationships with members of society. The members of the sample population who differed in Facebook accessing behaviors in the aspect of frequency in the use of the Drama-addict Facebook page showed associated differences in social responsibility in the aspect of not violating the rights of others.

3. The members of the sample population who differed in knowledge of the law and punishment in the aspects of the Computer Act, B.E. 2560 (2017), Copyrights Act, B.E. 2558 (2015), and overall revealed parallel differences in social responsibility in the aspect of correctness of information.

4. The application of subjective norms by the members of the sample population when with friends, boyfriends/girlfriends, and parents was found to be positively correlated with social responsibility in the aspect of not violating the rights of others. The application of subjective norms when with

friends, boyfriends/girlfriends, superiors, parents, and overall was determined to be positively correlated with social responsibility in the aspects of correctness of information, building good relationships with members of society, and overall.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากบุคคลสำคัญหลายท่านได้ให้ความกรุณาช่วยเหลือ สั่งสอน แนะนำให้คำปรึกษา ให้ข้อคิด กำลังใจและพลังใจ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์สุภรณ์ ฐิติกุลเจริญ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร. ศักดินา บุญเปี่ยม ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณา รับเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตั้งแต่แรกเริ่ม ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำวิจัย ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาตลอดระยะเวลาการศึกษา จนสามารถทำให้งานวิจัย สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิมศักดิ์ เอ็งน้วน ประธานกรรมการ-สอบวิทยานิพนธ์ ดร. ศศิพรรณ บิลมานิช กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

กราบขอบพระคุณบิดา นายเคชา ประเสริฐ และมารดานางเพ็ญศรี สวัสดิ์ ที่ส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการศึกษามาตั้งแต่ในวัยเยาว์ บิดาได้มีส่วนสำคัญในการ-ผลักดันตลอดเวลาด้วยคำถามสั้น ๆ แต่กระตุ้นผู้วิจัยอย่างมากว่า “วิทยานิพนธ์ถึงไหน แล้ว” ทำให้เกิดพลังที่จะดำเนินการให้สำเร็จ ถึงวันนี้ที่วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วง เชื่อว่า บิดาจะรับรู้และร่วมภาคภูมิใจอย่างแน่นอน ขอขอบคุณญาติ พี่น้อง เพื่อนสนิท มิตรสหายทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือทุกสิ่งทุกอย่างด้วยดีเสมอมา และขอบคุณผู้ให้เฟซบุ๊กที่กรุณาตอบแบบสอบถามแม้จะไม่ได้เป็นคนที่ยังจำกันมาก่อน

คุณประโยชน์จากงานวิจัย ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่กล่าวมาข้างต้น

พวงชมพู ประเสริฐ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(7)
กิตติกรรมประกาศ.....	(12)
สารบัญตาราง	(15)
สารบัญภาพประกอบ.....	(21)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
สมมติฐานของการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก	15
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม.....	28
ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	37
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	40
ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด	43
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์.....	49

บทที่	หน้า
ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ.....	56
แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	60
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	67
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	76
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	76
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	77
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	78
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	78
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	79
การวิเคราะห์ข้อมูล	79
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	82
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	84
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	84
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา.....	85
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน... ..	103
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	144
สรุปผลการวิจัย.....	144
การอภิปรายผล	160
ข้อเสนอแนะ.....	171
ภาคผนวก.....	178
บรรณานุกรม.....	188
ประวัติผู้เขียน	192

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 บทบาทของบุคคลที่มีหน้าที่ดูแลจัดการเพจ	21
2 เปรียบเทียบสื่อประเภทต่าง ๆ ของ Roger	48
3 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	85
4 ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	86
5 ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	86
6 ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	87
7 ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
8 ค่าความถี่ และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟชบุ๊ก.....	89
9 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามความถี่ในการใช้เฟชบุ๊กต่อสัปดาห์	90
10 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามความถี่ในการใช้เฟชบุ๊กต่อวัน	90
11 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง.....	91
12 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามอุปกรณ์ในการใช้เฟชบุ๊ก	92

13	ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก.....	93
14	ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามประเภทข่าวสารที่สนใจ	94
15	ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict.....	95
16	ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จำแนกตามกระบวนการสื่อสาร	96
17	ค่าความถี่และร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ในภาพรวม	97
18	ค่าความถี่และร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ จำแนกตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560	98
19	ค่าความถี่และร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ จำแนกตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558.....	99
20	ค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย และบทลงโทษ จำแนกตามระดับความรู้.....	100
21	คะแนนต่ำสุดและสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สนับสนุนให้รับผิดชอบต่อสังคม.....	101
22	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict	102
23	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามเพศ.....	103
24	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม จำแนกตามอายุ.....	104

ตาราง	หน้า
25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อายุของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	105
26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อายุของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคน ในสังคม.....	106
27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อายุของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยภาพรวม.....	107
28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา	108
29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอาชีพ	109
30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	110
31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	111
32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคน ในสังคม.....	112
33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม	113
34 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	114
35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ บุคคลอื่น	115

36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของ ข้อมูลข่าวสาร	116
37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์ อันดีของคนในสังคม	117
38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม	118
39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านระยะเวลาการใช้ต่างกัน.....	120
40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระยะเวลาการใช้ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์ อันดีของคนในสังคม	121
41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระยะเวลาการใช้ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม.....	122
42 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์.....	123
43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน	124
44 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง.....	125
45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก	126

46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	127
47 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม.....	128
48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม	129
49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก	130
50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการ ไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	131
51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้อง ของข้อมูลข่าวสาร	132
52 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม	133
53 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านประเภทข่าวสาร	134
54 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประเภทข่าวสารของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์ อันดีของคนในสังคม	135
55 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict	136

56 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	137
57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบ ต่อสังคม ด้านกระบวนการสื่อสาร	138
58 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามความรู้ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560.....	139
59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามความรู้ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558	140
60 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามความรู้ ในภาพรวม	141
61 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิก เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม รายกลุ่ม	142
62 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม ..	143

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ		หน้า
	1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
	2 พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ	41
	3 แนวทางการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม	43
	4 แบบจำลองทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ	58
	5 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในทฤษฎีพฤติกรรม ตามแบบแผน.....	61

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งต่อการติดต่อสื่อสารของคน โดยสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อหรือช่องทางในการติดต่อในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จัดเป็นสื่อรูปแบบใหม่ (new media) ที่บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกสู่สาธารณะได้ด้วยตนเอง โดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์พกพา เป็นต้น และสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมในการเข้าใช้งานเป็นจำนวนมากทั้งเฟซบุ๊ก (facebook) อินสตาแกรม (instagram) ไลน์ (line) และทวิตเตอร์ (twitter) ซึ่งเฟซบุ๊กนับเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559 ของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2559) พบว่า คนไทยมีการใช้เฟซบุ๊ก 94.8% ไลน์ 94.6% อินสตาแกรม 57.6% และทวิตเตอร์ 35.5% และในปี พ.ศ. 2560 การใช้เฟซบุ๊กและไลน์เพิ่มขึ้น โดยเฟซบุ๊กเพิ่มเป็น 96.6% ไลน์ 95.8% ขณะที่อินสตาแกรมและทวิตเตอร์ลดลง โดยมีการใช้ 56% และ 27.6% ตามลำดับ

สอดคล้องกับข้อมูลของ บริษัท โซซเซี่ยล จำกัด ซึ่งให้บริการเครื่องมือจัดการข้อมูลออนไลน์ครบวงจรที่แรกในเมืองไทย ที่เปิดเผยภายในงาน Zocial Awards 2016 ระบุว่า ตัวเลขผู้ใช้เฟซบุ๊ก ในประเทศไทยอยู่ที่ 41 ล้านยูสเซอร์ ติดอันดับ 8 ของโลก คิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ 17% มีจำนวนเฟซบุ๊กเพจ 700,000 เพจ ไลน์ มีจำนวนผู้ใช้ 33 ล้าน อินสตาแกรมมีจำนวนผู้ใช้ 7.8 ล้านยูสเซอร์อัตราการเติบโต 74% และทวิตเตอร์มีจำนวนผู้ใช้ 5.3 ล้านยูสเซอร์ อัตราการเติบโต 18%

ทั้งนี้ พฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก 41 ล้านยูสเซอร์ในประเทศไทย มีผู้ชาย วัย 18-34 ปี ใช้มากที่สุด นิยมโพสต์เฟซบุ๊กมากที่สุดในช่วงเวลา 10.00-12.00 น. รองลงมาเป็นช่วงบ่าย และกลับมาสูงอีกครั้งช่วงเวลา 20.00-21.00 น. ช่วงเวลาที่คนกดไลค์ แสดงความคิดเห็นหรือแชร์โพสต์มากที่สุด คือ 16.00-20.00 น. มากที่สุดคือวันพุธ ช่วง 9.00-16.00 น. และวันเสาร์เป็นวันที่น้อยที่สุด ส่วนทวีตเตอร์มีการทวีตมากที่สุดช่วง 20.00-22.00 น. สำหรับอินสตาแกรมคนนิยมโพสต์มากที่สุด คือ 20.00-21.00 น. ซึ่งจากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยให้ความสนใจในการใช้งานมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก มีประวัติการพัฒนาโดย Zuckerberg (อ้างถึงใน ปวีณา มีป้อม และ ภารัญชนรัตน์ ภู่วิจิตร, 2555, หน้า 3-4) นักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่งมีแนวคิดการทำเฟซบุ๊กมาจากหนังสือรุ่นเมื่อสมัยมัธยมปลายที่ใช้ส่งต่อ ๆ กันเพื่อนแนะนำตัวให้รู้จักเพื่อนในชั้นเรียน จากแนวคิดนี้เป็นจุดเริ่มต้นให้เขาคัดแปลงหนังสือรุ่นที่มีเพียงรูปภาพพร้อมรายละเอียดเพียงเล็กน้อยเข้าไปสู่โลกออนไลน์และทำให้ดูน่าสนใจมากกว่าการอ่านหรือดูเพียงอย่างเดียว

ช่วงแรกเป็นการทดลองใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อน ๆ ในมหาวิทยาลัยเดียวกัน จนขยายไปสู่มหาวิทยาลัยอื่น ๆ และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วจากเครือข่ายเล็ก ๆ ที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มก็ขยายวงกว้างให้ผู้ที่อยากเล่นเข้ามาใช้เฟซบุ๊กได้อย่างไม่จำกัดและกลายเป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในเวลาอันรวดเร็ว จน Yahoo ได้ขอซื้อลิขสิทธิ์ แต่มาร์คปฏิเสธและได้ตั้งทีมงานเพื่อพัฒนาเวอร์ชันใหม่ ๆ ขึ้นจนประสบความสำเร็จ ทำให้มาร์คสามารถสร้างรายได้จากเฟซบุ๊กจนติดอันดับเศรษฐีอายุน้อยอีกคนของโลก รวมถึงได้มีการนำมาทำเป็นภาพยนตร์ และเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 Mark Zuckerberg ได้รับคัดเลือกจากนิตยสาร Time ให้เป็นบุคคลแห่งปี ค.ศ. 2010 ถือเป็นบุคคลที่อายุน้อยที่สุดที่ได้ขึ้นปกนิตยสารไทม์

การใช้งานเฟซบุ๊ก มี 3 รูปแบบ คือ เฟซบุ๊ก โปรไฟล์ (facebook profile) เฟซบุ๊ก เพจ (facebook page) และเฟซบุ๊ก กรุป (facebook group) โดยเฟซบุ๊ก โปรไฟล์เป็นรูปแบบพื้นฐานที่ทุกคนคุ้นเคยเป็นอย่างดี เพราะเมื่อ Login เข้าเฟซบุ๊กก็จะพบกับหน้าแรกที่มีรายละเอียดมากมาย ซึ่งคือหน้าโปรไฟล์หรือหน้าบัญชีของแต่ละบุคคล

สามารถกำหนดค่าการมองเห็นจากผู้อื่น หรือกำหนดความเป็นส่วนตัวเฉพาะบุคคล รวมถึงการเผยแพร่สู่สาธารณะ การจะเข้าหน้าเฟซบุ๊ก โปรไฟล์จำเป็นต้องส่งคำขอเป็นเพื่อน โดยเฟซบุ๊ก โปรไฟล์สามารถรับเพื่อนได้จำกัดสูงสุดเพียง 5,000 คนเท่านั้น

เฟซบุ๊ก เเพจ นับเป็นส่วนสำคัญของเฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสามารถเลือกติดตามเพจที่มีการสร้างขึ้นตามความสนใจของตนเอง เช่น เพจคนรักแมว จึงเป็นชุมชนย่อยของคนรักแมวที่ได้ช่องทางติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องที่สนใจระหว่างกัน รวมถึงยังสามารถใช้เป็นช่องทางการให้ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารการตลาด หรือการขายสินค้าแต่ละชนิด การประชาสัมพันธ์หรือแม้กระทั่งการสะท้อนปัญหาสังคมต่าง ๆ ได้ด้วย โดยที่เพจไม่มีการจำกัดสมาชิกต่างจากเฟซบุ๊กที่ให้ผู้ใช้ในแต่ละบัญชีที่ลงทะเบียนกรับเพื่อนได้เพียง 5,000 คนเท่านั้น ทำให้เฟซบุ๊กเพจสื่อสารกับสมาชิก ได้ในวงกว้างอย่างไม่จำกัด

ทั้งนี้ Drama-addict เป็นเฟซบุ๊กเพจที่มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กกดไลค์หรือกดติดตามจำนวน 1,964,081 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2561) และได้รับรางวัลเพจแห่งปี จากหนังสือพิมพ์ประชาไท เมื่อปี ค.ศ. 2012 โดยผู้ใช้ชื่อว่าจำพิชิต จักรพาลชน หรือ นพ. วิทวัส ศิริประชัย ซึ่งเป็นแอดมินของเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ในหนังสือพิมพ์ประชาไทยออนไลน์ว่า คนเป็นยาม มีคนที่ติดตามบอกว่า อ่านดรามามาแล้วคลายเครียด ได้สาระ แค่นี้ก็พอใจแล้ว ซึ่งคิดว่าคนที่มาติดตามน่าจะต้องการอัพเดทข่าวสาร อ่านดรามามาหรือแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ จำพิชิตยังเคยให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ ASTV ผู้จัดการว่า จะเอาเนื้อหาบางส่วนจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงมาอธิบายเรียบเรียง แล้วอาจจะมีการขยายความเสริม หรือพูดให้สังคมทำความเข้าใจ โดยเอาประเด็นต่าง ๆ มาลงว่าเป็นเพราะอะไร เกิดจากสาเหตุอะไร ทำไมถึงเกิดประเด็นนั้นขึ้น ซึ่งการที่จะให้ได้บทสรุปถึงขั้นยุติความขัดแย้งในประเด็นต่าง ๆ ต้องทำให้เกิดดรามาก่อน คือ ทำให้ระเบิดเถิดเทิงไปเลย เพื่อให้แต่ละฝ่ายจัดข้อมูลหรือจัดความเป็นส่วนตัวออกมา แต่มีข้อแม้ว่าต้องมีสติและไม่มีการใช้ความรุนแรง

ทว่า การใช้เฟซบุ๊กที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่ง สามารถสื่อสารได้ง่ายและรวดเร็วในวงกว้าง การควบคุมจึงลำบาก ไม่มีมาตรฐานจริยธรรมกำกับ

จึงปรากฏการใช้งานทั้งการโพสต์ แชร์ข้อความ รูปภาพหรือคลิปวิดีโอที่ขาดการกลั่นกรอง ขาดการตรวจสอบข้อเท็จจริง จนมีการโพสต์หรือส่งข้อเรื่องราวที่ไม่เป็นความจริง ใ้ร้าย หลอกลวง รุนแรง ยุยง ส่งผลให้เกิดความเสียหายและอันตรายต่อบุคคลอื่นและสร้างความเดือดร้อนให้กับสังคม อย่างเช่น กรณีที่โพสต์ไม่คิด! โผล่อีกสาวโพสต์เหยียดภาพตำรวจราจรหน้าคำถาม “พันธุ์อะไร” (เดลินิวส์ออนไลน์, 2559) หรือกรณีลูกค้าสาวโพสต์แฉพบฝูงแมลงสาบโผล่ในร้านชาบูดัง (เรื่องเล่าเช้านี้, 2559) หรือกรณีสังคมออนไลน์มีการแชร์ภาพของของชายคนหนึ่งซึ่งนั่งกินที่ 2 เบาะ ไม่แบ่งที่นั่งให้กับผู้อื่นในรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยระบุข้อความบรรยายภาพว่า .. พี่คะ พี่ตัวโต กันใหญ่ แต่ใจเล็กมาก ๆ ๆ น้ำใจหาไม่ได้ในสังคมไทยแล้ว คนยืนกันเต็ม BTS พี่นั่งคนเดียว 2 ที่เลย ขนาดบอกแล้วนะว่า ขยับที่ให้หน่อย พี่ตอบกลับมาว่า ขยับไม่ได้แล้ววางของอยู่เฉยเลยละ ยืนดูเค้า นั่งคุยโทรศัพท์กับเพื่อนต่อไป . . . สวรรค์” (เว็บไซต์ Sanook, 2557) ต่อมาปรากฏว่าบุคคลดังกล่าวเป็นออทิสติก เป็นต้น

ถึงแม้ว่า ในภาวะที่เกิดวิกฤติจะพบว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊กในลักษณะที่เป็นกระดุนเตือนสังคมด้วยเช่นกัน อาทิ ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ระเบิดบริเวณแยกราชประสงค์เมื่อช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งระยะแรกมีการโพสต์แชร์ภาพผู้บาดเจ็บที่มีเลือดท่วมตัวหรือร่างกายแหลกและ รวมถึง ชิ้นส่วนอวัยวะจากแรงระเบิด กลับปรากฏผู้ใช้เฟซบุ๊กออกมาโพสต์และแชร์ข้อความในลักษณะที่กระดุนเตือนสังคม ห้ามปรามไม่ให้กระทำการที่ไม่เหมาะสมด้วย แต่ก็ยังปรากฏการใช้เฟซบุ๊กในลักษณะที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นและสังคม

จากลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กที่มีทั้งลักษณะของการสร้างผลกระทบต่อสังคมและบุคคลอื่นที่เป็นลักษณะการใช้งานที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ขณะเดียวกันก็มีการใช้ในลักษณะที่เป็นการกระดุนเตือนสังคมเช่นกันซึ่งเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการใช้เฟซบุ๊กในลักษณะเช่นนี้ อาจเกิดขึ้นจากการไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หากผู้ใช้งานมีความรู้ในข้อกฎหมายและบทลงโทษก็อาจจะมีการใช้เฟซบุ๊กอย่างมีความรับผิดชอบ และการหยุดยั้งการใช้งานที่ไม่เหมาะสม ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เนื่องจากเกรงกลัวที่จะได้รับโทษตามกฎหมาย อาจเกิดจากการล้อตามกลุ่มอ้างอิงหรือคนที่ เป็นต้นแบบ โดยเมื่อบุคคลหรือกลุ่ม

บุคคลกระตุกตื่นการ โพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ไม่เหมาะสมขาดความรับผิดชอบ ต่อสังคมในการใช้เฟซบุ๊ก ก็อาจจะทำให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้เฟซบุ๊กให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้นได้

การที่บุคคลใดจะใช้เฟซบุ๊กอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือไม่นั้น อาจเป็น ผลจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เนื่องจากตามแนวคิด ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เห็นว่าความแตกต่างของคุณสมบัติทางประชากรมีผลต่อ พฤติกรรมที่ต่างกันออกไป ดังนั้น คุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันน่าจะทำให้ผู้ใช้ เฟซบุ๊กมีพฤติกรรมในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกันด้วย

นอกจากนี้ การใช้เฟซบุ๊กอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบุคคล อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่ต่างกันด้วย อย่างเช่น หากใช้เฟซบุ๊กในช่วงเวลา ที่เป็นช่วงเวลาของการเดินทางซึ่งมีความเร่งรีบ อาจทำให้การตรวจสอบความถูกต้อง ข้อมูลก่อนที่จะมีโพสต์หรือส่งต่อออกไปขาดความละเอียดรอบคอบ จนบางครั้ง กลายเป็นการส่งต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือข้อมูลที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งถือเป็น ลักษณะหนึ่งของการใช้เฟซบุ๊กโดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคม หรือหากใช้เฟซบุ๊ก ในสถานที่ทำงาน ก็อาจจะทำให้ผู้ใช้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหรือการ ตระหนักคิด มีสติ คิดอย่างรอบคอบก่อนที่จะโพสต์หรือส่งต่อข้อมูลใด ๆ เนื่องจาก บางครั้งอาจมีเพื่อนร่วมงานจับจ้องการใช้เฟซบุ๊กของบุคคลนั้นอยู่ หากมีการใช้เฟซบุ๊ก โดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ก็อาจจะหวั่นเกรงต่อกรรุดำเนินหรือติติงจาก เพื่อนร่วมงานได้เช่นกัน

อีกทั้ง อาจเป็นเพราะความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 กำหนด ความผิดและโทษของบุคคลที่มีการกระทำความผิดด้วยการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ด้วยข้อมูล ข้อความหรือสิ่งอื่นใดที่ปลอม และเกิดความเสียหายต่อผู้อื่น เป็นเหตุให้เกิด ความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน และลักษณะอันลามก รวมถึง ผู้ที่เผยแพร่หรือส่งต่อสิ่งที่มีอยู่แล้วว่าเป็นการกระทำที่ผิด และ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 ใช้เพื่อควบคุมการกระทำผิดที่เกี่ยวข้องกับ ลิขสิทธิ์ โดยเฉพาะการลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่บ่งชี้ถึงผู้สร้างสรรค์ นักแสดง

การแสดง เจ้าของลิขสิทธิ์ รวมถึง ผู้ที่รู้ว่าจะงานหรือสำเนาที่มีลิขสิทธิ์ถูกลบหรือเปลี่ยนแปลงแล้วนำไปจำหน่ายหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งหากบุคคลมีความรู้ในกฎหมายเหล่านี้ ก็อาจมีความรอบคอบ คิดไตร่ตรองมากขึ้น จนมีการระงับยับยั้งการใช้เฟชบุ๊กในทางที่ไม่ดีหรือขาดความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากเกรงว่า จะมีความผิดต้องโทษตามกฎหมาย เพราะการเข้าใช้เฟชบุ๊กจะต้องอาศัยการใช้จากคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟน ผ่านการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต และมีการส่งต่อข้อมูลระหว่างกัน จึงอาจเข้าข่ายการกระทำความผิดตาม พ.ร.บ. ทั้ง 2 ฉบับนี้ได้ ดังที่งานวิจัยของลัดดาวรรณ สุวรรณเวก เรื่องพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปี พ.ศ. 2555 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษทางกฎหมาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต

รวมถึง กลุ่มอ้างอิงซึ่งหมายถึงกลุ่มที่ผู้ใช้เฟชบุ๊กมีความเชื่อถือจนส่งผลต่อการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใด โดยแนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มองว่า ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง นำมาสู่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และส่งผลต่อพฤติกรรม ซึ่งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่าบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสำคัญกับตนต้องการหรือไม่ต้องการให้ตนกระทำพฤติกรรม ดังนั้น หากผู้ใช้เฟชบุ๊กรับรู้ว่าครอบครัว เพื่อนหรือผู้ใช้เฟชบุ๊กคนอื่นที่นับเป็นกลุ่มอ้างอิง ต้องการหรือไม่ต้องการให้ผู้ใช้เฟชบุ๊กส่งต่อข้อมูลใดหรือยับยั้งการกระทำใดที่เป็นการไม่รับผิดชอบต่อสังคม ก็อาจส่งผลให้ผู้ใช้เฟชบุ๊กเกิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและไม่ใช้เฟชบุ๊กโดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการใช้เฟชบุ๊กของคนไทยว่ามีสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับการใช้อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้เป็นผู้ที่เป็นสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict เนื่องจาก เฟชบุ๊กเพจ Drama-addict เคยได้รับรางวัลเพจแห่งปี รวมถึง มีสมาชิกเพจกว่า 1.9 ล้านคน ซึ่งการมีจำนวนประชากรมากเช่นนี้ ทำให้มีลักษณะทางประชากรศาสตร์หลากหลาย เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ อีกทั้ง เฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ยังมีการเคลื่อนไหวทั้งการโพสต์ แสดงความคิดเห็นและการส่งต่อข้อมูลอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกวัน

และบุคคลที่เป็นแอดมินเพจยังมีอาชีพเป็นแพทย์ ซึ่งถือเป็นวิชาชีพที่สังคมให้ความ-
เชื่อถือในเรื่องของคุณธรรมจริยธรรมในระดับที่สูง ดังนั้น ในการนำเสนอข้อมูล
ผ่านเฟซบุ๊กเพจนี้ จึงน่าจะมีลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความรับผิดชอบ
ต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กกับความรับผิดชอบต่อ
สังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษกับ
ความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความรับผิดชอบ
ต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

สมมติฐานของการวิจัย

1. สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน
ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน
2. สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้
ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน
3. สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ
ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน
4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์
กับความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ประกอบด้วย ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ ระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อใช้เฟซบุ๊ก ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก และประเภทข่าวสารที่สนใจติดตามในเฟซบุ๊ก ที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 และ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม
4. ศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict โดยมีตัวแบบ ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน และผู้ใช้เฟซบุ๊กอื่น ที่มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาผู้ใช้เฟซบุ๊กและกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict อายุระหว่าง 20-60 ปี เพราะเป็นช่วงอายุที่บรรลุนิติภาวะแล้วและให้ความสนใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือ สโนว์บอล (snowball) เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถเข้าไปดูได้ว่าประชากร ซึ่งเป็นผู้ใช้ เฟซบุ๊กที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นใครบ้าง แต่สามารถรู้ได้ว่าเพื่อน ในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยใครบ้างที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จึงเริ่มการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างจากเพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีจำนวน 189 คน ด้วยการหยิบฉลากรายชื่อจาก 189 คนมา 40 คน แล้วให้เพื่อนผู้วิจัยแนะนำ เพื่อนของเพื่อนที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ของทั้ง 40 คน อีกคนละ 10 รายชื่อ รวมทั้งสิ้นเป็น 400 รายชื่อ (คน) ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาของการวิจัยเป็นเวลา 8 เดือน ตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2561

ช่วงที่ 1 การศึกษารายละเอียดต่าง ๆ และการออกแบบสอบถาม ใช้เวลาตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2561

ช่วงที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เวลา 2 เดือน คือ เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2561 ช่วงที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลใช้เวลา 1 เดือน คือ เดือนมกราคม พ.ศ. 2562

ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้

1 ตัวแปรอิสระ คือ

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ และ (5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ได้แก่

1.2.1 ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก

1 2.2 ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์

1 2.3 ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน

- 1.2.4 ระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง
- 1.2.5 อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อใช้เฟซบุ๊ก
- 1.2.6 ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก
- 1.2.7 ประเภทข่าวสารที่สนใจ
- 1.2.8 ความถี่ในการเข้าไปสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
- 1.2.9 กระบวนการสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
- 1.3 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ได้แก่
 - 1.3.1 พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558
 - 1.3.2 พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560
- 1.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ได้แก่
 - 1.4.1 เพื่อน
 - 1.4.2 คนรัก
 - 1.4.3 เจ้านาย
 - 1.4.4 พ่อแม่

2. ตัวแปรตาม คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ประกอบด้วย

- 2.1 การไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น
- 2.2 ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร
- 2.3 สร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2. สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict หมายถึง ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่กดถูกใจเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จนถึงวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2561

3. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกที่เกิดขึ้น ทั้งในฐานะผู้ส่งและผู้รับเมื่อเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ในงานวิจัยนี้พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน ระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ประเภทข่าวสารที่สนใจติดตาม ความถี่ในการเข้าไปสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict และวิธีการสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

4. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ หมายถึง ทราบและจดจำได้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ โดยการนึกได้เมื่อมีการมองเห็นหรือได้ยิน งานวิจัยนี้แบ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษจากกฎหมาย 2 ฉบับ คือ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 มาตรา 3, 14, 15 และ 16 และ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 มาตรา 7, 9 และ มาตรา 11

4.1 พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 มาตรา 3, 14, 15 และ 16 ระบุว่า การนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ด้วยข้อมูลที่บิดเบือน ปลอม ข้อความเท็จ ข้อมูลลามกเป็นความผิด รวมถึง การเผยแพร่หรือส่งต่อข้อมูลดังกล่าว และการเป็นผู้ให้บริการระบบคอมพิวเตอร์เพื่อกระทำความผิดถือว่ามีความผิดด้วย นอกจากนี้ การนำเข้าภาพของผู้อื่นที่มีการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติมหรือดัดแปลง ทำให้เสียชื่อเสียง ได้รับความอับอายมีความผิด

4.2 พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 มาตรา 7, 9 และมาตรา 11 ระบุว่า การเผยแพร่ต่อสาธารณะซึ่งงานหรือสำเนาอันมีลิขสิทธิ์ที่ถูกลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลเกี่ยวกับผู้สร้างหรือเจ้าของผลงานมีความผิด และการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงโดยจงใจหรือเจตนาให้งานนั้นสามารถเข้าถึงโดยสาธารณชนได้อย่างแพร่หลายมีความผิด

5 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่าบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสำคัญกับตนต้องการหรือไม่ต้องการให้ตนกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งในงานวิจัยนี้บุคคลอื่น ๆ คือ เพื่อน คนรัก เจ้านายและพ่อแม่ ส่วนพฤติกรรมที่กระทำ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคม

6. ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่บุคคลตระหนักถึงผลที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมจากการกระทำของตน โดยไม่ต้องอาศัยคำสั่งบังคับของผู้อื่นและละเว้น

การกระทำในทางที่จะไม่ให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม ในงานวิจัยนี้การกระทำ คือ การใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งประกอบด้วย การไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

6.1 การไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น หมายถึง การไม่ใช่สิทธิเกินขอบเขตไปละเมิดสิทธิของผู้อื่น ทำให้ผู้อื่นเกิดความเสียหายและได้รับผลจากการกระทำนั้น

6.2 ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่มีการตรวจสอบแล้วว่าเป็นความจริง มีแหล่งอ้างอิงที่มาอย่างชัดเจน

6.3 การสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม หมายถึง การนำเสนอข้อมูลที่คนในสังคมมีความสามัคคี อยู่ร่วมกันด้วยความสงบสุข มีความรัก ความเข้าใจอันดีระหว่างกันและเอื้ออาทรต่อกัน

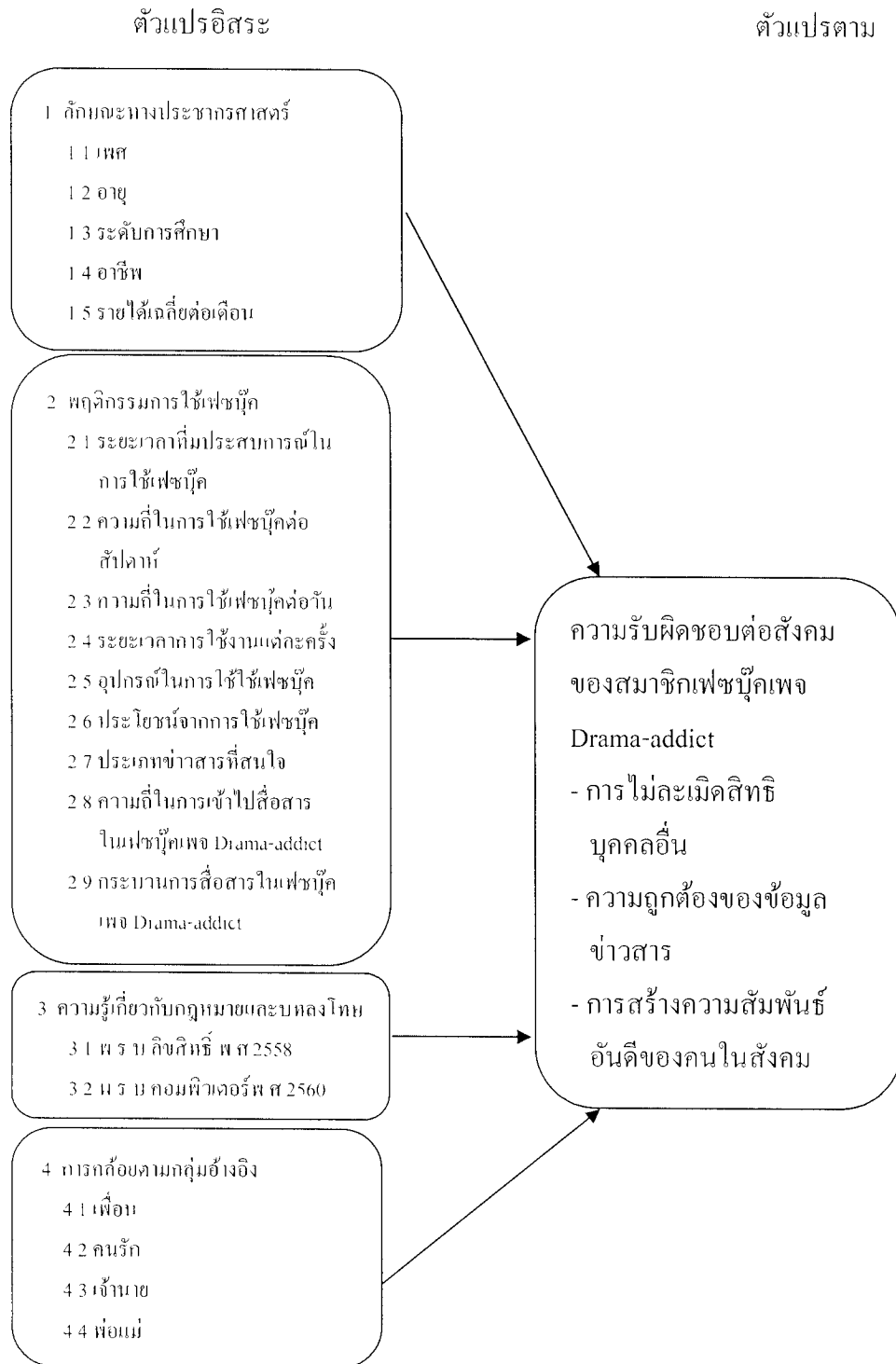
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
2. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
- 3 ได้ทราบถึงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
4. ได้ทราบถึงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
- 5 ได้ทราบถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
6. ได้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม
7. ได้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม
8. ได้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม
9. ผลการวิจัยสามารถทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กตระหนักถึงการใช้เฟซบุ๊กโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

10. ผลการวิจัยสามารถกระตุ้นให้หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเร่งหาแนวทางป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้เฟซบุ๊กโดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคม และส่งเสริมการใช้เฟซบุ๊กอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมยิ่งขึ้น

11. ผลการวิจัยสามารถให้ความรู้และเป็นข้อมูลให้หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางส่งเสริมให้เกิดการใช้เฟซบุ๊กและสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊ก เพจ Drama-addict” ผู้ศึกษาเลือกใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก
2. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
6. ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด
7. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์
8. ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ
9. แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก

ประวัติในการก่อตั้งเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก (facebook) มีประวัติการพัฒนาโดย Zuckerberg (อ้างถึงใน ปวีณา มีป้อม และภรณ์รัตน์ ภู่วิจิตร, 2555, หน้า 3-4) นักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่งมีแนวคิดการทำเฟซบุ๊กมาจากหนังสือรุ่นเมื่อสมัยมัธยมปลาย ที่ใช้ส่งต่อ ๆ กันเพื่อนแนะนำตัวให้รู้จักเพื่อนในชั้นเรียน จากแนวคิดนี้เป็นจุดเริ่มต้น ให้เขาได้ดัดแปลงหนังสือรุ่นที่มีเพียง

รูปภาพพร้อมรายละเอียดเพียงเล็กน้อย เข้าไปสู่โลกออนไลน์และทำให้ดูน่าสนใจมากกว่าการอ่านหรือดูเพียงอย่างเดียว

ช่วงแรกเป็นการทดลองใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อน ๆ ในมหาวิทยาลัยเดียวกัน จนขยายไปสู่มหาวิทยาลัยอื่น ๆ และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วจากเครือข่ายเล็ก ๆ ที่ใช้กันเฉพาะกลุ่มก็ขยายวงกว้างให้ผู้ที่อยากเล่นเข้ามาใช้เฟซบุ๊กได้อย่างไม่จำกัดและกลายเป็นเว็บสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในเวลาอันรวดเร็ว จน Yahoo ได้ซื้อลิขสิทธิ์ แต่ Zuckerberg ปฏิเสธและได้ตั้งทีมงานเพื่อพัฒนาเวอร์ชันใหม่ ๆ เรื่อย ๆ จนประสบความสำเร็จ ทำให้ Zuckerberg สามารถสร้างรายได้จากเฟซบุ๊กจนติดอันดับเศรษฐีอายุน้อยอีกคนของโลก รวมถึงได้มีการนำมาทำเป็นภาพยนตร์ และเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 Zuckerberg ได้รับคัดเลือกจากนิตยสาร Time ให้เป็นบุคคลแห่งปี ค.ศ. 2010 ถือเป็นบุคคลที่อายุน้อยที่สุดที่ได้ขึ้นปกนิตยสารไทม์

รูปแบบการใช้เฟซบุ๊ก

ชาดิชาย วิเชรรัตน์ (2553) ระบุว่า รูปแบบการใช้เฟซบุ๊ก แบ่งออกเป็นส่วนต่าง ๆ 3 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนของบุคคล (profile) หน้าโปรไฟล์ (profile) เป็นหน้าหลักที่จะบ่งบอกความเป็นตัวตนของแต่ละคน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ที่เพื่อน ๆ และคนในเครือข่ายของผู้ใช้สามารถเข้าไปดูได้ โดย มีส่วนสำคัญ ดังนี้

Inbox คือ ที่ใช้เก็บข้อความและข้อความทั้งหมดจะปรากฏเฉพาะแก่ผู้ส่งและผู้รับเท่านั้น ทุกข้อความในเฟซบุ๊กเป็นส่วนตัวระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ

Friends คือ หน้าเพื่อน เป็นแหล่งในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อนจากหน้านี้ผู้ใช้สามารถค้นหาเพื่อนทั้งหมดในรายการเพื่อนของตัวเอง ใช้เป็นหน้าช่วยปรับปรุงรายละเอียดของเพื่อนได้ให้ง่ายต่อการจดจำ เช่น แบ่งกลุ่มเพื่อนในรูปแบบของแต่ละคนได้เองและรวดเร็วในการค้นหาและพาไปยังโปรไฟล์เพื่อนแต่ละคนได้ง่าย

Networks Facebook ประกอบไปด้วยเครือข่ายมากมายโดยรอบตามที่ทำงานหรือโรงเรียน เริ่มเป็นสมาชิกของเครือข่ายก่อนได้รับอนุญาตให้ดูโปรไฟล์ในเครือข่ายและ

เข้ากลุ่มในเครือข่ายที่ได้เข้าร่วม โดยถ้าเราเข้าร่วมอยู่ในเครือข่ายแล้ว เรา ก็คือ คนใน Network นั้น

Facebook Chat ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารในเวลาจริง โดยไม่ต้องติดตั้งเพิ่มเติม และไม่ต้องสร้างรายชื่อเพื่อนแยกออกมาต่างหาก

Facebook Ads มีระบบการโฆษณาสำหรับธุรกิจเพื่อสร้างความพร้อมในการเผยแพร่ข้อมูล การกล่าวถึงหรือพูดถึง และกำหนดเป้าหมายการโฆษณาให้ผู้ชมตามที่พวกเขาต้องการ

Facebook Pages ช่วยให้ธุรกิจท้องถิ่น สินค้า นักดนตรี และทุกองค์กรสามารถสร้างหน้าเว็บเพจกับเฟซบุ๊ก ได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งหน้าตาจะมีลักษณะไม่ต่างจากหน้าโปรไฟล์ แต่จะใช้คำว่า Become a fan แทนคำว่า Ads as a friend เหมือนหน้าโปรไฟล์ปกติ ซึ่งเจ้าของเว็บเพจสามารถโต้ตอบกับแฟนคลับได้ ในทางเดียวกันแฟนคลับสามารถโต้ตอบกับโปรไฟล์เจ้าของเพจของเขาได้เช่นกัน ซึ่งเป็นช่องทางที่ดีและสะดวกรวดเร็วในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไปยังเพื่อนหรือแฟนคลับได้

สร้างหน้าเว็บเพจกับ Facebook

ส่วนของแอปพลิเคชัน (applications) โปรแกรมส่วนของรูปภาพ (photos) โปรแกรมวิดีโอ (video) เฟซบุ๊กก็จัดว่าเป็นแอปพลิเคชันชนิดหนึ่งเหมือนกัน รวมไปถึงโปรแกรมกลุ่ม (group) โปรแกรมเหตุการณ์ (event) การโพสต์ข้อมูล (post item) โปรแกรมกิจกรรม (event) โปรแกรมตลาดสินค้า (marketplace) โปรแกรมของขวัญ (gift) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

Photos โปรแกรมรูปภาพเฟซบุ๊ก ช่วยให้ผู้ใช้อัปโหลดภาพได้ไม่จำกัดและสร้างอัลบั้มภาพของตัวเองได้ โดยอัลบั้มภาพของแต่ละคนมีมากถึง 200 ภาพ ขณะที่การเพิ่มอัลบั้มผู้ใช้สามารถหมุนภาพถ่าย เพิ่มคำอธิบายและแท็กคนในภาพถ่ายได้ เพื่อน ๆ ก็สามารถดูภาพถ่ายและแสดงความคิดเห็นได้เช่นเดียวกัน โดยสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบุคคลเฉพาะสำหรับแต่ละอัลบั้ม ทำให้มองเห็นเฉพาะเครือข่ายและเพื่อนบางคนเท่านั้น

Notes โปรแกรมโน้ต ช่วยให้ผู้ใช้ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ในชีวิตของเขาผ่านการเขียน ผู้ใช้ยังสามารถแท็กเพื่อน ๆ ในบันทึกเช่นกับภาพถ่ายจากหน้า Notes ผู้ใช้ยัง

สามารถดูบันทึกของเพื่อน ๆ ของเขาได้ทั้งหมด ทั้งที่มีคนเขียนเกี่ยวกับพวกเขา และเพื่อน ๆ ผู้ใช้ยังสามารถนำเข้าสู่บล็อกจากภายนอก ถ้าหากเขาต้องการจะเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก

Groups โปรแกรมกลุ่ม ผู้ใช้สามารถเห็นเพื่อนของพวกเขาได้ เข้าร่วมไปยังกลุ่มของตนเองและสร้างกลุ่มใหม่ และผู้ใช้สามารถค้นหาและเรียกดูสำหรับรายชื่อกลุ่มที่เข้าร่วมจากหน้านี้ได้เช่นกัน

Events โปรแกรมกิจกรรม เป็นแหล่งข้อมูลที่ดีเพื่อให้เพื่อนทราบเกี่ยวกับสิ่งที่น่าสนใจในชุมชนและการจัดระเบียบสังคมออนไลน์ที่เข้าร่วมกันจากการรวมตัว หน้า Event มีข้อมูลสำคัญทั้งหมดเกี่ยวกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก จากกิจกรรมหน้าผู้ใช้สามารถสร้างงานใหม่ ตรวจสอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องสำหรับพวกเขาและเพื่อนพวกเขาและดูกิจกรรมที่ผ่านมาได้

Post Items โปรแกรมการโพสต์รายการในโปรไฟล์เป็นวิธีที่สะดวกในการแบ่งปันสิ่งใดบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เฟซบุ๊กผู้ใช้สามารถโพสต์เว็บไซต์ บล็อกวิดีโอและเพลง ผู้ใช้ยังสามารถโพสต์เนื้อหาในเฟซบุ๊ก เช่น โปรไฟล์ ภาพถ่าย สมุดบันทึก กลุ่ม และกิจกรรม

Video โปรแกรมวิดีโอของเฟซบุ๊ก ช่วยให้ผู้ใช้สามารถอัปโหลดไฟล์วิดีโอลงในโปรไฟล์ของตัวเองและส่งข้อความวิดีโอไปยังเพื่อน ๆ ผู้ใช้สามารถดูวิดีโอของเพื่อนหรือวิดีโอที่สร้างโดยเพื่อนของพวกเขา

Marketplace โปรแกรมตลาดสินค้าเป็นเหมือนตลาดเฟซบุ๊กของตัวเองในการบริการขายสินค้า ที่พัสดุให้เช่า งานบริการ เป็นต้น ผู้ใช้สามารถใช้การตลาดเพื่อค้นหาสิ่งที่พวกเขาต้องการซื้อหรือใช้บริการแสดงรายการพวกเขาในตลาดเพื่อให้ซื้อหรือให้เช่า เป็นต้น

Gifts โปรแกรมของขวัญ เป็นไอคอนที่สามารถซื้อได้ในราคา 1 ดอลลาร์และส่งไปยังเพื่อนในเฟซบุ๊ก ไอคอนจะถูกออกแบบโดย Susan Kare ผู้ซึ่งออกแบบชุดไอคอน สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์แมคอินทอชในปี ค.ศ. 1983

ส่วนของฟีด (features) ส่วนของฟีดที่ให้ผู้ใช้งานสะดวกในการใช้งานทั้งภาพในเว็บไซต์และภายนอกเว็บไซต์ของเฟซบุ๊ก ทั้งส่วนการแสดงผล (news feed) การใช้งานผ่านมือถือ การแชร์ข้อมูล (share)

News Feed เป็นรายการที่ปรับปรุงตลอดเวลาตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เพื่อนของผู้ใช้บนเฟซบุ๊กทำการปรับปรุง และเป็นส่วนหลักของหน้าแรก เช่น เมื่อผู้ใช้อัปโหลดอัลบั้มภาพใหม่เพื่อนของผู้ใช้เหล่านี้อาจได้รับเรื่องเกี่ยวกับเรื่องนี้ในข่าวฟีดของพวกเขาตามไปด้วย และล่าสุดในหน้าแรก (home) เราจะได้เห็นฟีดใหม่ News Feed คือการแสดงผล View News Feed ว่ามีอะไรเพิ่มเติมใหม่จากเดิมที่เรายังไม่เคยเปิดดูอีกด้วย

Share ปุ่มแชร์แสดงอยู่บนหน้าเฟซบุ๊ก หรือในเว็บไซต์พันธมิตร หากผู้ใช้คลิกที่ปุ่มแชร์จากเนื้อหาที่พวกเขาเลือกก็จะมีตัวเลือกในการส่งเนื้อหาว่าจะส่งไปยังกล่องข้อความหรือส่งไปยังโปรไฟล์ของพวกเขา ถ้าพวกเขาส่งเนื้อหาในรูปแบบจดหมายที่มีผู้รับก็จะเห็นในกล่องจดหมายของพวกเขาและสามารถตอบกลับมาก็ได้ นี่ก็คือ ผู้ใช้สามารถส่งข้อความพร้อมแนบสื่อที่เป็นเนื้อหาบางส่วนในเว็บไซต์ ถ้าพวกเขาส่งไปที่โปรไฟล์ของพวกเขา ก็จะแสดงในช่องรายการของโพสต์

Wall หรือ Stream เป็นเวทีสำหรับเพื่อนของผู้ใช้โพสต์ความคิดเห็นหรือข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพวกเขา ผู้ใช้สามารถลบความคิดเห็นที่พวกเขาไม่ชอบจากผนังของตัวเองได้ และสามารถจำกัดบุคคลที่พวกเขาจะมองเห็นในผนังหรือปิดเองโดยไปที่ส่วนข้อมูลของหน้า Privacy

Mobile มีตัวเลือกสำหรับการใช้งานเฟซบุ๊กบนมือถืออยู่ 3 รูปแบบ คือ Mobile Web เป็นรุ่นอื่นของเฟซบุ๊กออกแบบมาเป็นพิเศษสำหรับโทรศัพท์มือถือ รวมทั้งทุกอย่างเกี่ยวกับจากเว็บไซต์ปกติและมันพอดีกับหน้าจอขนาดเล็ก Mobile Upload ช่วยให้ผู้ใช้อัปโหลดภาพถ่ายและบันทึกจากโทรศัพท์มือถือของพวกเขาตรงไปยังเฟซบุ๊กและ Mobile Text

Public Search Listing เป็นการแสดงรายการผลลัพธ์เมื่อมีการค้นหาชื่อและรูปภาพโปรไฟล์ของสมาชิกในเฟซบุ๊กที่มีการตั้งค่าส่วนตัวอนุญาตให้ทุกคนค้นหาได้ เมื่อคนที่ไม่ได้เข้าสู่ระบบมาใช้งานค้นหาข้อมูลก็จะเห็นเฉพาะรายการค้นหาสาธารณะ

ที่ตั้งค่าไว้ ข้อมูลสาธารณะในการค้นหาจะแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลน้อยกว่าผลลัพธ์ของการค้นหาแบบการเข้าสู่ระบบ

เฟซบุ๊ก เพจ

เฟซบุ๊ก เพจ คือ เว็บไซต์ฟรีในเฟซบุ๊กที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถสร้างขึ้นมาเพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการทั้งความสนใจส่วนตัวและส่วนรวม รวมถึงการใช้ในเชิงพาณิชย์ด้วย ไม่ว่าจะใช้เป็นร้านค้าออนไลน์ เว็บไซต์ส่วนตัวหรือใช้เป็นเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของบริษัท/องค์กร ในฐานะผู้ใช้เฟซบุ๊ก เราสามารถสร้างเพจขึ้นมาที่เพจก็ได้ คุณสมบัติของเพจจะเหมือนเว็บไซต์ทั่วไปคือ สามารถเผยแพร่ต่อสาธารณะและผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปสามารถดูเพจได้เหมือนกับที่ดูเว็บไซต์ทั่ว ๆ ไป แต่จะไม่สามารถใช้ได้ถ้าไม่ได้ล็อกอินของเฟซบุ๊ก

ลักษณะของเฟซบุ๊ก เพจ หรือแฟน เพจ (fan page) จะแตกต่างจากเฟซบุ๊ก โปรไฟล์ที่ใช้ทั่วไป โดยเฟซบุ๊ก เพจ จะมีลักษณะคล้าย ๆ Group แต่เป็นหน้าเว็บเพจคล้าย ๆ กับเฟซบุ๊ก โปรไฟล์ ส่วนใหญ่ เฟซบุ๊ก เพจจะถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน บริษัทหรือสินค้าต่าง ๆ ซึ่งผู้ใช้ที่จะเข้าติดตาม เฟซบุ๊ก เพจใด ๆ ก็จะเข้าเป็น Fan (become a fan) กับเพจนั้น ๆ และผู้สร้างเพจนั้น ๆ สามารถจะแจ้งข่าวสารหรือนำ application ต่าง ๆ มาใช้กับเพจ และผู้ใช้ทั่วไปที่เป็น Fan กับ Page นั้น ๆ สามารถจะแจ้งข่าวหรือนำ Application ต่าง ๆ มาใช้กับเพจและผู้ใช้ทั่วไปที่เป็น Fan กับ Page นั้น ๆ ก็สามารถมีส่วนร่วมได้เช่นกัน และในส่วนของ Fan นี้ อาจนำมาใช้วัดความนิยมของแบรนด์สินค้าหรือวัดชื่อเสียงหน่วยงานได้อีกด้วย (man@dmin, 2557)

หลักการเบื้องต้นของ Facebook Page

เมื่อมีการสร้างเฟซบุ๊กเพจขึ้นมา และมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเข้ามาเจอหน้านั้นและกด “ถูกใจ” ก็จะเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กเพจนี้โดยอัตโนมัติครับ เมื่อมีการอัปเดตใด ๆ บนหน้านั้น ผู้ใช้งานคนนั้นก็จะเห็นสถานะบนหน้า Wall

วิธีการเข้าถึง คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถกดไลค์ที่หน้าเพจ เมื่อกดไลค์เพจใด ๆ ก็จะสามารถติดตามความเคลื่อนไหวจากเพจนั้นได้ทันที เราก็จะเป็นแฟนของเพจนั้น ๆ

ซึ่งเพจสามารถมีจำนวนแฟนเพจได้ไม่จำกัดและทุกกิจกรรมของเพจจะส่งถึงแฟนเพจจำนวนหนึ่งทันที นอกจากนี้เมื่อผู้ใช้งานที่เป็นผู้สร้างหน้าเพจจะถือว่าเป็นผู้ดูแลเพจหน้านั้นโดยอัตโนมัติ ซึ่งหมายความว่าเฉพาะคุณเท่านั้นที่สามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะและโพสต์แทนหน้านั้นได้ จากนั้นจึงจะสามารถมอบหมายบทบาทให้ผู้อื่นเพื่อช่วยจัดการเพจได้ ซึ่งแต่ละคนจะเข้าสู่ระบบบัญชีผู้ใช้ส่วนตัวของตัวเองและจัดการเพจจากที่นั้น โดยที่ไม่จำเป็นต้องแชร์รหัสผ่านใด ๆ เพื่อให้ผู้คนหลายคนจัดการเพจของเรา ซึ่งบทบาทของบุคคลที่มีหน้าที่ดูแลจัดการเพจจะมี 5 ประเภท เฉพาะผู้ดูแลเท่านั้นที่สามารถเปลี่ยนบทบาทของบุคคลหนึ่ง ๆ ได้ ดังตารางซึ่งอธิบายบทบาททั้ง 5 ในเพจ (แนวนอน) และสิ่งที่สามารถทำได้ (แนวตั้ง)

ตาราง 1

บทบาทของบุคคลที่มีหน้าที่ดูแลจัดการเพจ

	ผู้ดูแล	ผู้แก้ไข	ผู้ควบคุม	ผู้โฆษณา	ผู้วิเคราะห์
จัดการบทบาทและ					
การตั้งค่าของเพจ	✓				
แก้ไขเพจและเพิ่มแอป	✓	✓			
สร้างและลบโพสต์					
ที่เพจสร้าง	✓	✓			
ส่งข้อความในนามของเพจ	✓	✓	✓		
ตอบกลับและลบความ-					
คิดเห็นและโพสต์ในเพจ	✓	✓	✓		
ลบและบล็อกบุคคล					
ออกจากเพจ	✓	✓	✓		
สร้างโฆษณา	✓	✓	✓	✓	
ดูข้อมูลเชิงลึก	✓	✓	✓	✓	✓
ดูผู้ที่โพสต์ในนามของเพจ	✓	✓	✓	✓	✓

จุดเด่นที่น่าสนใจเป็นพิเศษคือ เมื่อแฟนเพจทำกิจกรรมบนเพจ เช่น โพสต์ กดไลค์ กดแชร์ แสดงความคิดเห็น ฯลฯ กิจกรรมของแฟนเพจจะส่งถึงเพื่อนของแฟนเพจด้วยทันที ว่าได้ทำอะไร ที่ไหน ทำให้เพจต่าง ๆ ผ่านสายตาเพื่อนของผู้ใช้เฟซบุ๊กได้อย่างมากมาย ทำให้ผู้ใช้อื่น ๆ สามารถกดไลค์เพจหรือคลิกลิงก์เพื่อไปยังเพจได้ทันที ทำให้เห็นว่า ข่าวสารในปัจจุบันมีการกระจายได้อย่างรวดเร็วโดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการรวมกลุ่มเพื่อกระจายข่าวสารในลักษณะของเพจที่นับว่าเป็นการบอกต่อที่ทรงพลังอย่างมากเพราะผู้ใช้งานเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ต่างก็มีเพื่อนหลายร้อยหลายพันคน ทำให้เกิดการรวมตัวกันของคนที่มีความสนใจในบางสิ่งร่วมกันอย่างมากมายและยังมีความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมอื่น ๆ อีกด้วย

ข้อดีและข้อด้อยของเฟซบุ๊ก เพจ

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสิ่งที่ทำให้เกิดการบอกต่อได้ในวงกว้างและรวดเร็วมักจะเป็นการบอกต่อผ่านสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่างเฟซบุ๊ก ดังที่กล่าวไปในตอนต้น ซึ่งเรื่องราวต่าง ๆ ที่น่าสนใจก็จะมีการกด Like กด Share ส่งต่อกันไปเรื่อย ๆ ในวงคนที่รู้จักและหากคนที่รู้จักสนใจกด Like หรือ กด Share ต่อไป ข่าวสารก็จะเริ่มกระจายวงกว้างออกไปเรื่อย ๆ การที่ข่าวสาร มีการกระจายออกไปอย่างมากมายและรวดเร็วก็ก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสีย ดังนี้

ข้อดี เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสังคมออนไลน์ยอดนิยมที่สุด มีผู้ใช้งานมากที่สุด ทำให้มีโอกาสในการส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งทางด้านการประชาสัมพันธ์โครงการแนะนำสินค้าหรือบริการให้ผู้คนจำนวนมากได้รับรู้ได้อย่างรวดเร็วและถือว่าเป็นอีกทางเลือกในการทำให้กลุ่มลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับเว็บไซต์หลักของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และอื่น ๆ ลงบนโปรไฟล์ ได้อีกด้วย นอกจากนี้แล้วผู้ติดตามเพจไม่มีการจำกัดจำนวน ทำให้สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้มากมาย

นอกจากนี้ การทำเพจขึ้นมานั้นเกิดจากวัตถุประสงค์ที่จะสร้างการติดตามของผู้ที่สนใจในสิ่งเดียวกันหรือบุคคลคนเดียวกัน รูปแบบจึงเน้นไปที่การติดตามข่าวสารที่

จะมาจากผู้สร้างเพจ ในส่วนนี้ถ้าหากมีผู้สนใจในสิ่งเดียวกันมากขึ้น เราสามารถเพิ่มเติมข้อมูลเข้าไปได้เรื่อย ๆ ถ้าเพจจริงก็จะมีผู้ติดตามและค่อย ๆ ซึมซับข้อมูลเข้าไป โดยที่ไม่รู้สึกว่าคุณขัดเยียดเหมือนโฆษณาทางทีวีที่ต้องสื่อสารข้อมูลออกไปแบบอัดรวมเดียวให้จบในเวลาไม่กี่วินาทีที่ทำให้เราเบื่อกันนั่นเอง และเมื่อมีผู้คนสนใจ หรือกด Like ข้อมูลก็จะปรากฏให้เพื่อนของเพื่อนได้เห็นไปด้วยจึงสามารถได้การติดตามเพิ่มเติมจากเพื่อนที่สนใจในเรื่องเดียวกันซึ่งจะช่วยสร้างพื้นที่ในการนำเสนอหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้กว้างขวางมากขึ้นและทำให้ตามทันข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีโอกาสดูพบเจอเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจได้ทุกวัน

ข้อดีของเพจ ผู้ใช้งานทั้งผู้ดูแลเพจ แฟนเพจ จะต้องมีความระมัดระวังในการใช้งานมากขึ้น เนื่องจากเพจจะเปิดการโพสต์ทุกอย่างเป็นสาธารณะ ทำให้ต้องมีความระมัดระวังและรอบคอบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเพจ ทั้งการโพสต์ การแชร์ ซึ่งบางคนอาจจะไม่เห็นด้วยกับโพสต์แล้วนำโพสต์หรือข้อมูลในเพจไปใช้ในทางที่เสียหายได้ นอกจากนี้แฟนเพจเองก็ควรมีความรอบคอบในการรับข่าวสารจากเพจต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

ข้อดี-ข้อเสียของเฟซบุ๊ก

เพ็ญพิมล คงมนต์ ระบุเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของ Facebook ไว้ในจดหมายข่าว ประชากรและการพัฒนาสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดลว่า

ข้อดี

1. เป็นการสร้างเครือข่ายและจุดประกายด้านการศึกษาได้อย่างกว้างขวาง หากใช้ได้อย่างถูกวิธี
2. ทำให้ไม่ตกข่าว ทราบความคืบหน้า เหตุการณ์ของบุคคลต่าง ๆ และผู้ที่ใกล้ชิด
3. ผู้ใช้สามารถสร้างเครือข่ายทางสังคมหรือผู้ที่มีเป้าหมายเหมือนกันและทำงานให้สำเร็จลุล่วง
4. สามารถสร้างมิตรแท้ หรือเพื่อนที่รู้ใจที่แท้จริงได้
5. เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมต่อผู้ที่มีปัญหาในการปรับตัวทางสังคม สร้างเครือข่ายที่ดี สร้างความเห็นอกเห็นใจ และให้กำลังใจที่ดีแก่ผู้อื่นได้

ข้อเสีย

1. เป็นการขยายเครือข่ายทางสังคมในโลกอินเทอร์เน็ต การมีเพื่อนเพิ่มเครือข่ายที่ไม่รู้จักดีพอ จะทำให้เกิดการลักลอบขโมยข้อมูล หรือการแฝงตัวของขบวนการหลอกลวงต่าง ๆ ได้

2. เพื่อน ๆ ในเครือข่ายสามารถเขียนข้อความต่าง ๆ ลง Facebook ได้แต่หากเป็นข้อความที่เป็นความลับ การใส่ร้ายกัน จะทำให้ผู้อ่านที่ไม่มีวุฒิภาวะหลงเชื่อ เกิดความขัดแย้ง และปัญหาตามมาในภายหลังได้

3. เป็นช่องทางในการสร้างสังคมแห่งการนินทา หรือการยุ่งเรื่องส่วนตัวของผู้อื่นโดยใช้เหตุ โดยเฉพาะสังคมที่ชอบสอดรู้สอดเห็น

4. การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทั้งหมดให้กับบุคคลภายนอกที่ไม่รู้จักดีพอ เช่น การลงรูปภาพของครอบครัวหรือลูก เกิดการปลอมตัว หรือการหลอกลวงอื่น ๆ ที่คาดไม่ถึงได้

5. เด็ก ๆ ที่ใช้เวลาในการเล่น Facebook มากเกินไป จะทำให้เสียการเรียน

6. ในการสร้างความผูกพันและการปรับตัวทางสังคมเป็นการพบปะกันในโลกของความจริงมากกว่าในโลกอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้อยู่ในโลกของไซเบอร์มากเกินไป อาจทำให้มีปัญหาทางจิต หรือขาดการปรับตัวทางสังคมที่ดี

7. เป็นแรงขับให้มีการพบปะทางสังคมในโลกแห่งความเป็นจริงที่น้อยลงได้ เนื่องจากทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่อยู่ในเครือข่ายอย่างตลอดเวลา

8. นโยบายของบางโรงเรียน บางมหาวิทยาลัย บางครอบครัวหรือในบางประเทศ มีกฎหมายมากมายที่เกิดจาก Facebook ทำให้ไม่ได้รับการอนุญาตให้มีในหลายพื้นที่

เฟชบุ๊กเพจ Drama-addict

ประวัติเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict เฟชบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นการต่อยอดมาจากเว็บไซต์ drama-addict.com ซึ่งมีจำพิชิต ขจิตพาลชน เป็นเจ้าของเว็บไซต์และแอดมินเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict โดยจำพิชิตฯ เปิดเผยไว้ใน ASTV ผู้จัดการ Live เมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2557 ว่า ที่มาที่ไปของเว็บ drama-addict.com เริ่มจากการทำงานก่อน ช่วงนั้นผมเป็นหมอประจำอยู่ที่โรงพยาบาลแห่งหนึ่ง ช่วงนั้นต้องอยู่เวรคน

เดียวหลายเดือนโดย ไม่มีหมอกคนอื่นมาช่วย หลังจากนั้นเลยมีเรื่องดรามากับผู้บังคับบัญชา พอมีประเด็นปั๊บ ผมเลยไปตั้งกระทู้ร้องเรียนบอกว่าขาดหมอกอยู่คนเดียวมา 6 เดือน กลายเป็นเรื่องดรามารุ่งขึ้น มา หลังจากนั้นเขาก็ได้ส่งคนมาช่วยเยอะ ทำให้ผมพอมีเวลา ก็เลยเอาเวลาว่างมาทำเว็บไซต์นี้ ซึ่งเว็บไซต์ดรามาแอดดิคจะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่อง “ตลกรະวิบัติ” ส่วนหนึ่งเป็นจากกรณีที่ผมถกเถียงผู้บังคับบัญชา แล้วเขาใช้คำว่า “วิบัติ” ผมจึงจำฝังใจแล้วก็เอาแรงบันดาลใจตรงนั้นมาทำเว็บไซต์

ตอนแรกคอนเซ็ปต์เว็บดราม่าฯ คือ เอากระทู้ที่น่าสนใจจากเว็บพันทิปมาวางปะไว้เฉย ๆ เพราะตอนนั้นพันทิปจะมีกระทู้ที่แฉประเด็นต่าง ๆ น่าสนใจ ผมว่ามันสนุกเหมือนนิยายเลยอยากให้คนมาอ่าน แต่พอทำไปทำมาแล้วรู้สึกว่บางเรื่องมันซับซ้อนจนต้องเขียนอธิบายว่ามันเป็นมาอย่างไร พอเขียนไปสักพัก คนเริ่มชอบ เลยพัฒนารูปแบบมาเป็นแบบปัจจุบัน คือ เราจะเอาเนื้อหาบางส่วนจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงมาอธิบายเรียบเรียงแล้วอาจจะมีการขยายความเสริม

ตอนแรกเราอยากนำเสนอประเด็นกระทู้ที่น่าสนใจที่แบบมัน ๆ อย่างเดียว พอทำไปสักพักก็รู้สึกว่มันมีประเด็นหลายอย่างที่เราสามารถนำเสนอ หรือสามารถพูดให้สังคมทำความเข้าใจได้ เช่น ประเด็นเกี่ยวกับเรื่องยา เพราะพวก forward mail มักนำเสนอเรื่องสุขภาพผิดเพี้ยน เมื่อเว็บเป็นกระแส สามารถนำเสนอประเด็นปัญหาต่าง ๆ หรือสร้างความเข้าใจให้แก่สังคมได้

นอกจากนี้ จำพิชิตฯ ยังเคยให้สัมภาษณ์ใน www.prachatai.com เมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2556 ลักษณะการถามตอบกับผู้สื่อข่าวส่วนหนึ่งว่า

Q: ในฐานะที่เป็นแอดมินภูมิใจใหม่ที่มีคน สนใจเพกคุณ คิดว่ที่ท่ทำไปเกิดผลอะไรกับสังคมบ้าง เอาแรงบันดาลใจมาจากไหน ก่อนและหลังทำ มีอะไรเปลี่ยนไปในชีวิตบ้าง

A: ก็มีคนหลังไม่กล้าเป็นระยะ บอกว่อ่านดราม่าแล้วคลายเครียด ได้สาระได้เท่านี้ผมก็ดีใจมากแล้ว

Q: แอดมินเพกเป็นทีมหรือว่ทำคนเดียว และแอดมินแต่ละคนเป็นใคร

A: ผมเป็นยามครับ หลัก ๆ ทำคนเดียว มีคนมาช่วยบ้างประปราย

Q: คิดว่าคนมา Like หรือติดตามเพจคุณเพราะอะไร รวมทั้งคนกดโหวตเพจคุณเพราะอะไร

A: น่าจะมาอัปเดตข่าวสารและอ่านหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับดราม่าเรื่องใหม่ๆ

Q: อยากจะบอกอะไรกับคนเหล่านั้น (ที่กดไลค์และโหวต) บ้าง

A: อย่าเชื่อเรื่องที่จำพูดทุกคำ อ่านดราม่าแล้วคิดด้วยวิจารณญาณของตัวเองนะ โทๆกันแล้ว

Q: ถ้าจะให้นิยามเพจคุณ เราควรเรียกหรือทำความเข้าใจว่าเพจคุณคืออะไร

A: เพจดราม่าไงครับ

ณ วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 มีผู้ใช้เฟซบุ๊กกดถูกใจ (like) เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เพื่อติดตาม แสดงความคิดเห็นและส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เผยแพร่ จำนวน 1,964,081 คน

ประเภทข้อมูลข่าวสารที่มีการนำเสนอในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จากการทดลองเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพจนี้ด้วยการกดถูกใจเป็นสมาชิกและติดตามความเคลื่อนไหวในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน เบื้องต้นพบว่า มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแยกตามน้ำหนักรของเรื่องที่เกิดขึ้นเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531, หน้า 23)

1 ข่าวหนัก (hard news) ได้แก่ ข่าวที่ให้น้ำหนักต่อความสำคัญของเรื่องมากกว่าอย่างอื่น ข่าวที่มีน้ำหนักรของเรื่อง ได้แก่ ข่าวที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวปัญหาสังคม ฯลฯ ข่าวเหล่านี้มักต้องใช้ความรู้ความเข้าใจในการอ่านพอสมควร

2. ข่าวเบา (soft news) ได้แก่ ข่าวที่มีองค์ประกอบด้านความน่าสนใจมากกว่าองค์ประกอบอย่างอื่น ข่าวเหล่านี้มักจะสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน มากกว่าที่จะมีสาระสำคัญ จนมีผลกระทบต่อสังคม ตัวอย่างเช่น ข่าวการประกวดนางงาม ข่าวนันทิง ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวสังคมทั่วไป ฯลฯ

ประชัน วลิกโก (2538, หน้า 37-38) ระบุว่า ข่าวหนัก (hard news) คือ ข่าวที่ต้องใช้ความคิด ความรู้ และความสนใจมากพอสมควร เป็นข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจและ

ประสบการณ์แก่มวลชน แต่มีผลให้รู้สึกพอใจแก่ผู้อ่านทางจิตใจอย่างมาก ข่าวประเภทนี้ ได้แก่ ข่าวประเภทนักสมอง เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจการบริหาร และ ข่าวเกี่ยวกับผู้นำประเทศต่าง ๆ ส่วนข่าวเบา (soft news) คือ ข่าวประเภทที่มีเนื้อหาสาระ ที่ก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้อ่านทันทีภายหลังการอ่าน เช่น ข่าวที่ตื่นเต้นหวาดเสียว ข่าวที่ให้ความสนุกสนาน ได้แก่ ข่าวบันเทิง ข่าวสังคมซุบซิบต่าง ๆ และข่าวอาชญากรรม

ลักษณะการสื่อสารในเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict จากการทดลองเข้าใช้งาน เฟชบุ๊กเพจนี้ด้วยการกดถูกใจเป็นสมาชิกและติดตามความเคลื่อนไหวในเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือน เมื่อค้นพบว่า การสื่อสารภายในเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ทั้งในส่วนของแอดมินและสมาชิกมีทั้งวิธีการสื่อสารทางบวกและการสื่อสารทางลบ

ในการสื่อสารแบ่งวิธีการสื่อสารเป็น 2 วิธี คือ การสื่อสารทางบวก และการสื่อสารทางลบ ทั้งนี้ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ระบุว่า

การสื่อสารเชิงบวก ประกอบด้วย

1. บอกความรู้สึกตนเอง เช่น ฉันคิดว่า... ฉันรู้สึก...
2. ถามและรับฟังความคิดเห็นของอีกฝ่าย
3. ชื่นชม ขอบคุณและให้เกียรติกัน
4. เนื้อหา ชัดเจน เฉพาะเจาะจง ตรงกับคนที่เราสื่อสาร
5. คำพูดและการกระทำควรสอดคล้องกัน
6. หลีกเลี่ยงการสื่อสารทางลบ

การสื่อสารทางลบ อาทิ

1. พูดไม่ตรงกับที่รู้สึก
2. พูดคลุมเครือ ไม่ชัดเจน
3. พูดสั่งสอน ดิเตือน
4. พูดประชดประชัน เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงนำความรู้เกี่ยวกับเฟชบุ๊กและเฟชบุ๊กเพจมาใช้ในการสะท้อนถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาที่นำมาสู่การศึกษาวิจัยครั้งนี้ และนำประเภทข่าวสารที่มีการ

นำเสนอ รวมถึง วิธีการสื่อสารทางบวกและทางลบมาเป็นส่วนหนึ่ง ในพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ซึ่งเป็นหนึ่งในตัวแปรอิสระของการศึกษาวิจัย เนื่องจากประเภทข้อมูลข่าวสารที่สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict สนใจและส่งต่อที่ต่างกันอาจมีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างกัน โดยแยกประเภทข่าวที่เฟชบุ๊กเพจ Drama-addict มีการนำเสนอเป็น 2 ประเภท คือข่าวหนักและข่าวเบา และวิธีการสื่อสารทางบวกและทางลบ มาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถามด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

นิยามความรับผิดชอบต่อสังคม

สมควร กวียะ และพิศิษฐ์ ชวาลาวัช (ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ สภาพหรือลักษณะนิสัยของการยอมรับหรือยอมตามในผลที่ดี หรือไม่ดีในเหตุการณ์หรือกิจการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้กระทำ กำลังกระทำหรือจะกระทำต่อสังคม ทั้งนี้ มิได้มีกฎระเบียบกำหนดไว้นั่นแน่นอนตายตัว แต่เกิดขึ้นและเป็นไปโดยความสำนึกทางจิตใจทางศีลธรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (responsibility to the society) มีความหมายเช่นเดียวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) ต่างกันเล็กน้อยตรงที่ความรับผิดชอบต่อสังคมเน้นที่ตัวสังคมซึ่งเป็นรูปธรรม ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมเน้นที่ความเป็นนามธรรม (สมควร กวียะ และพิศิษฐ์ ชวาลาวัช, ม.ป.ป., หน้า 164)

ผลที่ดีต่อสังคม คือ (1) การสร้างและรักษาระบบความสัมพันธ์ร่วมกัน (2) การก่อให้เกิดระบบ กระบวนการ และความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าและความร่วมมือประสานงานสร้างสรรค์ หรือ (3) การเสริมสร้างสนับสนุนในการจัดระเบียบสังคม ลดความขัดแย้งและดำรงรักษาความสัมพันธ์ในทางบวกไว้ ส่วนผลไม่ดีต่อสังคม คือ การทำให้เกิดระบบความสัมพันธ์ที่จะไปสู่ความเสียหายและความเสียหายของสมาชิกหรือการเปลี่ยนแปลงผันผวนไปสู่ความเสื่อมโทรมหรือการทำลายระเบียบสังคม หรือระบบองค์กรที่มีความสำคัญต่อการดำรงรักษาและพัฒนาสังคม

ศิริอร ชันธหัตถ์ (2536, หน้า 9) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่หรือภารกิจของตนเองด้วยความเพียร ละเอียดยรอบคอบ โดยไม่ต้องอาศัยคำสั่งบังคับของผู้อื่น และความรู้สึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม ละเว้นการกระทำใด ๆ ในทางที่จะไม่ให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม

มนตรี วงษ์รักษ์ (2557, หน้า 5) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การแสดงพฤติกรรมและมีมโนสำนึกในการปฏิบัติตน ทั้งที่เป็นระบบหรือไม่เป็นระบบ และการประพฤติปฏิบัตินั้นเป็นไปในเชิงบวกหรือเป็นผลดีทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ตลอดจนเกิดผลดีต่อจิตใจของตนเอง

เอกญา แววกักดี (2555, หน้า 45) อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่บุคคลมีความตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมด้วยการปฏิบัติตนให้มีวินัยในตนเอง โดยต้องกระทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความเพียรพยายามและยอมรับผลของการกระทำของตนและยึดมั่นต่อกฎเกณฑ์ของสังคม รักษาสิทธิและหน้าที่ของตนเอง โดยไม่ละเมิดสิทธิและหน้าที่ของผู้อื่น รวมถึงกระทำตนช่วยเหลือสังคมที่ตนอยู่และตนเองต้องไม่กระทำการสิ่งใด ๆ ที่จะทำให้เกิดความเสียหายต่อส่วนรวม

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่บุคคลตระหนักถึงผลที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมจากการกระทำของตน โดยไม่ต้องอาศัยคำสั่งบังคับของผู้อื่นและละเว้นการกระทำในทางที่จะไม่ให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน

ก่อนเกิดขึ้นของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน เป็นผลจากการที่สื่อมวลชนมีการปฏิบัติหน้าที่จนมีอิสระและเสรีภาพเกือบเต็มที่ โดยปราศจากการควบคุม แต่เสรีภาพเป็นประหนึ่งดาบสองคม เพราะนอกจากจะช่วยเปิดสังคมให้เป็นตลาดเสรีของข่าวสารและความคิดเห็นตามทฤษฎีปรัชญาเสรีภาพนิยมแล้ว ยังก่อให้เกิดสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ 3 ประการ คือ การใช้เสรีภาพในทางที่ผิด (abuse of freedom) การรวมกระจุกของสื่อมวลชน (media concentration) และความไม่รับผิดชอบต่อสังคม (social irresponsibility) (สมควร กวียะ และพิศิษฐ์ ชาวลาวัช, ม.ป.ป., หน้า 202) ส่งผลให้

หนังสือพิมพ์ในประเทศสหรัฐอเมริกาปฏิบัติหน้าที่โดยปราศจากจิตสำนึกเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมจนเกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์

ในปี ค.ศ. 1647 คณะกรรมการเสรีภาพของสื่อมวลชน (commission on freedom of the press) ได้จัดทำรายงาน ชื่อ “สื่อมวลชนที่มีเสรีภาพและความรับผิดชอบ (a free and responsible press)” ที่ระบุชัดเจนว่า แม้ว่าเสรีภาพของสื่อเป็นสิ่งที่จะต้องได้รับการยืนยัน หากว่าก็ต้องมีการเพิ่มเติมหลักการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย หลักการนี้ได้ระบุมาตรฐานของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ สรุปได้ดังนี้ (สมควร กวียะ และพิศิษฐ์ ขวาลวัช, ม.ป.ป., หน้า 206)

1. สื่อมวลชนจะต้องรายงานเหตุการณ์ประจำวันเฉพาะในส่วนที่มีความหมายด้วยความจริง ความครบถ้วนและด้วยความฉลาดหลักแหลม
2. สื่อมวลชนจะต้องเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ
3. สื่อมวลชนจะต้องฉายให้เห็นภาพที่แท้จริงของกลุ่มต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของสังคม
4. สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อเสนอและให้ความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมายและค่านิยมของสังคม
5. สื่อมวลชนจะต้องเปิดโอกาสอย่างเต็มที่ให้มีการรับรู้ข่าวสารประจำวันอย่างทันต่อเหตุการณ์

McQuail (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 102) ระบุลักษณะสำคัญของทฤษฎีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ดังนี้ คือ

1. สื่อมวลชนต้องมีพันธกิจอันพึงปฏิบัติต่อสังคม เจ้าของสื่อควรจะเป็นมหาชน
2. ข่าวสารของสื่อจะต้องเป็นเรื่องจริง ถูกต้อง ยุติธรรม ตรงไปตรงมาและสอดคล้องต้องกัน
3. สื่อต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะอันหลากหลาย
4. สื่อควรจะต้องมีเสรีภาพภายใต้การควบคุมตัวเอง
5. สื่อจะต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานของวิชาชีพ
6. ในบางสถานการณ์สังคมอาจจำเป็นต้องเข้าแทรกแซงการทำงานของสื่อเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม

หลักการสำคัญของทฤษฎีสื่อมวลชนซึ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปได้ดังนี้ (สุรัตน์ ศรีสกุล, 2550, หน้า 303-304)

1. สื่อมวลชนต้องยอมรับและปฏิบัติตามพันธกิจที่มีต่อสังคม ได้แก่ การรายงานเหตุการณ์ในสังคมด้วยความจริง ความถูกต้อง ความยุติธรรมอย่างตรงไปตรงมา การทำหน้าที่เป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายและการวิพากษ์วิจารณ์ สนับสนุนส่งเสริมกระบวนการประชาธิปไตย ส่งเสริมสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรี พัทธภัยรักษาสีทธิของประชาชนโดยการตรวจสอบการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐ และการให้ความ-
บันเทิงที่มีคุณภาพแก่ประชาชนด้วยมาตรฐานวิชาชีพของสื่อมวลชน

2. สื่อมวลชนต้องยอมรับพันธะในการควบคุมตนเองด้วยจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพของตน ภายใต้กรอบของกฎหมายและยอมรับปฏิกิริยาและความคิดเห็นของมวลชนผู้รับสาร

3. สื่อมวลชนต้องหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และผลประโยชน์ของสังคม

4. สื่อมวลชนต้องหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวที่นำไปสู่การประกอบอาชญากรรมรุนแรง ความไม่สงบเรียบร้อยของสังคม และกระทบกระเทือนชนกลุ่มน้อย

5. สื่อมวลชนต้องมีลักษณะพหุนิยม สะท้อนความหลากหลายของสังคมและความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และให้สิทธิในการใช้สื่อมวลชนเพื่อโต้ตอบข้อกล่าวหา

6. สื่อมวลชนควรดำเนินการโดยมหาชน ไม่ใช่เอกชนรายใดรายหนึ่ง

7. สาธารณชนและสังคมมีสิทธิในการคาดหวังมาตรฐานในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีสิทธิเข้าแทรกแซงการดำเนินงานของสื่อมวลชนเพื่อสร้างมาตรฐานและเพื่อผลประโยชน์ของสังคม

โดยสรุป หลักของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม จะมีดังนี้ (สุภรณ์ ฐิติกุลเจริญ, 2554, หน้า 266-267)

1. สื่อควรยอมรับและบรรลุหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม

2. หน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม คือ จะต้องมีความมาตรฐานของข่าวสาร ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความถูกต้องแน่นอน ดังนั้นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและความสมดุล

3. ต้องสามารถควบคุมตัวเองได้อย่างสมเหตุสมผลและถูกต้อง

4 ต้องเลียงเหตุอันจะก่อให้เกิดความรุนแรง อาชญากรรม หรือความไม่สงบ หรือไม่ทำความไม่พอใจแก่ชนกลุ่มน้อย

5. ทำหน้าที่เพื่อคนส่วนมาก และเสนอความหลากหลายของความคิดเห็นจากคนหลากหลายในสังคม

6. สังคมและสาธารณชนมีสิทธิที่จะได้รับผลตอบแทนที่ดี ๆ

7. สื่อมวลชนควรเชื่อถือสังคม ถูกจ้างและตลาด

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน มีสาระสำคัญ คือ สื่อมวลชนจะเน้นแต่การมีเสรีภาพในการทำหน้าที่สื่อมวลชนไม่ได้ แต่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ผู้วิจัยจึงนำมาใช้เป็นกรอบในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม แม้จะเป็นกรอบการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่พึงกระทำต่อสังคม อย่างไรก็ตามหน้าที่ดังกล่าวพอที่จะนำมาเทียบเคียงกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ เนื่องจากการใช้เฟซบุ๊กสามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ โดยไม่จำกัดระยะทาง ทั้งยังเป็นสื่อที่มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึง และสามารถโต้ตอบกันได้อย่างทันท่วงที

ทั้งนี้เพราะยังไม่มีทฤษฎีใดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเฟซบุ๊กจัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์และเป็นสื่อทางเลือก ผู้ใช้เฟซบุ๊กจึงถือเป็นผู้ส่งสาร ไปยังมวลชนจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการทำงานเป็นแบบสาธารณะคล้ายคลึงกับการส่งสารจากสื่อมวลชนไปยังสาธารณชนจำนวนมากเช่นกัน ผู้ใช้เฟซบุ๊กจึงควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความถูกต้องของข้อมูล การไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและการสร้างความสัมพันธ์อันดีในสังคมนั่นเอง

ความรับผิดชอบต่อสังคมกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์

ประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดที่ออกคู่มือสำหรับประชาชนทั่วไปในเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการเฉพาะ มีเพียงแนวปฏิบัติในการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเหตุการณ์อุทกภัย

พ.ศ. 2554 ที่จัดทำโดยสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ที่เป็นลักษณะแนวปฏิบัติในการใช้ช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติ แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553 และกลับไม่ลัด: การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของกรมสุขภาพจิต ซึ่งหากพิจารณาทั้งสามแนวปฏิบัติจะเห็นได้ว่าสามารถนำมาใช้เพื่อเป็นกรอบในการพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นการใช้งานที่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเป็นสื่อสังคมออนไลน์ชนิดหนึ่งได้

แนวปฏิบัติการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงเหตุการณ์อุทกภัย 2554

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทยจัดทำแนวปฏิบัตินี้ขึ้น เนื่องจากในช่วงที่เกิดอุทกภัยขึ้นในหลายจังหวัดของประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2554 มีการระดมความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมาก ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย สมาคมฯ จึงเห็นว่า แม้สื่ออินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อที่ทำให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ถูกส่งต่อ แพร่กระจายได้รวดเร็ว กว้างขวาง เหมาะสมกับการใช้งานในช่วงสถานการณ์ที่ต้องการความเร่งด่วนเช่นนี้ แต่ด้วยคุณลักษณะของสื่อเอง ที่มีการสื่อสารหลายทาง และผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ เผยแพร่ หรือส่งต่อข้อมูล จึงมีความจำเป็นที่ผู้ใช้งาน และผู้ดูแลเว็บ จะต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ (สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย, 2554)

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ได้จัดทำแนวปฏิบัติการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงเหตุการณ์อุทกภัย พ.ศ. 2554 โดยมีเนื้อหาสาระ ดังนี้

สำหรับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไป

1. การรับข้อมูลข่าวสาร-เมื่อได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ/หรือโซเชียลมีเดีย ควรใช้วิจารณญาณ และตรวจสอบที่มาของข้อมูลข่าวสารให้แน่ใจ โดยไม่ตื่นตระหนก

2. การส่งต่อข้อมูลข่าวสาร-เลือกส่งต่อเฉพาะข้อมูลข่าวสาร ที่ได้ตรวจสอบแล้วว่า เป็นความจริง ทราบที่มาของข้อมูลข่าวสารอย่างแน่นอนแล้วเท่านั้น การส่งต่อข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นถือเป็นการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550) มาตรา 14

มีโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

3. การส่งต่อข้อมูลข่าวสาร วรระบุ เวลา สถานที่ แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร อย่างชัดเจน ภายใต้สถานการณ์ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นนี้ การระบุเวลา ของเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารได้เข้าใจ สถานการณ์อย่างถูกต้องเป็นปัจจุบัน

4. การส่งต่อข้อมูลข่าวสาร ไม่ควรส่งต่อข้อมูลการรับบริจาคผ่านทางโซเชียล มีเดีย เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เนื่องจากเป็นช่องทางให้มีจลาชีพ บิดเบือนข้อความ เช่น เลขบัญชีรับบริจาคแล้วทำการส่งต่อได้ง่าย หากมีความประสงค์จะเผยแพร่เลขบัญชีรับ บริจาค ควรใช้วิธีการเผยแพร่ลิงค์ของหน้าเว็บเพจของหน่วยงานรับบริจาคที่เชื่อถือได้ ซึ่งมีข้อมูลเลขบัญชีรับบริจาคอยู่

5. การแจ้งเบาะแส หากพบเห็น หรือทราบเบาะแสการหลอกลวงเงินบริจาค ควรรีบแจ้งเบาะแสดต่อพนักงานเจ้าหน้าที่โดยทันที

6. การเตรียมความพร้อม หมั่นดูแลระดับพลังงานแบตเตอรี่ของอุปกรณ์สื่อสาร ให้อยู่ในระดับสูงสุดเสมอ เพื่อให้สามารถใช้เครื่องมือสื่อสารได้อย่างอิสระ เป็น ระยะเวลาานาน ในกรณีที่ระบบไฟฟ้าถูกตัด หรือดับ

สำหรับผู้ดูแลเว็บ Facebook page/Twitter ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก นอกเหนือจากการทำตามแนวปฏิบัติข้างต้นในฐานะผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไปแล้ว เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่จะมีผู้ติดตามและอาจนำไปขยายผลส่งต่อเป็นจำนวน มาก จึงจำเป็นต้องใช้ความระมัดระวังเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษ ดังต่อไปนี้

1. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ Facebook Page/Twitter ต้องตรวจสอบความถูกต้อง เวลา สถานที่ และเผยแพร่ข้อมูลอย่างมีความครบถ้วน ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ทั้งรายงานสถานการณ์และข้อมูลการรับบริจาค

2. ในกรณีที่เว็บไซต์มีเว็บบอร์ด กระดานสนทนาอยู่ในเว็บไซต์ ในฐานะผู้ดูแล เว็บควรหมั่นตรวจสอบการสนทนาเหล่านั้น เพื่อให้แน่ใจว่า การนำข้อมูลข่าวสารมา เผยแพร่ผ่านระบบกระดานสนทนา ภายในเว็บไซต์ หรือ Facebook Page ให้มีความ ถูกต้องตามหลักการข้างต้น

3. ร่วมประชาสัมพันธ์ข้อมูล หรือเว็บไซต์อันเป็นประโยชน์ เพื่อช่วยให้ข้อมูล
ที่มาจากแหล่งข้อมูลที่ต้องการ เชื่อถือได้กระจายไปสู่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในวงกว้าง

แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553 แนวปฏิบัติ
ดังกล่าวนี้ เกิดขึ้นจากการที่องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนได้มอบหมายให้ชมรมนักข่าวสาย
เทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นผู้ประสาน
การร่างแนวปฏิบัติ เนื่องจากปัจจุบันสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง
วิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ข่าวสารต่าง ๆ ได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคม
ออนไลน์ (social media) ทั้งในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และ
การแสดงความคิดเห็น หรือการเผยแพร่การทำงานขององค์กรข่าว จึงได้มีการจัดทำ
แนวปฏิบัติขึ้น

แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน
การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้
ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน อาจแบ่งได้ดังนี้

1. กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน (user account) ที่ระบุถึงต้นสังกัด ผู้ประกอบวิชาชีพ
สื่อมวลชนพึงใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติตามข้อบังคับจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
สื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะความถูกต้อง (accuracy) สมดุล (balance) และ
การใช้ภาษาที่เหมาะสม

2. กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งานที่ระบุถึงตัวตนอันอาจทำให้เข้าใจว่าเป็นผู้ประกอบ
วิชาชีพสื่อมวลชน ผู้ใช้งานพึงระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวและการแสดงความคิดเห็น
ที่อาจนำไปสู่การละเมิดจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

การรายงานข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน
พึงแยก ‘ข่าว’ กับ ‘ความเห็น’ ออกจากกันอย่างชัดเจน พึงระวังการย่อความที่ทำให้
ข้อความนั้นบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง และพึงระวังการเผยแพร่ข้อมูลข่าวซ้ำ

ในกรณีที่เวลาเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร พึงตระหนักถึงมิติ
ของเวลาในการนำเสนอข่าวนั้น ๆ ด้วย

ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนพึงตระหนักว่าพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนบุคคล ซึ่งข้อมูลที่มีการรายงานจะถูกบันทึกไว้และอาจมีผลทางกฎหมายได้

ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็น ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็ก และสตรี ภาพอุจาด ลามก อนาจาร หวาดเสียว และรุนแรง

ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน พึงระมัดระวังกระบวนการหาข่าวหรือภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน รอบคอบ และควรอ้างอิงแหล่งที่มาเมื่อนำเสนอ เว้นแต่สามารถตรวจสอบและอ้างอิงจากแหล่งข่าวได้โดยตรง

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะการรายงานสดผ่านอุปกรณ์ปลายทางต่าง ๆ (devices) หรือการสร้างข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์จากการประชุม ‘ปิด’ ต้องได้รับอนุญาตจากที่ประชุมก่อน

หากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนเกิดความผิดพลาด จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลหรือองค์กรอื่น ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนต้องดำเนินการแก้ไขข้อความที่มีปัญหาโดยทันที พร้อมทั้งแสดงถ้อยคำขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ ต้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเสียหายมีโอกาสชี้แจงข้อมูลข่าวสารในด้านของตนด้วย

เคล็ดไม่ลับ: การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

กระทรวงสาธารณสุข, กรมสุขภาพจิต ระบุว่า คุณลักษณะของสื่อออนไลน์ (1) เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เผยแพร่ออกไปได้อย่างกว้าง และ (2) ขาดการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารอย่างถี่ถ้วน

สิ่งที่ควรทำ

1. ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม
2. ตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอ ให้นั้นความถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. เนื้อหาต้องสั้นกระชับได้ใจความ
- 4 ใช้อินโฟกราฟิกในการนำเสนอสถิติต่าง ๆ ที่เข้าใจง่าย

5. การใช้อินโฟกราฟิกหรือคลิปวิดีโอ ที่ต้องมีข้อมูลเด่น ครบถ้วน มีความกระชับ เข้ากับสถานการณ์

6. ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวในโลกสังคมออนไลน์

สิ่งที่ไม่ควรทำ

1. ให้ข้อมูลโดยไม่ตรวจสอบความถูกต้อง ความเป็นปัจจุบันและแหล่งที่มา
2. ให้ข้อมูลตามกระแส ตามอารมณ์ โดยขาดวิจารณญาณที่ดี
3. ให้ข้อมูลที่ไม่มีประเด็น เป็นประเด็นเก่า ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์/ยุคสมัย
4. ใช้ภาษาทางเทคนิคมากเกินไป

นอกจากนี้ กรมสุขภาพจิต ระบุว่า การสร้างพลเมืองสื่อดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งต้องประกอบด้วยการไม่ขยายความรุนแรงจาก Hate Speech โดยใช้หลัก 2 ไม่ 1 เดือน เพื่อลดความเกลียดชัง หยุดความรุนแรง ได้แก่ ไม่สื่อสารเรื่องที่สร้างความเกลียดชัง เพราะจะนำไปสู่ความรุนแรง ไม่ส่งต่อข้อความหรือเรื่องราวที่สร้างความเกลียดชัง และเตือนควรเตือนด้วยถ้อยคำที่สุภาพและแสดงความเป็นห่วง

ผู้วิจัยนำแนวปฏิบัติการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเหตุการณ์อุทกภัย พ.ศ. 2554 แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553 และเคล็ดลับ: การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของกรมสุขภาพจิต เพื่อพิจารณาประเด็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นตัวแปรตามในการศึกษาครั้งนี้ โดยนำมาถ่วงถ่วง ตั้งเคราะห์และจัดทำเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามส่วนที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เฟซบุ๊ก

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

นักวิจัยได้ยึดคำอธิบายว่า คนเราทำพฤติกรรมนี้เองมาจากมูลเหตุผลักดันแบบใด เช่น จากปัจจัยภายใน (endogenous factor) อันเป็นคำอธิบายมาจากวิชาจิตวิทยา เช่น ความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง ทศนคติ ความสนใจ ฯลฯ หรือมาจากปัจจัยภายนอก (exogenous factor) อันเป็นคำอธิบายมาจากวิชาสังคมวิทยา เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ฯลฯ เป็นตัวกำหนดการเข้าถึงสื่อและการใช้สื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2554,

หน้า 280-283) ซึ่งการที่คนเราทำพฤติกรรมตามแรงผลักดันภายนอกและพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรจะทำพฤติกรรมอย่างไรและสังคมทั่วไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 282)

นั่นย่อมหมายความว่า บุคคลใดจะทำพฤติกรรมอย่างไรเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพที่เป็นคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นตัวกำหนดด้วย ฉะนั้น หากบุคคลมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันย่อมมีพฤติกรรมแตกต่างกัน รวมถึง พฤติกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้สื่อด้วยทั้งในฐานะเป็นผู้รับและผู้ส่งสาร

การใช้ปัจจัยด้านประชากรเป็นตัวแปร จะใช้ตัวแปรที่เป็นคุณสมบัติทางประชากร คือ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ฯลฯ มาเป็นตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ว่าในการเปิดรับและใช้สื่อของกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่ต่างกันจะมีลักษณะเป็นอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 281) และในการวิจัยสาขานี้นั้น ตัวแปรด้านประชากรที่นิยมนำมาใช้มีอยู่ 5 ตัว คือ อายุ การศึกษา รายได้ องค์กรประกอบครัวเรือน (เช่น ลักษณะครอบครัวเดี่ยว/ครอบครัวขยาย) และลักษณะอาชีพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 216)

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

1. เพศ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิด ค่านิยม ทักษะคติ บุคลิก ลักษณะจิตใจและพฤติกรรมต่าง ๆ (ปรมะ สดวาทิน, 2546, หน้า 114)

2. อายุ ในบรรดาตัวแปรทั้งหลายด้านประชากรนั้น ตัวแปร “อายุ” เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้เพราะแบบแผนความคิด ภูมิหลังและประสบการณ์ของบุคคลนั้น มักจะถูกกำหนดมาจากระบอบสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ อายุของผู้รับสารจึงสามารถจะช่วยบ่งชี้ได้ว่า “เขา เป็นคนรุ่นไหน” โดยที่แต่ละช่วงเวลานั้น สภาพแวดล้อมระดับความกว้างของสังคมจะแตกต่างกันไป ในแง่นี้ อายุของปัจเจกบุคคลที่เป็นตัวแปรระดับจุลภาค จะถูกพิจารณาโดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคม ซึ่งเป็นตัวแปรระดับมหภาค และการที่เราสามารถใช้ “อายุ” เป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่ม

ของผู้รับสาร ก็เนื่องมาจากความเชื่อว่า คนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 216-217)

3. ระดับการศึกษา การวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการศึกษากับพฤติกรรมการรับสาร เช่น คนที่เรียนจบระดับปริญญาโทจะมีความแตกต่างจากคนเรียนจบปริญญาตรี คือ มีการอ่านข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์มากกว่าและตั้งข้อสงสัยมากกว่า คนมีการศึกษาน้อยจะถูกชักชวนได้ง่ายกว่าหากใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวแบบให้ข้อมูลด้านเดียว ในขณะที่คนมีการศึกษาสูงจะต้องให้ข้อมูลแบบสองด้านจึงจะสามารถโน้มน้าวได้ คนที่มีการศึกษาสูงมาก จะมีลักษณะการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 220)

4. อาชีพ โดยอาชีพของแต่ละบุคคล จะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น ตัวอย่างเช่น นักสื่อสารมวลชน ต้องมีลักษณะกระตือรือร้น อยากรู้อยากเห็น ครู/อาจารย์จะค่อนข้างเจ้าระเบียบ มีวินัย นักบัญชีต้องรอบคอบ ชอบตรวจสอบ ทุนเยความ ต้องช่างซัก ช่างสังเกต ละเอียด (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 218)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการใช้สื่อนั้น มักจะมีข้อค้นพบว่า เมื่อคนมีรายได้สูงขึ้น มักจะมีการเลือกใช้สื่อหลายประเภทมากขึ้น ทั้งนี้ก็เป็นเหตุผลธรรมดา เนื่องจากการใช้สื่อระบบสังคมของเรา จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้มีรายได้สูงย่อมมีอำนาจการซื้อสูงกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 221)

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างของคุณสมบัติทางประชากรมีผลต่อพฤติกรรมที่ต่างกันออกไป นั่นคือ หากคุณสมบัติทางประชากรต่างกันย่อมมีพฤติกรรมในการใช้สื่อต่างกันด้วย ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เฟชบุ๊กถือเป็นพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างหนึ่ง ฉะนั้น คุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันน่าจะทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมต่างกันด้วย ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแปรทางประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict มาเป็นตัวแปรที่คาดว่าจะเป็นความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมในทางหนึ่งทางใดที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันไป ซึ่งจะต้องทำการทดสอบความสัมพันธ์ต่อไป

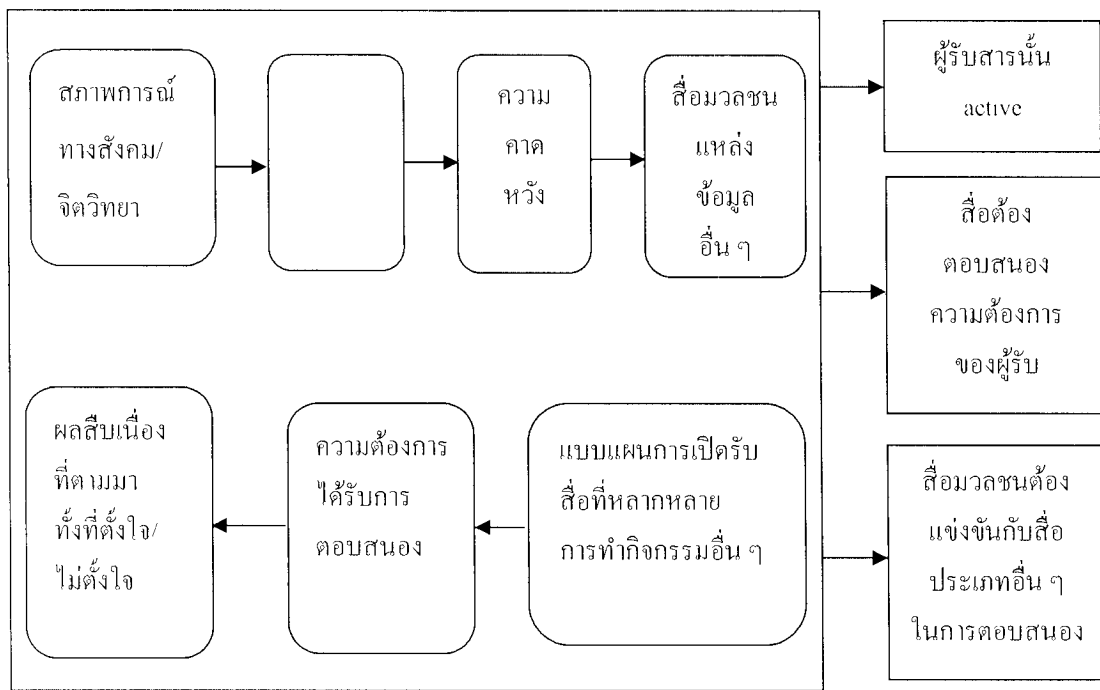
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่ Maslow (อ้างถึงใน สุภรณ์ สุทธิกุลเจริญ, 2554, หน้า 215) กล่าวไว้ คือ (1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (2) ความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัย (3) ความต้องการด้านความรัก (4) ความต้องการการยอมรับนับถือหรือการยกย่อง และ (5) ความต้องการสัจการแห่งตน มนุษย์เรายังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง นั่นคือ ความต้องการอยากรู้ ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสถานะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม

นักวิชาการรุ่นแรกๆ ที่เริ่มพูดถึงแนวคิดเรื่องที่ใช้คนมาใช้ประโยชน์จากสื่อ คือ Lazarsfeld ที่มีท่าทีโต้แย้งทฤษฎีอิทธิพลของสื่อโดยตรง ด้วยการนำเสนอว่า แทนที่เราจะตั้งใจทบทวนวิจัยว่า สื่อได้ทำอะไรบ้างกับผู้คนตามทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ เราควรจะเปลี่ยนเป็นคำถามว่า ผู้คนได้ทำอะไรกับสื่อมากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555, หน้า 159-160) ลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของทฤษฎีนี้ คือ ศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความของการสื่อสาร การศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้มากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารว่าอะไรและจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์ (สุภรณ์ สุทธิกุลเจริญ, 2554, หน้า 217)

ในการจะศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีนี้มีข้อที่ต้องยอมรับก่อนดังต่อไปนี้ (สุภรณ์ สุทธิกุลเจริญ, 2554, หน้า 218)

1. มนุษย์สนใจแสวงหาข่าวสารไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว



ภาพ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ

กรอบแนวคิดนี้แสดงให้เห็นตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ ที่มาจากตัวแปรความต้องการและแรงงูใจ

ข้อตกลงเบื้องต้น ของทฤษฎีนี้ คือ มนุษย์เราจะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อก็เนื่องมาจากเกิดความต้องการและแรงงูใจ ดังนั้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้จึงพยายามค้นหาว่า มีความต้องการและแรงงูใจอะไรที่ทำให้คนเรามีพฤติกรรมการเปิดรับสาร และนักวิชาการแต่ละกลุ่มมีข้อเสนอต่าง ๆ กัน (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555, หน้า 161)

Katz et al. (อ้างถึงใน นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 21-22) อธิบายแนวคิดเรื่องการพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ โดยเริ่มจาก สภาวะทางสังคมและจิตใจของผู้รับสาร ต้องการข้อมูลข่าวสาร หรือความบันเทิง จึงคาดหวังที่จะได้รับสิ่งเหล่านั้นจากสื่อนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ผล คือ ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และอาจจะเกิดผลอื่น ๆ ตามมา ซึ่งอาจมิใช่ผลตามเจตนาที่ตั้งไว้

จากแนวคิดความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อโดยอาศัยหลักดังต่อไปนี้

1. หลักการเลือกให้ความสนใจ แต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน แม้สิ่งเร้าจะเหมือนกัน แต่การตอบสนองย่อมแตกต่างกันไปตามสถานะทางสังคม วัฒนธรรมและกรอบความคิดของปัจเจกบุคคล
2. หลักการเลือกที่จะรับรู้ ย่อมเป็นไปตามความสนใจ และการตีความสิ่งต่าง ๆ แม้จะเป็นปรากฏการณ์ชุดเดียวกัน แต่บุคคลอาจมีมุมมองในการทำความเข้าใจแตกต่างกัน
3. หลักการเลือกจดจำ เป็นขั้นตอนที่ต่อมาจากการเลือกสนใจและเลือกรับรู้ ซึ่งหากเป็นความรู้สึกระบายใจ ก็ย่อมเลือกที่จะจดจำ อาจเป็นได้ทั้งภาพประทับใจด้านดีหรือด้านร้าย
4. หลักการเลือกที่จะมีปฏิกิริยา เป็นการตอบโต้กับสิ่งที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นด้านบวกที่คล้อยตามสื่อ หรือด้านที่ตรงข้าม

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์กับสื่อใหม่ประเภทอินเทอร์เน็ต

ในบรรดาสื่อใหม่ที่หลากหลายประเภท สื่อใหม่ที่ถือว่าเป็นจุดสุดยอดของสื่อใหม่ทั้งหลายที่มีการนำมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ใช้ในทุกปริมณฑลของสังคม ใช้ในทุกกลุ่มคน และใช้ในทุกมิติทั้งเรื่องส่วนตัวและการทำงาน ก็คือ สื่ออินเทอร์เน็ตนั่นเอง ทั้งนี้ เนื่องจากศักยภาพอันสูงสุดของอินเทอร์เน็ตที่ได้ประมวลเอาข้อเด่นของคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ การสื่อสารแบบเครือข่าย และสื่ออื่น ๆ เข้ามาไว้ด้วยกัน ด้วยคุณลักษณะของการใช้ประโยชน์ที่หลากหลายดังกล่าว การนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์มาเป็นแนวทางการศึกษาวิจัยสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถตอบสนองได้หลายแบบของคนหลายกลุ่ม ในหลากหลายมิติ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555, หน้า 170)

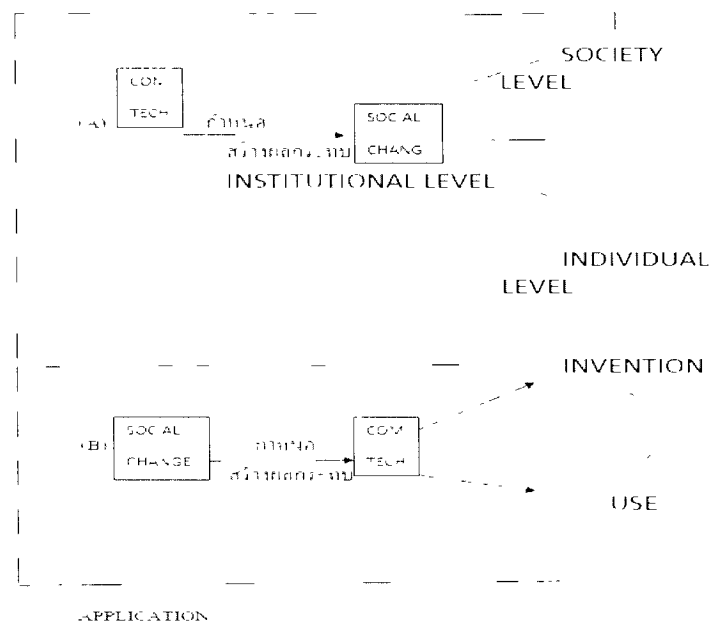
ผู้วิจัยนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict เนื่องจากเฟชบุ๊กถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อทางเลือกชนิดหนึ่ง พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กในฐานะของการเป็นผู้รับสารหรือในฐานะของผู้ส่งสาร อาจอาศัยหลักการที่ว่า การเลือกให้ความสนใจ เลือกที่จะรับรู้ เลือกจดจำและเลือกที่จะมีปฏิกิริยา ดังนั้น หากบุคคลมีสิ่ง

เหล่านี้มีอย่างน้อยแตกต่างกัน ย่อมน่าจะส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันด้วย

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด

กลุ่มทฤษฎีทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (technology determinism) เป็นแขนงหนึ่งของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจวิเคราะห์พลังการผลิตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารจึงหมายถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2554, หน้า 104-105) ระบุว่า แนวทางการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม สามารถพิจารณาได้ใน 2 มุม ดังแสดงในภาพ 3



ภาพ 3 แนวทางการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม

ที่มา. จาก สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 3, หน้า 105), โดยกาญจนา แก้วเทพ, 2554, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง.

แนวคิดในแบบจำลอง (A) จะตั้งคำถามว่า เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นกับระดับสังคม สถาบันและปัจเจกบุคคลบ้าง แนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของกลุ่ม Technology Determinism โดยแท้ เพราะมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลัก (prime mover) ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่น ๆ

ส่วนแนวคิดในแบบจำลอง (B) จะตั้งคำถามในทางกลับกันว่า ภายใต้งैอนไขของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอะไรบ้างที่จะเป็นตัวกำหนดแกัความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ แนวคิดที่สองนี้จะมองว่าเงื่อนไขสังคมจะเป็นสาเหตุหลัก ส่วนการพัฒนาเทคโนโลยีจะกลายมาเป็นผลลัพธ์

McQuail (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 105-106) ประมวลคุณลักษณะเด่น ๆ ของแนวคิดกลุ่มทฤษฎีนี้ไว้ดังนี้

- 1 เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
- 2 เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง
- 3 ขั้นตอนของการผลิตและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
- 4 การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้งจะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ

แนวคิดของ Innis

แนวคิดที่สำคัญของ Innis (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 106-108) คือ

1. ใช้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างอารยธรรมของสังคมกับแบบวิถีของการสื่อสาร (modes of communication) ที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ของมนุษย์ เช่น สังคมกรีก เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารยังเป็นระบบปากต่อปากกับระบบตัวเขียนที่ยังไม่มีมาตรฐานแน่นอน และใช้การคัดลอกทำให้พระและนักบวชสามารถผูกขาดระบบอบรมบ่มเพาะคนในสังคม แต่เมื่อเกิดระบบการพิมพ์จากกลุ่มสื่อมวลชน การผูกขาดนี้ก็ล่มสลายไป
2. ใช้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแบบวิถีของการสื่อสารกับโครงสร้างอำนาจในสังคม โดยในยุคก่อนการเขียน กลุ่มผู้ปกครองจะใช้การพูดเสวนา เป็นการแสดงอำนาจ

ทางการเมือง แต่ยุคตั้งจักรวรรดิ กลุ่มผู้ปกครองใช้รูปแบบการเขียน เป็นรูปแบบหลักในเรื่องการเมืองการปกครอง จนเมื่อมีการค้นพบกระดาษที่พกพาง่าย ทำให้จักรวรรดิต่าง ๆ สามารถขยายอำนาจการปกครองจากศูนย์กลางออกไปอย่างกว้างขวาง เป็นต้น และเกิดเทคนิคการพิมพ์ ถือว่าเทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง ส่งผลสะท้อนให้เกิดการทำลายอำนาจของระบบราชการจากศูนย์กลางแบบจักรวรรดิ ซึ่งเทคโนโลยีนี้ได้กระตุ้นความคิดเรื่องจักรวรรดิ และสร้างแนวคิดใหม่เรื่องชาติ (nation) การส่งเสริมสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิปัจเจกนิยม

จากการศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์สังคมที่ผ่านมา Innis ได้ให้ข้อคิดใหม่ที่ได้เสริมแนวคิดเดิม ๆ ที่มีอยู่ว่า การควบคุมอำนาจของระบบจักรวรรดิตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของกองทหารเท่านั้น หากว่าขึ้นอยู่กับความมีประสิทธิภาพและอำนาจในการควบคุมระบบการสื่อสารด้วย โดยยิ่งระบบการสื่อสารขยายแคว้งกว้างขวางออกไปมากเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบนอกของศูนย์กลางอำนาจก็จะยิ่งถูกรอบงำมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ Innis กล่าวว่า สิ่งที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงเลย คือ ไม่ว่าการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และควบคุมเทคโนโลยีก็จะตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย คือ ชนชั้นนำ (elite) เท่านั้น และคนกลุ่มนี้จะใช้อำนาจทางการเมืองควบคุมระบบการส่งข่าวสารความรู้ของสังคมไว้ และปิดกั้นการแข่งขันจากระบบการสื่อสารรูปแบบอื่น ซึ่งเมื่อมีเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงอำนาจทางสังคม แต่ยังไม่เป็นการเปลี่ยนผ่านระหว่างชนชั้นจากชั้นบนไปสู่ชั้นล่าง เป็นการผลัดเปลี่ยนระหว่างกลุ่มพวกภายในชนชั้นเดียวกัน และ Innis ยังให้ความสนใจเรื่องเวลา (time) และพื้นที่ (space) ด้วยก่อนที่แมคลูฮันจะนำมาพัฒนาต่อโดยอินนิส เสนอว่ารูปแบบเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละยุคจะเน้นหนักด้านเวลาและพื้นที่แตกต่างกัน

Innis วิเคราะห์ว่าแบบวิถีของการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างอำนาจทางสังคม เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยน ก็ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในสังคม (นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 30)

แนวคิดของ McLuhan

McLuhan (อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 109-112) มองเทคโนโลยีสื่อสารในแง่ชื่นชมว่าได้ช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป โดยสนใจการวิเคราะห์ระดับจุลภาค (micro) คือ ประสบการณ์ของปัจเจกบุคคล คำถามที่แมคลูฮันต้องการหาคำตอบ คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อ กับประสบการณ์ด้านการผัสสะของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการเห็น การได้ยิน การสัมผัส ในเวลาและพื้นที่ต่าง ๆ อย่างไรบ้าง

แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan สื่อทุกชนิด คือ การขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (extension of experience) ซึ่งจุดเด่นอยู่ที่เขาไม่สนใจว่า คนเรามีประสบการณ์อะไร (what we experience) แต่สนใจว่า คนเรามีประสบการณ์อย่างไร (how we experience) กล่าวคือ McLuhan ไม่ได้สนใจเนื้อหาของข่าวสาร (content) แต่สนใจรูปแบบของสื่อ (form/media) ซึ่งแมคลูฮัน สรุปว่า เพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว (medium is the message) เพียงเปลี่ยนตัวสื่อ ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์ อย่างเช่น เมื่อรูปแบบหลักในการสื่อสารของมนุษย์อยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ประสบการณ์ของมนุษย์ที่ต้องสัมผัสอยู่กับสื่อสิ่งพิมพ์จะมีลักษณะ ดังนี้ จะแยกตัวอย่างโดดเด่น จะยังรักษาระยะห่างระหว่างตัวเองกับเรื่องที่อ่าน การอ่านจะส่งเสริมวิธีคิดแบบมีเหตุผล และการอ่านจะส่งเสริมให้คนมีทัศนคติแบบปัจเจกบุคคลนิยมเป็นอิสระทางความคิด เป็นตัวของตัวเอง เป็นต้น กลับกัน ประสบการณ์ของผู้รับสารที่สัมผัสกับสื่อโทรทัศน์จะมีลักษณะ อาทิ เอาตัวเข้าผูกพันกับเรื่องราวในสื่อสูงมาก ใช้อารมณ์มากกว่าใช้เหตุผลและไม่ค่อยมีเวลาคิดหน้าคิดหลัง เป็นต้น

McLuhan มองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นการขยายประสบการณ์มนุษย์ให้กว้างขวางออกไป พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้มนุษย์สามารถเอาชนะอุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลาได้ McLuhan ให้ความสำคัญกับตัวสื่อมากกว่าสาร ดังคำกล่าวของเขาที่ว่า สื่อก็คือสาร “Medium is Message” หมายถึงการเปลี่ยนแปลงตัวสื่อ ก็สามารถส่งผลกระทบต่อการใช้รับรู้แล้ว (นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 30)

แนวคิดของ Roger

แนวคิดพื้นฐานของ Roger (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 112-115) คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม โดย Roger เห็นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ก็ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยตัวอื่น ๆ

Roger ศึกษาสื่อใหม่และชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์และการเปลี่ยนแปลงสังคม มี 3 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ (interactive) โดยสื่อสมัยใหม่สามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้อย่างฉับพลันทันที แม้จะไม่ได้เผชิญหน้ากันอยู่ ทำให้มิติด้านเวลาและพื้นที่ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก
2. ลักษณะแต่ละคนมีโลกส่วนตัว (individualize/demassified) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สามารถเปิดรับได้เฉพาะบุคคล ตามความสนใจของแต่ละบุคคล เลือกใช้ตามเวลาและพื้นที่ที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ในเวลาใด สถานที่ไหนก็ได้
3. ลักษณะแยกส่วน (asynchronous nature of new communication) สามารถแบ่งแยกเป็นส่วน ๆ ได้โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่ใช่แบบยาว ๆ ต่อเนื่อง แต่จะมาแบบเป็นส่วน ๆ อาทิ ข่าวสั้นทุกต้นชั่วโมง นอกจากนี้ ยังสามารถเก็บรักษาไว้ได้ นำมาเปิดซ้ำในภายหลังได้

ตาราง 2

เปรียบเทียบสื่อประเภทต่าง ๆ ของ Roger

ลักษณะช่องทาง ของสื่อ	การสื่อสารแบบ ระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่(สื่อ ระหว่างบุคคลมีเครื่องมือ ช่วย)	สื่อสารมวลชน
การไหลของข่าวสาร	จากผู้ส่งคนเดียวถึงผู้รับ 2-3 คน	จากผู้ส่งหลายคนสู่ผู้รับ หลายคน	จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับ จำนวนมหาศาล
ความรู้ที่แหล่งผู้ส่ง มีต่อผู้รับสาร	ผู้ส่งมีความรู้ต่อผู้รับสาร ในฐานะปัจเจกคนหนึ่ง ๆ	ผู้ส่งสาร มีความรู้อย่าง มากต่อผู้รับสารเนื่องจาก ระบบการมีปฏิสัมพันธ์	ผู้ส่งสารที่ทำงานอยู่ใน องค์กรสื่อแทบจะไม่มี ความรู้เรื่องผู้รับสารเลย
การแบ่งประเภท ผู้รับสาร	สูงมาก(เป็นรายบุคคล)	สูงมาก(เป็นรายบุคคล)	ต่ำ (เพราะข่าวสารเดียวกัน จะถูกถ่ายทอดให้ทุกคน)
ระดับของการตอบโต้ ปฏิกิริยาป้อนกลับ	สูง มีมากและฉับพลัน	สูง มีบ้างแต่ยังมีข้อจำกัด อาจจะฉับพลันหรือต้อง รอ	ต่ำ มีข้อจำกัดมากและล่าช้า มาก
ศักยภาพที่จะเก็บ รักษาข่าวสาร	ต่ำ	ส่วนใหญ่จะสูงมาก	บางสื่ออาจจะต่ำ เช่น วิทยู แต่บางสื่อก็สูง เช่น หนังสือ
ประเภทของเนื้อหา	เน้นหนักไปทางเรื่อง สังคม-อารมณ์	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม อารมณ์แต่จะเน้นเรื่องการ งาน	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม อารมณ์
ลักษณะอวัจนภาษา	มีการใช้อวัจนภาษาเป็น อย่างมาก	สื่อใหม่บางชนิดจะจัดให้ มีการใช้อวัจนภาษา ค่อนข้างมาก	สื่อมวลชนประเภทที่ มองเห็นภาพจะมีการ ใช้อวัจนภาษามากแต่ถ้า เป็นสื่อเสียงอย่างเดียว ก็จะมี
การควบคุมการไหล ของการสื่อสาร	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถ ควบคุมการสื่อสารได้ อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถ ควบคุมการสื่อสารได้ อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้รับสารไม่สามารถจะ ควบคุมการสื่อสารได้
ลักษณะความเป็น ส่วนตัว	ต่ำ	ตามปกติต่ำ	สูง

ผู้วิจัยนำทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนดมาใช้เป็นกรอบการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ใช้สื่อ เพราะเชื่อว่าเมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารเปลี่ยนแปลงจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมด้วย ซึ่งการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ในระดับน้อยหรือมาก อาจเป็นผลมาจากการที่ผู้รับสารสัมผัสกับเฟซบุ๊กที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจัดเป็นสื่อใหม่ ที่มีการใช้งานผ่านการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ทำให้การส่งและรับสารมีความรวดเร็ว เพราะไม่มีขอบเขตเรื่องเวลาและระยะทางมาปิดกั้น สามารถสื่อสารถึงกันได้ตลอดเวลา ทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะอยู่ในเวลาหรือพื้นที่ที่แตกต่างกันก็ตาม ซึ่งจุดเด่นอยู่ที่ความรวดเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสาร จึงอาจทำให้ผู้ใช้สื่อที่สัมผัสกับสื่อใหม่ มีการทำอะไรรวดเร็ว ไม่ทันคิดหน้าคิดหลัง หรือไตร่ตรองอย่างรอบคอบ จนทำให้ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมได้

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์

นิยามความรู้

กุสุมา ศรีสวัสดิ์ (2552) ได้ให้ความหมาย ความรู้ไว้ว่า ความจำเกี่ยวกับสิ่งที่เคยเรียนรู้มาก่อน ไม่ว่าจะเป็นความจำเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป วิธีการ กระบวนการ ลำดับการ โครงสร้าง

Bloom et al. (อ้างถึงใน นวรัตน์ พัฒโนทัย, 2555, หน้า 6) ได้ให้คำนิยามว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกถึงวิธีการ กระบวนการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำและการเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใด ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้ลึก ซึ่งส่งผลให้เชื่อมโยงกับสภาพจิตใจของบุคคล โดยปัจจัยที่ทำให้ส่งผลนี้ คือ สภาพแวดล้อม ประสบการณ์สะสม จึงทำให้แสดงออกต่อการกระทำของบุคคล

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (อ้างถึงใน อาภาพร โตรวรรณเกษม, 2544, หน้า 8-9) กล่าวถึงความรู้ความเข้าใจว่า เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้ การจำข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถทักษะทางสติปัญญา การใช้วิจารณญาณเพื่อประกอบการ

ตัดสินใจ ซึ่งพฤติกรรมนี้ประกอบด้วยความสามารถในระดับต่าง ๆ โดยความรู้ (knowledge) เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ นึกได้ โดยการมองเห็น การได้ยิน ความรู้ในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ วิธีแก้ปัญหา เป็นต้น

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมความหมายของความรู้ ผู้วิจัยจึงสรุปเป็น ความหมายของความรู้ หมายถึง ทราบและจดจำได้ โดยการจำได้ นึกได้ เมื่อมองเห็น หรือได้ยิน

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2560 เป็นการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 ประกาศใช้ เนื่องจากพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มีบทบัญญัติบางประการ ที่ไม่เหมาะสมต่อการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ซึ่งมีรูปแบบการกระทำความผิดที่มีความซับซ้อนมากขึ้นตามพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีภารกิจในการกำหนดมาตรฐานและมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ รวมทั้ง เฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศ สมควรปรับปรุงบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รักษาการตามกฎหมาย กำหนดฐานความผิดขึ้นใหม่ และแก้ไขเพิ่มเติมฐานความผิดเดิม รวมทั้งบทกำหนดโทษของความผิดดังกล่าว การปรับปรุงกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ (ราชกิจจานุเบกษา, 2560)

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 เป็นการกำหนดไม่ให้มีการกระทำความผิดด้วยการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ด้วยข้อมูลข้อความหรือสิ่งอื่นใดที่ปลอม และเกิดความเสียหายต่อผู้อื่น เป็นเหตุเกิดความเสียหาย

ต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน และลักษณะอันลามก รวมถึง ผู้ที่เผยแพร่หรือส่งต่อสิ่งที่มีอยู่แล้วว่าเป็นการกระทำที่ผิดดังกล่าว ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามที่มีการกำหนดไว้ในกฎหมาย ดังนี้

มาตรา 3 กำหนดไว้ว่า “ระบบคอมพิวเตอร์” หมายความว่า อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงานเข้าด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่งชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงานให้อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ

“ข้อมูลคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูล ข้อความ คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด บรรดาที่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ในสภาพที่ระบบคอมพิวเตอร์อาจประมวลผลได้ และให้หมายความรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

“ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงถึงแหล่งกำเนิด ต้นทาง ปลายทาง เส้นทาง เวลา วันที่ ปริมาณ ระยะเวลาชนิดของบริการ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์นั้น

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า

1. ผู้ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อถึงกันโดยประการอื่น โดยผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการในนามของตนเอง หรือในนามหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

2. ผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า ผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการไม่ว่าต้องเสียค่าใช้บริการหรือไม่ก็ตาม

มาตรา 14 กำหนดว่า ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

1. โดยทุจริตหรือโดยหลอกลวงนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ

โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันมิใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา

2. นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือ โครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

3. นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

4. นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามก และข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

5. เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามข้อ 1, 2, 3 หรือ 4

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง (1) มิได้กระทำต่อประชาชน แต่เป็นการกระทำต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ผู้กระทำ ผู้เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปีหรือปรับไม่เกิน 6 หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้เป็นความผิดอันยอมความได้

มาตรา 15 ผู้ให้บริการผู้ใดให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา 14

ให้รัฐมนตรีออกประกาศกำหนดขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์

ถ้าผู้ให้บริการพิสูจน์ได้ว่าตนได้ปฏิบัติตามประกาศของรัฐมนตรีที่ออกตามวรรคสอง ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ

มาตรา 16 ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการ

สร้างขึ้น ตัดต่อ เติมหรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำต่อภาพของผู้ตาย และการกระทำนั้น น่าจะทำให้บิดา มารดา คู่สมรสหรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชังหรือได้รับความอับอาย ผู้กระทำต้องระวางโทษดังที่บัญญัติไว้ในวรรคหนึ่ง

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง เป็นการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ โดยสุจริตอันเป็นการติชมด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ ผู้กระทำไม่มีความผิด

ความผิดตามวรรคหนึ่งและวรรคสองเป็นความผิดอันยอมความได้

ถ้าผู้เสียหายในความผิดตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสองตายเสียก่อนร้องทุกข์ ให้บิดา มารดา คู่สมรสหรือบุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย

มาตรา 16/1 ในคดีความผิดตามมาตรา 14 หรือมาตรา 16 ซึ่งมีคำพิพากษาว่า จำเลยมีความผิด ศาลอาจสั่ง

1. ให้ทำลายข้อมูลตามมาตราดังกล่าว
2. ให้โฆษณาหรือเผยแพร่คำพิพากษาทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือสื่ออื่นใด ตามที่ศาลเห็นสมควร โดยให้จำเลยเป็นผู้ชำระค่าโฆษณาหรือเผยแพร่
3. ให้ดำเนินการอื่นตามที่ศาลเห็นสมควรเพื่อบรรเทาความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำความผิดนั้น

มาตรา 16/2 ผู้ใดรู้ว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ในความครอบครองของตนเป็นข้อมูล ที่ศาลสั่งให้ทำลายตามมาตรา 16/1 ผู้นั้นต้องทำลายข้อมูลดังกล่าว หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษกึ่งหนึ่งของโทษที่บัญญัติไว้ในมาตรา 14 หรือมาตรา 16 แล้วแต่กรณี

พระราชบัญญัติ ลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 เป็นฉบับเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.

2537 มีการประกาศใช้ เนื่องจาก ปัจจุบันมีการนำข้อมูลการบริหารสิทธิ และมาตรการทางเทคโนโลยีมาใช้ในการคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง สมควรกำหนดให้มี การคุ้มครองข้อมูลการบริหารสิทธิและมาตรการทางเทคโนโลยี รวมทั้งกำหนดข้อยกเว้นการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ และสิทธิของนักแสดงเพิ่มขึ้น อีกทั้งสมควรกำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้กระทำละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง ที่ทำให้งานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงเข้าถึงโดยสาธารณชนได้อย่างแพร่หลาย ต้องจ่ายค่าเสียหายเพิ่มขึ้น และสมควรกำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งรับหรือสั่งทำลายสิ่งที่ใช้ในการกระทำความผิดและสิ่งที่ได้ทำขึ้นหรือนำเข้ามา ในราชอาณาจักรอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงได้ด้วย (ราชกิจจานุเบกษา, 2558)

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 มีผลบังคับใช้เพื่อควบคุมการกระทำผิดที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ โดยเฉพาะการลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่บ่งชี้ถึงผู้สร้างสรรค์ นักแสดง การแสดง เจ้าของลิขสิทธิ์ รวมถึง ผู้ที่รู้ว่างานหรือสำเนาที่มีลิขสิทธิ์ถูกลบหรือเปลี่ยนแปลงแล้วนำไปจำหน่ายหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน มีโทษปรับ 10,000-100,000 บาท และหากกระทำเพื่อการค้า มีโทษปรับตั้งแต่ 50,000-400,000 บาท และการละเมิดลิขสิทธิ์ของนักแสดงและสาธารณชนสามารถเข้าถึงได้อย่างแพร่หลาย ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ละเมิดจ่ายค่าเสียหาย ซึ่งมีข้อกำหนดในกฎหมาย ดังนี้

มาตรา 3 ให้เพิ่มบทนิยามคำว่า “ข้อมูลการบริหารสิทธิ” “มาตรการทางเทคโนโลยี” และ “การหลบเลี่ยงมาตรการทางเทคโนโลยี” ระหว่างบทนิยามคำว่า “การโฆษณา” และ “พนักงานเจ้าหน้าที่” ในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

“ข้อมูลการบริหารสิทธิ” หมายความว่า ข้อมูลที่บ่งชี้ถึงผู้สร้างสรรค์ งานสร้างสรรค์ นักแสดง การแสดง เจ้าของลิขสิทธิ์ หรือระยะเวลาและเงื่อนไขการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ ตลอดจนตัวเลขหรือรหัส แทนข้อมูลดังกล่าว โดยข้อมูลเช่นว่านี้ติดอยู่หรือปรากฏเกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิ่งบันทึกการแสดง

“มาตรการทางเทคโนโลยี” หมายความว่า เทคโนโลยีที่ออกแบบมาเพื่อป้องกันการทำซ้ำหรือ ควบคุมการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิ่งบันทึกการแสดง โดยเทคโนโลยีเช่นว่านี้ได้นำมาใช้กับงาน อันมีลิขสิทธิ์หรือสิ่งบันทึกการแสดงนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

“การหลบเลี่ยงมาตรการทางเทคโนโลยี” หมายความว่า การกระทำด้วยประการใด ๆ ที่ทำให้ มาตรการทางเทคโนโลยีไม่เกิดผล”

มาตรา 7 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นหมวด 2/1 ข้อมูลการบริหารสิทธิและมาตรการทางเทคโนโลยี มาตรา 53/1 มาตรา 53/2 มาตรา 53/3 มาตรา 53/4 และมาตรา 53/5 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

“หมวด 2/1 ข้อมูลการบริหารสิทธิและมาตรการทางเทคโนโลยี มาตรา 53/1 การลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลการบริหารสิทธิ โดยรู้อยู่แล้วว่าการกระทำนั้น อาจก่อให้เกิด ก่อให้เกิด ให้ความสับสน หรือปกปิดการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง ให้ถือว่าเป็น การละเมิดข้อมูลการบริหารสิทธิ

มาตรา 53/2 ผู้ใดรู้อยู่แล้วว่างานหรือสำเนางานอันมีลิขสิทธิ์นั้น ได้มีการลบหรือเปลี่ยนแปลง ข้อมูลการบริหารสิทธิ ให้ถือว่าผู้นั้นกระทำการละเมิดข้อมูลการบริหารสิทธิด้วย ถ้าได้กระทำการอย่างใด อย่างหนึ่งแก่งานนั้นดังต่อไปนี้ (1) นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน

มาตรา 9 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นวรรคสองของมาตรา 64 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 “ในกรณีที่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงเป็นการกระทำ โดยจงใจหรือมีเจตนาเป็นเหตุให้งานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงสามารถเข้าถึงโดยสาธารณชน ได้อย่างแพร่หลาย ให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ละเมิดจ่ายค่าเสียหายเพิ่มขึ้นไม่เกินสองเท่าของค่าเสียหาย ตามวรรคหนึ่ง”

มาตรา 11 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา 70/1 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 “มาตรา 70/1 ผู้ใดกระทำการละเมิดข้อมูลการบริหารสิทธิตามมาตรา 53/1 หรือมาตรา 53/2 หรือละเมิดมาตรการทางเทคโนโลยีตามมาตรา 53/4 ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่หนึ่งหมื่นบาทถึงหนึ่งแสนบาท ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำเพื่อการค้า ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่สามเดือนถึงสองปี หรือปรับตั้งแต่ห้าหมื่นบาทถึงสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ผู้วิจยนำพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นกรอบในการพิจารณาตัวแปรอิสระ คือ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ เนื่องจาก

การใช้เฟซบุ๊กมีการเชื่อมการทำงานกับอุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ด้วย โดยเฉพาะ ตามมาตรา 3, 14, 15 และ 16 ซึ่งกำหนดเกี่ยวกับลักษณะการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และบทลงโทษและตามมาตรา 3, 7, 9 และ 11 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 เนื่องจากการใช้งานเฟซบุ๊ก ผู้ใช้อาจมีการใช้ข้อมูลที่มีลิขสิทธิ์ โดยนำมาลบหรือเปลี่ยนแปลงหรือรู้ว่ามีผลกระทบดังกล่าวและเผยแพร่สู่สาธารณชน ตลอดจนใช้เป็นกรอบในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม เพื่อศึกษาและวัดระดับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษของผู้ใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นหนึ่งในตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

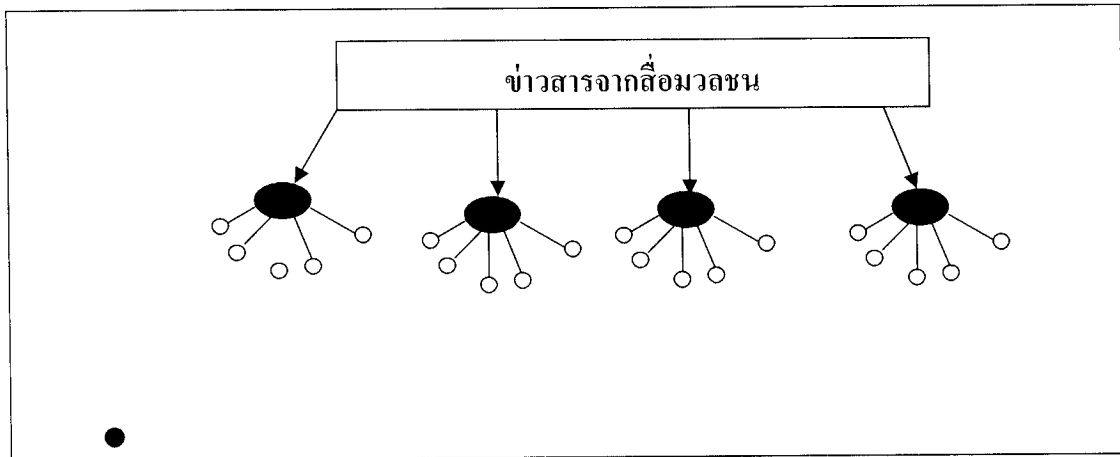
ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ

ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ ค้นพบโดยนักสังคมวิทยา ชื่อ Lazarsfeld et al. (อ้างถึงใน สุภรณ์ สุทธิกุลเจริญ, 2554, หน้า 183) ซึ่งเดิมที่ต้องการศึกษาว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจหรือการตัดสินใจของผู้ออกเสียงเลือกตั้งในสมัยการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา สมัย ค.ศ. 1940 จริงหรือไม่ ซึ่งมุ่งวิจัยอิทธิพลของสื่อมวลชนตามทฤษฎีของทฤษฎีเจ็มนิเคีย การวิจัยมีการวางระเบียบวิจัยอย่างรอบคอบและอาศัยกำลังคนและเงินมาก โดยใช้การสำรวจวิจัยที่เรียกว่า Panel study คือ สัมภาษณ์บุคคลคนเดียวซ้ำกันในช่วง ระยะเวลาแตกต่างกัน ประกอบด้วยกลุ่มควบคุม 3 กลุ่ม สุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวม 3,000 คน ใช้ระยะเวลาวิจัยถึง 6 เดือนก่อนมีการเลือกตั้ง

ผลที่ได้รับ แทนที่จะพบว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออกเสียงเลือกตั้งตามที่คาดหมายไว้ กลับพบว่า ความคิด (idea) กระจาย (flow) จากวิทยุและสิ่งพิมพ์ไปยังผู้นำด้านความเห็น จากนั้นจึงกระจายต่อไปถึงประชาชนทั่วไป คณะผู้วิจัยพบว่าผู้นำด้านความเห็นหรือ Opinion Leaders นั้นอ่านและรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงมากกว่าประชาชนธรรมดาทั่วไป นอกจากนี้ยังพบว่า ในระหว่างกลุ่มออกเสียงเลือกตั้งที่ได้เปลี่ยนความตั้งใจเดิมในการลงคะแนนเลือกตั้งจำนวนไม่เท่าไรนั้น ส่วนมากรายงานว่าได้รับอิทธิพลและการชักจูงจากบุคคลอื่นมิใช่จากสื่อมวลชน

ต่อมา Katz และ Lazarsfeld ได้นำผลจากการวิจัยดังกล่าวมาศึกษาวิจัยเพื่อทดสอบและรายงานผลการวิจัยในหนังสือชื่อ *Personal Influence* ในปี ค.ศ. 1955 สรุปได้ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนเป็นสองขั้นตอน โดยอิทธิพลของสื่อมวลชนจะถูกสกัดกั้นโดยอิทธิพลของบุคคล หมายความว่า การกระจายข่าวสารเกิดขึ้นสองจังหวะจากสื่อมวลชนไปถึงผู้นำความคิดจังหวะหนึ่ง จากผู้นำความคิดไปถึงประชาชนทั่วไปอีกจังหวะหนึ่ง ทั้งนี้ เพราะประชาชนในสังคมไม่ได้อยู่ลำพังแต่เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีความสัมพันธ์และสื่อสารกัน ประกอบด้วย สมาชิก 2 กลุ่ม คือ ผู้นำความคิด ซึ่งมีคุณลักษณะพิเศษแตกต่างจากสมาชิกคนอื่น ได้แก่ มีความกระตือรือร้น มีการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่า ชอบติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น รวมทั้ง มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นในกลุ่ม และกลุ่มสมาชิกซึ่งคอยรับข่าวสารและความคิดเห็นจากผู้นำความคิด ดังนั้น ข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงผ่านไปยังผู้นำความคิดก่อนที่จะไปถึงมวลชนผู้รับสาร (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2550, หน้า 278)

ผู้นำความคิดเป็นบุคคลในสังคมซึ่งติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ในลักษณะความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดหรือแบบกลุ่มปฐมภูมิ เช่น ญาติ เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงานและมีอิทธิพลในลักษณะที่ไม่เป็นทางการเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ (สุกรีศรี จิตติกุลเจริญ, 2554, หน้า 188) พฤติกรรมการเป็นผู้นำความคิดเห็นมีปรากฏอยู่ทั่วไปในสังคมส่วนต่าง ๆ หรือที่ใดก็ตามที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเกิดขึ้น ผู้นำความคิดเห็นบางคนอาจจะมีอิทธิพลหลายด้าน แต่ส่วนมากมักจะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเฉพาะเรื่อง ซึ่งผู้นำกับผู้ตามจะต้องมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างใกล้ชิด ดังนั้น ทั้งสองฝ่ายจึงต้องมีความคล้ายคลึงกันพอสมควร ผู้นำความคิดเห็นมักจะติดต่อกับโลกภายนอกมากกว่าและติดต่อกับบุคคลที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญน้อยกว่า ซึ่งผู้นำความคิดเห็นตามแนวความคิดนี้ไม่ได้เป็นผู้นำโดยตำแหน่งหรือแต่งตั้งเป็นทางการ การมีอิทธิพลโดยตำแหน่งจึงไม่ใช่การเป็นผู้นำความคิดเห็นตามแนวความคิดนี้ ดังแสดงในภาพ 4



ภาพ 4 แบบจำลองทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ

ที่มา จาก ทฤษฎีการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 6, หน้า 188), โดย สุภรณ์ สุทธิกุลเจริญ, 2554, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุภรณ์ สุทธิกุลเจริญ (2554) ระบุว่า Two-step flow มีจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องหลายประการ คือ

1. การสื่อสาร Two-step flow ไม่สะท้อนให้เห็นสภาพของกระบวนการสื่อสารในสังคมที่แท้จริง การสื่อสารอาจมีมากกว่าสองจังหวะก็เป็นได้ คือ หลังจากประชาชนได้รับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนแล้ว ก็มีการส่งต่อกันไปเป็นทอด ๆ ไม่จบสิ้น หรือไม่ก็การสื่อสารมวลชนอาจมีจังหวะเดียว คือ สื่อมวลชนสามารถส่งสารถึงประชาชนโดยตรงทีเดียว

2. การสื่อสาร Two-step flow ไม่แยกให้เห็นข้อแตกต่างในด้านหน้าที่ (function) ของสื่อ (channels) แต่ละประเภทเกี่ยวกับขั้นตอนของการตัดสินใจรับแนวความคิดใหม่ (innovation-decision process) นักวิชาการส่วนมากค้นพบว่าสื่อมวลชนมีผลอย่างมากสำหรับกระตุ้นให้คนตระหนักเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ส่วนสื่อสารแบบตัวต่อตัวมีอิทธิพลสำคัญชักจูงให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติหรือยอมรับความคิดใหม่

3. การสื่อสาร Two-step flow ถือว่าเฉพาะบุคคลที่เรียกว่าผู้นำด้านความเห็น (opinion leader) เท่านั้นที่กระตือรือร้นและสนใจในการรับฟังและถ่ายทอดข่าวสาร ส่วนประชาชนทั่วไปนั้นค่อนข้างเฉื่อยชาและขาดความสนใจข่าวสาร สมมติฐานนี้

ดูเหมือนไม่จริงเสมอไป ได้มีการค้นพบว่า Opinion Leaders อาจกระตือรือร้นหรือเฉื่อยชาได้ และอาจเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับข่าวสารจากผู้อื่น

4. การสื่อสาร Two-step flow ถือว่าบุคคลที่เรียกว่าผู้นำด้านความเห็นนั้นรับทราบข่าวสารเฉพาะจากสื่อสารมวลชนและหน้าที่เบื้องต้นของสื่อมวลชนก็คือมุ่งเสนอข่าวสารให้ผู้นำด้านความเห็น การเข้าใจเช่นนี้ไม่ถูกต้องนัก จากผลการวิจัยหลายแห่งพบว่า ผู้นำด้านความเห็นจริงๆนั้น มักจะได้ข่าวสารมาจากแหล่งต่าง ๆ มากมายด้วยกัน มิใช่เฉพาะจากสื่อมวลชน อาจเป็นการติดต่อกับบุคคลภายนอกหรือการเดินทางติดต่อกับเมืองใหญ่ ๆ สื่อสารมวลชนอาจส่งสารโดยตรงถึงประชาชนทั่วไปได้โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง

5. การสื่อสาร Two-step flow ไม่แยกให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมทางการสื่อสารของผู้รับสารตามช่วงเวลาของการรับรู้ความคิดใหม่ ผลจากการค้นคว้าเกี่ยวกับการกระจายความคิดใหม่แสดงว่าประชาชนที่รับรู้หรือยอมรับประดิษฐกรรมใหม่ในระยะเริ่มแรกมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้รับรู้หรือยอมรับในระยะหลัง ฉะนั้นบุคคลที่เรียกว่าผู้นำด้านความเห็นนั้น แท้จริงอาจเป็นเพียงผู้ที่รับรู้หรือยอมรับความคิดใหม่ก่อนคนอื่นก็ได้หาใช่มีคุณลักษณะเป็นผู้นำด้านความเห็นที่แท้จริงไม่

6. การสื่อสาร Two-step flow ถือว่าผู้รับสารนั้น แยกได้เป็น 2 ประเภทเท่านั้น คือ ผู้นำด้านความเห็น และผู้ตาม (non-leaders หรือ follower) การแบ่งแยกแบบนี้เป็นการบิดเบือนแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้รับสาร ประการแรกลักษณะการเป็นผู้นำนั้นควรจะมองในลักษณะความต่อเนื่องจากจุดหนึ่งถึงอีกจุดหนึ่งตรงข้ามมิใช่แยกเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน ดังนั้น คนเราอาจมีลักษณะความเป็นผู้นำได้ ต่างกันตรงขอบเขตความมากน้อยของคุณสมบัตินั้น อีกประการหนึ่งบุคคลที่จัดเข้าเป็นผู้ตามนั้นความจริงแล้ว ใ้ห้ว่าจะคอยตามผู้นำคนอื่นไปหมดเสียทุกอย่างและทุกเวลา

โดยสรุปทฤษฎีสื่อสารมวลชน 2 จังหวะ ได้เสนอแนะว่า

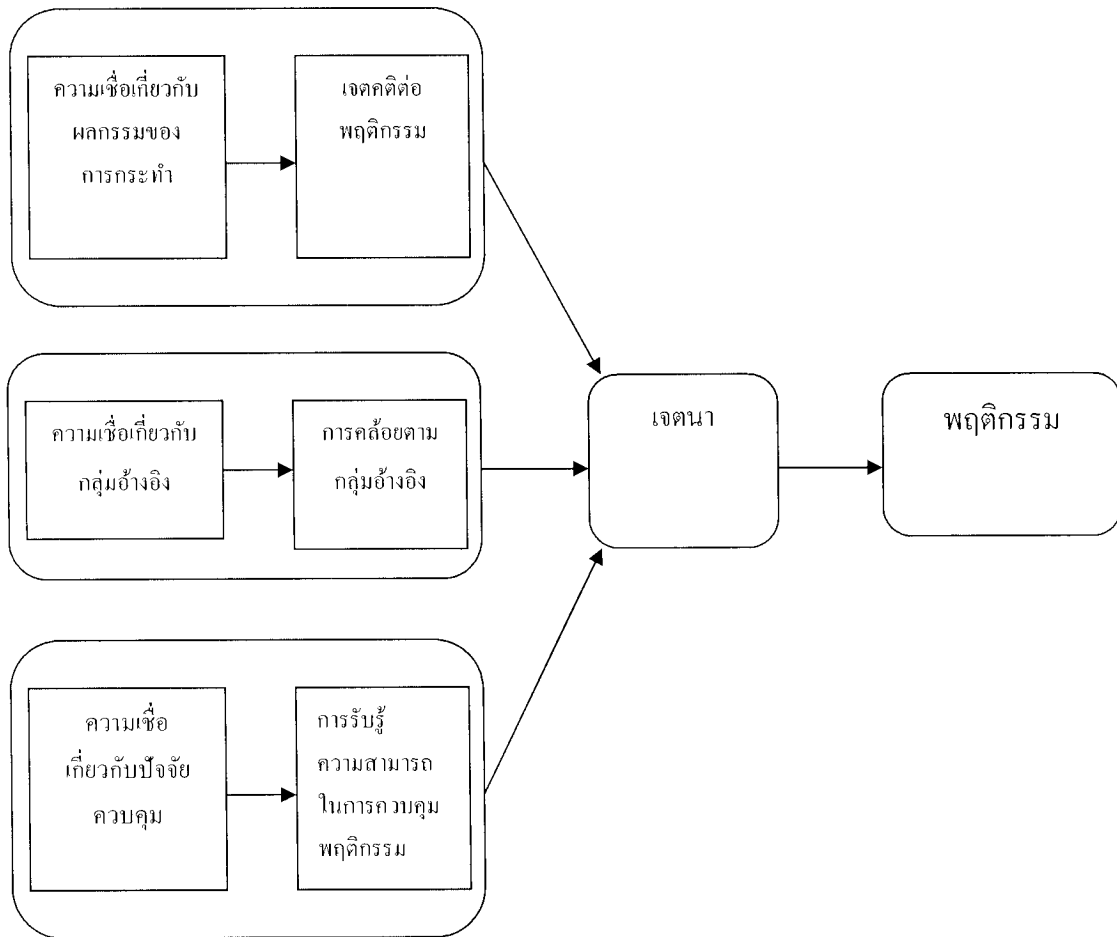
1. การตัดสินใจของบุคคลแต่ละคนนั้น ได้รับแรงจูงใจโดยตรงจากสื่อมวลชนน้อยกว่าแรงจูงใจจากผู้อื่น

2. บุคคลผู้ซึ่งจูงใจบุคคลอื่น หรือผู้นำความคิดเห็นตามทฤษฎีนี้ เป็นบุคคลที่ชอบเปิดตัวเองในการรับสารจากสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลที่เขาทำการจูงใจ

ผู้วิจัยนำทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งในการที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เป็นสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จะมีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นอาจเกิดจากการได้รับแรงจูงใจโดยตรงจากผู้อื่น โดยเฉพาะผู้นำความคิดเห็นมากกว่าแรงจูงใจจากสื่อมวลชน ผู้นำความคิดเห็นในที่นี้อาจหมายถึงผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่น ๆ ที่ไม่รู้จักรับรู้ว่าเป็นการส่วนตัว ผู้ดูแล (แอดมิน) เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เพื่อน บุคคลที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัว และสมาชิกในครอบครัว

แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

Ajzen (1991) ได้เสนอแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (a theory of planned behavior) ที่มีการพัฒนาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 โดยโครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีเป็นการแสดงถึงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ (1) ความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบของการกระทำ (behavioral beliefs) ส่งผลให้เกิดเจตคติต่อพฤติกรรม (2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (normative beliefs) ส่งผลต่อการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (subjective norm) และ (3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (control beliefs) ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ทั้งหมดนำมาสู่เจตนา (intention) และเกิดเป็นพฤติกรรม (behavior)



ภาพ 5 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน

ในส่วนของความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs--NB) (Ajzen, 1991) ระบุว่า เป็นตัวกำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm--SN) เป็นความเชื่อที่ว่าบุคคลหรือกลุ่มคนเฉพาะคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น ถ้าบุคคลได้เห็น หรือรับรู้ว่ามีบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขา (กลุ่มอ้างอิง) ได้ทำพฤติกรรมนั้น ก็มีแนวโน้มที่จะคล้อยตามและทำตามด้วย ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มอ้างอิงที่สำคัญแต่ละเรื่องจะขึ้นอยู่กับประเด็นเรื่องหรือพฤติกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงนั้น

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN) ขึ้นอยู่กับผลรวมของผลคูณระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำของตน ซึ่งหมายถึง ความเชื่อที่ว่าบุคคล

แต่ละคนที่อยู่ในกลุ่มอ้างอิงประสงค์จะให้ตนทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นเพียงใด และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply--MCi) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่า ตนต้องการทำตามที่กลุ่มอ้างอิงแต่ละกลุ่มต้องการให้ตนทำเพียงใด สามารถเขียนเป็นสมการได้ว่า

$$SN = f[\sum_{j=1}^n NB_j MC_j]$$

เมื่อ j คือ จำนวนความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบ

การวัดความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง

Fishbein and Ajzen (อ้างถึงใน นภมาศ ศรีขวัญ, 2547, หน้า 30-31) ได้เสนอการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไว้ 2 วิธี ดังนี้

1. การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยตรง เป็นการประเมินความเชื่อของตัวบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นของบุคคลส่วนมากที่มีความสำคัญเขา คิดว่าเขาควรหรือไม่ควรกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ

2. การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยทางอ้อม ได้จากผลรวมของผลคูณระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับทัศนะของกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำของตน (Normative Beliefs--NB) ซึ่งหมายถึง ความเชื่อว่าบุคคลแต่ละคนที่อยู่ในกลุ่มอ้างอิงต้องการให้ตนทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นเพียงใด และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply--MC) หมายถึงการรับรู้ของบุคคลว่า ตนต้องการทำตามที่กลุ่มอ้างอิงต้องการให้ตนทำเพียงใด โดยที่กลุ่มอ้างอิงในที่นี้ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลผู้นั้น หรือกลุ่มอ้างอิงเด่นชัด

การหากลุ่มอ้างอิงเด่นชัด โดยการให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามเกี่ยวกับ หากท่านต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีบุคคลใดบ้างที่มีความสำคัญต่อท่าน ที่ท่านนึกถึงเมื่อท่านจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้วิจัยนำคำถามข้างต้น ไปถามกลุ่มคนที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างประมาณตั้งแต่ 30 คนขึ้นไป แล้วนำคำตอบมาจัดกลุ่มความเชื่อที่คล้ายคลึงกันไว้กลุ่มเดียวกัน แล้วเรียงลำดับความถี่จากสูงสุดไปต่ำสุด จากนั้นทำการ-

คัดเลือก ความเชื่อเด่นชัดเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง โดยพิจารณาเฉพาะกลุ่มอ้างอิงที่มีความถี่สูงตามลำดับลงไป ให้ได้ความถี่สะสมประมาณ ร้อยละ 75 เมื่อได้กลุ่มอ้างอิงเด่นชัดแล้วสามารถนำไปสร้างมาตรวัดความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงได้ ดังตัวอย่าง (นพมาศ ศรีขวัญ, 2547, หน้า 28, 31)

เพื่อนของฉันคิดว่าฉันควรรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นไปได้: _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้างพอ ๆ กัน น้อย ปานกลาง มาก

และสร้างมาตรวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง
ดังตัวอย่าง

โดยทั่วไปฉันต้องการทำในสิ่งที่เพื่อนต้องการให้ทำ

เป็นไปได้: _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้างพอ ๆ กัน น้อย ปานกลาง มาก

ดังนั้นเมื่อต้องการทราบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จึงจำเป็นต้องประเมินความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงเด่นชัด Fishbein and Ajzen (อ้างถึงใน นพมาศ ศรีขวัญ, 2547, หน้า 31) แนะนำให้นำความเชื่อเหล่านี้มาสร้างเป็นมาตรประเมินความเชื่อ เกี่ยวกับ กลุ่มอ้างอิง และการประเมินแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตามความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง ใช้มาตรจำแนกความหมายของOsgood โดยใช้คำคุณศัพท์ที่เป็นขั้วคู่ประกอบกับมาตร 7 ช่วง ให้คะแนนเป็นบวกและลบคือจาก -3 ผ่านศูนย์ไปยัง +3

เนื่องจากคะแนนความหนักแน่นของความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงและคะแนนแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตามความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงแต่ละตัวมีค่าตั้งแต่ -3 ถึง +3 แล้วนำมาคำนวณหาผลรวมของผลคูณของคะแนนความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงและคะแนนแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตามความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง และแปลผลคะแนนจากคะแนนเฉลี่ยโดยรวม ถ้าอยู่ในช่วงคะแนนบวกมาก บวกปานกลาง บวกน้อย แสดงว่าบุคคล

มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำพฤติกรรมทางบวกอยู่ในระดับสูง ระดับปานกลาง ระดับน้อย และถ้าคะแนนเฉลี่ยคคยรวมอยู่ในช่วงคะแนนลบมาก ลบปานกลาง ลบน้อย แสดงว่าบุคคลมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำพฤติกรรมทางลบอยู่ในระดับสูง ระดับปานกลางและระดับต่ำ (นภมาศ ศรีขวัญ, 2547, หน้า 31)

ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงและแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สามารถเขียนเป็นสมการได้ว่า (Ajzen, 2006)

$$SN = \sum_{i=1}^m NB_i MC_i$$

เมื่อ m คือ จำนวนแหล่งหรือกลุ่มอ้างอิง

SN = การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

NB_i = ความเชื่อตามกลุ่มอ้างอิง

MC_i = แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ประเภทของกลุ่มอ้างอิง

ประเภทของกลุ่มอ้างอิง แบ่งออกได้เป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงและกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม ดังนี้ (ฉัตรชูดา วิจิตรจามรี, 2556, หน้า 229-231)

1. กลุ่มอ้างอิงทางตรง คือ กลุ่มที่บุคคลเข้าร่วมเป็นสมาชิกโดยตรงมีการติดต่อสื่อสารในกลุ่ม และมีอิทธิพลต่อบุคคล แบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ

1.1 กลุ่มปฐมภูมิ คือ กลุ่มทางสังคมขนาดเล็กมีการติดต่อกันโดยตรงภายในกลุ่มมีความใกล้ชิดและความผูกพัน รวมทั้ง มีการชักจูงให้สมาชิกร่วมมือกันตลอดจนมีความเชื่อและพฤติกรรมเหมือน ๆ กัน เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

1.2 กลุ่มหุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่บุคคลสนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก โดยความสมัครใจของตนเอง เช่น กลุ่มทางศาสนา กลุ่มวิชาชีพ สหภาพแรงงาน กลุ่มสันถนาการ เป็นต้น ภายในกลุ่มมีการติดต่อกันแบบตัวต่อตัวเช่นกัน แต่ไม่บ่อยมากเท่ากับกลุ่มปฐมภูมิ มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม ไม่มากเท่ากับกลุ่มปฐมภูมิ

2. กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม คือกลุ่มที่บุคคลไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกโดยตรง ไม่ได้มีการติดต่อกันตัวระหว่างกัน แต่กลับมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรม รวมทั้งสามารถมีแรงกดดันให้บุคคลปฏิบัติไปในทางใดทางหนึ่ง อีกนัยหนึ่งคือ มีบทบาทในการให้เกณฑ์พิจารณา ตัดสินแก่บุคคลว่าสิ่งใดควรทำและสิ่งใดไม่ควรทำ แบ่งเป็นกลุ่มอ้างอิงทางบวกและกลุ่มอ้างอิงทางลบ

2.1 กลุ่มอ้างอิงทางบวก กลุ่มที่บุคคลต้องการ เทียบเคียงเหมือนหรือต้องการ เข้าร่วมเป็นสมาชิกด้วย ความปรารถนาที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกเป็นแรงกดดันให้ต้องมีทัศนคติค่านิยมหรือปฏิบัติตน ให้สอดคล้องกับกลุ่ม เช่น ถ้านักศึกษาต้องการจะเป็นนักข่าวก็สามารถทำนายได้ว่า เขา จะให้การสนับสนุนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันเสรีภาพของนักข่าว และจะคัดค้าน การลดรอนเสรีภาพ ในการทำข่าว หรือ ถ้านักศึกษาต้องการเทียบเคียงเหมือนกับกลุ่มดารานักแสดงนักศึกษาจึงอาจเลือกสินค้าที่เราใช้แต่งตัวเหมือนดารา หรือไปสถานที่ที่เป็นที่นิยมของเหล่าดารากลุ่มอ้างอิงจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบ พฤติกรรมของบุคคล

2.2 กลุ่มอ้างอิงทางลบ เป็นกลุ่มที่บุคคลพยายาม และไม่ต้องการเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย โดยบุคคลจะหลีกเลี่ยงที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมเหมือนกลุ่มอ้างอิงทางลบ เช่น ไม่เห็นด้วยกับแนวคิดที่กลุ่มอ้างอิงทางลบสนับสนุน ไม่ใช่สินค้าหรือไม่กระทำการอย่างเดียวกับกลุ่มนี้ มิฉะนั้น อาจถูกมองว่าเป็นบุคคลประเภทเดียวกับกลุ่มอ้างอิงทางลบนี้ ตัวอย่างของกลุ่มอ้างอิงทางลบ เช่น กลุ่มอันธพาล กลุ่มมิจฉาชีพ กลุ่มพนันบอล กลุ่มนายทุน

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอ้างอิงอีกประเภทหนึ่งที่บุคคลเป็นสมาชิกโดยไม่สมัครใจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ทุกคนถูกจัดเข้ากลุ่มต่าง ๆ โดยอัตโนมัติตามลักษณะทางประชากรของตนเอง ไม่ได้มาจาก การตัดสินใจเข้ากลุ่มอย่างตั้งใจ อย่างไรก็ตาม ผู้ใฝ่มน้าวใจยังคงต้องพิจารณาถึงกลุ่มอ้างอิง

ประเภทนี้ เพราะเป็นหลักฐานที่ว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะทางประชากรแบบเดียวกัน จะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันมากกว่า จึงมีความเป็นไปได้ที่จะมีความคล้ายคลึงกันทางสังคมทางทัศนคติและพฤติกรรม

กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรม เนื่องจากบุคคลจะให้คุณค่ากับความเห็นของกลุ่มอ้างอิง ดังนั้น ผู้โน้มน้าวใจสามารถนำกลุ่มอ้างอิงที่ผู้รับสารยึดถือเป็นผู้รับรองและสนับสนุน เช่น เราอาจโน้มน้าวใจให้เด็กดื่มนม ทานผักและออกกำลังกายมากขึ้น เพื่อให้มีร่างกายสูงใหญ่และแข็งแรงเหมือนนักกีฬาที่เด็ก ๆ ชื่นชอบ ซึ่งเป็นการโน้มน้าวใจดีกว่าเขาสามารถเทียบเคียงเหมือนนักกีฬา ซึ่งเป็นกลุ่มอ้างอิงทางบวกที่เขาต้องการเป็นหนึ่งในสมาชิกกลุ่มด้วย

โดยสรุป แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มองว่า ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง นำมาสู่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และส่งผลต่อพฤติกรรม ซึ่งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่าบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสำคัญกับตนต้องการหรือไม่ต้องการให้ตนกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมาเป็นกรอบเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากการที่บุคคลจะมีพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด เกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง ที่นำมาสู่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ดังนั้น กลุ่มอ้างอิงจึงมีบทบาทสำคัญที่จะกำหนดการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใดของบุคคลตามที่กลุ่มอ้างอิงต้องการหรือไม่ต้องการ เช่นเดียวกับการกระทำเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงน่าจะมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการกระทำของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกลุ่มอ้างอิงในงานวิจัยนี้ คือ เพื่อน คนรัก เจ้านาย และพ่อแม่ ผู้วิจัยคาดว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงน่าจะมีการสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ซึ่งจะต้องทำการทดสอบต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะประชากรศาสตร์

ฉัตรกุล ตรงมาลี (2557) ศึกษาเรื่อง การใช้ทวิตเตอร์และจริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าวของผู้สื่อข่าวไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 332 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าฐานนิยม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย LSD การทดสอบค่าที และค่าไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้จริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าวแตกต่างกัน นอกจากนี้ การใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าวด้านรูปแบบการรายงานข่าวในทวิตเตอร์ประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ วิดีโอและลิงค์มีความสัมพันธ์กับจริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าว และการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าวด้านประเภทของข่าวที่รายงานในทวิตเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับจริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าว

ผลจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้านรูปแบบและประเภทของข่าวที่สนใจจากการนำเสนอของเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict นอกจากนี้ ผู้วิจัยคาดว่างานวิจัยดังกล่าวจะมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องงานวิจัยดังกล่าวพบว่าอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ ซึ่งจริยธรรมมีส่วนที่เกี่ยวข้องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งตรงกับนิยามความรับผิดชอบต่อสังคมในการวิจัยนี้

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

จุฑามณี คายะนันท์ (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม (www.facebook.com) ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน วัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม (www.facebook.com) (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม (www.facebook.com) และ (3) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่กลุ่มผู้ใช้บริการได้รับการ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม (www.facebook.com)

ผลการศึกษา ในส่วนของข้อมูลเชิงพรรณนา พบว่า ภาพรวมของผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าตนเองได้รับผลกระทบมาจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้านสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจและด้านจิตใจน้อยที่สุด โดยผลกระทบด้านสังคมพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบประเด็น “ทำให้การสนทนา/ติดต่อสื่อสารสะดวกและง่ายขึ้น” มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา “ทำให้รับทราบข่าวสารอัปเดตได้รวดเร็ว เช่น ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน ข่าวเรื่องกีฬา ข่าวเรื่องแฟชั่น เป็นต้น” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 “ทำให้ขยายกลุ่มเพื่อน/มีเพื่อนเพิ่มมากขึ้น” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 “ทำให้กล้าคุย/แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระบนกระดานได้มากขึ้น” ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และทำให้กลัวการถูกหลอกและต้องระมัดระวังการใช้งานของตนเองมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการใช้ Facebook “ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่าย/ค่าโทรศัพท์” ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ผลกระทบด้านจิตใจ ได้รับผลกระทบประเด็น “ทำให้อยู่ในโลกส่วนตัวมากจนเกินไป (ไม่สนใจสิ่งรอบข้างมากนัก)” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 รองลงมา ประเด็น “ทำให้ไม่มีสมาธิในการทำงาน (สมาธิสั้นลง)” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และประเด็น “ทำให้เกิดการล่วงละเมิดสิทธิของผู้อื่น ๆ ได้ง่ายขึ้น เช่น การบันทึกรูปเพื่อนของเพื่อนที่ตนเองชอบหรือว่าหน้าตาน่ารัก โดยไม่ได้รับอนุญาต” น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ผลการศึกษา พบได้ว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอมด้านความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ ช่วงเวลาในการใช้และสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม และผู้ใช้เครือข่ายเฟซบุ๊กดอทคอมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพต่างกัน มีผลกระทบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยนำผลการศึกษาไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยในส่วนผลที่เกี่ยวกับผลกระทบของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ผลกระทบด้านสังคมและจิตใจที่อยู่ในระดับมากและปานกลาง (ตามลำดับ) ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการเขียนที่มาและความสำคัญของปัญหา เพื่อสะท้อนถึงผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม

ส่วนผลวิจัยที่พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม ผู้วิจัยคาดว่าจะสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ทั้งนี้ เพราะนิยามของความรับผิดชอบต่อสังคมในงานวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นด้วย ซึ่งเป็นหนึ่งในผลกระทบของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอมด้านจิตใจในการวิจัยดังกล่าว รวมถึง จากผลการวิจัยดังกล่าว ที่พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอมด้านความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ ช่วงเวลาในการใช้และสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม น่าจะไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังใช้เป็นกรอบในการกำหนดข้อคำถาม ในแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วย เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าว มีตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการใช้บริการเฟซบุ๊ก และคำถามเกี่ยวกับการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นที่เป็นตัวแปรตาม เช่นเดียวกับงานวิจัยในครั้งนี้

ริภัทรา เฟ็งจันทร์ (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com เป็นการวิจัย

เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่เป็นแรงจูงใจสำคัญในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com ปัญหาและกระตุ้นให้เกิดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com

ผลการศึกษา ในส่วนข้อมูลเชิงพรรณนา พบว่า ปัญหาต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ www.facebook.com ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัญหาทุกข้ออยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาที่สูงอันดับแรก ๆ คือ สามารถปล่อยข่าว และทำให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มในทางที่ดีหรือไม่ได้อย่างรวดเร็ว เฟซบุ๊กไม่แสดงเวลาจริง ๆ ที่โพสต์ข้อความหรือรูปภาพลงไปและบุคคลอื่นสามารถเล่นเฟซบุ๊กของเราได้ ถ้าเราไม่ได้ลงชื่อออกจากโปรแกรมเพราะจะทำให้สามารถเล่นช้อนอีกเครื่องได้ และในขณะที่เราไม่ได้ออนไลน์อยู่เพื่อนสามารถโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่เราไม่พึงประสงค์

ผลการศึกษายัง พบว่า ลักษณะประชากรของนักเรียนที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com แตกต่างกัน โดยนักเรียนเพศชายจะมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่านักเรียนหญิงและนักเรียนที่มีผลการเรียน 3.5 ถึง 4.0 จะมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com มากกว่านักเรียนที่มีผลการเรียน 2.5 ถึง 3.0 ผลการเรียนน้อยกว่า 2.0 ผลการเรียน 3.0 ถึง 3.5 ตามลำดับ พฤติกรรมในการใช้ www.facebook.com ของนักเรียนที่ต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ www.facebook.com แตกต่างกัน โดยประสบการณ์ในการใช้และช่วงเวลาในการใช้มีผลต่อแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com โดยนักเรียนที่มีประสบการณ์ในการใช้ 6 เดือน - 1 ปีมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com มากกว่าประสบการณ์ในการใช้อื่น ๆ ประสบการณ์ในการใช้ 2-3 ปีตามลำดับ และช่วงเวลาในการใช้ 8.00-12.00 น. มีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคม

ออนไลน์ของ www.facebook.com มากกว่าช่วงเวลาในการใช้ 12.00-16.00 น. ช่วงเวลาอื่น ๆ ตามลำดับ

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยในส่วนข้อมูลเชิงพรรณนามาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานเฟซบุ๊กที่จะปรากฏอยู่ในบทที่ 1 เรื่องที่มาและความสำคัญของปัญหา ซึ่งจากปัญหาที่พบจากการวิจัยดังกล่าว จะเห็นได้ว่ามีบางส่วนเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการที่หากผู้ใช้ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้งาน ก็ส่งผลให้เกิดปัญหาตามมาจากการใช้งาน นอกจากนี้ ยังใช้เป็นกรอบในการตั้งข้อคำถามของแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระด้วย เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวมีพฤติกรรมในการใช้ www.facebook.com เป็นตัวแปรอิสระเช่นเดียวกัน

ธนิต สิริมงคล (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน Facebook ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน Facebook ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านแหล่งการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน Facebook ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน Facebook อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการ ประเภทการให้บริการที่นิยมใช้ การสมัครเข้าใช้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการในแต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ของการนัดพบกะสมาชิกที่ใช้บริการ จำนวนเพื่อน และเนื้อหาของการสนทนาหรือโพสต์ข้อความ นอกจากนี้ พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ คือ ควรพัฒนาระบบการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลให้มีความปลอดภัยกว่านี้ ควรมีระบบป้องกันการใช้ Facebook ในทางที่ไม่ดี เช่น ข้อความไม่เหมาะสม ข้อความที่ผิดกฎหมาย

การมีระบบตรวจสอบการกรอกบันทึกข้อมูลส่วนตัวที่เป็นจริงหรือยืนยันการมีตัวตน
แม้งานวิจัยดังกล่าวจะมีพฤติกรรมการใช้บริการเฟซบุ๊กเป็นตัวแปรตามต่างจากงานวิจัย
ในครั้งนี้ที่ใช้เป็นตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยนี้มาใช้เพียงเป็นกรอบในการสร้าง
ข้อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ
เนื่องจากงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของประชาชนในกรุงเทพ-
มหานคร มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเป็นตัวแปรตาม และนำในส่วนของข้อเสนอแนะ
ในการใช้ Facebook มาใช้ประกอบการเขียนที่มาและความสำคัญของปัญหาด้วย

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

นพลักษณ์ ปานพูนทรัพย์ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีความสัมพันธ์
กับเจตคติและความตั้งใจในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์ผ่านทางวิทยุ DFM 99.5 ร่วมด้วย
ช่วยกัน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สำนวความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็น
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง
แบบเป็นระบบ นำเสนอผลการวิจัยโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเสนอผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่
การทดสอบค่าที ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย
วิธีการของคูเกีย

ผลการศึกษา พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว เพื่อนและแท็กซี
มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หรือค่า r พบว่า กลุ่มอ้างอิงครอบครัว
มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์ที่ค่า $r = .405$ กลุ่มอ้างอิงเพื่อน
มีค่า $r = .404$ และกลุ่มอ้างอิงแท็กซีมีค่า $r = .341$ แสดงว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมาก
จะมีความตั้งใจในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์สูง โดยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ
ในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์มากที่สุด คือ ครอบครัว รองลงมาคือเพื่อน และแท็กซี

ปิยภรณ์ อภิฐานจิตติ (2551) ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่ม
อ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและ
พฤติกรรมกาให้บริการ (กิจกรรม CARE)· กรณีศึกษาพนักงานบริษัทประกันวินาศภัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 277 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบลำดับชั้น ภูมิตามสัดส่วน

ผลการศึกษา พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในพฤติกรรมกาให้บริการ (กิจกรรม CARE) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมกาให้บริการ (กิจกรรม CARE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .336 แสดงว่า พนักงานที่มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมาก จะมีความตั้งใจในการทำพฤติกรรมกาให้บริการ (กิจกรรม CARE) สูง ซึ่งกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลมากที่สุด ต่อ ความตั้งใจทำหรือไม่ทำพฤติกรรมกาให้บริการ (กิจกรรม CARE) คือ ตัวพนักงานเอง รองลงมา คือ ผู้บังคับบัญชา

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยทั้ง 2 มาใช้มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้เป็นกรอบในการกำหนดตัวแปรอิสระ คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม ที่เกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรอิสระเช่นเดียวกัน โดยความตั้งใจในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์ผ่านทางวิทยุ DFM 99.5 ร่วมด้วยช่วยกัน ถือเป็นหนึ่งในความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม

ราชสีห์ เสนะวงศ์ (2550) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ต่อแนวคิดความ- รับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวและระดับปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการวิจัยภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬาที่ปฏิบัติงาน ตั้งแต่เวลา 5.00-14.00 น. จำนวน 100 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สื่อข่าวมีการปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมมากทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ข้อมูลที่เป็นจริง โดยเฉพาะในประเด็น ผู้สื่อข่าวต้องไม่บิดเบือน ข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์แก่ตนเองและพวกพ้อง ส่วนด้านการทำข่าวด้วยความรอบคอบ มีระดับปฏิบัติด้านนี้มาก โดยเฉพาะในประเด็นผู้สื่อข่าวต้องระมัดระวัง

ในการเสนอข่าวที่อาจจะกระทบต่อความมั่นคงของชาติ และด้านการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมีระดับการปฏิบัติมาก โดยเฉพาะในประเด็นผู้สื่อข่าวต้องรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว อีกทั้ง พบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงานและรายได้มีการปฏิบัติถึงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผลในส่วนที่ผู้สื่อข่าวมีการปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสังคมมากทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านการทำข่าวด้วยความรอบคอบและด้านการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมาใช้ในการกรอบในการสร้างข้อคำถามของแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากนิยามความรับผิดชอบต่อสังคมหมายรวมถึง การไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นด้วย

ลัดดาวรรณ สุวรรณเวก (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสุ่มตัวอย่างประชากรทั้งหมด 400 ตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต โดยในส่วนของเพศ นักศึกษาเพศชายมีพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง นักศึกษาคณะรัฐศาสตร์มีพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมากกว่านักศึกษาคณะนิติศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะศึกษาศาสตร์ และคณะมนุษยศาสตร์ตามลำดับ และนักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมากกว่านักศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5,000-9,999 บาทและต่ำกว่า 5,000 บาทตามลำดับ

นอกจากนี้ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในส่วนของจำนวนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ การเปิดเผยข้อมูล และความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษทางกฎหมาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต โดยในส่วนช่วงเวลา นักศึกษาที่ใช้ช่วงเวลา 00.01-08.00 น. มีพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมากกว่านักศึกษาที่ใช้ช่วงเวลา 16.01-24.00 น. และช่วงเวลา 08.01-16.00 น. ตามลำดับ การเปิดเผยข้อมูล นักศึกษาที่เปิดเผยข้อมูลแบบสาธารณะ มีพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมากกว่านักศึกษาที่เปิดเผยข้อมูลแบบเฉพาะเพื่อนและเพื่อนของเพื่อนเท่านั้นและนักศึกษาที่เปิดเผยข้อมูลแบบเฉพาะเพื่อนเท่านั้นตามลำดับ สำหรับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ นักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีมีพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมากกว่านักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจบ้าง และนักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจน้อยมากตามลำดับ

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยในส่วนของลักษณะประชากรของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต น่าจะสอดคล้องกับสมมติฐาน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน รวมถึง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต น่าจะสอดคล้องกับสมมติฐาน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน และความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษทางกฎหมายกับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต น่าจะสอดคล้องกับสมมติฐาน สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน นอกจากนี้ ใช้เป็นกรอบในการกำหนดข้อคำถามในแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่เป็นตัวแปรอิสระ และความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นที่เป็นตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เฟชบุ๊กที่เป็นสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ช่วงอายุ 20-60 ปี มีข้อมูลการเป็นสมาชิกบนหน้าเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ณ วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 1,964,081 คน

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยให้ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณจาก

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งในที่นี้กำหนดไว้เท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าตามสูตร} \quad n &= 1,964,081-1 + 1,964,081(0.05)^2 \\ &= 1,964,081/1 + 4,911.2025 \\ &= 1,964,081/4,911.2025 \\ &= 399.918 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 ตัวอย่าง (คน)

การสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือสโนว์บอล (snowball) เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถเข้าไปดูได้ว่าประชากร ซึ่งเป็นผู้ใช้เฟซบุ๊กที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นใครบ้าง แต่สามารถรู้ได้ว่าเพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยใครบ้างที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict จึงเริ่มการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีจำนวน 189 คน ด้วยการหยิบฉลากรายชื่อจาก 189 คนมา 40 คน แล้วให้เพื่อนทั้ง 40 คนแนะนำเพื่อนของทั้ง 40 คนที่กกดติดตามเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict อีกคนละ 10 รายชื่อ รวมทั้งสิ้นเป็น 400 รายชื่อ (คน) ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 2. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
 3. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
 4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
- ตัวแปรตาม คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยผู้วิจัยทำแบบสอบถามชนิดปลายปิด (ended questions) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง ซึ่งแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ทางกฎหมายและบทลงโทษ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือโดยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ดังนี้

1. หาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม
2. หาความน่าเชื่อถือ (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลอง (try-out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน โดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ 0.931 ซึ่งแสดงว่าคำถามในแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊ก เพจ Drama-addict” ผู้วิจัยได้แบ่งแหล่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 แหล่งใหญ่ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปทาง inbox ของผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เป็นสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ตามรายชื่อที่ได้จากการเลือกแบบ Snowball จำนวน 400 ฉบับ ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2561 จากนั้นนำไปประมวลผลข้อมูลต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ลงรหัส บันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน โดยตอบถูก หมายถึงมีความรู้ ได้

1 คะแนน และตอบผิด หมายถึง ไม่มีความรู้ ได้ 0 คะแนน กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนจำแนกตามกฎหมาย 2 ฉบับ แต่ละฉบับมีค่าคะแนนตั้งแต่ 0- 8 คะแนน คะแนนรวม 2 ฉบับมีค่าคะแนนตั้งแต่ 0-16 คะแนน

กำหนดเกณฑ์ในการแปลค่าคะแนน โดยใช้เกณฑ์ได้คะแนนตั้งแต่ ร้อยละ 50 ขึ้นไป หมายถึง มีความรู้ผ่านเกณฑ์ และได้คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 50 หมายถึง มีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์

ระดับความรู้จำแนกตามกฎหมายแต่ละฉบับ

0-3 คะแนน หมายถึง มีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์

4-8 คะแนน หมายถึง มีความรู้ผ่านเกณฑ์

ระดับความรู้ภาพรวม

0-7 คะแนน หมายถึง มีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์

8-16 คะแนน หมายถึง มีความรู้ผ่านเกณฑ์

ตอนที่ 4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ลักษณะคำถามเป็นมาตรจำแนกความหมายของ Osgood ซึ่งมีให้เลือก 2 ทาง คือ เป็นไปได้ และเป็นไปไม่ได้ ประกอบด้วยมาตรา 7 ช่วง ให้คะแนนเป็นบวกและลบ จาก -3 ผ่านศูนย์ไปยัง +3 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ เป็นไปได้น้อย = +3 คะแนน เป็นไปได้น้อยปานกลาง = +2 คะแนน เป็นไปได้น้อย = +1 คะแนน ไม่ใช่ทั้งสองอย่าง = 0 คะแนน เป็นไปไม่ได้เล็กน้อย = -1 คะแนน เป็นไปไม่ได้ปานกลาง = -2 คะแนน เป็นไปไม่ได้มาก = -3 คะแนน แต่ละข้อมีคะแนนตั้งแต่ +3 ถึง -3

คะแนนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง นำมาจากผลรวมของคะแนนที่ได้ในแต่ละข้อของแบบสอบถามความเชื่อเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง คูณกับคะแนนที่ได้ในแต่ละข้อของแบบสอบถามแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

การแปลผลคะแนน พิจารณาจากคะแนนเต็มต่ำสุด (-9 คะแนน) และคะแนนเต็มสูงสุด (9 คะแนน) กำหนดคะแนนเป็นคะแนนบวกและคะแนนลบ แบ่งเป็น 3 ระดับ โดยผู้วิจัยแบ่งวิธีการหาคะแนนตามวิธีการหาอันตรายภาคชั้นโดยใช้พิสัย (ชัชวาล เรื่อง ประพันธ์, 2539) และกำหนดเป็นช่วง ๆ จะได้ 3 ระดับ คือ ต่ำ ปานกลาง และสูง ดังนี้

คะแนนเป็น 0 หมายถึง มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นกลาง

คะแนนเป็นบวก หมายถึง มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางบวก

โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับต่ำ	หมายถึง มีคะแนน	0.1 ถึง 3.9
ระดับปานกลาง	หมายถึง มีคะแนน	4 ถึง 6.9
ระดับสูง	หมายถึง มีคะแนน	7 ถึง 9
คะแนนเป็นลบ	หมายถึง มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางลบ	

โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับต่ำ	หมายถึง มีคะแนน	-0.1 ถึง -3.9
ระดับปานกลาง	หมายถึง มีคะแนน	-4 ถึง -6.9
ระดับสูง	หมายถึง มีคะแนน	-7 ถึง -9

ตอนที่ 5 ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามแนวทางของ Likert

กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน

- 5 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมมาก
- 3 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์ในการแปลค่าของคะแนน

- 4.51-5.00 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด
- 3.51-4.50 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมมาก
- 2.51-3.50 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมปานกลาง
- 1.51-2.50 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมน้อย
- 1.00-1.50 หมายถึง ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ใช้บรรยายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ความถี่ (frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2 สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.2/1.3/1.4/1.5 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ/ระดับการศึกษา/อาชีพ/รายได้เฉลี่ยต่อเดือน(ตามลำดับ)ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทำการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่มีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรตาม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากนั้นทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทำการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่มีผลต่อความแตกต่างของตัวแปรตาม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากนั้นทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 3 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation) เพื่อทำการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยดูจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของเพียร์สัน ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 หากมีค่ายิ่งเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (2) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (3) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict และ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุดจากกลุ่มตัวอย่าง สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict และรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติและทดสอบสมมติฐาน การวิจัยโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จนกระทั่งได้ผลการวิจัย ซึ่งมีลำดับการ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย (mean)

SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

Sig.	แทน	ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
df	แทน	องศาของควมอิสระ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบที (t test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบเอฟ (F test)
r	แทน	ค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
p	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม (ดูตาราง 3-7)

ตาราง 3

ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	160	40.0
หญิง	240	60.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือ เพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเพศชาย จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตาราง 4

ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-29 ปี	107	26.8
30-39 ปี	175	43.8
40-49 ปี	74	18.5
50-59 ปี	31	7.7
60 ปีขึ้นไป	13	3.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 30-39 ปี มากที่สุด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 มีอายุ 40-49 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 มีอายุ 50-59 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และมีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตาราง 5

ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	3	0.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	1.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	23	5.7
อนุปริญญา/ปวส.	11	2.7
ปริญญาตรี	260	65.0
สูงกว่าปริญญาตรี	96	24.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 260 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.0 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 96 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ5.7 อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ1.8 และประถมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตาราง 6

ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	58	14.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	110	27.5
พนักงานบริษัท	137	34.3
เจ้าของกิจการ	35	8.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	18	4.5
อื่น ๆ	42	10.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อื่น ๆ จำนวน 42 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.5 เจ้าของกิจการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตาราง 7

ค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	62	15.4
10,001-20,000 บาท	93	23.3
20,001-30,000 บาท	93	23.3
30,001-40,000 บาท	59	14.7
40,001-50,000 บาท	52	8.0
มากกว่า 50,000 บาท	61	15.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 เท่ากัน รองลงมา ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ *Drama-addict*

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก (ดูตาราง 8-16)

ตาราง 8

ค่าความถี่ และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟชบุ๊ก

พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟชบุ๊ก		
น้อยกว่า 1 ปี	16	4.0
ตั้งแต่ 1-3 ปี	19	4.7
มากกว่า 3ปี - 5 ปี	46	11.5
มากกว่า 5 ปี - 7 ปี	93	23.3
มากกว่า 7 ปี - 9 ปี	127	31.7
มากกว่า 9 ปี	99	24.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟชบุ๊กมากกว่า 7 ปี - 9 ปี มากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมา มากกว่า 9 ปี จำนวน 99 คน ร้อยละ 24.8 มากกว่า 5 ปี - 7 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 มากกว่า 3 ปี - 5 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตั้งแต่ 1-3 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0. ตามลำดับ

ตาราง 9

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์		
ทุกวัน	334	83.5
1-2 วันต่อสัปดาห์	16	4.0
3-4 วันต่อสัปดาห์	15	3.7
5-6 วันต่อสัปดาห์	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ ทุกวัน มากที่สุด จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมา 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 มีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตาราง 10

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน		
1-2 ครั้ง	57	14.2
3-4 ครั้ง	71	17.7
5-6 ครั้ง	51	12.8
ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	221	55.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา 3-4 ครั้ง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน 1-2 ครั้ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และ 5-6 ครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตาราง 11

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	202	50.5
1-2 ชั่วโมง	102	25.5
3-4 ชั่วโมง	29	7.2
มากกว่า 4 ชั่วโมง	62	15.5
อื่น ๆ	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา 1-2 ชั่วโมง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง มากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตาราง 12

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก		
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน	361	90.3
คอมพิวเตอร์พกพา	9	2.3
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	18	4.4
แท็บเล็ต	10	2.5
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อุปกรณ์ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน มากที่สุด จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมา คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 แท็บเล็ต จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 คอมพิวเตอร์พกพา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 13

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก

พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก		
ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง	152	38.0
ค้นคว้าข้อมูล	18	4.5
ติดตามข่าวสาร	189	47.3
ค้าขายออนไลน์	16	4.0
เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล	20	5.0
อื่น ๆ	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊ก ติดตามข่าวสารมากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้องจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ค้นคว้าข้อมูล จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ค้าขายออนไลน์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตาราง 14

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ *Drama-addict* จำแนกตามประเภทข่าวสารที่สนใจ

พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทข่าวสาร		
ข่าวการเมือง	28	7.0
ข่าวเศรษฐกิจ	21	5.3
ข่าวการศึกษา	17	4.2
ข่าวปัญหาสังคม	232	58.0
ข่าวบันเทิง	47	11.7
ข่าวอุบัติเหตุ	5	1.3
ข่าวกีฬา	14	3.4
ข่าวต่างประเทศ	3	0.8
อื่น ๆ	33	8.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง สนใจข่าวปัญหาสังคม มากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา ข่าวบันเทิง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 อื่น ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ข่าวการเมือง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ข่าวการศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ข่าวกีฬา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ข่าวอุบัติเหตุ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และข่าวต่างประเทศ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตาราง 15

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
จำแนกตามความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict		
ทุกวัน	72	18.0
1-2 วันต่อสัปดาห์	215	53.8
3-4 วันต่อสัปดาห์	46	11.4
5-6 วันต่อสัปดาห์	67	16.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict 1-2 วันต่อสัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ทุกวัน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

ตาราง 16

ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
จำแนกตามกระบวนการสื่อสาร

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กระบวนการสื่อสาร		
บอกความรู้สึกตัวเอง	72	18.0
ถาม/รับฟังความคิดเห็นของคนอื่น	192	48.0
ชื่นชม/ให้เกียรติบุคคล	26	6.5
สื่อสารเนื้อหาชัดเจน ตรงกลุ่มเป้าหมาย	66	16.5
แสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับที่รู้สึก	10	2.5
ใช้ภาษาคลุมเครือ ไม่ชัดเจน	7	1.7
ใช้ถ้อยคำสั่งสอน ดิเตือน	11	2.8
ใช้ถ้อยคำประชดประชัน	10	2.5
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ถาม/รับฟังความคิดเห็นของคนอื่น มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา บอกความรู้สึกตัวเอง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 สื่อสารเนื้อหาชัดเจน ตรงกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ชื่นชม/ให้เกียรติบุคคล จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ใช้ถ้อยคำสั่งสอน ดิเตือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ใช้ถ้อยคำประชดประชันและแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับที่รู้สึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ใช้ภาษาคลุมเครือ ไม่ชัดเจน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (ดูตาราง 17-20)

ตาราง 17

ค่าความถี่และร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ในภาพรวม

คะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3 คะแนน	2	0.5
4 คะแนน	2	0.5
6 คะแนน	3	0.7
7 คะแนน	4	1.0
8 คะแนน	10	2.4
9 คะแนน	16	4.0
10 คะแนน	30	7.5
11 คะแนน	41	10.3
12 คะแนน	137	34.3
13 คะแนน	79	19.8
14 คะแนน	46	11.5
15 คะแนน	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้และบทลงโทษเกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ในภาพรวม 12 คะแนน มากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา 13 คะแนน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 มี 14 คะแนน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มี 11 คะแนน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 มี 10 คะแนนและ 15 คะแนนเท่ากัน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มี 9 คะแนน

จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 มี 8 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 มี 7 คะแนน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 มี 6 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และมี 3 คะแนนและ 4 คะแนน เท่ากัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 18

ค่าความถี่และร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ จำแนกตาม
พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

คะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560		
1 คะแนน	2	0.5
2 คะแนน	2	0.5
3 คะแนน	3	0.7
4 คะแนน	10	2.5
5 คะแนน	33	8.3
6 คะแนน	58	14.5
7 คะแนน	213	53.2
8 คะแนน	79	19.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้และบทลงโทษเกี่ยวกับ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 มี 7 คะแนน มากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมา 8 คะแนน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 มี 6 คะแนน จำนวน 58 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มี 5 คะแนน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 มี 4 คะแนน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มี 3 คะแนน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 มี 2 คะแนนและ 1 คะแนนเท่ากัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 19

ค่าความถี่และร้อยละของคะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ จำแนกตาม
พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558

คะแนนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558		
0 คะแนน	1	0.3
2 คะแนน	6	1.5
3 คะแนน	8	2.0
4 คะแนน	21	5.2
5 คะแนน	36	9.0
6 คะแนน	173	43.3
7 คะแนน	94	23.5
8 คะแนน	61	15.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 มี 6 คะแนน มากที่สุด จำนวน 173 คน ร้อยละ 43.3 รองลงมา มี 7 คะแนน จำนวน 94 คิดเป็นร้อยละ 23.5 มี 8 คะแนน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 มี 5 คะแนน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มี 4 คะแนน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 มี 3 คะแนน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 มี 2 คะแนน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และมี 0 คะแนน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตาราง 20

ค่าความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ
จำแนกตามระดับความรู้

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาพรวม		
มีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์	21	5.3
มีความรู้ผ่านเกณฑ์	379	94.7
รวม	400	100.0
พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560		
มีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์	17	4.2
มีความรู้ผ่านเกณฑ์	383	95.8
รวม	400	100.0
พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558		
มีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์	36	9.0
มีความรู้ผ่านเกณฑ์	364	91.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษในภาพรวม ผ่านเกณฑ์ จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.7 และมีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 เมื่อจำแนกตามกฎหมาย ความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 พบว่า มีความรู้ผ่านเกณฑ์ จำนวน 383 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 และมีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 พบว่า มีความรู้ผ่านเกณฑ์ จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.0 และมีความรู้ไม่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สนับสนุนให้รับผิดชอบต่อสังคม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สนับสนุนให้รับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (ดูตาราง 21)

ตาราง 21

คะแนนต่ำสุดและสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สนับสนุนให้รับผิดชอบต่อสังคม

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่สนับสนุนให้รับผิดชอบต่อสังคม	คะแนน ต่ำสุด	คะแนน สูงสุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
เพื่อน (ความเชื่อ x แรงจูงใจ)	-9.00	9.00	2.35	4.20	ทางบวก ต่ำ
คนรัก	-9.00	9.00	3.20	4.46	ทางบวก ต่ำ
เจ้านาย	-9.00	9.00	3.03	4.38	ทางบวก ต่ำ
พ่อแม่	-9.00	9.00	3.31	4.11	ทางบวก ต่ำ
ภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิง	-9.00	9.00	3.27	3.76	ทางบวก ต่ำ

จากตาราง 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ภาพรวมในทางบวก ระดับต่ำ ($\bar{X} = 3.27$) แต่เมื่อพิจารณารายกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พ่อแม่ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.31$) รองลงมา คนรัก ($\bar{X} = 3.20$) เจ้านาย ($\bar{X} = 3.03$) และเพื่อน ($\bar{X} = 2.35$) ตามลำดับ โดยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงพ่อแม่ คนรัก เจ้านาย และเพื่อนในทางบวก ระดับต่ำ

หมายเหตุ : คะแนนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเพื่อน คนรัก เจ้านายและพ่อแม่ ได้มาจากการนำคะแนนความเชื่อคูณด้วยคะแนนแรงจูงใจ โดยมีคะแนนต่ำสุด -9.00 คะแนน และคะแนนสูงสุด 9.00 คะแนน ซึ่งคะแนนเป็น + หมายถึง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางบวก และคะแนนเป็น - หมายถึง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางลบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict*

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict* (ดูตาราง 22)

ตาราง 22

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ *Drama-addict*

ความรับผิดชอบต่อสังคม	$\bar{X}$	<i>SD</i>	ระดับ
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	3.64	1.20	มาก
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	3.94	0.63	มาก
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	3.78	0.56	มาก
ภาพรวม	3.83	0.60	มาก

จากตาราง 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมา ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ($\bar{X} = 3.78$) และด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดตามสมมติฐาน ดังต่อไปนี้
(ดูตาราง 23-62)

สมมติฐานข้อที่ 1

สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 23

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามเพศ

ความรับผิดชอบต่อสังคม	เพศ	n	$\bar{X}$	SD	t	df	Sig.
1 ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ชาย	149	3.66	1.29	0.27	383	0.78
	หญิง	236	3.62	1.14			
2 ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ชาย	98	3.95	0.63	0.30	250	0.76
	หญิง	154	3.93	0.63			
3.ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ชาย	61	3.69	0.58	-1.56	165	0.12
	หญิง	106	3.83	0.54			
ผลรวมทุกด้าน	ชาย	61	3.81	0.65	-0.18	163	0.85
	หญิง	104	3.83	0.57			

จากตาราง 23 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 24

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอายุ

ความรับผิดชอบ ต่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ บุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	7.59	4	1.89	1.31	0.26
	ภายในกลุ่ม	549.49	380	1.44		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของ ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	7.73	4	1.93	5.15*	0.01
	ภายในกลุ่ม	92.57	247	0.37		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคน ในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	5.30	4	1.32	4.55*	0.00
	ภายในกลุ่ม	47.21	162	0.29		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	4.794	4	1.199	3.46*	0.01
	ภายในกลุ่ม	55.362	160	.346		
	รวม	60.156	164			

จากตาราง 24 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 25

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มอายุของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ-
 รับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		3.72	3.98	4.20	4.12	3.55
20-29 ปี	3.72		-0.25*	-0.47*	-0.40*	0.17
30-39 ปี	3.98			-0.22	-0.14	0.42
40-49 ปี	4.20				0.07	0.65
50-59 ปี	4.12					0.57*
60 ปีขึ้นไป	3.55					

จากตาราง 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 40-49 ปี ($\bar{X} = 4.20$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.72$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 50-59 ปี ($\bar{X} = 4.12$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.72$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.55$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 30-39 ปี ($\bar{X} = 3.98$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.72$)

ตาราง 26

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มอายุของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ-
 รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		3.54	3.91	3.77	3.97	4.08
20-29 ปี	3.54		-0.36*	-0.22	-0.42*	-0.53*
30-39 ปี	3.91			0.13	-0.06	-0.17
40-49 ปี	3.77				-0.20	-0.31
50-59 ปี	3.97					-0.10
60 ปีขึ้นไป	4.08					

จากตาราง 24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 4.08$) ทำให้มีความ-
 รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิก
 เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.54$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์
 ด้านอายุ 50-59 ปี ($\bar{X} = 3.97$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง
 ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ
 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.54$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากร-
 ศาสตร์ ด้านอายุ 30-39 ปี ($\bar{X} = 3.91$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง
 ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ
 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.54$)

ตาราง 27

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มอายุของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ
 รับผิดชอบต่อสังคม โดยภาพรวม

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		3.61	3.93	3.97	4.08	3.60
20-29 ปี	3.61		-0.31*	-0.35*	-0.46*	0.00
30-39 ปี	3.93			-0.03	-0.15	0.32
40-49 ปี	3.97				-0.11	0.36
50-59 ปี	4.08					0.47
60 ปีขึ้นไป	3.60					

จากตาราง 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 50-59 ปี ($\bar{X} = 4.08$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.61$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 40-49 ปี ($\bar{X} = 3.97$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.61$)

และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 30-39 ปี ($\bar{X} = 3.93$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.61$)

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 28

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	13.11	5	2.62	1.82	0.10
	ภายในกลุ่ม	543.97	379	1.43		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.54	5	0.70	1.80	0.11
	ภายในกลุ่ม	96.76	246	0.39		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	3.43	5	0.68	2.25	0.052
	ภายในกลุ่ม	49.09	161	0.30		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3.126	5	0.62	1.743	0.12
	ภายในกลุ่ม	57.030	159	0.35		
	รวม	60.156	164			

จากตาราง 28 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 29

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอาชีพ

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	21.80	5	4.36	3.08*	0.01
	ภายในกลุ่ม	535.28	379	1.41		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	6.32	5	1.26	3.30*	0.00
	ภายในกลุ่ม	93.98	246	0.38		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	7.50	5	1.50	5.37*	0.00
	ภายในกลุ่ม	45.01	161	0.28		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	7.55	5	1.51	4.56*	.00
	ภายในกลุ่ม	52.60	159	0.33		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 30

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ
 รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.30	3.86	3.58	3.89	2.93	3.71
นักเรียน/นักศึกษา (1)	3.30		-0.55*	-0.28	-0.58*	0.37	-0.40
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2)	3.86			0.27	-0.02	0.92*	0.15
พนักงานบริษัท (3)	3.58				-0.30	0.65*	-0.12
เจ้าของกิจการ (4)	3.89					0.95*	0.17
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (5)	2.93						-0.77*
อื่น ๆ (6)	3.71						

จากตาราง 30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.86$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ อื่น ๆ ($\bar{X} = 3.71$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.58$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ

บุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน
($\bar{X} = 2.93$)

ตาราง 31

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อาชีพของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ-
รับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.63	4.05	3.99	4.08	3.74	3.75
นักเรียน/นักศึกษา (1)	3.63		-0.41*	-0.35*	-0.44*	-0.10	-0.11
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2)	4.05			0.05	-0.02	0.30	0.29
พนักงานบริษัท (3)	3.99				-0.08	0.24	0.23
เจ้าของกิจการ (4)	4.08					0.33	0.32
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (5)	3.74						-0.00
อื่น ๆ (6)	3.75						

จากตาราง 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 4.08$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.63$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.05$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.63$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.99$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.63$)

ตาราง 32

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มอาชีพของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ
 รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.38	3.91	3.85	3.89	4.01	3.59
นักเรียน/นักศึกษา (1)	3.38		-0.53*	-0.47*	-0.51*	-0.63*	-0.21
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2)	3.91			0.06	0.02	-0.09	0.32
พนักงานบริษัท (3)	3.85				-0.03	-0.15	0.26
เจ้าของกิจการ (4)	3.89					-0.12	0.29
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (5)	4.01						0.42
อื่นๆ (6)	3.59						

จากตาราง 32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 4.01$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊ก ($\bar{X} = 3.91$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.85$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$)

ตาราง 33

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มอาชีพของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict กับความ
รับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม

อาชีพ	$\bar{X}$	อาชีพ					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.44	3.94	3.96	3.99	3.79	3.52
นักเรียน/นักศึกษา (1)	3.44		-0.50*	-0.51*	-0.54*	-0.35	-0.08
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (2)	3.94			-0.01	-0.04	0.14	0.41
พนักงานบริษัท (3)	3.96				-0.02	0.16	0.43
เจ้าของกิจการ (4)	3.99					0.19	0.46
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (5)	3.79						0.27
อื่น ๆ (6)	3.52						

จากตาราง 33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 3.99$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.44$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.96$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.44$) และ สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.94$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.44$)

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากร ศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกัน

ตาราง 34

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	17.25	5	3.45	2.42*	0.03
	ภายในกลุ่ม	539.83	379	1.42		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	9.36	5	1.87	5.06*	0.00
	ภายในกลุ่ม	90.94	246	0.37		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	7.97	5	1.59	5.76*	0.00
	ภายในกลุ่ม	44.54	161	0.27		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	8.87	5	1.77	5.50*	0.00
	ภายในกลุ่ม	51.28	159	0.32		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 35

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.30	3.45	3.79	3.88	3.86	3.70
ไม่เกิน 10,000 บาท (1)	3.30		-0.14	-0.48*	-0.57*	-0.56*	-0.40
10,001-20,000 บาท (2)	3.45			-0.34	-0.43*	-0.41	-0.25
20,001-30,000 บาท (3)	3.79				-0.08	-0.07	0.08
30,001-40,000 บาท (4)	3.88					0.01	0.17
40,001-50,000 บาท (5)	3.86						0.16
มากกว่า 50,000 บาท (6)	3.70						

จากตาราง 35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.88$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.45$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 3.86$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.79$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.30$)

ตาราง 36

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.57	3.89	4.04	3.89	4.06	4.20
ไม่เกิน 10,000 บาท (1)	3.57		-0.31*	-0.47*	-0.31*	-0.48*	-0.62*
10,001-20,000 บาท (2)	3.89			-0.15	0.00	-0.16	-0.30*
20,001-30,000 บาท (3)	4.04				0.15	-0.01	-0.15
30,001-40,000 บาท (4)	3.89					-0.16	-0.30*
40,001-50,000 บาท (5)	4.06						-0.13
มากกว่า 50,000 บาท (6)	4.20						

จากตาราง 36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 4.20$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 4.06$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 4.04$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$)

ตาราง 37

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.48	3.58	3.91	3.74	3.96	4.12
ไม่เกิน 10,000 บาท (1)	3.48		-0.10	-0.42*	-0.26	-0.48*	-0.63
10,001-20,000 บาท (2)	3.58			-0.32*	-0.15	-0.37*	-0.53*
20,001-30,000 บาท (3)	3.91				0.16	-0.05	-0.20
30,001-40,000 บาท (4)	3.74					-0.21	-0.37*
40,001-50,000 บาท (5)	3.96						-0.15
มากกว่า 50,000 บาท (6)	4.12						

จากตาราง 37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 4.12$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.74$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 3.96$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.48$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$)

สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.91$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.48$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$)

ตาราง 38

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.46	3.74	3.96	3.78	3.86	4.21
ไม่เกิน 10,000 บาท (1)	3.46		-0.28*	-0.50*	-0.32*	-0.40*	-0.75*
10,001-20,000 บาท (2)	3.74			-0.21	-0.03	-0.11	-0.47*
20,001-30,000 บาท (3)	3.96				0.17	0.98	-0.25
30,001-40,000 บาท (4)	3.78					-0.07	-0.43*
40,001-50,000 บาท (5)	3.86						-0.35
มากกว่า 50,000 บาท (6)	4.21						

จากตาราง 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 4.21$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$) สมาชิกเฟซบุ๊ก

เพลง Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.74$) และสมาชิก
เพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.78$)

นอกจากนั้น สมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.96$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อ
สังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน
10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 3.86$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000
บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.78$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน
10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.74$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000
บาท ($\bar{X} = 3.46$)

**สมมติฐานที่ 2 สมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กต่างกัน
ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน**

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 สมาชิกเพลงบุ๊กเพลง Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟชบุ๊ก ด้าน ระยะเวลาการใช้ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 39

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านระยะเวลาการใช้ต่างกัน

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ์ บุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	1.69	5	0.33	0.23	0.94
	ภายในกลุ่ม	555.39	379	1.46		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูล ข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.95	5	0.39	0.97	0.43
	ภายในกลุ่ม	98.35	246	0.40		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์ อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.52	5	0.90	3.03*	0.01
	ภายในกลุ่ม	47.99	161	0.29		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	4.77	5	0.95	2.74*	0.02
	ภายในกลุ่ม	55.38	159	0.34		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม
และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการ
เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 40

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระยะเวลาการใช้ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

ระยะเวลาการใช้	$\bar{X}$	ระยะเวลาการใช้					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.83	4.42	3.59	3.88	3.85	3.63
น้อยกว่า 1 ปี (1)	3.83		-0.59	0.23	-0.04	-0.01	0.19
ตั้งแต่ 1-3 ปี (2)	4.42			0.83*	0.54*	0.57*	0.79*
มากกว่า 3 ปี - 5 ปี (3)	3.59				-0.28*	-0.25*	-0.03
มากกว่า 5 ปี - 7 ปี (4)	3.88					0.02	0.24
มากกว่า 7 ปี - 9 ปี (5)	3.85						0.21
มากกว่า 9 ปี (6)	3.63						

จากตาราง 40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ ตั้งแต่ 1-3 ปี ($\bar{X} = 4.42$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.59$) มากกว่า 5 ปี - 7 ปี ($\bar{X} = 3.88$) มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ($\bar{X} = 3.85$) และมากกว่า 9 ปี ($\bar{X} = 3.63$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 5 ปี - 7 ปี ($\bar{X} = 3.88$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.59$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ($\bar{X} = 3.85$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มี พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.59$)

ตาราง 41

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระยะเวลาการใช้ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม

ระยะเวลาการใช้	$\bar{X}$	ระยะเวลาการใช้					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.65	4.27	3.51	3.93	3.92	3.80
น้อยกว่า 1 ปี (1)	3.65		-0.61	0.14	-0.27	-0.26	-0.14
ตั้งแต่ 1-3 ปี (2)	4.27			0.75*	0.34	0.34	0.47
มากกว่า 3 ปี - 5 ปี (3)	3.51				-0.41*	-0.40*	-0.28
มากกว่า 5 ปี - 7 ปี (4)	3.93					0.00	0.13
มากกว่า 7 ปี - 9 ปี (5)	3.92						0.12
มากกว่า 9 ปี (6)	3.80						

จากตาราง 41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ ตั้งแต่ 1-3 ปี ($\bar{X} = 4.27$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.51$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 5 ปี - 7 ปี ($\bar{X} = 3.93$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.51$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ($\bar{X} = 3.92$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.51$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 42

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	2.79	3	0.93	0.64	0.58
	ภายในกลุ่ม	554.29	381	1.45		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.35	5	0.11	0.29	0.82
	ภายในกลุ่ม	99.95	246	0.40		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.47	3	0.49	1.56	0.20
	ภายในกลุ่ม	51.04	163	0.31		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	1.08	3	.36	.98	.400
	ภายในกลุ่ม	59.06	161	.36		
	รวม	60.15	164			

จากตาราง 40 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวันต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 43

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	1.24	3	0.41	0.28	0.83
	ภายในกลุ่ม	555.84	381	1.45		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.63	3	0.88	2.23	0.08
	ภายในกลุ่ม	97.66	248	0.439		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.75	3	0.25	0.79	0.49
	ภายในกลุ่ม	51.76	163	0.31		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2.60	3	0.86	2.42	.06
	ภายในกลุ่ม	57.55	161	0.35		
	รวม	60.15	164			

จากตาราง 43 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวันต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้งต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 44

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	1.34	4	0.33	0.23	0.92
	ภายในกลุ่ม	555.74	380	1.46		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.32	4	0.33	0.282	0.51
	ภายในกลุ่ม	98.98	247	0.40		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.82	4	0.45	1.45	0.21
	ภายในกลุ่ม	50.69	162	0.31		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	0.59	4	0.14	0.40	0.80
	ภายในกลุ่ม	59.56	160	0.37		
	รวม	60.15	164			

จากตาราง 44 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้งต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 45

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ์บุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	5.50	4	1.37	0.94	0.43
	ภายในกลุ่ม	551.59	380	1.45		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	5.10	4	1.27	3.30*	0.01
	ภายในกลุ่ม	95.20	247	0.38		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม					
	ภายในกลุ่ม	4.28	3	1.42	4.83*	0.00
	รวม	48.23	163	0.29		
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	52.52	166			
	ภายในกลุ่ม	6.14	3	2.05	6.11*	0.00
	รวม	54.00	161	0.33		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม แตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 46

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อใช้เฟซบุ๊ก	$\bar{X}$	อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก			
		(1)	(2)	(3)	(4)
		3.92	3.50	4.17	4.59
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน (1)	3.92		0.42	-0.24	-0.66*
คอมพิวเตอร์พกพา (2)	3.50			-0.67*	-1.09*
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (3)	4.17				-0.41
แท็บเล็ต (4)	4.59				

จากตาราง 44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก แท็บเล็ต ($\bar{X} = 4.59$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน ($\bar{X} = 3.92$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.50$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ($\bar{X} = 4.17$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.50$)

ตาราง 47

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อใช้เฟซบุ๊ก	$\bar{X}$	อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก			
		(1)	(2)	(3)	(4)
		3.74	3.63	4.45	4.42
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน (1)	3.74		0.11	-0.70*	-0.68*
คอมพิวเตอร์พกพา (2)	3.63			-0.82*	-0.79*
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (3)	4.45				0.02
แท็บเล็ต (4)	4.42				

จากตาราง 47 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ($\bar{X} = 4.45$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.74$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.63$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก แท็บเล็ต ($\bar{X} = 4.42$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.74$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.63$)

ตาราง 48

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม

อุปกรณ์ที่ใช้เพื่อใช้เฟซบุ๊ก	$\bar{X}$	อุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก			
		(1)	(2)	(3)	(4)
		3.81	3.30	4.43	4.59
โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน (1)	3.81		0.50*	-0.62*	-0.78
คอมพิวเตอร์พกพา (2)	3.30			-1.13*	-1.28*
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (3)	4.43				-0.15
แท็บเล็ต (4)	4.59				

จากตาราง 48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก แท็บเล็ต ($\bar{X} = 4.59$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.30$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ($\bar{X} = 4.43$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.81$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.30$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.81$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.6 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 49

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	17.74	5	3.54	2.49*	0.03
	ภายในกลุ่ม	539.34	379	1.42		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4.56	5	0.91	2.34*	0.04
	ภายในกลุ่ม	95.74	246	0.38		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	2.39	4	0.60	1.93	0.10
	ภายในกลุ่ม	50.12	162	0.30		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3.72	4	20.93	2.64*	0.03
	ภายในกลุ่ม	56.42	160	0.35		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 49 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น และด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 50

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ
Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น

ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก	$\bar{X}$	ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.60	2.89	3.65	3.81	4.20	4.00
ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน							
/ญาติพี่น้อง (1)	3.60		0.71*	-0.04	-0.20	-0.59*	-0.39
ค้นคว้าข้อมูล (2)	2.89			-0.75*	-0.92*	-1.31*	-1.11
ติดตามข่าวสาร (3)	3.65				-0.16	-0.55	-0.35
ค้าขายออนไลน์ (4)	3.81					-0.38	-0.18
เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์							
ข้อมูล (5)	4.20						0.20
อื่น ๆ (6)	4.00						

จากตาราง 48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ($\bar{X} = 4.20$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.60$) และ ค้นคว้าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ค้าขายออนไลน์ ($\bar{X} = 3.81$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ค้นคว้าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กติดตามข่าวสาร ($\bar{X} = 3.65$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้

เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก คั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ติดต่อกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.60$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก คั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

ตาราง 51

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก	$\bar{X}$	ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.82	3.71	4.045	4.047	4.16	3.52
ติดต่อกับเพื่อน							
/ญาติพี่น้อง (1)	3.82		0.11	0.21*	-0.22	-0.33	0.30
คั่นกว่าข้อมูล (2)	3.71			-0.33	-0.33	-0.44	0.19
ติดตามข่าวสาร (3)	4.045				-0.00	-0.11	0.52
ค้าขายออนไลน์ (4)	4.047					-0.11	0.52
เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์							
ข้อมูล (5)	4.16						0.63
อื่น ๆ (6)	3.52						

จากตาราง 51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ติดตามข่าวสาร ($\bar{X} = 4.045$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารต่ำกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ติดต่อกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.82$)

ตาราง 52

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ
Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม

ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก	$\bar{X}$	ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		3.72	3.57	3.87	4.17	4.21	0
ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน							
/ญาติพี่น้อง (1)	3.72		0.14	-0.14	-0.44	-0.48*	0
ค้นคว้าข้อมูล (2)	3.57			-0.29	-0.59	-0.63*	0
ติดตามข่าวสาร (3)	3.87				-0.29	-0.33	0
ค้าขายออนไลน์ (4)	4.17					-0.03	0
เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์							
ข้อมูล (5)	4.21						0
อื่น ๆ (6)	0						

จากตาราง 52 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ($\bar{X} = 4.21$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.72$) และค้นคว้าข้อมูล ($\bar{X} = 3.57$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.7 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 53

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านประเภทข่าวสาร

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	8.44	8	1.05	0.72	0.67
	ภายในกลุ่ม	548.64	376	1.45		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	5.61	8	0.70	1.80	0.07
	ภายในกลุ่ม	94.69	243	0.39		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	5.81	8	0.72	2.46*	0.01
	ภายในกลุ่ม	46.70	158	0.29		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5.39	8	0.67	1.92	0.06
	ภายในกลุ่ม	54.75	156	0.35		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 54

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ประเภทข่าวสารของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับ ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

ประเภทข่าวสาร	$\bar{X}$	ประเภทข่าวสาร								
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
		3.58	3.79	3.95	3.82	3.50	3.71	3.57	4.14	4.30
ข่าวการเมือง (1)	3.58		-0.20	-0.36	-0.23	0.08	-0.12	0.01	-0.55	-0.71*
ข่าวเศรษฐกิจ (2)	3.79			-0.15	-0.02	0.28	0.08	0.22	-0.34	-0.50
ข่าวการศึกษา										
(3)	3.95				0.12	0.44*	0.23	0.38	-0.19	-0.34
ข่าวปัญหาสังคม										
(4)	3.82					0.31*	0.10	0.25	-0.13	-0.47*
ข่าวบันเทิง (5)	3.50						-0.20	-0.06	-0.63	-0.79*
ข่าวอุบัติเหตุ (6)	3.71							0.14	-0.42	-0.58
ข่าวกีฬา (7)	3.57								-0.57	-0.73*
ข่าวดังประเทศ										
(8)	4.14									-0.15
อื่น ๆ (9)	4.30									

จากตาราง 54 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสารอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.30$) ทำให้ ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสาร ข่าวการเมือง ($\bar{X} = 3.58$) ข่าวปัญหาสังคม ($\bar{X} = 3.82$) ข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.50$) และ ข่าวกีฬา ($\bar{X} = 3.57$)

นอกจากนี้ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสาร ข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.50$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเภทข่าวสาร ข่าวการศึกษา ($\bar{X} = 3.95$) และ ข่าวปัญหาสังคม ($\bar{X} = 3.82$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.8 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 55

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	16.41	3	5.47	3.85*	0.01
	ภายในกลุ่ม	540.67	381	1.41		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.35	3	0.45	1.13	0.33
	ภายในกลุ่ม	98.95	248	0.39		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.30	3	0.10	0.32	0.81
	ภายในกลุ่ม	52.21	163	0.32		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2.63	3	0.87	2.45	0.06
	ภายในกลุ่ม	57.52	161	0.35		
	รวม	60.15	164			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

ตาราง 56

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น

ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict	$\bar{X}$	ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict			
		(1)	(2)	(3)	(4)
		4.03	3.57	3.31	3.65
ทุกวัน (1)	4.03		0.45*	0.71*	0.38
1-2 วันต่อสัปดาห์ (2)	3.57			0.26	-0.07
3-4 วันต่อสัปดาห์ (3)	3.31				-0.33
5-6 วันต่อสัปดาห์ (4)	3.65				

จากตาราง 56 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ทุกวัน ($\bar{X} = 4.03$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict 1-2 วันต่อสัปดาห์ ($\bar{X} = 3.57$) และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ($\bar{X} = 3.31$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.9 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านกระบวนการสื่อสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ตาราง 57

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านกระบวนการสื่อสาร

ความรับผิดชอบต่อสังคม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ บุคคลอื่น	ระหว่างกลุ่ม	18.71	8	2.34	1.63	0.11
	ภายในกลุ่ม	538.37	376	1.43		
	รวม	557.09	384			
ด้านความถูกต้องของ ข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.21	8	0.27	0.68	0.70
	ภายในกลุ่ม	98.09	243	0.40		
	รวม	100.30	251			
ด้านการสร้างความ สัมพันธ์อันดีของคนใน สังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.11	8	0.51	1.67	0.10
	ภายในกลุ่ม	48.40	158	0.30		
	รวม	52.52	166			
ผลรวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3.05	8	0.38	1.04	0.40
	ภายในกลุ่ม	57.10	156	0.36		
	รวม	60.15	164			

จากตาราง 57 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟซบุ๊ก ด้านกระบวนการสื่อสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม
ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไม่แตกต่างกันทางสถิติ

**สมมติฐานที่ 3 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและ
บทลงโทษต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน**

ตาราง 58

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตาม
ความรู้ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

ความรับผิดชอบต่อสังคม	ความรู้	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	Sig
1 ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ	ผ่าน	379	3.68	1.14	1.49	5.02	0.19
บุคคลอื่น	ไม่ผ่าน	6	1.83	2.99			
2 ด้านความถูกต้องของข้อมูล	ผ่าน	248	3.95	0.62	2.22	250	0.02
ข่าวสาร	ไม่ผ่าน	4	3.25	0.41			
3 ด้านการสร้างความสัมพันธ์	ผ่าน	165	3.78	0.56	1.80	165	0.07
อันดีของคนในสังคม	ไม่ผ่าน	2	3.07	0.10			
ผลรวมทุกด้าน	ผ่าน	163	3.83	0.60	0.72	163	0.47
	ไม่ผ่าน	2	3.52	0.20			

จากตาราง 58 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับ
กฎหมายและบทลงโทษ ด้าน พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ต่างกัน ทำให้มีความ-
รับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 59

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตาม
ความรู้ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558

ความรับผิดชอบต่อสังคม	ความรู้	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	Sig
1 ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ์ บุคคลอื่น	ผ่าน	371	3.67	1.12	1.64	13.22	0.12
	ไม่ผ่าน	14	2.64	2.34			
2 ด้านความถูกต้องของข้อมูล ข่าวสาร	ผ่าน	244	3.95	0.62	2.26	250	0.02
	ไม่ผ่าน	8	3.44	0.55			
3. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ อันดีของคนในสังคม	ผ่าน	162	3.78	0.56	0.15	165	0.88
	ไม่ผ่าน	5	3.74	0.32			
ผลรวมทุกด้าน	ผ่าน	161	3.84	0.60	1.38	163	0.16
	ไม่ผ่าน	4	3.41	0.40			

จากตาราง 59 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับ
กฎหมายและบทลงโทษด้าน พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันทางสถิติ

ตาราง 60

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามความรู้ ในภาพรวม

ความรับผิดชอบต่อสังคม	ความรู้	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	Sig.
1. ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ์บุคคลอื่น	ผ่าน	377	3.68	1.12	2.17	705	0.06
	ไม่ผ่าน	8	1.63	2.66			
2. ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ผ่าน	247	3.95	0.62	2.46	250	0.01
	ไม่ผ่าน	5	3.25	0.49			
3. ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม	ผ่าน	164	3.77	0.56	-0.09	165	0.92
	ไม่ผ่าน	3	3.80	0.43			
ผลรวมทุกด้าน	ผ่าน	163	3.83	0.60	1.62	163	0.10
	ไม่ผ่าน	2	3.14	0.06			

จากตาราง 60 พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างสถิติ

สมมติฐานที่ 4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม

ตาราง 61

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม รายกลุ่ม

การคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง	ความรับผิดชอบต่อสังคม					
	ด้านการไม่ละเมิดสิทธิ บุคคลอื่น		ด้านความถูกต้องของ ข้อมูลข่าวสาร		ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดี	
	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>
เพื่อน	0.10*	0.04	0.21*	0.00	0.28*	0.00
คนรัก	0.13*	0.03	0.40*	0.00	0.35*	0.00
เจ้านาย	0.09	0.10	0.18*	0.01	0.28*	0.00
พ่อแม่	0.15*	0.00	0.31*	0.00	0.20*	0.01
ทุกกลุ่ม	0.12	0.08	0.36*	0.00	0.39*	0.00

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก พ่อแม่ ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ที่ค่า $r = 0.10$, $r = 0.13$, $r = 0.15$ ตามลำดับ

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก เจ้านาย พ่อแม่ และภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่ค่า $r = 0.21$, $r = 0.40$, $r = 0.18$, $r = 0.31$, $r = 0.36$ ตามลำดับ และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดี ที่ค่า $r = 0.28$, $r = 0.35$, $r = 0.28$, $r = 0.20$, $r = 0.39$ ตามลำดับ

ตาราง 62

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ
Drama-addict กับความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ความรับผิดชอบต่อสังคม	
	ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r)	p
เพื่อน	0.23*	0.00
คนรัก	0.33*	0.00
เจ้านาย	0.23*	0.00
พ่อแม่	0.27*	0.00
ทุกกลุ่มอ้างอิง	0.33*	0.00

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 62 พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก เจ้านาย พ่อแม่ และ ภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม ที่ค่า $r = 0.23$, $r = 0.33$, $r = 0.23$, $r = 0.27$, $r = 0.33$ ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (2) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict (3) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict และ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict นำเสนอสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา

ตอนที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง

ตอนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 60) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 40) มีอายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 43.8) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65) มีอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 34.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทและ 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 23.3)

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก มากกว่า 7 ปี - 9 ปี (ร้อยละ 31.7) ใช้เฟซบุ๊ก ทุกวันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 83.5) ใช้เฟซบุ๊กตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไปต่อวันละ (ร้อยละ 55.3) ระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 50.5) ใช้โทรศัพท์มือถือ/ สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 90.3) ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก ติดตามข่าวสาร (ร้อยละ 47.3) สนใจข่าวประเภทข่าวปัญหาสังคม (ร้อยละ 58) เข้าไป สื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict 1-2 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 53.8) มีกระบวนการ สื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ถาม/รับฟังความคิดเห็นของคนอื่น (ร้อยละ 48)

ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ในภาพรวม ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 94.7) มากกว่า ไม่ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 5.3) เมื่อพิจารณารายกฎหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 95.8) มากกว่า ไม่ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 4.2) มีความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 91.0) มากกว่าไม่ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 9.0)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิงโดยภาพรวม เป็นทางบวกในระดับต่ำ ($\bar{X} = 13.11$) เมื่อพิจารณารายกลุ่ม มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงพ่อแม่ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.31$) รองลงมา คนรัก ($\bar{X} = 3.20$) เป็นทางบวกระดับต่ำ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$)

รองลงมา ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ($\bar{X} = 3.78$) และด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ($\bar{X} = 3.64$)

ตอนที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง

สมมติฐานข้อที่ 1 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อย 1.2 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 40-49 ปี ($\bar{X} = 4.20$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.72$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 50-59 ปี ($\bar{X} = 4.12$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.72$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.55$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 30-39 ปี ($\bar{X} = 3.98$)

ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.72$)

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 60 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 4.08$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.54$) นอกจากนี้ สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 50-59 ปี ($\bar{X} = 3.97$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.54$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 30-39 ปี ($\bar{X} = 3.91$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.54$)

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ภาพรวม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 50-59 ปี ($\bar{X} = 4.08$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.61$) นอกจากนี้ สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 40-49 ปี ($\bar{X} = 3.97$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.61$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ 30-39 ปี ($\bar{X} = 3.93$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ($\bar{X} = 3.61$) สมมติฐานย่อย 1.3 สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อย 1.4 สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.86$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ อื่น ๆ ($\bar{X} = 3.71$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$) และ สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.58$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 2.93$)

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 4.08$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.63$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 4.05$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.63$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.99$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.63$)

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ($\bar{X} = 4.01$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.91$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$) สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.85$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.38$)

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ภาพรวม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เจ้าของกิจการ ($\bar{X} = 3.99$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.44$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 3.96$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.44$) และ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.94$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.44$)

สมมติฐานย่อย 1.5 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างคามสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบ รายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.88$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.45$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 3.86$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.79$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.30$)

การทดสอบรายคู่ ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 4.20$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 4.06$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 4.04$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.89$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.57$)

การทดสอบรายคู่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 4.12$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.74$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 3.96$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.48$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.91$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.48$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$)

การทดสอบรายคู่ ภาพรวม พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ($\bar{X} = 4.21$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.74$) และสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.78$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.96$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ($\bar{X} = 3.86$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ($\bar{X} = 3.78$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.74$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.46$)

สมมติฐานข้อที่ 2 สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้กต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้ตั้งแต่ 1-3 ปี ($\bar{X} = 4.42$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.59$) มากกว่า 5 ปี - 7 ปี ($\bar{X} = 3.88$) มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ($\bar{X} = 3.85$) และมากกว่า 9 ปี ($\bar{X} = 3.63$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 5 ปี - 7 ปี ($\bar{X} = 3.88$) ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่าสมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.59$) และสมาชิกเฟชนู้กเฟจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนู้ก ด้านระยะเวลาการใช้

มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ($\bar{X} = 3.85$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มี
พฤติกรรมการใช้เฟชนัก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.59$)

การทดสอบรายคู่ ภาพรวม พบว่า สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มี
พฤติกรรมการใช้เฟชนัก ด้านระยะเวลาการใช้ ตั้งแต่ 1-3 ปี ($\bar{X} = 4.27$) ทำให้ความ-
รับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิก
เฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนัก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า
3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.51$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนัก
ด้านระยะเวลาการใช้ มากกว่า 5 ปี - 7 ปี ($\bar{X} = 3.93$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่าสมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict
ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนัก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.51$) และ
สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชนัก ด้านระยะเวลาการใช้
มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ($\bar{X} = 3.92$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างควม-
สัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่าสมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรม
การใช้เฟชนัก ด้านระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ($\bar{X} = 3.51$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟชนัก ด้านความถี่ในการใช้เฟชนักต่อสัปดาห์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม
แตกต่างกัน

ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟชนัก ด้านความถี่ในการใช้เฟชนักต่อสัปดาห์ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
ในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร
และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟชนัก ด้านความถี่ในการใช้เฟชนักต่อวันต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม
แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟชนักเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้
เฟชนัก ด้านความถี่ในการใช้เฟชนักต่อวันต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.4 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้งต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้งต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.5 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม แตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กแท็บเล็ต ($\bar{X} = 4.59$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.92$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.50$) นอกจากนี้ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ($\bar{X} = 4.17$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารสูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.50$)

การทดสอบรายคู่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ($\bar{X} = 4.45$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มี

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน
($\bar{X} = 3.74$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.63$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก
ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก แทปเล็ต ($\bar{X} = 4.42$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict
ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน
($\bar{X} = 3.74$) และคอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.63$)

การทดสอบรายคู่ ในภาพรวม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มี
พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก แทปเล็ต ($\bar{X} = 4.59$) ทำให้
ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มี
พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.30$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก
ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ($\bar{X} = 4.43$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อ
สังคม ภาพรวมสูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก
ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.81$) และคอมพิวเตอร์
พกพา ($\bar{X} = 3.30$) และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก
ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก คอมพิวเตอร์พกพา ($\bar{X} = 3.30$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อ
สังคม ภาพรวมสูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก
ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ($\bar{X} = 3.81$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.6 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรม
การใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม
แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรม
การใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม
ในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น และด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร
แตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ
Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก เผยแพร่/

ประสาสัมพันธข้อมูล ($\bar{X} = 4.20$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก ติดต่อกับสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.60$) และคั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

นอกจากนั้น สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก ค้าขายออนไลน์ ($\bar{X} = 3.81$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก คั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$) สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊กติดตามข่าวสาร ($\bar{X} = 3.65$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก คั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก ติดต่อกับสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.60$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก คั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 2.89$)

การทดสอบรายคู่ ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก ติดตามข่าวสาร ($\bar{X} = 4.045$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นต่ำกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก ติดต่อกับสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.82$)

การทดสอบรายคู่ ภาพรวมพบว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก เผยแพร่/ประสาสัมพันธข้อมูล ($\bar{X} = 4.21$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมสูงกว่า สมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟชบุ๊ก ติดต่อกับสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ($\bar{X} = 3.72$) และคั่นกว่าข้อมูล ($\bar{X} = 3.57$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.7 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเทข่าวสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเทข่าวสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเทข่าวสารอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.30$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเทข่าวสาร ข่าวการเมือง ($\bar{X} = 3.58$) ข่าวปัญหาสังคม ($\bar{X} = 3.82$) ข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.50$) และข่าวกีฬา ($\bar{X} = 3.57$)

นอกจากนี้ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเทข่าวสาร ข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.50$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประเทข่าวสาร ข่าวการศึกษา ($\bar{X} = 3.95$) และข่าวปัญหาสังคม ($\bar{X} = 3.82$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.8 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นแตกต่างกันทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ทุกวัน ($\bar{X} = 4.03$) ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านความถี่ในการ-

ใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict 1-2 วันต่อสัปดาห์ ($\bar{X} = 3.57$) และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ($\bar{X} = 3.31$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 2.9 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านกระบวนการสื่อสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านกระบวนการสื่อสารต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไม่แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 3 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ด้าน พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันทางสถิติ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษด้าน พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันทางสถิติ และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม ผลการทดสอบ พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก พ่อแม่ ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ที่ค่า $r = 0.10$, $r = 0.13$, $r = 0.15$ ตามลำดับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก เจ้านาย พ่อแม่ และภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่ค่า $r = 0.21$, $r = 0.40$, $r = 0.18$, $r = 0.31$, $r = 0.36$ ตามลำดับ ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม ที่ค่า $r = 0.28$, $r = 0.35$, $r = 0.28$, $r = 0.20$, $r = 0.39$ ตามลำดับ และภาพรวมทุกด้าน

ที่ค่า $r = 0.23$, $r = 0.33$, $r = 0.23$, $r = 0.27$, $r = 0.33$ ตามลำดับ

การอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งเป็นผลการวิจัยที่เป็นประเด็นหลักของงานวิจัยนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการทดสอบสมมติฐานมาอภิปราย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูล ข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพและที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งนักวิจัยยึดคำอธิบายว่า คนเราทำพฤติกรรมเนื่องมาจากมูลเหตุผลักดัน จากปัจจัยภายนอก (exogenous factor) อันเป็นคำอธิบายมาจากวิชาสังคมวิทยา เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ฯลฯ เป็นตัวกำหนดการเข้าถึงสื่อและการใช้สื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 280-283) ซึ่งการที่คนเราทำพฤติกรรมตามแรงผลักดันภายนอกและพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรจะทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมทั่วไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 282) นั้นย่อมหมายความว่า บุคคลใดจะทำพฤติกรรมอย่างไรเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น อายุ รายได้ อาชีพที่เป็นคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นตัวกำหนดด้วย ฉะนั้น หากบุคคลมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันย่อมมีพฤติกรรมแตกต่างกัน รวมถึง พฤติกรรมเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้สื่อด้วยทั้งในฐานะเป็นผู้รับและผู้ส่งสาร สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ลัดดาวรรณ สุวรรณเวก (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่พบว่า ลักษณะประชากรของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต

ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าในบรรดาตัวแปรทั้งหลายด้านประชากรนั้น ตัวแปร “อายุ” เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้เพราะระบบแผนความคิด ภูมิหลังและประสบการณ์ของบุคคลนั้น มักจะถูกกำหนดมาจากบริบทสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ อายุของผู้รับสารจึงสามารถจะช่วยบ่งชี้ได้ว่า “เขาเป็นใครรุ่นไหน” โดยที่แต่ละช่วงเวลานั้น สภาพแวดล้อมระดับความกว้างของสังคมจะแตกต่างกันไป ในแง่นี้ อายุของปัจเจกบุคคลที่เปี่ยมด้วยระดับวุฒิภาวะ จะถูกพิจารณาโดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคม ซึ่งเปี่ยมด้วยตัวแปรระดับมหภาค และการที่เราสามารถใช้ “อายุ” เป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่ม ของผู้รับสาร ก็เนื่องมาจากความเชื่อว่า คนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน จะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 216-217)

ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพและที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า อาชีพของแต่ละบุคคล จะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น ตัวอย่างเช่น นักสื่อสารมวลชน ต้องมีลักษณะกระตือรือร้น อยากรู้อยากเห็น ครู/อาจารย์จะค่อนข้างเจ้าระเบียบ มีวินัย นักบัญชีต้องรอบคอบ ชอบตรวจสอบ หนายความ ต้องช่างซักช่างสังเกต ละเอียด (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 218) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการใช้สื่อ นั้น มักจะมีข้อค้นพบว่า เมื่อคนมีรายได้สูงขึ้น มักจะมีการเลือกใช้สื่อหลายประเภทมากขึ้น ทั้งนี้ก็เป็นเหตุผลธรรมดา เนื่องจากการใช้สื่อระบบสังคมของเรา จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้มีรายได้สูงย่อมมี

อำนาจการซื้อสูงกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 221)

นอกจากนี้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของฉัตรกุล ตรงมาลี (2557) ศึกษาเรื่อง การใช้ทวิตเตอร์และจริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าวของผู้สื่อข่าวไทย พบว่า ผู้สื่อข่าวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้จริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ ในการรายงานข่าวแตกต่างกัน ซึ่งจริยธรรมมีส่วนที่เกี่ยวข้องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งตรงกับนิยามความรับผิดชอบต่อสังคมในการวิจัยนี้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ จุฑามณี คายะนันท์ (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและ ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม (www.facebook.com) ที่พบว่า ผู้ใช้เครือข่ายเฟซบุ๊กคอตคอมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับ รายได้ และอาชีพต่างกัน มีผลกระทบแตกต่างกัน ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมใน งานวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นด้วยที่เป็นหนึ่งในผลกระทบ ของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอมด้านจิตใจในการวิจัยดังกล่าว

ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีเพศและระดับ การศึกษาต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้อง กับแนวคิดที่ว่าเพศ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิด ค่านิยม ทักษะคติ บุคลิก ลักษณะจิตใจและพฤติกรรมต่าง ๆ (ปรมะ สดเวทิน, 2546, หน้า 114) และระดับ การศึกษาแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการศึกษากับพฤติกรรมการรับสาร เช่น คนที่เรียนจบระดับปริญญาโทจะมีความแตกต่างจากคนเรียนจบปริญญาตรี คือ มีการอ่านข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์มากกว่าและตั้งข้อสงสัยมากกว่า คนมีการศึกษา น้อยจะถูกชักชวนได้ง่ายกว่าหากใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวแบบให้ข้อมูลด้านเดียว ในขณะที่คนมีการศึกษาสูงจะต้องให้ข้อมูลแบบสองด้านจึงจะสามารถโน้มน้าวได้ คนที่มีการศึกษาสูงมาก จะมีลักษณะการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษา น้อย (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 220)

สมมติฐานที่ 2 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้ เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการ-

สร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันทางสถิติ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอุปการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันทางสถิติ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารและภาพรวมทุกด้านแตกต่างกันทางสถิติ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีประเภทข่าวสารที่สนใจต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกันทางสถิติ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นแตกต่างกันทางสถิติ แต่สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กต่อวัน ระยะเวลาการใช้งานแต่ละครั้ง และกระบวนการสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications theory) ที่อธิบายว่า มนุษย์จะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อ ก็เนื่องจากเกิดความต้องการและแรงจูงใจ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555, หน้า 161) Katz et al. (อ้างถึงใน นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 21-22) อธิบายแนวคิดเรื่องการพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ โดยเริ่มจาก สถานะทางสังคมและจิตใจของผู้รับสาร ต้องการข้อมูลข่าวสาร หรือความบันเทิง จึงคาดหวังที่จะได้รับสิ่งเหล่านั้นจากสื่อ นำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ผลคือ ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และอาจจะเกิดผลอื่น ๆ ตามมา ซึ่งอาจมิใช่ผลตามเจตนาที่ตั้งไว้ จากแนวคิดความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อโดยอาศัยหลักดังต่อไปนี้ (1) หลักการเลือกให้ความสนใจ แต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน แม้สิ่งเราจะเหมือนกัน แต่การตอบสนองย่อมแตกต่างกันไปตามสถานะทางสังคม วัฒนธรรมและกรอบความคิดของปัจเจกบุคคล (2) หลักการเลือกที่จะรับรู้ ย่อมเป็นไปตามความสนใจ

และการตีความสิ่งต่าง ๆ แม้จะเป็นปรากฏการณ์ชุดเดียวกัน แต่บุคคลอาจมีมุมมองในการทำความเข้าใจแตกต่างกัน (3) หลักการเลือกจดจำ เป็นขั้นตอนที่ต่อมาจาก การเลือกสนใจและเลือกรับรู้ ซึ่งหากเป็นความรู้สึกประทับใจ ก็ย่อมเลือกที่จะจดจำ อาจเป็นได้ทั้งภาพประทับใจด้านดีหรือด้านร้าย (4) หลักการเลือกที่จะมีปฏิกิริยา เป็นการตอบโต้กับสิ่งที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นด้านบวกที่คล้อยตามสื่อ หรือด้านที่ตรงข้าม สอดคล้องกับ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์กับสื่อใหม่ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ว่า ในบรรดาสื่อใหม่ ที่หลากหลายประเภท สื่อใหม่ที่ถือว่าเป็นจุดสุดยอดของสื่อใหม่ทั้งหลายที่มีการนำมาใช้ ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ใช้ในทุกปริมณฑลของสังคม ใช้ในทุกกลุ่มคน และใช้ใน ทุกมิติทั้งเรื่องส่วนตัวและการงาน ก็คือสื่ออินเทอร์เน็ตนั่นเอง ทั้งนี้ เนื่องจากศักยภาพ อันสูงสุดของอินเทอร์เน็ตที่ได้ประมวลเอาข้อเด่นของคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ การสื่อสารแบบเครือข่าย และสื่ออื่น ๆ เข้ามาไว้ด้วยกัน ด้วยคุณลักษณะของการใช้ ประโยชน์ที่หลากหลายดังกล่าว การนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ มาเป็นแนวทาง การศึกษาวิจัยสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถตอบสนองได้หลายแบบของคนหลายกลุ่ม ในหลากหลายมิติ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555, หน้า 170) ซึ่งเฟซบุ๊ก ถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อทางเลือกชนิดหนึ่ง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ในฐานะของการเป็นผู้รับสารหรือในฐานะของผู้ส่ง สาร อาศัยหลักการที่ว่า การเลือกให้ความสนใจ เลือกที่จะรับรู้ เลือกจดจำและเลือกที่จะมี ปฏิกิริยา ดังนั้น บุคคลมีสิ่งเหล่านี้มาน้อยแตกต่างกัน ย่อมจะส่งผลต่อความรับผิดชอบ ต่อสังคมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน (social responsibility theory) ที่ระบุว่า แม้ว่าเสรีภาพของสื่อเป็นสิ่งที่จะต้องได้รับการยืนยัน หากทว่าก็ต้องมีการเพิ่มเติมหลักการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย หลักการนี้ได้ ระบุมาตรฐานของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ สรุปได้ดังนี้ (สมควร กวียะ และพิศิษฐ์ ขวาลาวซ์, ม.ป.ป., หน้า 206) (1) สื่อมวลชนจะต้องรายงานเหตุการณ์ประจำวันเฉพาะ ในส่วนที่มีความหมาย ด้วยความจริง ความครบถ้วนและด้วยความฉลาดหลักแหลม (2) สื่อมวลชนจะต้องเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ (3) สื่อมวลชน จะต้องฉายให้เห็นภาพที่แท้จริงของกลุ่มต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของสังคม

(4) สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบ ในการเสนอและให้ความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมายและค่านิยมของสังคม และ (5) สื่อมวลชนจะต้องเปิดโอกาสอย่างเต็มที่ให้มีการรับรู้ข่าวสารประจำวันอย่างทันต่อเหตุการณ์ McQuail (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 102) ระบุลักษณะสำคัญของทฤษฎีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ดังนี้ คือ (1) สื่อมวลชนต้องมีพันธกิจ อันพึงปฏิบัติต่อสังคม เจ้าของสื่อควรจะเป็นมหาชน (2) ข่าวสารของสื่อจะต้องเป็นเรื่องจริง ถูกต้อง ยุติธรรม ตรงไปตรงมา และสอดคล้องต้องกัน (3) สื่อต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะอันหลากหลาย (4) สื่อควรจะต้องมีเสรีภาพภายใต้การควบคุมตัวเอง (5) สื่อจะต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานของวิชาชีพ และ (6) ในบางสถานการณ์สังคมอาจจำเป็นต้องเข้าแทรกแซงการทำงานของสื่อเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม หลักการสำคัญของทฤษฎีสื่อมวลชนซึ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปได้ดังนี้ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2550, หน้า 303-304) (1) สื่อมวลชนต้องยอมรับและปฏิบัติตามพันธกิจที่มีต่อสังคม ได้แก่ การรายงานเหตุการณ์ในสังคมด้วยความจริง ความถูกต้อง ความยุติธรรมอย่างตรงไปตรงมา การทำหน้าที่เป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายและการวิพากษ์วิจารณ์ สนับสนุนส่งเสริมกระบวนการประชาธิปไตย ส่งเสริมสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรี พิทักษ์รักษาสหิทธิของประชาชน โดยการตรวจสอบการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐ และการให้ความบันเทิงที่มีคุณภาพแก่ประชาชนด้วยมาตรฐานวิชาชีพของสื่อมวลชน (2) สื่อมวลชนต้องยอมรับพันธะในการควบคุมตนเองด้วยจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพของตน ภายใต้กรอบของกฎหมายและยอมรับปฏิกริยาและความคิดเห็นของมวลชนผู้รับสาร (3) สื่อมวลชนต้องหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และผลประโยชน์ของสังคม (4) สื่อมวลชนต้องหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวที่นำไปสู่การประกอบอาชญากรรมรุนแรง ความไม่สงบเรียบร้อยของสังคม และกระทบกระเทือนชนกลุ่มน้อย (5) สื่อมวลชนต้องมีลักษณะพหุนิยม สะท้อนความหลากหลายของสังคมและความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และให้สิทธิในการใช้สื่อมวลชนเพื่อโต้ตอบข้อกล่าวหา (6) สื่อมวลชนควรดำเนินการโดยมหาชน ไม่ใช่เอกชนรายใดรายหนึ่ง และ (7) สาธารณชนและสังคมมีสิทธิในการคาดหวังมาตรฐานในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน และมีสิทธิเข้าแทรกแซงการดำเนินงานของสื่อมวลชน เพื่อสร้าง

มาตรฐาน และเพื่อผลประโยชน์ของสังคม โดยสรุปหลักของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม จะมีดังนี้ (ศุภรัตน์ จิตกุลเจริญ, 2554, หน้า 266-267) (1) สื่อควรยอมรับและบรรลุน้ำหนักที่ความรับผิดชอบต่อสังคม (2) หน้าที่รับผิดชอบนี้ คือ จะต้องมีความรู้ของข่าวสาร ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความถูกต้องแน่นอน สำนึกถึงความรับผิดชอบและความสมดุล (3) ต้องสามารถควบคุมตัวเองได้อย่างสมเหตุสมผลและถูกต้อง (4) ต้องเล็งเห็นอันตรายที่จะก่อให้เกิดความรุนแรง อาชญากรรม หรือความไม่สงบหรือไม่ทำความไม่พอใจแก่ชนกลุ่มน้อย (5) ทำหน้าที่เพื่อคนส่วนมาก และเสนอความหลากหลายของความคิดเห็นจากคนหลากหลายในสังคม (6) สังคมและสาธารณชนมีสิทธิที่จะได้รับผลตอบแทนที่ดี ๆ และ (7) สื่อมวลชนควรเชื่อถือสังคม ลูกจ้างและตลาด

สอดคล้องกับ ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (communication technology determinism) ที่ว่า เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นกับระดับสังคม สถาบันและปัจเจกบุคคลบ้าง แนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของกลุ่ม Technology Determinism โดยแท้ เพราะมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลัก (prime mover) ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่น ๆ McQuail (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 105-106) ประมวลคุณลักษณะเด่น ๆ ของแนวคิดกลุ่มทฤษฎีนี้ไว้ ดังนี้ ขั้นตอนของการผลิตและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม และการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้งจะทำให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ แนวคิดที่สำคัญของ Innis วิเคราะห์ว่าแบบวิถีของการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างอำนาจทางสังคม เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยน ก็ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในสังคม (นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 30) แนวคิดของ McLuhan (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 109-112) มองเทคโนโลยีสื่อสารในแง่ชื่นชมว่าได้ช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป McLuhan ให้ความสำคัญกับตัวสื่อมากกว่าสาร ดังคำกล่าวของเขาที่ว่า สื่อก็คือสาร “Medium is Message” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงตัวสื่อ ก็สามารถส่งผลกระทบต่อการรับรู้แล้ว (นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 30) McLuhan สรุปว่า เพียงเปลี่ยนตัวสื่อ ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์ อย่างเช่น เมื่อรูปแบบหลักในการสื่อสาร

ของมนุษย์อยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ประสบการณ์ของมนุษย์ที่ต้องสัมผัสอยู่กับสื่อสิ่งพิมพ์จะมีลักษณะ ดังนี้ จะแยกตัวอย่างโดดเด่น จะยังรักษาระยะห่างระหว่างตัวเองกับเรื่องที่อ่าน การอ่านจะส่งเสริมวิธีคิดแบบมีเหตุผล และการอ่านจะส่งเสริมให้คนมีทัศนคติแบบปัจเจกบุคคลนิยมเป็นอิสระทางความคิด เป็นตัวของตัวเอง เป็นต้น กลับกัน ประสบการณ์ของผู้รับสารที่สัมผัสกับสื่อโทรทัศน์จะมีลักษณะ อาทิ เอาตัวเข้าผูกพันกับเรื่องราวในสื่อสูงมาก ใช้อารมณ์มากกว่าใช้เหตุผลและไม่ค่อยมีเวลาคิดหน้าคิดหลัง เป็นต้น แนวคิดพื้นฐานของ Roger (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554, หน้า 112-115) Roger เห็นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ก็ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยตัวอื่น ๆ Roger ศึกษาสื่อใหม่และชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์และการเปลี่ยนแปลงสังคม มี 3 ประการ ได้แก่ (1) ลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ (interactive) โดยสื่อสมัยใหม่สามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้อย่างฉับพลันทันที แม้จะไม่ได้เผชิญหน้ากันอยู่ ทำให้มิติด้านเวลาและพื้นที่ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก (2) ลักษณะแต่ละคนมีโลกส่วนตัว (individualize/demassified) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สามารถเปิดรับได้เฉพาะบุคคล ตามความสนใจของแต่ละบุคคล เลือกใช้ตามเวลาและพื้นที่ที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ในเวลาใดสถานที่ไหนก็ได้ และ (3) ลักษณะแยกส่วน (asynchronous nature of new communication) สามารถแบ่งแยกเป็นส่วน ๆ ได้โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลักษณะ การให้ข่าวสารจะไม่เป็นแบบยาว ๆ ต่อเนื่อง แต่จะมาแบบเป็นส่วน ๆ อาทิ ข่าวสั้นทุกต้นชั่วโมง นอกจากนี้ ยังสามารถเก็บรักษาไว้ได้ นำมาเปิดซ้ำในภายหลังได้ ทั้งนี้ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่ต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน เป็นผลมาจากการที่ผู้รับสารสัมผัสกับเฟซบุ๊กที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจัดเป็นสื่อใหม่ ที่มีการใช้งานผ่านการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ทำให้การส่งและรับสารมีความรวดเร็ว เพราะไม่มีขอบเขตเรื่องเวลาและระยะทางมาปิดกั้น สามารถสื่อสารถึงกันได้ตลอดเวลา ทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะอยู่ในเวลาหรือพื้นที่ที่แตกต่างกันก็ตาม ซึ่งจุดเด่นอยู่ที่ความรวดเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสาร อาจทำให้ผู้ใช้สื่อที่สัมผัสกับสื่อใหม่ มีการทำอะไรรวดเร็ว ไม่ทันคิดหน้าคิดหลัง หรือไตร่ตรอง

อย่างรอบคอบ จนทำให้ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมได้ แต่ไม่สอดคล้องกับการวิจัยของ จุฑามณี คายะนันท์ (2554) ศึกษาเรื่อง *พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม (www.facebook.com)* ที่พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอมด้านระยะเวลาในการใช้ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กคอตคอม

สมมติฐานข้อที่ 3 สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ด้าน พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ด้าน พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 และภาพรวมต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดของ Bloom et al. (อ้างถึงใน นวรัตน์ พัฒน์ทิพย์, 2555, หน้า 6) ได้ให้คำนิยามว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกถึงวิธี กระบวนการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำและการเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกร ซึ่งส่งผลให้เชื่อมโยงกับสภาพจิตใจของบุคคล โดยปัจจัยที่ทำให้ส่งผลนี้ คือ สภาพแวดล้อม ประสบการณ์สะสม จึงทำให้แสดงออกต่อการกระทำของบุคคล สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications theory) อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่ Maslow กล่าวไว้คือ (1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (2) ความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัย (3) ความต้องการด้านความรัก (4) ความต้องการยอมรับนับถือหรือการยกย่อง และ (5) ความต้องการสัจการแห่งตน มนุษย์เรายังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง นั่นคือความต้องการอยากรู้ ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม (สุภรณ์ ฐิติกุลเจริญ, 2554, หน้า 215) Katz et al. (อ้างถึงใน นันทนา นันทวโรภาส, 2557, หน้า 21-22) อธิบายแนวคิดเรื่องการพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ โดยเริ่มจาก สภาวะทางสังคมและจิตใจของผู้รับสาร ต้องการข้อมูลข่าวสาร หรือความบันเทิง จึงคาดหวังที่จะได้รับสิ่งเหล่านั้นจากสื่อ นำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ผลคือ ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ

และอาจจะเกิดผลอื่น ๆ ตามมา ซึ่งอาจมีใช้ผลตามเจตนาที่ตั้งไว้ จากแนวคิดความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อโดยอาศัยหลักดังต่อไปนี้ (1) หลักการเลือกให้ความสนใจ แต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน แม้สิ่งร่ำจะเหมือนกัน แต่การตอบสนองย่อมแตกต่างกันไปตามสถานะทางสังคม วัฒนธรรมและกรอบความคิดของปัจเจกบุคคล (2) หลักการเลือกที่จะรับรู้ ย่อมเป็นไปตามความสนใจและการตีความสิ่งต่าง ๆ แม้จะเป็นปรากฏการณ์ชุดเดียวกัน แต่บุคคลอาจมีมุมมองในการทำความเข้าใจแตกต่างกัน (3) หลักการเลือกจดจำ เป็นขั้นตอนที่ต่อมาจากการเลือกสนใจและเลือกรับรู้ ซึ่งหากเป็นความรู้สึกประทับใจ ก็ย่อมเลือกที่จะจดจำ อาจเป็นได้ทั้งภาพประทับใจด้านดีหรือด้านร้าย และ (4) หลักการเลือกที่จะมีปฏิกิริยา เป็นการตอบโต้กับสิ่งที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นด้านบวกที่คล้อยตามสื่อ หรือด้านที่ตรงข้าม นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวรรณ สุวรรณเวก (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ทางกฎหมาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานข้อที่ 4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม

ผลการทดสอบพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก พ่อแม่ ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก เจ้านาย พ่อแม่ และภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมทุกด้าน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (subjective norm) Ajzen ได้เสนอแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (a theory of planned behavior) ที่มีการพัฒนาดังแต่ปี ค.ศ. 1985 โดยโครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีเป็นการแสดงถึงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ (1) ความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบของการกระทำ (behavioral beliefs) ส่งผลให้เกิดเจตคติต่อพฤติกรรม (2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (normative beliefs) ส่งผลต่อ

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (subjective norm) และ (3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุม (control beliefs) ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทั้งหมดนำมาสู่เจตนา (intention) และเกิดเป็นพฤติกรรม (behavior) ในส่วนของความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative Beliefs--NB) Ajzen (1991) ระบุว่าเป็นตัวกำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm--SN) เป็นความเชื่อที่ว่าบุคคลหรือกลุ่มคนเฉพาะคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น ถ้าบุคคลได้เห็น หรือรับรู้ว่ามีบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขา (กลุ่มอ้างอิง) ได้ทำพฤติกรรมนั้น ก็มีแนวโน้มที่จะคล้อยตามและทำตามด้วย สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ (two-step flow theory) ได้เสนอแนะว่า (1) การตัดสินใจของบุคคลแต่ละคนนั้นได้รับแรงจูงใจโดยตรงจากสื่อมวลชนน้อยกว่าแรงจูงใจจากผู้อื่น และ (2) บุคคลผู้ซึ่งจูงใจบุคคลอื่น หรือผู้นำความคิดเห็นตามทฤษฎีนี้ เป็นบุคคลที่ชอบเปิดตัวเองในการรับสารจากสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลที่เขาทำการจูงใจ Katz et al. สรุปว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนเป็นสองขั้นตอน โดยอิทธิพลของสื่อมวลชนจะถูกสกัดกั้นโดยอิทธิพลของบุคคล หมายความว่า การกระจายข่าวสารเกิดขึ้นสองจังหวะจากสื่อมวลชนไปถึงผู้นำความคิดจังหวะหนึ่ง จากผู้นำความคิดไปถึงประชาชนทั่วไปอีกจังหวะหนึ่ง ทั้งนี้ เพราะประชาชนในสังคมไม่ได้อยู่ลำพังแต่เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีความสัมพันธ์และสื่อสารกันประกอบด้วย สมาชิก 2 กลุ่ม คือ ผู้นำความคิด ซึ่งมีคุณลักษณะพิเศษแตกต่างจากสมาชิกคนอื่น ได้แก่ มีความกระตือรือร้น มีการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่า ชอบติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น รวมทั้ง มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นในกลุ่ม และกลุ่มสมาชิกซึ่งคอยรับข่าวสารและความคิดเห็นจากผู้นำความคิด ดังนั้น ข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงผ่านไปยังผู้นำความคิดก่อนที่จะไปถึงมวลชนผู้รับสาร (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2550, หน้า 278) ผู้นำความคิดเป็นบุคคลในสังคมซึ่งติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ในลักษณะความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดหรือแบบกลุ่มปฐมนิคม เช่น ญาติ เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงานและมีอิทธิพลในลักษณะที่ไม่เป็นทางการเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ (สุภรศมภ์ จิตกุลเจริญ, 2554, หน้า 188) พฤติกรรมการเป็นผู้นำความคิดเห็นมีปรากฏอยู่ทั่วไปในสังคมส่วนต่าง ๆ หรือที่ใดก็ตามที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเกิดขึ้น ผู้นำความคิดเห็นบางคนอาจจะมีอิทธิพลหลายด้าน แต่ส่วนมากมักจะมีอิทธิพลต่อ ความคิดเห็นเฉพาะเรื่อง ซึ่งผู้นำกับผู้ตาม

จะต้องมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างใกล้ชิด ดังนั้น ทั้งสองฝ่ายจึงต้องมีความคล้ายคลึงกันพอสมควร ผู้นำความคิดเห็นมักจะติดต่อกับโลกภายนอกมากกว่าและติดต่อกับบุคคลที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญบ่อยกว่า ซึ่งผู้นำความคิดเห็นตามแนวความคิดนี้ไม่ได้เป็นผู้นำโดยตำแหน่งหรือแต่งตั้งเป็นทางการมีอิทธิพลโดยตำแหน่งจึงไม่ใช่การเป็นผู้นำความคิดเห็นตามแนวความคิดนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องควรนำผลดังกล่าวไปใช้ในการปรับยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมทุกด้านให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มอายุ

2 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 40-49 ปี อายุ 50-59 ปี อายุ 60 ปีขึ้นไป และอายุ 30-39 ปี ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ส่วนด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อายุ 50-59 ปี อายุ 30-39 ปี ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี และภาพรวม สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 50-59 ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 30-39 ปี ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอายุ 20-29 ปี ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้าง

ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และในภาพรวมในกลุ่มอายุ 20-29 ปีมากขึ้น

3. ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมทุกด้านแตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรนำผลดังกล่าวไปใช้ในการปรับปรุงแนวทางเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงความแตกต่างของอาชีพ

4. จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และพ่อบ้าน/แม่บ้าน ส่วนด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ และพนักงานบริษัท ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการสร้างสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัท และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จึงควรมีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมทุกด้านในกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นในพ่อบ้าน/แม่บ้านมากขึ้น

5 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมแตกต่างกัน จึงปรับแนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมให้เหมาะสมตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

6. จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท 40,001-50,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารและในภาพรวม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท 40,001-50,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ดังนั้น แนวทางส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ควรดำเนินการในทุกด้านให้มากขึ้น และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ควรมุ่งส่งเสริมด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม

7. ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวม และด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมแตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ควรมีการปรับปรุงแผนการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมและด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมโดยพิจารณาถึงระยะเวลาการใช้เฟซบุ๊ก

8. จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านระยะเวลาการใช้ ตั้งแต่ 1-3 ปี มากกว่า 5 ปี - 7 ปี และ มากกว่า 7 ปี - 9 ปี ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของ

คนในสังคมและภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี ในการปรับแผนการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมและภาพรวมจึงควรมุ่งไปที่กลุ่มที่มีระยะเวลาการใช้มากกว่า 3 ปี - 5 ปี เพื่อให้ความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

9 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมแตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรจัดทำแนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยแยกเป็นแผนตามกลุ่มผู้ใช้ที่ใช้อุปกรณ์เข้าเฟซบุ๊กต่างกัน และมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวม

10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านอุปกรณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก แทปเล็ต และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้คอมพิวเตอร์พกพา ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ แทปเล็ต ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์พกพา และในภาพรวม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้ แทปเล็ต ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้คอมพิวเตอร์พกพา สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์พกพา และสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้ คอมพิวเตอร์พกพา ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพรวม สูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ดังนั้น ในการจัดแผนส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมควรเน้นกลุ่มใช้อุปกรณ์

โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์พกพามากขึ้น

11. ผลการศึกษาวิจัย พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กต่างกัน ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น และด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรจัดทำแนวทางการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะในด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และภาพรวม ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ใช้ที่มีการใช้เฟซบุ๊กเพื่อประโยชน์ที่ต่างกัน

12. จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล คำขายออนไลน์ ติดตามข่าวสาร และติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้องทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่นสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้เฟซบุ๊ก ค้นคว้าข้อมูล ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้เฟซบุ๊ก ติดตามข่าวสาร ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ต่ำกว่าสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้เฟซบุ๊ก ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง ภาพรวมพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊ก เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ทำให้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมสูงกว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่ใช้เฟซบุ๊ก ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง และค้นคว้าข้อมูล ดังนั้น ในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น ควรมุ่งเน้นกลุ่มผู้ใช้เพื่อค้นคว้าข้อมูลมากขึ้น ขณะที่ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร จะต้องมุ่งเน้นในกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊ก ติดตามข่าวสาร

13 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ ด้าน พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ด้าน พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558 และภาพรวมต่างกัน ทำให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร แตกต่าง ดังนั้น ในการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับ

การเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษโดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 และ พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558

14. ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก พ่อแม่ ของ สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการไม่ละเมิดสิทธิบุคคลอื่น และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เพื่อน คนรัก เจ้านาย พ่อแม่ และภาพรวมทุกกลุ่มอ้างอิงของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคม และภาพรวมทุกด้าน ดังนั้น หน่วยงานหรือองค์กร ที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน คนรัก เจ้านาย และพ่อแม่ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มอ้างอิงเหล่านี้ตระหนักถึงความสำคัญของตนเองในการที่จะมีส่วน สนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เป็น สมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป จึงควรขยายขอบเขต การวิจัยให้กว้างขวางมากขึ้น โดยให้ครอบคลุมผู้ใช้เฟซบุ๊กในกรุงเทพมหานคร หรือ ในเฟซบุ๊กเพจอื่น ๆ และครอบคลุมผู้ใช้ทั่วประเทศ เพราะผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทย ไม่ได้มีเพียงสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict เท่านั้น

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อให้ได้คำตอบเชิงลึก และครอบคลุมกับความเป็นจริงมากขึ้น

3 การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊กเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรขยายไปศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมในผู้ใช้สื่อสังคม ออนไลน์รูปแบบอื่น ๆ เช่น ไลน์ ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม

4. การวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้ศึกษาในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้เฟซบุ๊ก
ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะต้องมีการศึกษาถึง
ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นด้วย

ภาคผนวก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 20-29 ปี

() 30-39 ปี

() 40-49 ปี

() 50-59 ปี

() 60 ปีขึ้นไป

3 ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

() อนุปริญญา/ปวส.

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4 อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา

() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัท

() เจ้าของกิจการ

() พ่อบ้าน/แม่บ้าน

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ไม่เกิน 10,000 บาท

() 10,001-20,000 บาท

() 20,001-30,000 บาท

() 30,001-40,000 บาท

() 40,001-50,000 บาท

() มากกว่า 50,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊กของสมาชิกเฟชบุ๊กเพจ Drama-addict

6 ท่านใช้เฟชบุ๊กมานานเท่าไร

() น้อยกว่า 1 ปี

() ตั้งแต่ 1-3 ปี

() มากกว่า 3 ปี - 5 ปี

() มากกว่า 5 ปี - 7 ปี

() มากกว่า 7 ปี - 9 ปี

() มากกว่า 9 ปี

7. ท่านใช้เฟชบุ๊กบ่อยเพียงไรต่อสัปดาห์

() ทุกวัน

() 1-2 วันต่อสัปดาห์

() 3-4 วันต่อสัปดาห์

() 5-6 วันต่อสัปดาห์

8 ท่านใช้เฟชบุ๊กวันละกี่ครั้ง

() 1-2 ครั้ง

() 3-4 ครั้ง

() 5-6 ครั้ง

() ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป

9. ท่านใช้เฟชบุ๊กโดยเฉลี่ยกี่ชั่วโมงต่อครั้ง

() น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

() 1-2 ชั่วโมง

() 3-4 ชั่วโมง

() มากกว่า 4 ชั่วโมง

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านใช้เฟชบุ๊กผ่านอุปกรณ์ใดมากที่สุด

() โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน

() คอมพิวเตอร์พกพา

() คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

() แทปเลต

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ท่านใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กในเรื่องใดมากที่สุด

() ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน/ญาติพี่น้อง

() ค้นหาข้อมูล

() ติดตามข่าวสาร

() ค้าขายออนไลน์

() เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ข้อมูล

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านสนใจข่าวสารประเภทใดที่เฟซบุ๊กเพจ Drama-addict นำเสนอมากที่สุด

- | | |
|---|---|
| ☐ ข่าวการเมือง | ☐ ข่าวเศรษฐกิจ |
| ☐ ข่าวการศึกษา | ☐ ข่าวปัญหาสังคม |
| ☐ ข่าวบันเทิง | ☐ ข่าวอุบัติเหตุ |
| ☐ ข่าวกีฬา | ☐ ข่าวต่างประเทศ |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

13. ท่านแสดงความคิดเห็น/แชร์เรื่องราวในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict บ่อยเพียงไร

- | | |
|--|--|
| ☐ ทุกวัน | ☐ 1-2 วันต่อสัปดาห์ |
| ☐ 3-4 วันต่อสัปดาห์ | ☐ 5-6 วันต่อสัปดาห์ |

14. ท่านมีกระบวนการสื่อสารในเฟซบุ๊กเพจ Drama-addict ลักษณะใดมากที่สุด

- ☐ บอกความรู้สึกตัวเอง
- ☐ ถามและรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น
- ☐ ชื่นชม/ให้เกียรติบุคคล
- ☐ สื่อสารเนื้อหาชัดเจน ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- ☐ แสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับที่รู้สึก
- ☐ ใช้ภาษากลุ่มเครือ ไม่ชัดเจน
- ☐ ใช้ถ้อยคำสั่งสอน ดิเสียน
- ☐ ใช้ถ้อยคำประชดประชัน
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษ

ข้อที่	ท่านรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษในประเด็น ต่อไปนี้ว่าใช่หรือไม่	ใช่	ไม่ใช่
พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560			
15.	ประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์		
16	การนำข้อมูลที่บิดเบือนหรือปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ จนเกิดความเสียหายแก่ประชาชน เป็นความผิดตามกฎหมาย		
17.	การนำข้อความเท็จ ที่สร้างความเสียหายต่อความมั่นคงปลอดภัยประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ จนก่อให้เกิดความตื่นตระหนก มีความผิดตามกฎหมาย		
18	การนำข้อมูลลามกเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ที่ทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ มีโทษตามกฎหมาย		
19.	การเผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมาย มีความผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ		
20.	ผู้ให้บริการระบบคอมพิวเตอร์ จะไม่มีความผิดหากมีการแจ้งเตือนและระงับการกระทำความผิดในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมแล้ว		
21	การนำภาพของผู้อื่นมาตัดต่อ เติมหรือดัดแปลง เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย มีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท		
22	การนำภาพของผู้ที่เสียชีวิตแล้วมาตัดต่อ เติมหรือดัดแปลง เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ไม่ผิดกฎหมาย		

ข้อที่	ท่านรู้เกี่ยวกับกฎหมายและบทลงโทษในประเด็น ต่อไปนี้ว่าใช่หรือไม่	ใช่	ไม่ใช่
พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558			
23.	ประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมการกระทำผิดที่เกี่ยวข้อง กับลิขสิทธิ์		
24.	การเผยแพร่งานหรือสำเนางานที่มีการลบหรือ เปลี่ยนแปลงข้อมูลเกี่ยวกับผู้สร้างหรือเจ้าของผลงาน มีโทษตามกฎหมาย		
25.	การเผยแพร่งานหรือสำเนางานที่มีการลบหรือ เปลี่ยนแปลงข้อมูลเกี่ยวกับผู้สร้างหรือเจ้าของผลงาน หากไม่ได้ทำเพื่อการค้า ไม่มีความผิดตามกฎหมาย		
26.	การละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง โดยจงใจหรือ มีเจตนาให้งานสามารถเข้าถึงโดยสาธารณชนได้อย่าง แพร่หลาย มีความผิด		
27.	ผู้ที่รู้ว่าจะงานหรือสำเนาถูกลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล ลิขสิทธิ์แล้วนำไปจำหน่าย มีความผิดตามกฎหมาย		
28.	ความผิดตามข้อ 27 มีโทษปรับตั้งแต่ 10,000 บาท- 100,000 บาท		
29.	ผู้ที่รู้ว่าจะงานหรือสำเนาถูกลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล ลิขสิทธิ์แล้วนำไปจำหน่าย หากทำเพื่อการค้าจะมีโทษ จำคุกตั้งแต่ 3 เดือน - 2 ปี หรือปรับตั้งแต่ 50,000 บาท - 400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ		
30.	ผู้ที่รู้ว่าจะงานหรือสำเนาถูกลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล ลิขสิทธิ์แล้วนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณชน แต่ไม่ใช่ เพื่อการค้าไม่มีความผิดตามกฎหมาย		

ตอนที่ 4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่สนับสนุนให้ท่านรับผิดชอบต่อสังคม

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ที่ตรงกับความรู้สึกของท่าน

ตอนที่ 4.1 ความเชื่อเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิง

ท่านคิดว่าบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่อไปนี้ เห็นว่าท่านควรหรือไม่ควรรับผิดชอบต่อสังคม โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน : _____: ที่ตรงกับ
ความรู้สึกของท่านมากที่สุด

31. เพื่อนของท่าน คิดว่าท่านควรรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นไปได้ _____: _____ เป็นไปไม่ได้
มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก
พอ ๆ กัน

32. คนรัก (หากท่านไม่มีคนรักโปรดเลือก ไม่มี)

_____: ไม่มี

คนรัก ของท่าน คิดว่าท่านควรรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นไปได้ _____: _____ เป็นไปไม่ได้
มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก
พอ ๆ กัน

33. เจ้านาย (หากท่านไม่มีเจ้านายโปรดเลือก ไม่มี)

_____: ไม่มี

เจ้านายของท่าน คิดว่าท่านควรรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นไปได้ _____: _____ เป็นไปไม่ได้
มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก
พอ ๆ กัน

34. พ่อแม่ (หากพ่อและแม่เสียชีวิตแล้วโปรดเลือก พ่อและแม่เสียชีวิต)

: _____: พ่อและแม่เสียชีวิต

พ่อแม่ของท่าน คิดว่าท่านควรรับผิดชอบต่อสังคม

เป็นไปได้ _____: _____: _____: เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก

พอ ๆ กัน

ตอนที่ 4.2 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ท่านมีความต้องการเพียงใดที่จะทำตามความคาดหวังของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล
ต่อไปนี้แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน : _____: ที่มีข้อความที่ตรงกับความรู้สึกของ
ท่านมากที่สุด

35. ในการรับผิดชอบต่อสังคม ท่านต้องการจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่
เพื่อนต้องการให้ท่านทำหรือไม่

เป็นไปได้ _____: _____: เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก

พอ ๆ กัน

36. ในการรับผิดชอบต่อสังคม ท่านต้องการจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่คน
รักต้องการให้ท่านทำหรือไม่ (หากไม่มีคนรักไม่ต้องตอบ)

เป็นไปได้ _____: _____: เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก

พอ ๆ กัน

37. ในการรับผิดชอบต่อสังคม ท่านต้องการจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่เจ้านาย
ต้องการให้ท่านทำหรือไม่ (หากไม่มีเจ้านายไม่ต้องตอบ)

เป็นไปได้ _____: _____: เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก

พอ ๆ กัน

38. ในการรับมือขอต่อสังคม ท่านต้องการจะแสดงความรับมือขอต่อสังคมตามที่พ่อแม่ต้องการให้ท่านทำหรือไม่ (หากพ่อแม่และแม่เสียชีวิตไม่ต้องตอบ)

เป็นไปได้ : : : : : เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย 2 ข้าง น้อย ปานกลาง มาก

พอ ๆ กัน

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความรับมือขอต่อสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กเพา Drama-addict

ในการใช้เฟซบุ๊กท่านกระทำการ ต่าง ๆ ต่อไปนี้ในระดับใด	ระดับความรับมือขอต่อสังคม					
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย เลย
39. ขออนุญาตเจ้าของเรื่องที่ต้องระบุ ชื่อก่อนโพสต์หรือส่งต่อให้ผู้อื่น						
40. โพสต์หรือส่งต่อข้อมูลที่ตรงกับ ความเป็นความจริง						
41. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ก่อนโพสต์หรือส่งต่อเสมอ						
42. โพสต์หรือส่งต่อข้อมูลที่มี แหล่งที่มาชัดเจนและเป็น แหล่งที่มาที่เชื่อถือได้						
43. โพสต์แก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง เมื่อพบว่า ข้อมูลนั้นบิดเบือนไป จากข้อเท็จจริง						
44. โพสต์ขอโทษหรือแสดงความ รับมือขอเมื่อมีการโพสต์หรือส่ง ต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง						
45. ระงับยับยั้งการ โพสต์หรือการส่ง ต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง						
46. โพสต์ข้อมูลส่วนตัว เรื่องราว ภาพ ของตัวเองที่มีการบิดเบือนไปจาก ความเป็นจริง						

ในการใช้เฟซบุ๊กท่านกระทำสิ่ง ต่าง ๆ ต่อไปนี้ในระดับใด	ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม					
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย เลย
47 โพสต์หรือส่งต่อข้อมูลที่ไม่ทำให้เกิดความรุนแรงในสังคม						
48. โพสต์แสดงความเป็นห่วง/ การแสดงความยินดี/การอวยพร บุคคลอื่น						
49 จงใจโพสต์หรือส่งต่อข้อมูลที่ หลอกลวง บุคคลอื่น						
50. โพสต์หรือส่งต่อข้อมูลที่ส่งเสริม ความรักความสามัคคีของคน ในสังคม						
51 โพสต์หรือส่งต่อข้อมูลที่กล่าวหา ว่าร้ายบุคคลหรือองค์กรใด ๆ						
52 โพสต์หรือส่งต่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำเพื่อประโยชน์ต่อสังคม						
53 โพสต์แสดงความคิดเห็นเรื่อง ต่าง ๆ ด้วยถ้อยคำสุภาพ						

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- กุสุมา ศรีสวัสดิ์. (2552). ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มของสำนักงานสรรพากรพื้นที่เชียงใหม่ 2. การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฑามณี คายะนันท์. (2554). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม (www.facebook.com). วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัตถกุล ตรงคมาลี. (2557). การใช้ทวิตเตอร์และจริยธรรมการใช้ทวิตเตอร์ในการรายงานข่าวของผู้สื่อข่าวไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชาติชาย วิเรขรัตน์. (2553). Facebook ทุกมุม เพิ่มพลังสื่อสารการตลาดผ่าน Social Network. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จูปีตัส.
- ณัฐชуда วิจิตรจามรี. (2556). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดลินิวส์ออนไลน์. (2559). โพล่อีก!สาวโพสต์เหยียดดร. ถามพันธุ์อะไร-ผกก ยันคนดี. ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2559, จาก <http://www.dailynews.co.th/regional/514242>
- ธนิต สิริมงคล. (2556) พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ธิภัทรา เฟ็งจันทร์. (2554). แรงจูงใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายต่อการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร-
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นพลักษณ์ ปานพูนทรัพย์. (2555). ปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีความสัมพันธ์กับเจตคติและ
ความตั้งใจในการแจ้งเรื่องร้องทุกข์ผ่านทางวิทยุ DFM 99.5 ร่วมด้วยช่วยกัน.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภมาศ ศรีขวัญ . (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรมการลดน้ำหนัก
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมและพฤติกรรม
การลดน้ำหนักของวัยรุ่นหญิง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวรรณ์ พัฒโนทัย. (2555). ความรู้ ความเข้าใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
ทางระบบคอมพิวเตอร์. กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ-
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2557). การสื่อสารการเมือง: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้.
กรุงเทพมหานคร: แมสมี่เดีย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รุ่งเรืองสาส์น-
การพิมพ์.
- ประชัน วัลลิโก. (2538). ข่าว (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปวีณา มีป้อง และภวรัญชนรัตน์ ภู่วิจิตร. (2555). Facebook & Twitter. กรุงเทพมหานคร
โปรวิชั่น.
- ปิยภรณ์ อภิฐานจิตติ. (2551). การศึกษาทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้
ความสามารถในการ ควบคุมพฤติกรรมความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและพฤติกรรม
การให้บริการ (กิจกรรม CARE): กรณีศึกษาบริษัทประกันวินาศภัย. วิทยานิพนธ์-
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มนตรี วงษ์รักษ์. (2557). สื่อกิจกรรมเพื่อปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสังคมของนิสิต
มหาวิทยาลัยนเรศวร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- มาลี บุญศิริพันธ์ (2531). *หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ปรกาศพิริก.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2558). *พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558*. ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2558/A/006/7.PDF>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2560). *พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560*. ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2560, จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/010/24.PDF>
- ราชสีห์ เสนะวงศ์. (2550). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน*. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เรื่องเล่าเช้านี้. (2559). *ลูกค้าสาว โพสต์แอปพ่ungsแมลงสาบโผล่ในร้านชาบูดัง*. ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2559, จาก <http://morning-news.bectero.com/share-of-the-day/11-Jun-2016/80984>
- ลัดดาวรรณ สุวรรณเวก. (2555). *พฤติกรรมและการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เว็บไซต์ Sanook. (2557). *หยุดแชร์! ชายถูกประจานบน BTS เผยเป็นออทิสติก*. ค้นเมื่อ 29 กันยายน 2559, จาก <http://news.sanook.com/1643897>
- สิริอร ชันชหัตถ์. (2536). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: อักษรบัณฑิต.
- ศุภรศมี จิตกุลเจริญ. (2554). *ทฤษฎีการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมควร กวียะ และพิศิษฐ์ ขวาลวัช. (ม.ป.ป.). *การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพความรับผิดชอบ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: โกสินทร์.
- สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย. (2554). *แนวปฏิบัติการใช้งานอินเทอร์เน็ตในช่วงเหตุการณ์อุทกภัย 2554*. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2558, จาก www.department.utcc.ac.th/oes/m-newsactivities/m-newsit/1331-internetforflood-thai.html

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2550). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: พ.ศ. พัฒนาออนไลน์.
- อาภาพร ไตรวรรณเกษม. (2544). ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการในเรื่องพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พุทธศักราช 2540. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เอกญา แววกักดี. (2555). รูปแบบการสอนเชิงบูรณาการเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ดุษฎีนิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(1), 179-211.
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TpB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Retrieved May 4, 2018, from <http://www.uni-bielefeld.de/ikg/zick/ajzen%20construction%20a%20tpb%20questionnaire.pdf>
- man@dmin. (2557). แฟนเพจ คืออะไร. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2558, จาก <http://www.navy34.com/component/content/article/71-it-technology-internet-tip/331-what-facebook-fan-page.html>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวพวงชมพู ประเสริฐ
วัน เดือน ปีเกิด	3 มกราคม 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดพัทลุง
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนพัทลุง จังหวัดพัทลุง ปีการศึกษา 2542 สำเร็จปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2546
ตำแหน่งหน้าที่ การงานปัจจุบัน	ผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ