

การรับรู้ ทักษะ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

Perception, Attitude, and Behavioral Intension towards Cyberbullying



การรับรู้ ทศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

Perception, Attitude, and Behavioral Intension towards Cyberbullying



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



© 2561

ชินดนัย ศิริสมฤทัย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง การรับรู้ ทักษะคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการก่อกวนแก๊ง

ผู้วิจัย ชินดนัย ศิริสมฤทัย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง)

(ดร.สุชาติ เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

12 พฤษภาคม 2561

ชินดนัย ศิริสมฤทัย. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, พฤษภาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศึกษาด้านการรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิด พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล (65 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิด พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งเป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อายุระหว่าง 17-36 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน ในช่วงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2561 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ในระดับมาก ($M= 3.99$) โดยใน ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ละเมิดสิทธิ์ส่วนบุคคล ($M= 4.63$) ในส่วนทัศนคติต่อ การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า พฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกโซเชียลเป็นสิ่งที่ไม่สมควรกระทำ ($M= 4.37$ และในส่วนของความตั้งใจในการเกิด พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะไม่ แสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลอย่างแน่นอนมากที่สุด ($M= 4.45$ ซึ่งจากผลการวิจัยในข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้ และทัศนคติ มักจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรม

คำสำคัญ: การรับรู้, ทัศนคติ, ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรม, การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

Sirisomrutai, C. M. Com. Arts (Strategic Communication), May 2018, Graduate School, Bangkok University.

Perception, Attitude, and Behavior Intention (65 pp.)

Advisor: Papaporn Chaihanchai, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this research was to study perception, attitude, and behavioral intention towards cyberbullying. Using a questionnaire survey, the data were collected from 18-36 years old youth in a Central Thailand province. The information provided by the respondents is self-administered. The samples were collected from both male and female, age group 17-36 years old (Generation Y) Bangkok, Thailand. The samples were perceived. High level of cyberbullying ($M = 3.99$). In perception of cyber bullying. Most of the sample agreed. Cyber bullying is a violation of personal rights ($M = 4.63$). Cyberbullying. Most of the sample agreed. Bullying behavior. This is not a good thing to do ($M = 4.37$). Cyberbullying. The research also points out that the sample is unlikely to. Mostly cyberbullying behavior ($M = 4.45$). Based on the findings above, perceptions and attitudes tend to correlate with attempt to always behave.

Keywords: Perception, Attitude, Behavioral Intention, Cyberbullying

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของงานวิจัยอิสระ หรือ IS เล่มนี้จะสำเร็จลุล่วงออกมาอย่างที่เห็นนี้ต้องบอก เลยว่าเป็นไปไม่ได้ถ้าขาดบุคคลท่านนี้ ดร.ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย อาจารย์จอย หรือถ้าเป็น ที่ทำงาน ก็เรียก “พี่จอย” ไปแล้ว ท่านก็คืออาจารย์ที่ปรึกษาสุดสวยของผมซึ่งบอก ได้เลยว่าถ้า ไม่ตั้งใจอ่าน งานมา คั้นคว้งงานมาไม่เพียงพอ เขียนงานมาส่งไม่ดีตามมาตรฐาน ของอาจารย์ รับประกันไม่สวย ตามหน้าตานะครับ อาจารย์เป็นคนเก่งมากทั้งด้านวิชาการ ด้านมุมมอง วิธีคิด และที่สำคัญอาจารย์ ตั้งใจกับงานของเหล่าเด็กกลุ่มที่อาจารย์ให้คำปรึกษางานเป็นอย่างมาก อาจารย์เสียสละเวลา กำลัง ภาย กำลังใจให้กับงานวิจัยเป็นอย่างมาก คอยให้คำแนะนำ คอยสอน คอยแก้ๆๆ เล่นเอาผมเหนื่อย ท้อบ้างในบางที แต่สุดท้ายก็รู้เช่นเห็นชาติเอาในวันส่งเล่มนี้แหละครับ ว่างานเขียนที่ดี งานวิจัยที่ ออกมาแบบมีคุณภาพนั้นเป็นอย่างไร แล้วความเหนื่อยที่ผ่านมาก็หาย เป็นปลิดทิ้ง เรียกได้ว่าอาจารย์ จอยเป็นทุกสิ่งทุกอย่างในการเรียนของผมที่ร่วมมหาวิทยาลัยกรุงเทพนี้ อยากบอกอีกครั้งว่า ดีใจ และ โชคดีที่ได้มาเป็นลูกศิษย์อาจารย์ครับ อีกกำลังใจที่ขาดไม่ได้นั่นก็คือ ทีมเวิร์คที่ดีไม่ว่าจะเป็นงานกลุ่ม แคมเปญ หรืองานวิจัยเดี่ยวที่คอยช่วยกันอย่างไม่มีขาด และที่คอยให้กำลังใจในการทำงานกันเป็น อย่างมาก นั่นก็คือกลุ่ม 198 เตย ผน ป๊อป ใส พี่บิว และน้องน้อยสุดในทีมน้องพิม เกิดจากการรวม ตัวอย่าง บังเอิญแต่ผลออกมากลมกล่อมเป็นอย่างมาก

และสุดท้ายก็อยากจะขอบคุณสมาชิกในครอบครัวทุกคน ทั้งคุณแม่ คุณพ่อ ที่คอยเป็น กำลังใจ และเคียงข้างมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเหนื่อยแค่ไหน ทุกคนเหล่านี้ก็เหมือนเป็นแรงผลักดันที่ทำให้ ผมหายเหนื่อย และพร้อมที่จะก้าวเดินหน้าต่อไป อีกทั้งต้องขอบเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ผู้ให้ข้อมูลทุก คน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี แล้วก็ต้องขอบคุณตัวเองที่พยายาม และตั้งใจในการ ทำหน้าที่ของตัวเองอย่างดีที่สุดตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จนกระทั่งวันที่ได้ประสบความสำเร็จ ในการศึกษาอีกขั้นหนึ่งก็มาถึง ขอขอบคุณจากใจจริงๆครับ

ชินดนัย ศิริสมฤทัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ปัญหำนำการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	5
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับการรับรู้	15
2.3 แนวคิดที่เกี่ยวกับทัศนคติ	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	34
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย	34
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	36
3.5 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	37
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
3.7 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล	39
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์	41
ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	43
ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	
ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	47
ส่วนที่ 5 ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	48
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	50
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	52
5.3 ข้อเสนอแนะ	54
5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย	54
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	54
5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	59
ประวัติผู้เขียน	65
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน	41
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน	42
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้จักความหมายของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	43
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	43
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	44
ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	44
ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	45
ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	45
ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ยของการรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	46
ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	47
ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ยแนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	48
ตารางที่ 4.12: แสดงค่าเฉลี่ยแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์	49

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กระบวนการการรับรู้ ของ Assael	17
ภาพที่ 2.2: กระบวนการการรับรู้ ของ Danal. McBumer	17
ภาพที่ 2.3: กระบวนการการรับรู้ ของ Solomon	18
ภาพที่ 2.4: องค์ประกอบของทัศนคติ ของ Lutz	27
ภาพที่ 2.5: องค์ประกอบของทัศนคติ ของ Schiffman และ Kanuk	28



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้คนในสังคมสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ และอินเทอร์เน็ตได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งโทรศัพท์มือถือ ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันก็ยังถูกพัฒนาให้กลายเป็นโทรศัพท์มือถือในรูปแบบสมาร์ตโฟน (Smartphone) ที่สามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่างในเครื่องเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต การหาเพื่อนผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ต่างๆ การเล่นเกม การถ่ายรูป และคลิปวิดีโอ รวมไปถึงการเผยแพร่ รูปภาพ และวิดีโอต่างๆ ได้อย่างไร้ขีดจำกัดในประเทศไทย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้เคยจัดทำสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตภายในประเทศ โดยประมาณการว่าในปี พ.ศ. 2553 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรวมทั้งสิ้น 21 ล้านคน ในส่วนของสัดส่วน การมีโทรศัพท์มือถือในเมืองไทย พบว่าวัยรุ่นมีจำนวนของการใช้โทรศัพท์มือถือมากที่สุดในเอเชีย คือมีถึงร้อยละ 72.0 โดยอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือสมาร์ตโฟน (Smart Phone) มีถึงร้อยละ 91.60 (ปานเทพ พัวพงษ์พันธ์, 2553) และตัวอย่างที่เห็นชัดมากที่สุดในความเร็วของเทคโนโลยีก็คือ กรณีของเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) ประเภทหนึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมแพร่หลาย โดยมีผู้ใช้เฟซบุ๊กทั่วโลกมากถึง 600 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งในประเทศไทย มีจำนวนผู้ใช้ 14 ล้านคน ส่วนในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีผู้ใช้ถึง 7.5 ล้านคน ซึ่งถือว่าเป็นเมืองที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับที่ 5 ของโลก รองจากเมือง ลอนดอน ของประเทศอังกฤษ ซึ่งผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็น 35.8% (ศุทธิดา ชวนวัน, 2555)

อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศรวมทั้งระบบการสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัดได้ส่งผลกระทบต่อปัญหาความมั่นคงในการดำเนินชีวิตต่อคนทุกกลุ่มทุกวัย โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่มีสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นถึงร้อยละ 58.40 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) เมื่อมีการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้นก็ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา เช่น เยาวชนขาดการกลั่นกรองในการเลือกรับสาร รวมถึงการที่ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เยาวชนเลือกใช้กระทำความรุนแรงต่อกันมากขึ้น และเป็นสาเหตุของการเกิดการรังแกกัน ประเภทใหม่ที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่าน เครื่องมือสื่อสารอย่างคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์ มือถือซึ่งเรียกว่า การรังแกบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) ซึ่งการรังแกบนโลกไซเบอร์เป็น ความรุนแรงที่สามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่จำกัดเวลา และสถานที่อย่างแท้จริง (วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์, 2552) การรังแกบนโลกไซเบอร์ มีความหมายในลักษณะที่เกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าว หรือการกระทำที่เป็น

อันตรายที่ตึงใจกระทำ โดยเป็นการกระทำซ้ำในช่วงเวลา หนึ่งในความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกัน ความหมายของการรังแก บนโลกไซเบอร์จึงมีมิติที่สำคัญในเรื่องความตั้งใจ ความอันตราย การกระทำซ้ำๆ และความสัมพันธ์ เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกัน (Huang & Chou, 2010)

เนื่องจากการรังแกบนโลกไซเบอร์เป็นลักษณะของความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกัน ความหมายของการรังแกบนโลกไซเบอร์ จึงมีมิติที่สำคัญในเรื่องของความตั้งใจ ความอันตรายจากการกระทำซ้ำๆ ซึ่งผลกระทบของการรังแกบนโลกไซเบอร์ต่อวัยรุ่น ได้แก่ ความเครียด ความวิตกกังวล ความเศร้าโศก อับอาย และเกิดความหวาดกลัว ในความปลอดภัย และการใช้ชีวิต (Bonanno & Hymel, 2013) อีกทั้งจากงานวิจัยยังพบว่าก่อให้เกิดอาการซึมเศร้าได้อีกด้วย การรังแกบนโลกไซเบอร์เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยการใช้อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ชนิดอื่นๆ ในการกระทำพฤติกรรมใดๆ เพื่อต้องการสร้างความเสียหายแก่ผู้อื่น ซึ่งครอบคลุมถึงการล่วงละเมิด การก่อกวน การข่มขู่ การดูถูกดูหมิ่น ทำให้เสียชื่อเสียง การประจาน การตำหนิ การสวมรอยแอบอ้าง เป็นต้น รูปแบบความรุนแรงดังกล่าวเกิดขึ้นกับวัยรุ่นในระหว่าง ที่อยู่ที่โรงเรียน หลังเลิกเรียน ที่บ้าน และในทุกๆ ที่ซึ่งอาจไม่คาดคิด (Huang & Chou, 2010)

อีกทั้งปัญหาเกี่ยวกับการรังแกในพื้นที่ไซเบอร์ ถือเป็นปัญหาใหญ่ของสังคม โดยเฉพาะ ในกลุ่ม วัยรุ่นเนื่องจากผลกระทบจากการรังแกบนโลกไซเบอร์นั้นมักส่งผลกระทบต่อ ข้างร้ายแรง ต่อจิตใจของผู้ถูกรังแก แต่ในการรับรู้ของเยาวชนเองนั้น พวกเขากลับมองว่าปัญหาดังกล่าว ไม่ใช่ปัญหาใหญ่ที่ควรต้องได้รับการแก้ไขโดยเร่งด่วนแต่อย่างใด ซ้ำเยาวชนยังมองว่าปัญหาการ กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ นั้น ถือเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวัน ของพวกเขา และจากการศึกษา วิจัยที่ผ่านมาก็ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า ความรุนแรงในเด็ก และเยาวชน ถูกทำให้เห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดา สังคมจึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับ และยอมรับต่อปรากฏการณ์ความ รุนแรงดังกล่าว เพราะความรุนแรงสามารถเกิดขึ้น และหายไปได้เมื่อโตขึ้น (เพ็ญจันทร์ เซอร์เรอร์, 2551) เช่นเดียวกับงาน วิจัยของ วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์ (2552) ที่ศึกษาถึงทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นเพื่อสำรวจว่า พฤติกรรมการรังแกกันถือเป็นพฤติกรรมปกติที่ใครๆ ก็ทำ ผลการศึกษาชี้ว่าการกลั่นแกล้งกันบนโลกไซเบอร์ในสายตาของวัยรุ่นจำนวนมากมีแนวโน้มที่ จะเห็นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องปกติที่ทุกคนมีสิทธิ์ที่จะกระทำได้

อย่างไรก็ตามข้อมูลในข้างต้นเป็นเพียงภาพสะท้อนความจริงบางส่วนเกี่ยวกับการรับรู้ และทัศนคติของเยาวชน ว่าเยาวชนมองการกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์ว่าเป็นเรื่องปกติ แต่เรายังไม่ทราบถึงการรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์ และยังมี ข้อมูลเชิงลึกในแง่ของมุมมองของวัยรุ่นกลุ่ม เจเนอเรชันเรซันวาย (Generation Y) เกี่ยวกับ เรื่องดังกล่าว จึงไม่สามารถทราบได้ว่ากลุ่มวัยรุ่น เจเนอเรชันเรซันวาย มีมุมมองด้านการรับรู้ และทัศนคติต่อพฤติกรรม

การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์อย่างไร โดยผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ในประเด็นดังกล่าว เพื่อที่จะได้ทราบถึงมุมมองอย่างลึกซึ้ง ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ ต่อบุคคล องค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการควบคุมดูแล ป้องกัน ให้ความช่วยเหลือ หรือเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาของเยาวชนที่มีพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

1.3 ปัญหาวิจัย

1.3.1 การรับรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นอย่างไร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่ม เชนเนอร์เรชั่นวัย ซึ่งมีอายุระหว่าง 17-36 ปี จำนวน 200 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561

1.5 นิยามศัพท์

การรับรู้ หมายถึง การตีความ หรือให้ความหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ตามความเข้าใจ ความเชื่อ หรือประสบการณ์ของ ตนเอง

ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ หมายถึง แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมรังแกบนโลกไซเบอร์

การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ หมายถึง การรังแกกันประเภทใหม่ที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่าน เครื่องมือสื่อสารอย่างคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือที่เป็นลักษณะของการเขียนข้อความ ที่เป็นการต่อว่า ดูถูก ล้อเลียน อีกทั้งการใช้รูปภาพ คลิปวิดีโอที่เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่น ทั้งที่เป็นความจริง และไม่เป็นความจริงเพื่อไปเผยแพร่ หรือส่งต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อ ก่อความ คุกคาม ทำให้ผู้อื่นได้รับความเสียหาย รู้สึกอับอาย รู้สึกเครียด เจ็บปวด สูญเสียความมั่นใจ ในการใช้ชีวิตอยู่ในสังคม ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาทางด้านอารมณ์รุนแรงต่อไป

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเป็นข้อมูลต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ตลอดจนเพื่อเป็นแนวทางในการทำการรณรงค์เพื่อป้องกันปัญหา แก้อาย และ ลดพฤติกรรม การ กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

1.6.2 เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป ตลอดจนบุคคลทั่วไปให้ทราบถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ อันจะนำมาซึ่งความรู้ และ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทิศทางที่ถูกต้องมากขึ้น



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีที่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การรับ ทักษะคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ทักษะคติ ต่อการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์ ความหมาย รูปแบบ ประเภท ผลกระทบ อีกทั้งวิธีการจัดการ และการป้องกัน พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งนำมาเป็น กรอบในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)

ในสภาวะปัจจุบันการเข้าถึงพื้นที่ไซเบอร์สามารถกระทำได้ง่ายกว่าสมัยก่อนมาก โดยเฉพาะเมื่อมีโซเชียลมีเดียซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงได้แม้ไม่มีคอมพิวเตอร์ แค่เพียงสัมผัสหน้าจอโทรศัพท์เพียงเปิดแอปพลิเคชันก็สามารถย่อทุกความไกลห่างให้เชื่อมต่อกันได้ภายในเสี้ยววินาที แต่ในทางกลับกัน เทคโนโลยีนั้นก็เปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีโอกาสทำให้เกิดพฤติกรรม

การกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์ การการกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์นั้นเพิ่งเกิดขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเกิดขึ้นอย่างมากมาโดยเฉพาะช่องทางสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ต และเนื่องจากกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลายช่องทาง และหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นการให้ความหมายเกี่ยวกับกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จึงมีนิยามความหมายที่แตกต่างกันออกไป

Stom & Strom (2005) ได้ให้ความหมายของการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) ไว้ว่าเป็นการใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อคุกคาม หรือทำร้ายผู้อื่นผ่าน ช่องทางการสื่อสาร ออนไลน์ เช่น อีเมล โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ข้อความโต้ตอบแบบทันที (IM) ข้อความสั้น (SMS) และห้องสนทนาออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นเสื่อมเสีย หวาดกลัว และรู้สึกสิ้นหวัง ในขณะที่ Payne & Sherry (2007) กล่าวว่า การการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (CyberBullying) หมายถึง การรังแก และคุกคามผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ข้อความโต้ตอบแบบทันที (IM) ข้อความสั้น (SMS) บล็อก และเว็บไซต์ ซึ่งทำให้เกิดอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ได้ กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์เป็นการกระทำ โดยเจตนา และนำไปสู่ความตึงเครียดทางอารมณ์ ทำให้เกิดความทุกข์อย่างซ้ำๆ การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ อาจหมายรวมถึง

การคุกคาม และกล่าวถึงเรื่องทางเพศ การใช้คำพูด ที่รุนแรง การดูถูกดูแคลน รวมทั้งการส่งอีเมลไปรบกวนผู้อื่นที่ไม่ต้องการติดต่อกับผู้ส่ง สอดคล้องกับ Smith & Peter (2008) กล่าวว่า กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ หมายถึง พฤติกรรม ความก้าวร้าวของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีเจตนาใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ทำร้ายต่อเหยื่อ ซึ่งยากที่จะป้องกันตนเอง โดยกระทำอย่างซ้ำๆ

ในขณะที่ ปองกมล สุรัตน์ (2553) กล่าวว่า กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล (ผู้รังแก) ใช้การติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต เช่น โทรศัพท์มือถือ อีเมล หรือเว็บไซต์ต่างๆในการลงข้อความ หรือรูปภาพที่รุนแรง หยาดคาย ล้อเลียน อันเกี่ยวข้องกับ บุคคลหรือ กลุ่มบุคคลที่ตกเป็นเป้าหมายให้ปรากฏแก่สาธารณะ หรือส่งไปยังผู้ถูกรังแกโดยตรง

จากการให้ความหมายในข้างต้นของเหล่านักวิชาการที่ได้ศึกษามา จึงสามารถสรุปได้ว่า การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์นั้น หมายถึงการกลั่นแกล้ง หรือการคุกคามผู้อื่นผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์มือถือ ข้อความสั้นผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ รวมไปถึงเครือข่ายทางสังคม (Social Network Site) ซึ่งเป็นการกระทำโดยตั้งใจเจตนา และนำไปสู่ความตึงเครียด ทางอารมณ์ ทำให้เกิดความทุกข์อย่างซ้ำๆ และต่อเนื่อง อีกทั้งสามารถกระจายเรื่องดังกล่าวไปสู่ วงกว้าง เช่นการใช้คำพูด ที่รุนแรง การดูถูกดูแคลน รวมทั้งการส่งอีเมล หรือโทรศัพท์ไปรบกวนผู้อื่น ซึ่งการกระทำในลักษณะนี้สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกที่ทุกเวลา เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร และอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้งานใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ที่เกิดขึ้นนั้น มีสาเหตุมาจากหลายข้อด้วยกัน โดยสาเหตุของการ เกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 ความเป็นนิรนาม (Anonymous) ของพื้นที่ไซเบอร์เนื่องด้วยพื้นที่ไซเบอร์ มีลักษณะเฉพาะคือ ความเป็นนิรนาม กล่าวคือไม่ต้องเปิดเผยชื่อ หรือตัวตนจริงๆของผู้ที่ใช้งาน โดยผู้ใช้จะสามารถใช้ชื่อปลอม รูปปลอม หรือแม้กระทั่งสามารถสร้างตัวตนในโลกจินตนาการ หรือตัวตนขึ้นมาใหม่เพื่อหลอกลวงคนอื่นได้ ซึ่งความเป็นนิรนามเหล่านี้ทำให้ผู้รังแกมีความกล้าที่ จะกระทำการใดๆ ที่จะสร้างความเสียหายให้แก่ผู้ถูกรังแกได้อย่างง่ายดาย ดังนั้น ความเป็นนิรนาม ของพื้นที่ไซเบอร์จึงส่งผลให้ผู้ถูกรังแกสามารถถูกรังแก หรือกลั่นแกล้งผู้อื่นได้อย่างสาธารณะ โดยที่ไม่มีผู้ใดรู้หรืออยากที่จะพิสูจน์ว่าใครเป็นผู้กระทำ ทำให้ผู้กระทำไม่ต้องระวังถึงผลกระทบ จากการไปทำร้ายผู้อื่น และเนื่องจากการสืบค้นข้อมูลที่แท้จริงของบุคคลที่กระทำในพื้นที่ไซเบอร์ นั้นทำได้ยากหรืออาจจะไม่สามารถสืบเสาะได้เลย ผู้กระทำพฤติกรรมดังกล่าวจึงไม่เกิดความเกรงกลัว ต่อการจะถูก แก้แค้นหรือถูกจับได้ ซึ่งบนพื้นที่ไซเบอร์มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนกับการรังแกใน พื้นที่จริงที่เห็นกันชัดเจน กล่าวคือเมื่อเกิดเหตุการรังแกขึ้นก็สามารถบ่งบอกตัวตนของผู้กระทำได้ อย่างชัดเจน ซึ่งอาจเกิดการ แก้แค้นกันได้ หรือมีโอกาสที่จะถูกจับดำเนินคดีตามกฎหมายในกรณี ที่ผู้ถูกรังแกเกิดความเสียหาย

ดังนั้น ความเป็นนิรนามในพื้นที่ไซเบอร์ จึงกลายเป็นหนึ่งในสาเหตุให้ เกิดพฤติกรรมการณ์ก่อกวนบนโลกไซเบอร์เกิดขึ้น (ปองกมล สุรัตน์, 2553) ในขณะที่ปัจจัยที่ 2 พื้นที่ไซเบอร์ในฐานะ พื้นที่สำหรับระบายความรู้สึก พื้นที่ไซเบอร์มักถูกมองว่าเป็นพื้นที่ส่วนตัว และยังถูกมองว่าเป็น พื้นที่เปิด สำหรับการระบายอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดต่างๆของตนเอง ดังนั้น การกระทำ หรือการโพสต์ข้อความ เพื่อระบายอารมณ์ ความรู้สึกบางอย่างในพื้นที่ไซเบอร์จะไป ส่งผลกระทบต่อผู้อื่นบ้างก็ถือว่าเป็นเรื่องปกติ หรือเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นได้ อีกทั้งการระบายอารมณ์ ความรู้สึก ของผู้กระทำพฤติกรรมการณ์ก่อกวนบนโลกไซเบอร์นั้นบางอย่างไม่สามารถกระทำใน พื้นที่ในชีวิตจริงได้ เช่น การบ่นระบายอารมณ์โดยการตำหนิบุคคลที่ตนไม่พอใจ พื้นที่ออนไลน์จึงกลาย มาเป็นทางออกในการระบายอารมณ์ ความรู้สึกของตนเอง ซึ่งการระบายอารมณ์ความรู้สึกดังกล่าว ในพื้นที่ไซเบอร์ (ปองกมล สุรัตน์, 2553) พฤติกรรมดังกล่าวจึงทำให้เกิดความเสียหายตั้งแต่ในระดับ น้อยจนถึงมาก ด้วยความคิดและเข้าใจว่าพื้นที่ไซเบอร์นี้เป็นพื้นที่ส่วนตัวจึงนำมาซึ่งปัญหาพฤติกรรม ก่อกวนบนโลกไซเบอร์ ปัจจัยที่ 3 ความง่าย และความสะดวกในการรังแกกันเนื่องด้วยความก้าวล้ำ ของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันได้เอื้ออำนวยความสะดวกสบายเป็น อย่างมากในการเข้าถึงพื้นที่ไซเบอร์ จึงทำให้การเข้าไปรังแกผู้อื่นบนพื้นที่ไซเบอร์สามารถกระทำจาก ที่ไหนก็ได้ และเวลาไหนก็ได้ ที่ผู้กระทำต้องการ เช่น การโพสต์ตำหนิผู้อื่นนำคลิปวิดีโอที่สร้างผลกระทบในแง่ลบให้แก่ผู้อื่น ไปเผยแพร่ หรือแม้กระทั่งการสร้างกลุ่มขึ้นมาเพื่อโจมตีบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยผู้ถูกกระทำ การรังแกไม่สามารถทราบ หรือป้องกันตนเองได้ในพื้นที่ไซเบอร์ และเทคโนโลยีในปัจจุบัน เอื้ออำนวยความสะดวกในการเข้าใช้งาน การก่อกวนบนโลกไซเบอร์จึงสามารถกระทำได้ ง่ายยิ่งขึ้น (ปองกมล สุรัตน์, 2553)

ปัจจัยที่ 4 การรังแกเพื่อต้องการเรียกร้องความสนใจจากการศึกษาทำให้รับรู้ว่าการกระทำในลักษณะการก่อกวนบนโลกไซเบอร์นั้นสามารถเรียก ร้องความสนใจจากผู้คนในพื้นที่ไซเบอร์ได้ค่อนข้างมาก จึงกลายเป็นสิ่งที่เข้าใจผิดคิดว่าตนเองกำลังได้รับการยอมรับในความคิด และพฤติกรรมที่แสดงออกไป เช่น ผู้กระทำได้ร่วมโพสต์ตำหนิให้เกิด ความเสียหายไม่ว่าจะเป็นใน กระทบใดๆ และมีบุคคลมากดไลค์จำนวนมากๆ ก็ยิ่งทำให้ผู้กระทำเกิด ความเข้าใจผิดว่ามีผู้คนเข้ามา สนับสนุนการกระทำนั้นและ ยิ่งทำให้ผู้กระทำมีความรู้สึกว่าคุณค่าตนเอง ได้รับความสนใจจากผู้อื่น จึงทำให้เกิดพฤติกรรมในลักษณะนี้ในพื้นที่ไซเบอร์บ่อยครั้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ ถูกเรียกว่าเป็นการสร้างกระแสให้กับตนเอง เพื่อให้ได้รับการยอมรับและ สนับสนุนจากผู้อื่นซึ่งการ ต้องการได้รับความสนใจในพื้นที่ไซเบอร์ ปัจจัยที่ 5 การก่อกวนบนโลกไซเบอร์เป็นผลที่ต่อเนื่อง มาจากการกระทำในพื้นที่จริง จากการศึกษาพบว่าการก่อกวนบนโลกไซเบอร์นั้นโดยส่วนใหญ่ สืบเนื่องมาจากการก่อกวนรังแกกันในโลกจริงแห่งความเป็นจริงแทบทั้งสิ้น เช่น เกิดการไม่ชอบหน้ากัน การหมั่นไส้กันส่วนบุคคล หรือการมีเหตุทะเลาะเบาะแว้งแล้วนำมาขยาย ความต่อเนื่องในพื้นที่ไซเบอร์ต่อเพื่อให้เกิดความเสียหาย ความสะใจต่อบุคคลที่มีประเด็นกันมาก่อนหน้า เนื่องจากลักษณะเฉพาะตัว ของพื้นที่ไซเบอร์สามารถส่ง

ต่อข้อมูลไปสู่คนหมู่มากได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็วแบบไม่มีขีดจำกัด จึงนำมาซึ่งความเสียหายที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น (ปองกมล สุรัตน์, 2553)

เช่นเดียวกับแนวคิด Berson, Berson & Ferron (2002) ที่สนับสนุน ว่าวัยรุ่นมีความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมผ่านบนพื้นที่ไซเบอร์ หรือเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ได้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมในสังคมออนไลน์ มีลักษณะเฉพาะที่ชัดเจน ทำให้การมีปฏิสัมพันธ์กันในโลกของความเป็นจริง และโลกไซเบอร์ มีความแตกต่างกัน ซึ่งลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยาของพื้นที่ไซเบอร์นั้น ประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ดังนี้

ลักษณะที่ 1 ลดความรู้สึกในการสัมผัส (Reduced Sensations) ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การสื่อสารในพื้นที่ไซเบอร์สามารถมองเห็นถึงการแสดงทางสีหน้า ภาษากาย สามารถสื่อสาร ได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ได้ค่อนข้างง่าย แต่สิ่งเหล่านี้ก็ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงของหลายกลุ่ม เนื่องจากการสื่อสารพื้นที่ไซเบอร์นั้นส่วนใหญ่ เป็นการสื่อสารผ่านการ พิมพ์ข้อความเป็นหลัก ทำให้ลดการเผชิญหน้าโดยตรงซึ่งจะทำให้เยาวชน สามารถแสดงพฤติกรรมที่จะส่งผลต่อความรุนแรงได้มากขึ้น อีกทั้งในในลักษณะที่ 2 การสื่อสาร ผ่านข้อความ (Texting) ข้อความถือเป็นสารที่มีประสิทธิภาพในการแสดงออก ถึงตัวตน และพฤติกรรม ไม่ว่าจะผ่านอีเมล ห้องสนทนา ข้อความสั้น รวมถึงผ่านเครือข่ายสังคม ออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารผ่านข้อความถือเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่พบมากที่สุดผ่านการใช้ เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสามารถใช้ได้สะดวก และเสียค่าใช้จ่ายต่ำ อีกทั้งการพิมพ์ ข้อความใดข้อความหนึ่งสามารถนำเสนอความคิด ของผู้ส่งได้เป็นอย่างดี การสื่อสารผ่านข้อความจึง เพิ่มโอกาสให้ผู้กระทำสามารถแสดงพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ความรุนแรงได้ง่ายมากขึ้น

ในลักษณะที่ 3 ความยืดหยุ่นของเอกลักษณ์ (Identity Flexibility) การหลีกเลี่ยงการ เจอ กันแบบตัวต่อตัว ส่งผลต่อการอยากรู้ อยากเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอตัวตน ของคนอื่น ๆ ดังนั้นการสื่อสาร ที่มีเฉพาะข้อความทำให้มีทางเลือกในการนำเสนอความเป็นตัวเอง มากขึ้น การแสดงตัวตนจึงเป็นเพียงการแสดงตัวตนเพียงบางส่วน หรือนำเสนอสิ่งที่เป็นจินตนาการ ก็ได้ บางคนก็ใช้เพื่อแสดง บางอย่างที่ไม่เหมาะสม ในบางครั้งก็ทำให้พวกเขาสามารถเปิดเผยปัญหา ส่วนตัวบางอย่างที่ไม่สามารถเปิดเผย หรือปรึกษาผู้อื่นในการเผชิญหน้าแบบตัวต่อตัวได้

และยังมีในส่วนในลักษณะที่ 4 เปลี่ยนแปลงการรับรู้ (Altered Perception) การได้พูดคุยกับบุคคลต่างๆ ผ่านห้องสนทนา แชท หรืออีเมล ทำให้เกิดจินตนาการผ่านโลกมัลติมีเดีย ที่จะส่งผลต่อการรับรู้ ต่อบางเรื่อง เพราะการสื่อสารผ่านโลกไซเบอร์ทำให้เกิดจินตนาการที่หลุดพ้น ออกจากรูปแบบเดิมๆ ประสบการณ์จึงส่งผลต่อจิตสำนึกของผู้ใช้พื้นที่ไซเบอร์ในการสื่อสาร

ในลักษณะที่ 5 สถานะที่เท่าเทียมกัน (Equalized Status) บนพื้นที่อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ทุกคนจะมีสถานะที่เท่าเทียมกัน ทุกคนจะไม่คำนึงถึงสถานะทางเศรษฐกิจ เชื้อชาติ อายุ เพศ ฯลฯ แต่

สิ่งที่จะกำหนดอิทธิพลของเรากับคนอื่นก็คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะในการเขียน คุณภาพของความคิดและความรู้ทางเทคนิคเท่านั้น ดังนั้นการแสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความรุนแรงจึงสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน Berson, Berson & Ferron (2002)

ส่วนในลักษณะที่ 6 ระยะห่างของพื้นที่ (Transcended Space) การสื่อสารผ่านโลกไซเบอร์สามารถย่อโลกให้แคบลงทำให้คนที่อยู่ห่างกันสามารถสื่อสาร หรือแสดงพฤติกรรมในลักษณะต่างๆ ระหว่างกันได้ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ไม่สามารถขัดขวางพวกเขาได้ ซึ่งปัจจัยนี้แม้ว่าจะมีประโยชน์ต่อการสื่อสาร หรือการช่วยเหลือกัน แต่ทางกลับกันก็ส่งผลกระทบต่อทางลบที่ทำให้คนที่อยู่ในพื้นที่ห่างกันสามารถทำร้ายกันได้ง่ายมากขึ้นเช่นเดียวกัน อีกทั้งในลักษณะที่ 7 การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์แบบชั่วคราว (Temporal Flexibility) พื้นที่ไซเบอร์สามารถสร้างพื้นที่ชั่วคราวในการสื่อสารได้ตลอด เครื่องมือในการสื่อสารสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา สามารถเปลี่ยนอีเมลได้เมื่อต้องการ เปลี่ยนชื่อผู้ใช้ได้ตลอดเวลา หรือระงับบัญชีได้ ทำให้เมื่อเผชิญหน้ากับความรุนแรงก็สามารถจัดการ กับปัญหาได้ หรือในขณะเดียวกันก็เป็นการเพิ่มช่องทางการถูกกระทำ ความรุนแรงได้เช่นเดียวกัน อีกทั้งในลักษณะที่ 8 สังคมที่หลากหลาย (Social Multiplicity) เป็นที่แน่นอนว่าพื้นที่ไซเบอร์ ทำให้เราสามารถพบเจอ และติดต่อกับผู้คนได้นับร้อยนับพันในเวลาเดียวกัน การสร้างความสัมพันธ์ จึงมีลักษณะแบบชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ การโพสต์ข้อความในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง จะทำให้มีผู้อ่านจำนวนมากจนนับไม่ถ้วน ทำให้ผู้ใช้มีทางเลือกในการเจอเพื่อนและศัตรูได้ตลอดเวลา

ในลักษณะที่ 9 ความสามารถในการควบคุมสื่อได้เอง (Media Disruption) ในพื้นที่ไซเบอร์ ผู้ใช้จะมีความ สามารถในการควบคุมสื่อด้วยตนเอง พวกเขาสามารถนำตัวเอง ออกจากพื้นที่ไซเบอร์ ได้ทุกเมื่อ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้มีความรู้สึกว่าเขาต้องเจอกับความรุนแรง พวกเขาสามารถปิดเครื่อง หรือออกจากพื้นที่เหล่านั้นได้ตลอดเวลา ซึ่งต่างกับพื้นที่จริงที่พวกเขา ไม่สามารถหนีปัญหาที่เผชิญตรงหน้าได้

และสุดท้ายในลักษณะที่ 10 สามารถบันทึกทุกสิ่งทุกอย่างได้ (Record Ability) กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ไซเบอร์สามารถบันทึกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ ได้ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นอีเมล การสนทนา หรือแม้กระทั่งข้อความต่างๆ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งแน่นอนเมื่อมีข้อความ หรือคำพูดบางอย่างที่ส่งผลต่อความอับอาย หรือกระทบต่อจิตใจ เราย่อมไม่อยากจะเกิดกับตัวเอง เมื่อเกิดขึ้นเราย่อมหวาดระแวง ดังนั้นบางครั้งผู้ใช้จึงต้องมีความ ระมัดระวัง เพราะสิ่งที่พูดบางครั้งก็จะกลับมาทำร้ายตัวเอง ซึ่งปัจจัยนี้อาจช่วยให้พวกเขามีความ ระมัดระวังในการใช้สื่อ หรือแสดงความคิดเห็นในพื้นที่ไซเบอร์มากขึ้น (Berson, Berson & Ferron, 2002)

ด้วยลักษณะเฉพาะของพื้นที่ไซเบอร์ตามที่ได้กล่าวมาทำให้เห็นได้ว่าการสื่อสารในพื้นที่ ไซเบอร์นั้นมีทั้งลักษณะด้านบวกที่ทำให้ผู้ใช้สามารถที่จะแสดงพฤติกรรมบางอย่างที่ไม่สามารถแสดงออกในการเผชิญหน้าในโลกจริงได้ สามารถพูดคุยหรือปรึกษาในสิ่งที่ไม่กล้าพูดตรงๆ ได้ แต่การ

แสดงพฤติกรรมบางอย่างบนพื้นที่ไซเบอร์ก็ส่งผลทางลบได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากตัวตนในพื้นที่ไซเบอร์มักมีลักษณะที่เป็นนิรนาม ทำให้คำพูดเหล่านั้นไม่สามารถที่จะตรวจสอบถึงความจริง หรือความถูกต้องได้ และไม่สามารถที่จะเอาผิดกับผู้ที่มียุติกรรมที่ไม่ดีในพื้นที่ออนไลน์ได้ สิ่งเหล่านี้จึงส่งผลให้การกระทำในลักษณะของการกลั่นแกล้งกันบนโลกไซเบอร์กระจายตัวเพิ่มมากขึ้น

ในกลุ่มเยาวชน ทำให้พื้นที่ไซเบอร์จึงกลายเป็นช่องทางในดูลูกซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทางเพศ โจมตีความคิดเห็นของผู้อื่น โดยไม่ต้องระวังในการแสดงพฤติกรรมต่างๆ มากเท่ากับโลกของความเป็นจริง (Berson, Berson & Ferron, 2002)

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้ถึงสาเหตุของปัญหาเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็นหลักๆคือ

สาเหตุที่หนึ่ง เกิดจากลักษณะเฉพาะตัวของพื้นที่ไซเบอร์ ทั้งด้านสถานะและการใช้งาน โดยสาเหตุปัจจัยที่เกิดขึ้นจากลักษณะเฉพาะตัวของพื้นที่ไซเบอร์ประกอบด้วย ความเป็นนิรนามของพื้นที่ไซเบอร์จึงทำให้การกลั่นแกล้งรังแกผู้ถูกระทำได้โดยไม่ต้องยั้งคิด เนื่องจากบนพื้นที่ไซเบอร์นั้นยากที่จะระบุตัวตนที่แน่ชัดของผู้กระทำ การมองว่าพื้นที่ไซเบอร์นั้นเปรียบเสมือน พื้นที่สำหรับระบายความรู้สึกส่วนตัวและยังมองว่าเป็นพื้นที่ส่วนตัวของบุคคลนั้นๆ ที่สามารถกระทำ ได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมา อีกทั้งตัวพื้นที่ไซเบอร์ก็เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ทำให้ บุคคลสามารถเข้าไปกลั่นแกล้งรังแกผู้อื่นได้ง่ายยิ่งขึ้นเนื่องมาจากเทคโนโลยีการเข้าถึงที่สามารถทำได้ง่ายสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา ขณะที่การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ก็เปรียบเสมือนการเรียกร้องความสนใจ สร้างความเชื่อและ เข้าใจที่ผิดเกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมกับการคอมเม้น ข้อความ ส่งต่อวิดีโอ ที่เป็นการละเมิดผู้อื่นแล้วมีคนเข้ามาดไลค์ หรือแชร์ข้อมูลต่อ (Berson, Berson & Ferron, 2002)

ส่วนในขณะสาเหตุที่ต่อเนื่องมาจากการกระทำกลั่นแกล้งกันบนพื้นที่จริง ในขณะที่สาเหตุปัจจัยที่เกิดขึ้นจากสาเหตุที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการกระทำ หรือกลั่นแกล้ง พื้นที่จริงไม่ว่าจะเกิดจากความหมั่นไส้กันในเรื่องส่วนตัว หรือมีปัญหากันมาอยู่แล้วในพื้นที่จริง แล้วนำเรื่องราวดังกล่าวมาขยายความ ต่อในพื้นที่ไซเบอร์เนื่องจากพื้นที่ไซเบอร์สามารถส่งต่อ ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง และ สร้างความเสียหายต่อคู่กรณีได้อย่างรุนแรงและต่อเนื่อง โดยสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้เกิดจากการสะท้อน มุมมอง ความคิด และประสบการณ์จริงของผู้ ที่เคยมีพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์

จากการศึกษาของ Bhat, Christine & Suniti (2008) พบว่าการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์นั้นมีช่องทางในการกลั่นแกล้งได้หลากหลายช่องทาง ได้แก่ ช่องทางแรกข้อความ โต้ตอบแบบทันที (Instant Message หรือ IM) เนื่องจากเป็นรูปแบบ ของการสนทนาโดยมีการตอบ กลับโดยทันที ระหว่างผู้สนทนา 2 คน หรือมากกว่าทำให้เปิดโอกาส ให้เกิดการรังแกกันได้ง่าย โดยการทะเลาะ หรือด่าทอระหว่างการสนทนาด้วยกัน ช่องทางที่ 2 ห้องสนทนา หรือห้องแชท (Chat Rooms) เป็น

รูปแบบของการประชุมสนทนาระหว่างบุคคลหลายคนในเวลาเดียวกัน จุดประสงค์เดิม ของการสร้างห้องแชทคือ เพื่อแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร และมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล โดยอนุญาตให้มีการพูดคุย ใช้เสียง และวิดีโอได้อย่างอิสระ ตัวอย่างของการรังแกผ่านห้องแชท เช่น การพูดคุยเรื่องเพศอย่างเปิดเผย โดยไม่ได้รับการยินยอม จากเหยื่อ การด่าทอกันระหว่างกลุ่ม การจู่โจมโดยทำให้เกิดความเสียหาย หรืออับอายซึ่งเหยื่อมัก ไร้วางใจในห้องแชทบางห้อง และอาจไม่ทราบว่าสิ่งที่กำลังกระทำเป็นสิ่งที่ ไม่สมควรและส่งผลกระทบร้ายแรงแก่บุคคลอื่น ช่องทางที่ 3 อีเมล (E-mail) เป็นอีกช่องทางที่ เปิดโอกาสที่ทำให้คนจำนวนมากถูกรังแกผ่านทาง ข้อความในอีเมล เนื่องจากในการส่งอีเมลใน แต่ละครั้งข้อความสามารถถูกส่งไปยังคนจำนวนมาก โดยผ่านเครือข่ายที่ติดต่อของแต่ละบุคคล ในเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ เสียงพูดคุย เสียงที่บันทึก และสิ่งที่เห็นด้วยตานั้น สามารถส่งผ่าน อีเมลได้ทั้งหมด (Bhat, Christine & Suniti, 2008)

ช่องทางที่ 4 เครือข่ายทางสังคม (Social Networking Site) เป็นที่ทราบกันดีว่า เครือข่ายทางสังคมนั้นเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มเยาวชน เช่น Facebook Instagram Twitter โดยใน เว็บไซต์กลุ่มนี้เปิดโอกาสให้ผู้เล่นสามารถสนทนากันด้วย การแชท การลงรูปถ่าย คลิปวิดีโอ ข้อความตลอดจนการแลกเปลี่ยนไฟล์ข้อมูลต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้คนจำนวนมาก สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เช่นเดียวกัน การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์จึงสามารถเกิดขึ้น จากการส่งต่อข้อมูลที่ทำร้ายผู้อื่น การปลอมตัวเป็นบุคคลอื่น การทะเลาะด่าทอกัน รวมไปถึงการวิจารณ์ไปในทางที่เสียหาย เป็นต้น ส่วนช่องทางสุดท้าย บล็อก (Blog) เป็นรูปแบบของการเขียน ไดอารี่ออนไลน์ หรือการถ่ายทอดความคิดลงในเว็บบล็อก ซึ่งการกลั่นแกล้งกันอาจเกิดขึ้นได้โดยการโพสต์ข้อความเชิงลบของเพื่อนร่วมชั้นเรียน เช่น รูปร่างหน้าตา ความฉลาด รวมไปถึงรสนิยมทางเพศ ที่อาจสร้างความไม่พึงพอใจ และความเสียหายต่อผู้ที่ถูกพูดถึงได้ (Bhat, Christine & Suniti, 2008)

รูปแบบของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

จากการศึกษาของ วิมลทิพย์ มุสิกพันธุ์ (2552) เรื่อง A study of cyber bullying among Thai student in the whole kingdom ซึ่งเป็นงานที่ขยายจากงานเมื่อปี 2552 โดยการเก็บข้อมูลจาก 5 ภาคในประเทศไทย คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้และ พื้นที่กรุงเทพฯ โดยได้แบ่งรูปแบบของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ที่กระทำ กันในสังคมไทยพบว่าโดยมีประเภทหลักๆ ได้แก่

ในประเภทแรก การโจมตีกันด้วยข้อความที่รุนแรงหรือหยาบคายผ่านเว็บไซต์หรือมือถือ (Flaming) ประเภท 2 การก่อกวน คุกคามผู้อื่นผ่านมือถือหรือเว็บไซต์อย่างซ้ำๆ (Harassment) ประเภท 3 การนำข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลที่เป็นความลับของผู้อื่น ไปเผยแพร่ทางมือถือ หรือ อินเทอร์เน็ต (Outing and Trickery) ประเภท 4 การเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความเท็จเกี่ยวกับผู้อื่น ทางอินเทอร์เน็ตหรือมือถือ ส่งผลให้บุคคลนั้นได้รับความเสียหาย เสื่อมเสียชื่อเสียง อับอาย ถูกดูหมิ่น

หรือเกลียดชัง (Denigration) ประเภท 5 การแอบอ้างชื่อหรือตัวตนของผู้ถูกกระทำเพื่อให้ร้าย ต่ำทอ หรือกระทำการประสงคร้ายทางมือถือ หรืออินเทอร์เน็ตต่อผู้อื่น (Impersonation) ประเภท 6 การข่มขู่ หรือคุกคามผู้อื่นอย่างซ้ำๆ อย่างจริงจังและรุนแรงผ่านมือถือหรืออินเทอร์เน็ต (Cyber talking) ซึ่งมีลักษณะทำนองเดียวกับการก่อกวนผู้อื่น แต่มีความเข้มข้นที่รุนแรงกว่า ประเภท 7 การลบ บล็อกหรือปฏิเสธผู้อื่นออกจากกลุ่มสังคมออนไลน์ (Exclusion or Ostracism) และในประเภทสุดท้าย 8 การเผยแพร่คลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่น ซึ่งส่วนใหญ่นำเสนอวิดีโอผู้นั้น ถูกกระทำความรุนแรง ทางกายอันเป็นผลให้บุคคลนั้นเกิดความอับอายเสื่อมชื่อเสียง

ในขณะที่แนวคิดของ Bhat, Christine & Suniti (2008) ได้พบว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ นั้น มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการทำให้เกิดความอับอาย การคุกคาม ทำให้เกิดการเจ็บปวด หรือการตัดออกจากกลุ่ม ซึ่งได้แบ่งรูปแบบของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ไว้ดังนี้ ในรูปแบบที่ 1 การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ครอบครัว และเพื่อน ทั้งข้อมูลที่เป็นความจริงและความเท็จที่ส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความ อับอาย และเสื่อมชื่อเสียง ชื่อเสียง รูปแบบที่ 2 การเผยแพร่รูปภาพทั้งที่ได้รับ และไม่ได้รับอนุญาตจาก เจ้าของรูปภาพ ต่อมาในรูปแบบที่ 3 การเผยแพร่วิดีโอหรือคลิปโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือวิดีโอคลิป ที่เจ้าของทำขึ้นโดยเลือกเผยแพร่เฉพาะ บางบุคคล และในรูปแบบสุดท้าย การตัดออกจากกลุ่มสังคม โดยการบล็อกบุคคลออกจากรายชื่อการเป็นเพื่อน หรือการติดต่อผลกระทบของพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ผลกระทบของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

พฤติกรรมมารังแกกันในกลุ่มวัยรุ่น ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆ ในวัยรุ่นตามมาอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านการเรียน สุขภาพ และจิตใจ รวมถึงปัญหาทางพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้กระทำผู้อื่น (Bully) กลุ่มผู้ถูกกระทำ (Victim) หรือแม้แต่กลุ่มที่เป็น ทั้งผู้รังแกผู้อื่นและผู้ถูกรังแก (Bully-victim) ล้วนแล้วแต่ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมมารังแกกัน ทั้งสิ้นโดยมีรายละเอียดในของกลุ่มพฤติกรรม 3 ประเภทดังนี้ จากการศึกษาของ ซุตินาถ ศักรินทร์กุล และ อลิสา วัชรสินธุ (2557)

ในกลุ่มแรก กลุ่มผู้กระทำผู้อื่น (Bully) ในกลุ่มนี้จะมีปัญหาด้านจิตใจและพฤติกรรม โดยมีอาการวิตกกังวล มีภาวะซึมเศร้า มีความคิดที่จะฆ่าตัวตาย และมีปัญหาสุขภาพจิต จากการ ศึกษา ระยะยาวพบว่า การที่บุคคลที่มีพฤติกรรมเป็นผู้กระทำมารังแกผู้อื่นในช่วงวัยเด็ก และวัยรุ่น จะส่งผลให้มีพฤติกรรมเกรี้ยว พฤติกรรมใช้ความรุนแรง และพฤติกรรมต่อต้านสังคมเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ถูกกระทำ (Victim) พฤติกรรมมารังแกกันจะส่งผลให้ผู้ถูกรังแกมีความรู้สึก กลัว ยกตัวอย่างเช่นในกลุ่มเยาวชน นักเรียน นักศึกษา มีอาการความรู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่ออยู่ในโรงเรียน ผลการเรียนตกต่ำ ไม่อยากไปโรงเรียน มีความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองต่ำหรือแม้กระทั่งรู้สึกว่าตนเองด้อยค่า มีภาวะซึมเศร้า มีความคิดที่จะฆ่าตัวตาย มีปัญหาสุขภาพจิต มีอาการสมาธิสั้น และจาก

การศึกษาระยะยาวพบว่า การที่ถูกรังแกในวัยเด็กจะส่งผลให้มีโอกาสเกิดอาการทางจิตเมื่อ ผู้ถูกกระทำนั้นเติบโตเป็นผู้ใหญ่ได้ นอกจากนี้ปัญหาด้านจิตใจดังที่กล่าวมาแล้วผู้ถูกรังแกอาจมีปัญหา ด้านพฤติกรรมตามมา เช่น มีปัญหาผลการเรียนตกต่ำ มีพฤติกรรมรุนแรง มีโอกาสหันไปใช้ สารเสพติด และมี พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ (ซุตินาถ ศักรินทร์กุล และ อลิสสา วัชรสินธุ, 2557)

และในกลุ่มสุดท้าย กลุ่มที่เป็นทั้งผู้กระทำผู้อื่น และผู้ถูกกระทำ (Bully- Victim) จาก การศึกษาที่ผ่านมาพบว่า กลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มที่มีปัญหาด้านจิตใจและพฤติกรรมมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยมีแนวโน้มที่จะมีปัญหาพฤติกรรม ได้แก่ Oppositional Defiant Disorder และ Conduct Disorder เป็นต้น มีอาการเจ็บป่วยทางกายโดยมีสาเหตุมาจากปัญหาทางด้านจิตใจ (Psychosomatic Complaint) เช่น อาการปวดท้อง ปวดศีรษะ และถูกส่งให้เข้ารับการรักษาทางด้านจิตเวชมากที่สุด ผลการศึกษาระยะยาวในประเทศอังกฤษพบว่า การที่มีประสบการณ์ พฤติกรรมรังแกกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้กระทำผู้อื่น ผู้ถูกกระทำ หรือ ผู้กระทำกร และผู้ถูกกระทำ ในช่วงประถมศึกษาสามารถทำนายการ เกิดอาการ ทางจิตเมื่อเริ่มเข้าสู่วัยรุ่นได้ นอกจากนี้ ผลการศึกษาระยะยาวในประเทศฟินแลนด์ยัง พบว่าการที่มี ประสบการณ์พฤติกรรมรังแกกันในวัยเด็ก ทั้งผู้กระทำผู้อื่นและผู้ถูกกระทำจะมี แนวโน้มที่จะมีปัญหาตั้งคร่ำก่อนวัยอันควร (ซุตินาถ ศักรินทร์กุล และ อลิสสา วัชรสินธุ, 2557)

เยาวชนรับรู้ว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์จะส่งผลกระทบต่อผู้กระทำ และผู้ถูกกระทำแต่ จะกระทบมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกและลักษณะ และวิธีการรับมือของแต่ละบุคคล โดย ผลกระทบ ต่อผู้ที่กระทำ อาจจะทำให้ผู้กระทำนั้นรู้สึกไม่สบายใจ หรือรู้สึกผิดได้ในภายหลัง แต่สำหรับ ผู้ถูกกระทำ นั้น ผลกระทบนั้นอาจมีหลายระดับตั้งแต่ผลกระทบต่อตนเอง และผลกระทบในระดับ ปฏิสัมพันธ์ ทางสังคม โดยสามารถแบ่งมิติด้านผลกระทบออกเป็น 2 ระดับดังนี้

ระดับที่ 1 ผลกระทบในระดับบุคคล ผลกระทบจากการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ไม่ว่าจะ เป็นการถูกกลั่นแกล้งรังแกในรูปแบบใด ย่อมส่งผลกระทบโดยตรงกับตัวผู้ที่ถูกรังแกโดยเฉพาะด้าน อารมณ์ ความรู้สึก และจิตใจ เนื่องจากการถูกรังแกในพื้นที่ไซเบอร์ย่อมส่งผล ให้รู้สึกอึดอัดใจ รู้สึกไม่ดี รู้สึกเสียใจ และรู้สึกเจ็บใจ เพราะการกระทำดังกล่าวถือว่าเป็นการ คุกคามพื้นที่และละเมิดสิทธิ ส่วนบุคคล อีกทั้งผลกระทบในระดับบุคคลจากการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์ ยังส่งผลกระทบในมิติ สุขภาพของผู้ถูกกระทำอีกด้วย ซึ่งทำให้ผู้ถูกรังแกเกิด ความเครียด วิตกกังวล หดหู่ และไม่สบายใจ ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้ก็จะส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ ของผู้ถูกการกระทำรังแก ในระยะยาว ซึ่งส่งผลเสีย ตั้งแต่ในระดับน้อยจนถึงมาก เช่น นอนไม่หลับ คิดมาก มีอาการทางจิต หรือในกรณีที่ร้ายแรงที่สุด อาจจะไปสู่ถึงขั้นการฆ่าตัวตาย (ซุตินาถ ศักรินทร์กุล และ อลิสสา วัชรสินธุ, 2557)

ในระดับที่ 2 ผลกระทบในระดับ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยส่วนมากแล้ว การกลั่นแกล้งบน โลกไซเบอร์ มักส่งผลกระทบต่อผู้ถูกรังแก ในระดับปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากการถูกรังแกใน พื้นที่ไซเบอร์ จะส่งผลให้สังคมมองว่า ผู้ถูกรังแกเป็นคนไม่ดี เพราะการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ส่วน

ใหญ่มักจะ เกี่ยวข้องและ จุดประสงค์เพื่อมุ่งเน้นในระดับ คนหนุ่มมาก เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้น ผลกระทบ จากการกลั่นแกล้งบนโซเชียล จึงมักจะส่งผลในระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การรังแก บางรูปแบบ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่โซเชียล ที่ส่งผลเสียให้กับผู้ถูกรังแกทำให้เกิดความอับอาย เสื่อมเสียชื่อเสียง ถึงขั้นที่ ไม่กล้าที่จะเข้าสังคม หรือตัดขาด จากสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (ชุตินาถ ศักรินทร์กุล และ อลิสา วัชรสินธุ, 2557)

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าการมีประสบการณ์จากพฤติกรรมรังแกกันส่งผลกระทบต่อมาที่ หลากหลายมากน้อยแตกต่างกันไป แต่ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มผู้กระทำการรังแกผู้อื่น (Bully) กลุ่ม ผู้ถูกรังแก (Victim) หรือ กลุ่มที่เป็นทั้งผู้กระทำการรังแกผู้อื่นและผู้ถูกรังแก การรังแก (Bully-Victim) ก็ล้วนแล้วได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมรังแกกันผ่านพื้นที่โซเชียล ทั้งสิ้น และ จากปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นเราทุกคนทุกภาคส่วนในสังคมควรที่ จะตระหนัก และให้ความสำคัญ กับปัญหาดังกล่าว และร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อไม่ให้ ปัญหาดังกล่าวทวีความรุนแรง มากขึ้นในสังคม

วิธีจัดการและป้องกันพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

การป้องกันการกลั่นแกล้งบนโซเชียลสำหรับวัยรุ่น จากการศึกษาของ Akbar, Huang, และ Anwar (2014) กล่าวว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยป้องกัน ปัญหาการกลั่นแกล้งบนโซเชียลของ วัยรุ่นได้นั้น คือ ตัวของวัยรุ่นเอง วัยรุ่นควรที่จะมี การเรียนรู้มารยาทของการใช้การสื่อสาร ผ่านทาง พื้นที่โซเชียลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Line, Youtube, E-mail หรือ พื้นที่ออนไลน์ อื่นๆ เพื่อป้องกันปัญหาและผลกระทบ ที่อาจเกิดขึ้นกับทั้งตัวผู้กระทำการรังแกเอง หรือผู้ถูกรังแก หลังการลงรูป วิดีโอ หรือข้อความ ที่อาจไม่เหมาะสมทั้งที่ตั้งใจ และไม่ตั้งใจก็ตามโดย โดยสามารถ จัดการ และป้องกันพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ดังต่อไปนี้

อันดับแรก สร้างความตระหนักรู้ วัยรุ่นต้องตระหนักถึงมารยาทในการสื่อสารกับบุคคลอื่น ถึงแม้ว่า จะเป็นการสื่อสารผ่านกลุ่มที่เป็นกลุ่มเฉพาะบุคคล ควรพึงตระหนักไว้เสมอว่าควรปฏิบัติต่อบุคคลอื่น ให้เหมือนกับที่เราอยากให้คนอื่นปฏิบัติกับเราทั้งการสื่อสารในโลกของความเป็นจริง และการสื่อสารผ่านโลกโซเชียล ต่อมาอันดับที่ 2 คิดก่อนโพสต์ ไม่ว่าจะโพสต์ข้อความใดๆ ก็ตาม เช่น รูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความต่างๆ ให้คิดถึงผลกระทบทั้งผลดีและผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นตามมา ก่อนทุกครั้ง เพราะเมื่อโพสต์ลงไปในพื้นที่โซเชียล แล้ว ข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอดังกล่าว อาจ ย้อนกลับมาทำร้าย ทั้งตัวผู้โพสต์เองและ ผู้ที่ถูกโพสต์ซ้ำแล้วซ้ำอีกจนอาจก่อให้เกิดผลด้านลบ แก่จิตใจของทั้งสองฝ่าย และยังถ้ามีผู้นำโพสต์ ดังกล่าวที่เคยทำร้ายจิตใจผู้อื่นมาโพสต์ซ้ำแล้วซ้ำ อีกก็ยิ่ง เป็นการต่อยังทางใจของ ผู้นั้นอย่างไม่มีวันจบสิ้น (Akbar, Huang & Anwar, 2014)

อันดับที่ 3 ให้ความสำคัญกับภาษาที่ใช้ การติดต่อสื่อสารกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ทั้งผู้รับสาร และ ผู้ส่งสารจะได้เห็นเพียงแต่ข้อความหรือรูปภาพที่ใช้ในการสื่อสารกัน แต่ขาดความเข้าใจถึงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ส่งสารว่าในข้อความหนึ่งๆ ผู้ส่งสารต้องการ สื่อสารให้ผู้รับสารทราบนั้นจริงๆแล้ว ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารอะไร บ่อยครั้งที่เกิดความเข้าใจที่ ผิดพลาดเพราะการสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น ก่อนที่จะโพสต์สิ่งใดก็ตาม หรือต้องการจะสื่อสารสิ่งใดก็ตามควรให้ความสำคัญถึง ภาษาที่จะใช้เพื่อป้องกันความเข้าใจผิด ที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ไม่สามารถเห็นหน้าหรือเห็น ความรู้สึกของกันและกันได้

ต่อมาอันดับที่ 4 ข้อมูลส่วนตัวควรเป็นเรื่องส่วนตัว การโพสต์ข้อมูลที่มีความเป็นส่วนตัวผิดที่ผิดเวลาสามารถนำมาซึ่งปัญหาที่ร้ายแรงต่อตัวผู้โพสต์เองได้ จะเห็นได้จากข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ หรือข่าวตาม สื่อสังคมออนไลน์หลายครั้งที่การโพสต์ข้อมูลส่วนตัวของวัยรุ่นเองนำมาซึ่งปัญหา ที่ร้ายแรงกับตัววัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็นการถูกนำข้อมูลไปแอบอ้างในการกระทำความผิดต่างๆ เพราะฉะนั้นวัยรุ่นต้องพึง ตระหนักไว้ว่า เมื่อไรก็ตามที่โพสต์ข้อมูลบางอย่างที่มีความเป็นส่วนตัว ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะ Facebook, Twitter, Line และอื่นๆ เป็นการจำกัดความเป็น ส่วนตัวของตัววัยรุ่นเองมากขึ้นเท่านั้น (Akbar, Huang, & Anwar, 2014)

สุดท้ายอันดับที่ 5 การจำกัดเวลา สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่วัยรุ่นควรทำคือ การจำกัดเวลา ในการใช้พื้นที่โซเชียล หรือการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วัยรุ่นควรพยายามจำกัดเวลา หรือลดเวลา ในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ และเพิ่มเวลาในการสื่อสารซึ่งกันและกันในโลกของความเป็นจริง เช่น การทำกิจกรรมกลาง แจ้งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย หรือการไปทำกิจกรรมต่างๆ กับเพื่อน หรือครอบครัว แทนการใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดอารมณ์โกรธ หรือกำลัง รู้สึกไม่พอใจกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง วัยรุ่นไม่ควรระบายอารมณ์ของตนเองผ่านทาง พื้นที่โซเชียลในทันทีแต่ควรหากิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารออนไลน์มาเพื่อช่วยเพิ่มเวลาในการคิด และไตร่ตรองก่อนที่จะโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือข้อมูลอะไรต่างๆ ที่อาจย้อน กลับมาทำร้ายทั้งตนเองและคนอื่นได้ในภายหลัง (Akbar, Huang & Anwar, 2014)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วย ประสาทสัมผัส และ ปัจจัยทางจิตคือ ความรู้เดิม ความต้องการ และทัศนคติ เป็นต้น

Solomon (2007) อธิบายว่า การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการ (Process) ที่เกิดจากการที่มีการเลือกรับรู้ จากนั้นกลไกทางความคิดจัดระบบเพื่อ ประมวลผลข้อมูล (Information) และตีความ (Interpretation) นั้นออกมา โดยกระบวนการนี้จะถูกกระตุ้นผ่าน ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5

อันได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง โดยสิ่งเร้า (Stimulus) มักได้แก่ แสง เสียง กลิ่น รสชาติ และ ผิวสัมผัส ทั้งนี้การตีความของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความต้องการ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เช่นเดียวกับ Kagan & Segal (1992) ได้อธิบายไว้ว่าการรับรู้ เป็นกระบวนการที่ทำให้คนเรารู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นกระบวนการที่เริ่มจากการ เลือก (Selection) การจัดระเบียบ และการตีความหมายจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 และเกิดความ รู้สึก รวมถึงรู้ว่าความหมายของสิ่งที่ได้รับมานั้นคืออะไร

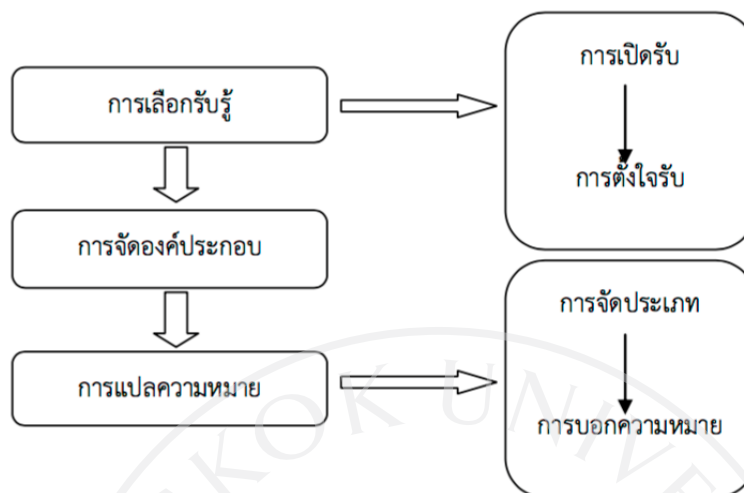
นอกจากนี้ Etzel, Walker & Stanton (2001) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่ บุคคลมีการเลือกสรร (Select) จัดระเบียบ (Organize) และตีความหมาย (Interpret) เกี่ยวกับสิ่งเร้าโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การเห็น (Sight) ได้ กลิ่น (Smell) ได้ยิน (Hearing) ได้ลิ้มรส (Taste) และสัมผัส (Touch) ในขณะเดียวกัน Assael (1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภค เลือก รับ จัดองค์ประกอบ และแปลความหมายสิ่งเร้าต่างๆ ออกมาเพื่อให้มีความหมายเข้าใจได้ และยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า คนเราจะมีการรับรู้เพิ่มขึ้นหากสิ่งเร้ามีลักษณะที่สอดคล้องกับ ประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภค สอดคล้องกับความเชื่อของผู้บริโภค ส่วน Hanna & Wozniak (2001) เองก็ได้ให้ความหมายในทำนองเดียวกันว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของการคัดเลือก จัดระเบียบ และการตีความ ความรู้สึกเป็นสิ่งที่มีความหมาย

ในขณะที่สิริอร วิชชาวุธ (2549) กล่าวว่า การรับรู้ประกอบด้วย กระบวนการ 2 กระบวนการ คือ กระบวนการที่ 1. การรู้สึก (Sensation) เป็นกระบวนการทางสรีระของมนุษย์ เป็นกระบวนการแรก ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าภายนอกของร่างกายของมนุษย์ กระบวนการรู้สึกเป็นกระบวนการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้งห้า และส่งไปยังสมองเพื่อให้เกิดความรู้สึก และ กระบวนการที่ 2. การรับรู้ (Perception) คือ การตีความว่า สิ่งที่เราสัมผัสนั้นคืออะไร เป็นกระบวนการทางความคิด (Cognitive Process) ที่สลับซับซ้อนซึ่งสามารถทำให้บุคคลเห็นภาพ ที่ปรากฏต่อตนนั้น บางครั้งตรงกับที่เป็นจริง และบางครั้งอาจแตกต่างไปจากความเป็นจริง

กระบวนการรับรู้ (The Perceptual Process)

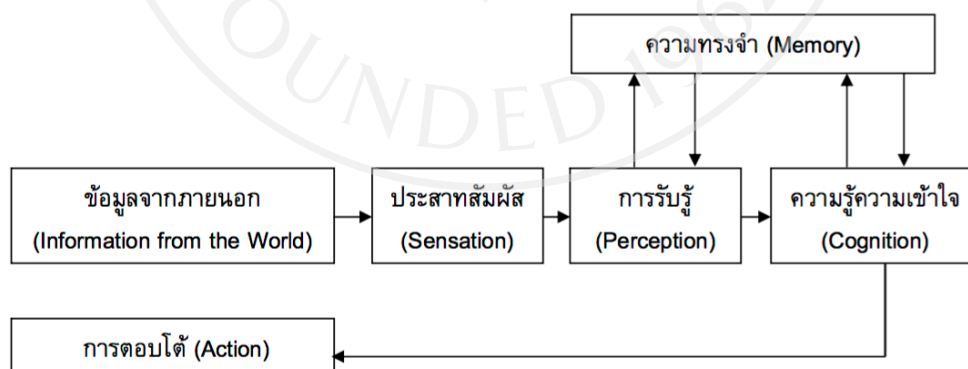
กระบวนการรับรู้ (The Perceptual Process) ของ Assael (1998, p. 218 อ้างใน ดารา ที่ปะปาล, 2542, หน้า 58) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1 การเลือกรับรู้ 2 การจัดองค์ ประกอบการรับรู้ 3 และการแปลความหมาย ดังแผนภาพ

ภาพที่ 2.1: กระบวนการการรับรู้ ของ Assael



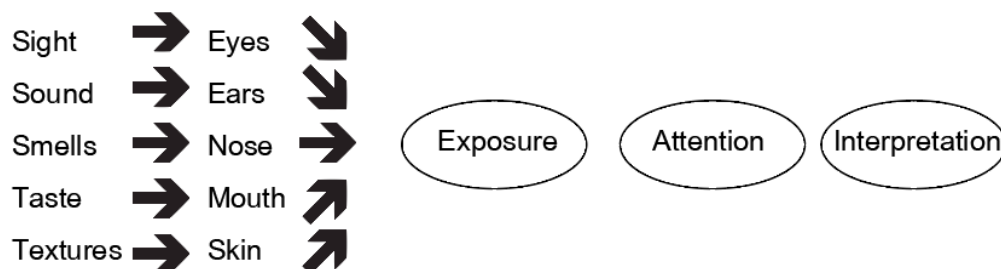
ในขณะที่ Danal. McBumer ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่อวัยวะตอบรับความรู้สึกหรือตอบสนองต่อ สิ่งแวดล้อม (McBumer & Collings, 1984, p. 366) โดยแปลความหมายตามแผนภาพดังนี้

ภาพที่ 2.2: กระบวนการการรับรู้ ของ Danal. McBumer



ขณะที่ Solomon (2007) อธิบายว่า ขั้นตอน และความหมายของการรับรู้ (Perception) ไว้ตามแผนภาพดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2.3: กระบวนการการรับรู้ ของ Solomon



ที่มา: Solomon, M.R. (2007). *Consumer behavior*. USA: Prentice-Hall.

การเลือกรับรู้ (Perceptual Selection)

Assael (1998) กล่าวว่า เมื่อบุคคลเปิดรับต่อสิ่งเร้า และตั้งใจรับต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบ แล้ว บุคคลจะ เลือกรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น ผู้ที่จะซื้อรถยนต์ จะเลือกที่จะให้ความสนใจโฆษณารถยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้รูปแบบของการเลือกรับรู้ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเปิดรับ (Exposure) การตั้งใจรับ (Attention) และการรับรู้ แบบเลือกสรร (Selective Perception) โดยสามารถอธิบายในรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. การเปิดรับ (Exposure) การเปิดรับเกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสของบุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าทำให้เกิดความรู้สึก เช่น การได้เห็น การได้ยิน การได้ฟัง และการได้กลิ่น เป็นต้น บุคคลจะเปิดรับสิ่งเร้าเหล่านั้น หรือไม่ขึ้นอยู่กับความสนใจ และความเกี่ยวข้องต่อสิ่งเร้านั้น ที่มีต่อตนเอง โดยจะเลือกเปิดรับเฉพาะสิ่งเร้าที่ตนสนใจ และอาจหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ไม่น่าสนใจ หรือไม่สำคัญต่อตนเอง ในขั้นตอนที่ 2. การตั้งใจรับ (Attention) การตั้งใจรับเป็นกระบวนการซึ่งผู้บริโภคจะแบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ อันเป็นกิจกรรมทางจิตใจ (mental activity) เช่น เมื่อผู้บริโภคสนใจดูโฆษณาทาง โทรทัศน์ ดูผลิตภัณฑ์ใหม่วางขายบนชั้น ขายของ หรือการตั้งใจเดินทางไปดูรถยนต์รุ่นใหม่ในโชว์รูม เป็นต้น (Assael, 1998)

ส่วนขั้นตอนสุดท้ายขั้นตอนที่ 3 การเลือกการรับรู้ (Selective Perception) ในการรับรู้สิ่งเร้าที่เข้ามากระทบนั้น บุคคลจะไม่รับรู้ต่อสิ่งเร้าทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้ตาม ความต้องการ ทัศนคติ ประสบการณ์ และลักษณะส่วนบุคคล นอกจากนี้ในสิ่งเร้าเดียวกันแต่ละคน อาจรับรู้แตกต่างกัน โดยการเลือกรับรู้ของบุคคลเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของกระบวนการรับรู้ นั่น คือ การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เกิดขึ้นเพราะความเชื่อของบุคคลเป็นตัวชักจูงให้เลือกรับรู้สิ่งที่จะฟังหรือสิ่งที่จะอ่าน การเลือกจัดองค์ประกอบ (Selective Organization) เกิดขึ้นเพราะบุคคลจัด ระเบียบข้อมูลนั้น

ให้สอดคล้องกับความเชื่อของตน รวมทั้งการเลือกแปลความหมาย (Selective Interpretation) เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่รับรู้มานั้นสอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองที่มีอยู่เดิม ในกรณีนี้สินค้านั้นมีความเกี่ยวข้องกับตัวเองต่ำ หรือไม่สำคัญมากนัก บุคคลจะกลั่นกรองข้อมูลต่างๆ ออกให้มากที่สุด เพื่อลดปริมาณที่หนาแน่นของข้อมูล (Informational Clutter) และช่วยให้ การตัดสินใจง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการหลีกเลี่ยงกระบวนการทางความคิด (Cognitive Activity) แต่ในกรณี ที่สินค้านั้นมีความเกี่ยวข้องกับตนเองสูง หรือมีความสำคัญมาก บุคคลจะเลือกสรรข้อมูลเพื่อช่วย ในการ ประเมินตราสินค้าที่ตรงกับความต้องการ และสอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตน การเลือก การรับรู้จะทำให้บุคคลได้รับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของตนเองมาก (Assael, 1998)

การจัดองค์ประกอบการรับรู้ (Perceptual Organization)

Assael (1998) จากการศึกษาการจัดองค์ประกอบการรับรู้ ถือเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภค ทำการรวบรวมข้อมูลจากการรับรู้แหล่งต่างๆ และในสถานะการต่างๆ และแปลความออกมาเป็นภาพรวมเพื่อให้สามารถเข้าใจความหมายได้ง่ายขึ้น และนำไปสู่พฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งนั้นได้ หลักการพื้นฐานของการประมวลการ รับรู้ คือ การผสมผสาน (Integration) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ ที่หลากหลาย แล้วมีการจัดระเบียบตีความออกมาเป็นภาพรวม หลักการนี้อ้างอิงมาจากหลักจิตวิทยาของ Gestalt (Gestalt Psychology) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารข้อมูลใดๆถึงบุคคล เช่น การโฆษณา ราคา และลักษณะของตราสินค้าควรจะมี ความสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว เพราะบุคคลจะรับรู้ องค์ประกอบเป็นภาพรวม และสรุปผล โดยรวมกลายเป็นภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ด้วย หลักการรับรู้แบบผสมผสาน โดยการสร้างภาพรวมของสิ่งที่ตนสนใจนั้น มีอยู่ด้วยกัน 3 ลักษณะดังนี้

ในลักษณะที่ 1. การต่อเติมส่วนที่ไม่สมบูรณ์ (Closure) หมายถึง บุคคลมีแนวโน้มที่จะเติมข้อมูลในส่วนที่ขาดหายไปเมื่อสิ่งเร้าไม่สมบูรณ์ เช่น เมื่อข้อมูลมีความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน ขณะนี้ ลักษณะที่ 2. การจัดกลุ่ม (Grouping) หมายถึง บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับข้อมูลต่างๆ เป็นกลุ่มก้อนมากกว่าการรับรู้แยกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อนำไปสู่การตีความเป็นภาพรวม หลักการนี้ จะช่วยให้บุคคล ประเมินตราสินค้าผ่านทางคุณสมบัติต่าง ๆ หลายอย่างโดยรวม ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจ และการระลึกถึงได้ง่ายขึ้น (Schiffman & Kanuk, 2007, pp. 159-161 อ้างใน นลินี พานสายตา, 2555, หน้า 10) ในลักษณะสุดท้าย 3. บริบทแวดล้อม (Context) หมายถึง บุคคลจะพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมโดยรวมของสิ่ง เร้าประกอบด้วยเพื่อให้เข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับ สิ่งเร้านั้นได้ง่ายขึ้น

การแปลความหมายการรับรู้ (Perceptual Interpretation)

จากการศึกษา Assael (1998) การแปลความหมายการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากการจัดองค์ประกอบการรับรู้ หรือการที่บุคคลได้เลือก และรวบรวมข้อมูล หรือสิ่งเร้าที่ตนเองได้รับมา หลังจากนั้นจะทำการแปร ความหมายของข้อมูลที่ได้รับจากสิ่งเร้า โดยอาศัยหลักการพื้นฐานของการแปรความ 2 ลักษณะดังนี้

ในลักษณะที่ 1 การจัดประเภท (Perceptual Categorization) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจต่อสิ่งเร้า หรือข้อมูลได้ง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยการจัดประเภทข้อมูล หรือสิ่งเร้านั้นเข้ากับประเภทของข้อมูลเดิมที่ตนมีการรับรู้อยู่แล้ว เช่น เมื่อบุคคลได้รับข้อมูลหรือสิ่งเร้าเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาเปิดใหม่ ก็จะสามารถเข้าใจลักษณะ ของสถาบันการศึกษานั้นได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น หากเคยรับรู้ถึงประเภทสถาบันการศึกษานั้นๆ อยู่แล้ว รวมทั้งสามารถจัดประเภทข้อมูลใหม่ที่เพิ่งได้รับมา เพื่อให้เข้ากับประเภทของข้อมูลที่รับรู้ อยู่แต่เดิมได้ และในลักษณะที่ 2 การอนุมาน (Perceptual Inference) นั้นคือการที่บุคคลจะตีความ ข้อมูล หรือสิ่งเร้าที่ได้รับมาด้วยการเชื่อมโยงข้อมูล หรือสิ่งเร้านั้นเข้ากับข้อมูลหรือสิ่งเร้าอื่นๆ การเชื่อมโยงดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจาก ความเชื่อของบุคคลอันสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ที่เคยประสบ พบเจอมาในอดีต เช่น บุคคลมักเชื่อมโยงราคาของสินค้าเข้ากับคุณภาพ โดยมักอนุมานว่าสินค้าที่มี ราคาแพง มักที่จะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีมากกว่าสินค้าที่มีราคาถูก เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) มองว่าการรับรู้เป็น กระบวนการซึ่งบุคคลนั้นๆจัดระเบียบ และตีความความรู้สึกประทับใจของตนเองเพื่อให้ความหมาย เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตาม การรับรู้ของคนๆ หนึ่งสามารถตีความหมายให้แตกต่างจาก ความเป็นจริงได้อย่างมากขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น การจัดองค์ประกอบการรับรู้ การแปลความหมาย และประสบการณ์ที่เคยได้รับมาของบุคคลนั้นๆ

จากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการรับรู้ได้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการ ที่บุคคลเลือกรับ และจัดองค์ประกอบการรับรู้โดย การรวบรวมข้อมูลจากการรับรู้แหล่งต่างๆ และในสถานะการต่างๆ แล้วแปลความหมายของสิ่งเร้า ที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัส โดยอาศัยความรู้ และประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องมือในการตีความหมาย และแปลความออกมา

ขั้นตอนของการรับรู้ (Perception Process)

ในขณะที่ เสรี วงษมณฑา (2542) กล่าวว่าขั้นตอนของการรับรู้สามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ ในขั้นตอนแรกๆ ที่ 1 การเปิดรับข้อมูลที่ใดเลือกสรร (Selective Exposure) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิด โอกาสให้ข้อมูลเขามาสูตัวเอง เช่น การชมโฆษณาโดยไม่เปลี่ยนไปชมของอื่น เป็นต้น ขั้นตอนที่ 2 การตั้งใจรับข้อมูลที่ใดเลือกสรร (Selective Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภค เลือกที่จะตั้งใจรับ สิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง

ส่วนในขั้นตอนที่ 3 ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้อ่าน (Selective Comprehension) แมว่าผู้บริโภคมอง จะตั้งใจรับข่าวสาร แต่มีใตหมายความว่า ข่าวสารนั้นถูกตีความไปในทางที่ถูกต้อง ในขั้นนี้จึงเป็น การตีความหมายข้อมูลที่รับเข้ามาว่า มีความเข้าใจตามที่นักการตลาดกำหนด ไวหรือไม่ ถ้าเข้าใจ ก็จะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป การตีความขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อมั่น และประสบการณ์ และในขั้นตอนสุดท้ายที่ 4 การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้อ่าน (Selective Retention) หมายถึงการที่ ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่ได้อ่าน ได้อ่าน ได้อ่าน หลังจากเกิดการเปิดรับข้อมูลและเกิดความ เข้าใจแล้ว

ระดับของการรับรู้ (Perception Stages)

ในความหมายของระดับของการรับรู้ได้กล่าวในรายละเอียดไว้ว่า ลำดับขั้น ของการรับรู้ต่างๆ ที่ซับซ้อนขึ้นตามระดับของการรับรู้ไว้ดังต่อไปนี้ (Taylor, 1996)

ระดับที่ 1 Field of Sensations คือ ในการเกิดการรับรู้ขึ้นแต่ละครั้ง จะมีการรับข้อมูลเขามากกว่า 1 อย่างเช่นในขณะที่ฟังการบรรยายเราจะเห็นทั้งผู้บรรยายได้ยินเสียงของผู้บรรยาย และเห็นโสตทัศนอุปกรณ์ไปพร้อมกันในคราวเดียว ต่อมาในระดับที่ 2 Sensory Percept คือขั้นตอนที่มีการรับรู้ข้อมูลเพียงรูปร่างลักษณะเท่านั้น โดยยังไม่มีการเทียบเคียงกับสิ่งที่จดจำได้ (Recognition) เป็นขั้นตอนที่ยังไม่ทราบความหมาย เช่น เห็นวัตถุสิ่งหนึ่งแล้วทราบแต่เพียงว่า เป็นผ้าที่มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยที่ยังไม่รู้ว่าเป็นจริง เช่น วัตถุสิ่งนั้นคือ ธงชาติ สุดท้ายในระดับที่ 3 Meaningful Percept คือ ขั้นตอนที่มีการรับรู้ความหมายของสิ่งเรา ซึ่งขั้น ตอนนี้อาศัยการเทียบเคียงกับสิ่งที่จดจำได้ (Recognition) ที่อยู่ในความทรงจำ (Memory) เช่น เมื่อ ผ้าที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่เป็นแถบสี 5 แถบโดยมีแถบสีน้ำเงินใหญ่อยู่ตรงกลางถูกประกอบ ด้วย แถบสีขาวและสีแดงตามลำดับ ให้ลักษณะที่เป็นริ้วแฉนวนอน ก็สามารถรับรู้ได้ว่าเป็น ธงชาติไทย (Taylor, 1996)

ประเภทของการรับรู้

กลมรัตน์ หลาสวงศ (2527) ได้กล่าวไว้ว่า การรับรู้แบ่งออกเป็น 4 ประการ คือ ในประการที่ 1 การรับรู้ทางอารมณ์ หมายถึง การรับรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ประการที่ 2 การรับรู้ลักษณะของบุคคลต่ออาศัยข้อมูลประกอบกัน ประการที่ 3 การรับรู้ลักษณะ ทางกายภาพ พฤติกรรม และคำบอกเล่า และสุดท้ายประการที่ 4 การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล หมายถึง มโนภาพหรือมโนคติของสิ่งต่างๆ ตามที่บุคคลรับรู้เป็นภาพที่อยู่ในความคิด หรือจินตนาการ ของบุคคล และบุคคลสามารถบอกลักษณะ ของภาพเหล่านั้นให้ผู้อื่นทราบได้ด้วย

การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นการตีความ หรือแปลความหมายสิ่งต่าง ๆ หรือ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ตามความเชื่อตนเอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และอธิบายสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นได้ การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคมขึ้นอยู่กับสาเหตุ 2 ประการ คือ

สาเหตุประการที่ 1 ระดับการรับรู้ หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ เขาวน ปัญหาหรือความเฉื่อยฉลาดแตกต่างกัน ย่อมจะตีความหมายหรือแปลความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน และประการที่ 2 การเปลี่ยนการรับรู้คือถ้าผู้มีการรับรู้ต่ำได้มีโอกาสสนทนา หรืออภิปรายกับผู้มี ระดับการรับรู้สูง ก็อาจจะถูกผู้ที่มีระดับการรับรู้สูงเปลี่ยนแนวคิด หรือแนวการรับรู้ได้

เสาวลักษณ์ ทรงสงวน (2540) ได้กล่าวว่าการรับรู้ของบุคคลนั้นมีทั้งการรับรู้ เกี่ยวกับตนเอง การรับรู้บุคคลอื่น การรับรู้สังคมโดยสังคมส่วนตัวเราในลักษณะที่ก่อให้เกิด ประสบการณ์ ซึ่งเป็นผลของการทำงานของระบบประสาทสัมผัส และมีภาพการจูงใจประสบการณ์มี ทั้งที่เป็นความรู้สึก ความรู้สึกนี้จะบรรยายเป็นคำพูดไม่ได้ หรือประสบการณ์ที่อธิบายเป็นคำพูดได้ และสามารถถ่ายทอดเป็นคำพูดได้ และถ่ายทอดให้ผู้อื่นฟังได้ หรือในลักษณะของประสบการณ์ที่เป็น นามธรรม เป็นประสบการณ์ที่อธิบายเป็นคำพูดได้ยาก แต่สามารถที่จะอธิบายลักษณะของ พฤติกรรมที่แสดงถึง พฤติกรรมนี้ได้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้

กันยา สุวรรณแสง (2544) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้ไว้ว่าเป็นสิ่งเร้าอย่างเดียวกันอาจจะทำให้คนสองคนสามารถรับรู้ต่างกันได้ การที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่างๆ ได้ ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง และจะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ประสบการณ์ วัฒนธรรม การศึกษา ดังนั้นการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขณะที่ใดขณะหนึ่งนั้น จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่ 1 อิทธิพลที่มาจากภายนอกได้แก่ ความเข้ม และขนาดของสิ่งเร้า (Intensively and Size) การกระทำซ้ำๆ (Repetition) สิ่งตรงกันข้าม (Contrast) การเคลื่อนไหว (Movement) และปัจจัยที่ 2 อิทธิพลที่มาจากภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ (Motive) การคาดหวัง (Expectancy) ความสนใจ อารมณ์ ความคิด และจิตนาการ ความรู้สึกต่างๆที่บุคคลได้รับ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การรับรู้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ประการที่ 1 ลักษณะของผู้รับรู้ ส่วนประการที่ 2 ลักษณะของ สิ่งเร้า ดังนั้นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้มี 2 ประเภทดังนี้

รูปแบบที่ 1 ลักษณะของผู้รับรู้ พิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อน หรือหลัง มาก หรือน้อยอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ด้วยเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ทางด้านกายภาพ และทางด้านจิตวิทยาทางด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และ อวัยวะสัมผัสอื่นๆ โดยการรับรู้บางอย่างอาจเกิดจาก อวัยวะสัมผัส 2 อย่างทำงานร่วมกัน เช่น ลิ้น และจมูกช่วยกันรับรู้รสโดยการรับรู้จะมีคุณภาพดีขึ้น

ถ้าเราได้รับสัมผัสหลายทาง เช่น เห็นภาพ และได้ยินเสียงในเวลาเดียวกันทำให้เราแปลความ หรือตีความหมายของสิ่งเร้าได้ถูกต้องในด้านปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนที่มียุทธิต่อการรับรู้ นั้นมีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ความตั้งใจ ทักษะค่านิยม วัฒนธรรม ประสบการณ์เดิม และทัศนคติเป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลจากการเรียนรู้เดิม และประสบการณ์ที่ได้สั่งสมผ่านมา (กันยา สุวรรณแสง, 2544)

ในส่วนของปัจจัยที่ 2 ลักษณะของสิ่งเร้า โดยลักษณะของสิ่งเร้านั้นมักพิจารณาจาก การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อน หรือหลัง มาก หรือน้อย เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับ ว่าสิ่งเร้าดึงดูด ความสนใจ ความตั้งใจมากน้อยเพียงใดหรือไม่ ลักษณะของสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีดังนี้

ในลักษณะแรก สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความสนใจ และความตั้งใจ ได้แก่คุณสมบัติ และคุณลักษณะของสิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดการรับรู้ตนเอง ซึ่งถ้าสิ่งเร้ามีคุณสมบัติ และลักษณะ ที่ตอบสนองธรรมชาติในการรับรู้ของคนเรา ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความตั้งใจในการรับรู้ดีขึ้น ส่วนในลักษณะที่ 2 การจัดลักษณะหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้า (กันยา สุวรรณแสง, 2544)

ในขณะที่ เดิมศักดิ์ คทวณิช (2546) กล่าวว่า หลังจากบุคคลได้รับรู้สภาพแวดล้อม หรือสิ่งเร้าแล้วจะมีการแปลความหมาย และการตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น โดยการแปลความหมาย ในแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ซึ่งมีอยู่ 2 ประการคือ ปัจจัย การรับรู้ที่มาจากตัวบุคคล และปัจจัยที่มาจากคุณลักษณะของสิ่งเร้า โดยองค์ประกอบในแต่ละปัจจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

ประการที่ 1 การรับรู้ที่มาจากตัวบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัยแรก ความสมบูรณ์ของอวัยวะที่ใช้ ประกอบการรับรู้ (Sensory Organ) หากบุคคลมีความผิดปกติ ของอวัยวะรับรู้ย่อมส่งผลให้การรับรู้ ในแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ปัจจัยต่อมา ประสบการณ์เดิม (Previous Experience) บุคคลจะอาศัยประสบการณ์เดิมช่วยในการรับรู้ และการแปลความหมายของสิ่งเร้า และนอกจากนี้ ประสบการณ์เดิมยังมีผลต่อทัศนคติที่บุคคลนั้น ต่อสิ่งเร้า เช่น การที่บุคคลพบเห็นเครื่องหมาย การรับประกันความปลอดภัยด้านอาหาร หรือยาบนตัวสินค้าสามารถทำให้รับรู้ได้ทันทีว่า สัญลักษณ์นี้คือให้รับรู้ถึงการรับประกันความปลอดภัยในตัวสินค้านั้นๆ ปัจจัยที่ 3 ความต้องการ ที่จะรับรู้ (Need) บุคคลเลือกรับรู้เฉพาะในสิ่ง ที่ตนต้องการทราบ ปัจจัยที่ 4 ความใส่ใจ (Attention) และการเลือก (Selection) ที่จะรับรู้ในกรณีบุคคล อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีสิ่ง เร้าจำนวนมาก มีทั้งสิ่งเร้าที่มาจากภาพ เสียง และกลิ่น บุคคลก็จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าที่ตนสนใจ ต่อมาปัจจัยที่ 5 สภาวะทางอารมณ์ (Emotion) การที่บุคคลอยู่ในสภาวะเครียด หงุดหงิด หรือ กังวลจะส่งผลให้การรับรู้ของบุคคลนั้นน้อยลง ปัจจัยที่ 6 ความคาดหวัง (Expectancy) บุคคลมีความ คาดหวังต่อสิ่งที่ตนจะรับรู้ในเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิด ขึ้นในภายภาคหน้า 7) สติปัญญา (Intelligence) บุคคลที่มีสติปัญญาดี จะส่งผลให้การรับรู้ในสิ่งเร้านั้นๆ ได้อย่างลึกซึ้งมากกว่า ปัจจัยที่ 8 คุณค่า (Value) ต่อสิ่งที่รับรู้บุคคลมี

การให้คุณค่าต่อสิ่งเร้า เช่น บุคคลให้คุณค่า กับทองคำ ก็ย่อมที่จะสนใจเรื่องราวที่เกี่ยวกับทองคำมากเป็นพิเศษ และในปัจจัยสุดท้ายปัจจัยที่ 9 การถูกชักจูง (Persuasion) ให้รับรู้อิทธิพลทางด้านสังคม จะชักจูงให้บุคคลเกิดความสนใจ ที่จะรับรู้ในสิ่งเร้า จากปัจจัยที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่า ปัจจัยในตัวบุคคลทั้งในด้านร่างกาย และจิตใจ ล้วนมีผลต่อการรับรู้ การตอบสนองพฤติกรรม และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าโดยตรง

ประการที่ 2 ต่อมาคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของสิ่งเร้า ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ขนาดของสิ่งเร้า (Size) เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจให้บุคคลสามารถรับรู้ บุคคลจะรับรู้ สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่ได้ดีกว่า สิ่งเร้าที่มีขนาดเล็ก ซึ่งหลักการนี้ได้นำไปใช้ในการออกแบบป้ายโฆษณา ที่มีขนาดใหญ่ตามท้อง ถนน รวมถึงการพาดหัวข่าวโดยใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อให้เกิด ความสนใจในหัวข้อข่าวนั้นๆ ต่อมาในปัจจัยที่ 2 ความเข้มของสิ่งเร้า (Intensity) บุคคลจะรับรู้ สิ่งเร้าที่มีความเข้มมากได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่มี ความเข้มน้อย ความเข้มของสิ่งเร้า ได้แก่ ความเข้มของสีของวัตถุ ความเข้มของเสียง ซึ่งในการออกแบบการแสดงความบนเว็บไซต์ กรรมการ สวรรค์โพธิพันธ์ (2550) แนะนำให้ใช้ตัวอักษรหนา กับข้อความที่ต้องการดึงดูดความสนใจ ของผู้ที่เยี่ยมชมเว็บไซต์ ปัจจัยที่ 3 การเปลี่ยนแปลง สิ่งเร้าที่มีรูปแบบใหม่จะทำให้บุคคลเกิดความ สนใจมากกว่าสิ่งเร้าที่มีรูปแบบเดิม ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ดังจะเห็นได้จากการออกแบบสื่อโฆษณา ที่มีรูปแบบแปลกใหม่มาเสนอ ตลอดเวลา เพื่อดึงดูด ความสนใจของผู้ชม ในปัจจัยที่ 4 การเคลื่อนไหว (Movement) การเคลื่อนไหวของสิ่งเร้าจะทำให้บุคคลเกิด ความสนใจที่จะรับรู้ในสิ่งเร้านั้นมากขึ้น เช่น การแสดงภาพเคลื่อนไหว (Animation) บนเว็บไซต์ หรือการออกแบบป้ายโฆษณาที่มีไฟกระพริบ ต่อมาปัจจัยที่ 5 การกระทำซ้ำ (Repetition) บุคคลจะ รับรู้สิ่งเร้าได้ เร็วขึ้นถ้าสิ่งเร้านั้นมีการเกิดขึ้นบ่อยครั้งก็จะทำให้บุคคลรับรู้สิ่งเร้าได้ดีกว่า เช่น สื่อโฆษณา ทางวิทยุ ที่มีการเปิดบ่อย หรือความถี่ในการบีบแตรรถยนต์ที่สามารถกระตุ้น ให้บุคคล เกิดความ สนใจและรับรู้ในความหมายที่ต้องการสื่อจากเสียงแตรนั้น และปัจจัยที่ 6 สี (Color) สิ่งเร้าที่มีสีดึงดูดสายตาสามารถดึงดูดความสนใจของบุคคล นอกจากนี้ยังมีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกของบุคคล โดยบุคคลจะรับรู้สีที่ดึงดูดได้ดีกว่าสีอ่อน แต่บุคคลจะให้ความรู้สึกเชื่อมั่น และไว้วางใจในสีอ่อนมากกว่าสีดูดสายตา (Wongrawee, 2005) ปัจจัยสุดท้าย 7 ความแตกต่างสิ่งเร้าที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสิ่งเร้าที่อยู่ภายในกลุ่ม เดียวกันจะ ทำให้บุคคลรับรู้สิ่งเร้านั้นได้จากผลการศึกษาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของสิ่งเร้ามีผลต่อการ รับรู้ของบุคคล

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception) นี้ทำให้ทราบถึงระบบกระบวนการของการรับรู้ ที่สอดคล้องกับการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ โดยตัวผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Solomon (2007) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดจากการที่มีการเลือกรับรู้จากนั้นกลไกทางความคิดจัดระบบเพื่อ ประมวลผลข้อมูล และตีความนั้นออกมาโดยกระบวนการนี้จะถูกกระตุ้นผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 อันได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง โดยมีสิ่งเร้า ที่มักได้

แก แสง เสียง กลิ่น รสชาติ และผิวสัมผัส ทั้งนี้การตีความของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความต้องการ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ในส่วนของงานวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างได้มีประสบการณ์ทั้งในทางตรง และทางอ้อม โดยการเปิดรับสารผ่านการใช้งานบน โลกไซเบอร์ ยกตัวอย่างเช่น การที่เกิดกระแสส่งต่อข่าวบนพื้นที่ไซเบอร์ โดยที่ผู้ส่งต่อไม่ได้ทราบถึง ข้อมูลที่แท้จริงว่าเป็นเรื่องจริง หรือเป็นเรื่องมีการบิดเบือนหรือไม่จนเกิดความเสียหาย ซึ่งเป็นการ ส่งผลเสียทั้งใน ด้านทางตรง และทางอ้อมแก่ผู้ถูกรบกวนอย่างชัดเจน เป็นต้น จากประสบการณ์ ดังกล่าวเมื่อกลุ่ม ตัวอย่างได้รับสิ่งเร้านั้น จึงเกิดการเรียบเรียง ประมวลผล และตีความว่าการกระทำ ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ ไม่ดี และเป็นการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติเป็นเรื่องหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจมากทั้งในแวดวงการศึกษา หรือในวงการธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะการศึกษาคุณลักษณะของมนุษย์ซึ่งต้องอาศัยการวัดผลทางการศึกษาที่มีลักษณะที่สำคัญ อยู่ คือ านต 3ด้านที่ 1 ดานการรูคิด (Cognitive Domain)ด้านที่ 2 ดานความรู้สึก (Affective Domain) และด้านสุดท้าย ดานการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) (ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2542) โดย เฉพาะดานความรู้สึกนั้นถือ เปนดานที่วัดโดยยากที่สุด เพราะเนื่องจากต้องเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ความคิด และความรู้สึกของ มนุษย จึงเปนเรื่องยากที่เราจะทำการวัดพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึก ของมนุษย์ได้อย่างถูกต้อง ครบถวน สวนหนึ่งที่เรานำมาใช้ในการวัดเรื่องเหล่านี้้นั้นก็คือ ทัศนคติ นทัศนคติเป (Attitude) อชฌาสัย (Disposition) หรือแนวโน้มที่มีอิทธิพลตอพฤติกรรม สนองตอบต อสิ่งแวดลอม หรือสิ่งเรา ซึ่งอาจจะเปนใดทั้งคน วัตถุ สิ่งของ หรือความคิด (Ideas) (ราตรี พัฒน รังสรรค์2544 ,)

การศึกษาเรื่องทัศนคติจึงเปนพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยทำให้เราสามารถเข้าใจในพฤติกรรม ความคิด ความรู้สึกของมนุษย์ได้เปนอย่างมาก สำหรับคำว่า “ทัศนคติ” นั้นได้มีนักวิชาการ และ นัก จิตวิทยาให้ความหมาย หรือคำจำกัดความไว้มากมายแตกต่างกันตามทัศนะของแต่ละบุคคล ซึ่ง มี ดังต่อไปนี้

Lutz (1991) ใหนิยามของทัศนคติ (Attitude) ไว้วาเปนแนวโน้มการตอบสนองที่เกิดจาก การเรียนรู้ (Learned Predisposition to Response) ตอวัตถุ (Object) หรือ ประเภทของวัตถุ (Class of Objects) ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปแบบของความชอบ (Favorable) หรือ ไม่ชอบ (Unfavorable) และแสดงออกอยางสอดคล้องกัน (Consistently) ได้สรุป คุณลักษณะที่สำคัญของ ทัศนคติแบ่งออกได้เปน 4 ลักษณะ

ลักษณะที่ 1 วัตถุ หรือสิ่งที่มีผลต่อทัศนคติ (Attitude Objects) ทัศนคติเป็นเรื่องที่ เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Attitude Objects) ซึ่งอาจหมายถึงวัตถุ (Objects) เช่น ประเภทสินค้า ตราสินค้า ารานคา เป็นต้นหรืออาจหมายถึงบุคคล (Person) ประเด็น (Issue) เช่น ทัศนคติใน เรื่องความเท่าเทียมกัน ทัศนคติต่อประเด็นการทำแท้ง เป็นต้น และพฤติกรรม (Behavior) เช่น ทัศนคติต่อการซื้อสินค้า หรือทัศนคติต่อการลงสมัครรับเลือกตั้ง เป็นต้น นอกจากนี้สิ่งที่มีผลต่อ ทัศนคติ (Attitude Object) อาจเป็นสิ่งเดียว หมายถึง คนเดียว, เรื่องเดียว, ประเด็นเดียว, พฤติกรรมเดียว หรือหลายๆ สิ่ง (Collection of Items) และจะมีลักษณะเฉพาะ (Specific) หรือเป็นเรื่องทั่วไป (General) ก็ได้

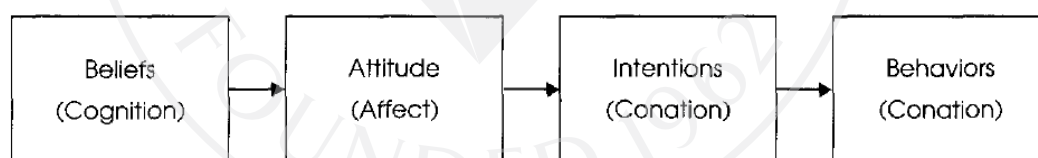
ลักษณะที่ 2 ทัศนคติเป็น สิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Attitude are Learned) คนเราเรียนรู้ ความรู้สึก (Feeling) ของตัวเองจากข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุ (Objects) หรือประสบการณ์ตรง (Direct Experience) ที่มีกับวัตถุนั้นๆ หรือในบางครั้งอาจเกิดจากทั้งสองปัจจัยรวมกัน โดยทัศนคตินี้ สามารถสร้างขึ้นได้ และเปลี่ยนแปลงได้จากคุณลักษณะของทัศนคติ นักการตลาดทั่วไปจึง พยายามสร้าง หรือปรับทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับตราสินค้าของตน โดยถ่ายทอด ผ่านการสื่อสารทางการตลาด ในรูปแบบต่างๆ

ลักษณะที่ 3 ทัศนคติเป็นแนวโน้มการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Attitude are Predispositions to Respond) ทัศนคติไม่สามารถสังเกตได้ (Unobservable) มีลักษณะซ่อนเร้น (Covert) เป็นการตอบสนองจากภายใน (Internal Reactions) ดังนั้น ทัศนคติที่เราศึกษากัน ยังเป็นเพียงโครงสร้างสมมุติ (Hypothetical Construct) โดยการมีอยู่ของ ทัศนคติเป็น ความพยายามของนักวิชาการที่ต้องการจะอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค โครงสร้างของทัศนคติมี ลักษณะเป็นการก่อรูปทางความคิดที่มีการจัดระเบียบ (Attitude Have Structure) จึงมีความคงทนถาวร ทัศนคติไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง แต่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน เป็นกลุ่มๆ ตามความสอดคล้องกัน (Consistency) ทัศนคติต่อเรื่องลักษณะเฉพาะเรื่องอาจนำไปอธิบายเรื่อง ทั่วไปของกลุ่มเรื่องนั้นได้ (Generalizable) และทัศนคติต่อเรื่องต่างๆ ก็มีความสำคัญมากน้อย ไม่เท่ากัน ลักษณะสุดท้าย ทัศนคติเป็นการตอบสนองที่สอดคล้องกับความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบ (Consistency Favorable or Unfavorable Response) ทัศนคติทำหน้าที่เป็นกลไกการจัดระเบียบ ของบุคคล (Organizing Mechanisms) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือความชอบ หรือไม่ชอบ อันจะส่งผลต่อ การแสดงออกด้านพฤติกรรม อีกทั้งรูปแบบ (Pattern) ของพฤติกรรมจะมีลักษณะค่อนข้างคงที่ โดยแบบ มิติของทัศนคติเป็น 3 มิติคือ ทัศนคติมีทิศทาง (Direction) เช่นชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติมีระดับ (Degree) เช่นชอบมากหรือ ชอบน้อย และความมั่นใจในการแสดงทัศนคติ

ในขณะที่ทางด้าน Hanna & Wozniak (2001) ได้กล่าวเพิ่มถึงลักษณะของทัศนคติอีก 3 ลักษณะดังนี้ ลักษณะที่ 1 ทัศนคติมีทิศทาง (Valence) โดยสามารถเป็นไปได้ทั้งในทิศทางเชิงบวก และทิศทางเชิงลบ กล่าวคือถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงบวกก็จะเกิดการตอบสนอง และยอมรับ ต่อสิ่งเร้า แต่ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงลบก็อาจปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งเร้า ส่วนลักษณะที่ 2 ทัศนคติ มีความเข้มข้นที่แตกต่างกัน (Intensity) โดยกล่าวว่าทัศนคติของแต่ละบุคคลมีความ แตกต่างกัน บุคคลที่มีทัศนคติต่อวัตถุในระดับความเข้มข้นมาก การที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติย่อม เป็นไปได้ยาก ตรงกันข้ามกับบุคคลที่มีทัศนคติต่อวัตถุในระดับความเข้มข้นน้อย การที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็สามารถเกิดขึ้นได้ง่าย

ในลักษณะที่ 3 ทัศนคติมีลักษณะเป็นศูนย์กลาง (Centrality) ทัศนคติเป็นสิ่งที่ สหสัมพันธ์ถึง ค่านิยมหลัก (Core Value) ของบุคคลนั้นๆได้ โดยค่านิยมส่วนกลาง (Central Value) หมายถึงความ เชื่อ เชื่อชาติ ศาสนา จริยธรรม และเป้าหมายของแต่ละบุคคล ซึ่งยากต่อการ เปลี่ยนแปลงเนื่องจาก ค่านิยมมีคุณค่าทางด้านจิตใจสำหรับแต่ละบุคคล โดย Lutz (1991) มีความเห็นว่า ทัศนคติมีเพียง องค์ประกอบเดียวคือเป็นส่วนของความรู้สึก หรือการประเมินเพียงอย่างเดียว แยกออกจากส่วน ความเข้าใจ และการตั้งใจ หรือแนวโน้ม ที่จะเกิดพฤติกรรม ตามแนวคิดที่ว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบ เดียว (The Unidimensional View of Attitude)

ภาพที่ :2.4องค์ประกอบของทัศนคติ ของ Lutz



ที่มา: Lutz, R.J. (1991). *Perspectives in consumer behavior* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

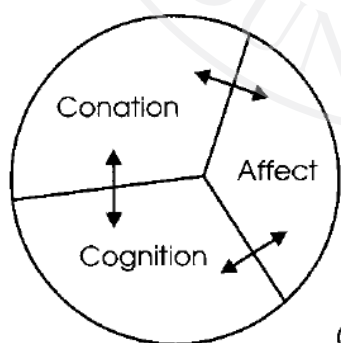
จากภาพ 2.5 ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบทั้งหมดจะเป็นไปตามลักษณะที่เป็นเหตุ และเป็นผลต่อกัน โดยที่มีความเชื่อ (beliefs) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน และต่อมาเป็นเหตุต่อมา ทำให้เกิด ทัศนคติ (Attitude) ในขณะที่ความตั้งใจ (Intension) และพฤติกรรม (Behavior) เป็นผลที่เกิด ตามหลังจากการเกิดทัศนคติ

จากการศึกษารายละเอียดของทัศนคติ จะเห็นว่าทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะ เป็นเหตุเป็นผลกันขององค์ประกอบ ด้านความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม อันจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเป็นสภาพของจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิด และสุดท้ายสามารถกระตุ้นให้เกิดการแสดงพฤติกรรมออกมาได้

ในขณะที่ Schiffman & Kanuk (2004) ให้ความหมายของทัศนคติ (Attitude) ว่าเป็นแนวโน้มที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Predisposition) เพื่อให้เกิดพฤติกรรมอัน สอดคล้อง (Consistent) กับลักษณะที่พึงพอใจ (Favorable) หรือไม่พึงพอใจ (Unfavorable) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออธิบายอย่างง่ายว่า การแสดงความรู้สึกภายในใจของบุคคลที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะพอใจ หรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Hoyer และ MacInnis (2001) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) คือ การแสดงออกว่าชอบ หรือไม่ชอบมากน้อยเพียงใด จากการประเมินโดยรวมต่อวัตถุ ประเด็น บุคคล หรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

นอกจากนี้ Schiffman & Kanuk (2004) ยังได้เพิ่มเติมคุณลักษณะอีกประการ นอกเหนือจากคุณลักษณะทั้งสี่ของ Lutz (1991) คือ ประการที่ 5. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใน สถานการณ์ต่างๆ (Attitudes Occur within a Situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายในสถานการณ์ หรือได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ต่างๆ โดยในสถานการณ์ที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อ ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ อาจออกมาในรูปแบบที่ไม่ สอดคล้องกันก็ได้ โดยได้กำหนดองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้

ภาพที่ 2.5: องค์ประกอบของทัศนคติ ของ Schiffman และ Kanuk



(Schiffman and Kanuk, 2000: 203)

ที่มา: Kanuk, L.L., & Schiffman, L.G. (1994). *Consumer behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

จากภาพที่ 2.2 แสดงถึงองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วน (Tri-component Attitude Model) ดังมีรายละเอียดดังนี้ ในส่วนที่ 1 ส่วนของความเข้าใจ หรือความเชื่อ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมิต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจมาจากประสบการณ์โดยตรง หรือมาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เมื่อความรู้ และการรับรู้เกิดขึ้นซึ่งจะกำหนดความเชื่อซึ่งก็คือ การที่ผู้บริโภคมิต่อสิ่งหนึ่ง ต่อคุณสมบัติสิ่งหนึ่ง หรือต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่าง และนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

ต่อมาในส่วนที่ 2 ส่วนของความชอบ หรือส่วนของอารมณ์รู้สึก (Affection or Feeling Component) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือ ความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคมิต่อความคิด หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยผู้บริโภคมิต่อจะให้ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ดี หรือไม่ดี เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย นอกจากนี้สภาพที่เกี่ยวข้องทางอารมณ์ เช่น ความสุข ความเศร้า ความอาย ความรังเกียจ เป็นต้น จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ทางด้านบวก หรือลบ อันมีผลกระทบต่อจิตใจ และวิธีที่บุคคลนั้นใช้ประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

และองค์ประกอบสุดท้ายส่วนที่ 3 ส่วนของพฤติกรรม (Behavioral or Action Tendency Component) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออก หรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้าจากทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของทัศนคติ สรุปได้ว่าทัศนคตินั้น มีองค์ประกอบต่างๆ ที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างต่อเนื่องนั้น ผู้บริโภคมิต่อต้องมี ความรู้ ความเข้าใจ มีการรับรู้ และมีความเชื่อที่เกี่ยวข้อง กับสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดความชอบตามมา และจะมีแนวโน้มที่เป็นไปได้ ในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ (Kanuk & Schiffman, 1994)

องค์ประกอบของทัศนคติ

จากความหมายของ ทัศนคติ ดังกล่าว Zimbardo & Ebbesen (1970) สามารถแยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ ประการที่ 1 องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดีมีกจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อน ว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นเช่นกัน ต่อมาประการที่ 2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไป ตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล ประการสุดท้าย 3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของ บุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกจะ เห็นได้ว่าการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ต่างกันเนื่องมาจากบุคคล มีความเข้าใจมีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ในขณะที่ Assael (1995) ได้เสนอแนวคิดว่าองค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจจึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวก หรือทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

คุณลักษณะของทัศนคติ

ตามที่ Schiffman & Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับลักษณะของทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่า บุคคลมีความ โนมเอียงพอใจ หรือไม่พอใจต่อบางสิ่งบางอย่างเช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้า เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยาทัศนคติจึงไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงสังเกตว่า บุคคล กล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร โดย ธงชัย สันติวงษ์ (2539) ได้สรุป คุณลักษณะของทัศนคติไว้ ดังนี้

คุณลักษณะที่ 1 ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิได้อยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิด ที่เกิดขึ้น ภายในกระบวนการคิดของแต่ละบุคคล ถัดมาในคุณลักษณะที่ 2 ทัศนคติจะมีใช้สิ่งที่มีมา แต่กำเนิดแต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องด้วยภายใน และทัศนคติ จะเกิดขึ้นจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าว แสดงว่า ทัศนคติที่มีอยู่ เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ คุณลักษณะลำดับที่ 3 ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทัศนคติ ได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทัศนคตินั้นจะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร และไม่เปลี่ยนแปลงทันทีที่ได้รับตัวกระตุ้น หรือสิ่งเร้าที่แตกต่างไปทั้งนี้ เพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบ เป็นความเชื่อ การที่จะเกิดการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติดำเนินการ ใช้ เวลา และ กระบวนการดังกล่าวด้วย และลักษณะสุดท้ายที่ 4 ทัศนคติจะมีความหมายอ้างอิงถึงตัวบุคคล และสิ่งของเสมอ ทัศนคติไม่ได้เกิดขึ้นมาจากภายใน แต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้จากสิ่งที่มีตัวตนที่ อ้างอิงได้ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อการสร้างทัศนคติอาจจะ เป็นตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่างๆ

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ตามความหมายของ Allport (1975) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้ อันดับแรกเกิดจากการเรียนรู้เด็กเกิดใหม่ จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรม และ ประเพณีจากบิดามารดาทั้งโดยทางตรง และทางอ้อมตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่ แล้ว รับมาปฏิบัติตามต่อไป อันดับที่ 2 เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับ เด็กจะมีการกระทำที่ต่างกัน ต่อมาที่อันดับที่ 3 เกิดจาก ประสบการณ์ของ แต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บาง

คนมีทัศนคติที่ดี ต่อครูคนเดียวเท่านั้น เพราะ เคยเคยชมตนเสมอมา และอันดับสุดท้ายเกิดจากการเลียนแบบ หรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาปรับเป็นทัศนคติของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติ ของบิดามารดา หรือครูที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นทัศนคติ ของตนได้

สอดคล้องกับแนวคิดของ Krech & Crutchfield (1948) ได้ให้ความเห็น และจำแนก การเกิดขึ้นของทัศนคติออกเป็น 4 ปัจจัยดังนี้ ปัจจัยแรกเกิดขึ้นได้ จากการตอบสนองความต้องการ ของบุคคลนั้น คือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และหากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมี ทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

ปัจจัยต่อมา การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้นบาง คนจึงอาจเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้อื่นจากการฟังคำติชมที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้ ปัจจัยที่ 3 การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตนหากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิมที่มีของตนเองมากจนเกินไป

และในปัจจัยสุดท้าย ทัศนคติเป็นส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือถ้าผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้ามคือมักมองว่า มีคนคอยอิจฉาริษยา หรือคิดร้ายต่างๆ ต่อตน ถวิล ธารา โภชน (2532) กล่าวถึงการเกิดทัศนคติ ว่า ทัศนคติไม่เกิดโดย เฉียบพลันแต่จะค่อย ๆ สะสมจากประสบการณ์หรือสิ่งเหล่าต่างๆ หรือเกิดจากการเรียนรู้และ ประสบการณ์ของบุคคลปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติสรุปได้ 4 ประการดังนี้

ในประการแรก ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เป็นประสบการณ์ที่เมื่อ บุคคล ได้พบกับเหตุการณ์นั้นมาด้วยตัวของเขาเอง และในการพบนั้น ทำให้เกิดความพึงใจกลายเป็น ทัศนคติของเขา เช่น ถ้าเรามีประสบการณ์ที่ดีในการติดต่อ กับบุคคลหนึ่ง เราจะมีความรู้สึกชอบใน บุคคลนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้ามีประสบการณ์ที่ไม่ดี ก็มักจะมีแนวโน้มที่ไม่ชอบในบุคคลนั้นได้ ประการที่ 2 การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) โดยปกติใน ชีวิตประจำวันของคนเราจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคล อื่นในสังคมอยู่แล้ว จากผลของการ ติดต่อสื่อสาร กับบุคคลอื่น จึงทำให้เรารับเอาทัศนคติหลาย ๆ อย่างเขาไวโดยไม่ตั้งใจ ทั้งนี้เพราะ การเกี่ยวข้องกัน นั้นอยู่ในลักษณะที่ไม่มีแบบแผน โดยมากจะเป็นกลุ่มในครอบครัว วงศเครือญาติ หรือผู้ที่สนิทสนมกัน นอกจากนี้สื่อมวลชน ก็เป็นช่องทางการสื่อสารชนิดหนึ่ง ถึงแมจะมีอิทธิพลต่อ ทัศนคติน้อยกว่าการ สื่อสาร แบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) ก็ตาม แต่บางครั้ง สื่อมวลชนก็มีส่วน เสริมสร้าง ทัศนคติของบุคคลได้เช่นเดียวกัน

ต่อมาในประการที่ 3 สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) มีบ่อยครั้งที่ทัศนคติของเราพัฒนา การ ขึ้นมาจาก การลอกเลียนแบบคนอื่น กล่าวคือ เป็นการมองดูบุคคลอื่นว่าเขากระทำหรือปฏิบัติ ต อสิ่งต่างๆ อย่างไรแล้วเราก็จำเอารูปแบบนั้นมาปฏิบัติ ซึ่งรูปแบบนั้นจะก่อให้เกิดทัศนคติ มากน้อย เพียงใดก็ขึ้นอยู่กับว่าผู้เป็นรูปแบบนั้นเป็นบุคคลที่เขายอมรับนับถือเพียงใด

ในประการสุดท้าย ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors)ทัศนคติหลายอย่างของบุคคล สืบเนื่องจากสถาบัน อันได้แก่ ครอบครัว หน่วยงาน สมาคม องค์กรต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสถาบัน เหล่านี้เป็นแหล่งที่มีส่วนในการสร้างทัศนคติได้เป็นอย่างมาก

หน้าที่ของทัศนคติ

ตามแนวคิดของ Katz (1960) ได้อธิบายถึงหน้าที่ หรือกลไกของทัศนคติ ที่สำคัญไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ ในประการแรกหน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment function) ทัศนคติช่วยให้เราปรับตัวเข้าหาสิ่งที่ทำให้ได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับรางวัลขณะเดียวกันก็ จะหลีกเลี่ยงต่อสิ่งที่ ไม่ต้องการ ไม่พอใจ หรือให้โทษ นั่นคือยึดแนวทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง มากที่สุด และหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นโทษต่อตนเองให้เกิดน้อยที่สุด ซึ่งช่วยในการปรับตัวของแต่ละบุคคล ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความพอใจ คือ เมื่อเราเคยมีประสบการณ์ต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก่อน และเราได้ประสบเหตุการณ์กับสิ่งนั้นอีก เราย่อมจะพัฒนาการตอบสนองของเรา ในทิศทางที่เรามีความต้องการ ในประการที่ 2 เพื่อป้องกันตัว (Ego-Defensive) โดยปกติ ในคนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริง ในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self-Image) ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัว โดยการแสดงออก เป็นความรู้สึกดูถูกเหยียดหยาม หรือติฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่า ด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัว ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือทัศนคติจะมีชีพพัฒนาขึ้นมาจากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆ โดยตรงหากแต่เป็นสิ่งที่ เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้ผู้นั้นเอง และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมา ซึ่งทัศนคตินั้นก็เป็นเพียง สิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

ถัดมาในประการที่ 3 เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึง ค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ ได้ และในประการสุดท้าย เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติจะเป็น มาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมิน และทำความเข้าใจกับ สภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้ และเข้าใจถึง ระบบและระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้ โดยจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบ หน้าที่ และการเกิดขึ้นของทัศนคติของแต่ละบุคคล

โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้้นำแนวคิดของ Schiffman & Kanuk (2004) ที่ได้เสนอแนวคิดว่า องค์ประกอบของทัศนคติแบ่งเป็น 3 ส่วน (Tri-component Attitude Model) ดังมีรายละเอียดดังนี้

ในส่วนที่ 1 ส่วนของความเข้าใจ หรือความเชื่อ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจมาจากประสบการณ์โดยตรง หรือมาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เมื่อความรู้ และการรับรู้เกิดขึ้นซึ่งจะ กำหนดความเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยที่ผลออกมาว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบถึงความหมาย ของการกลั่นแกล้งบนโลก ไซเบอร์อยู่แล้ว อีกทั้งยังได้มีการอธิบายเพิ่มเติมให้กลุ่มตัวอย่าง ทราบถึงความหมายที่ถูกต้องของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ซึ่งก็เป็นความหมายที่แสดงให้เห็น ถึงการกระทำที่ไม่ดีอยู่แล้ว นั่นจึงเป็นส่วนที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดังกล่าวต่อการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์ นอกจากนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่ม ตัวอย่างอาจจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น จากงานวิจัยที่ Dtac (2017) ซึ่งพบว่า เด็กไทยกำลังเผชิญภัยคุกคามบนโลกออนไลน์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะเรื่องการกลั่นแกล้ง บนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) หรือได้พบเจอพฤติกรรมดังกล่าวบนโลกไซเบอร์ด้วยตนเอง จึงทำให้มองว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์เป็นสิ่งที่ไม่ดี

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้กลุ่ม ตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administration) โดยมีรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ การวัดค่าตัวแปร และเกณฑ์การให้คะแนน การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งเป็นกลุ่ม เจเนอเรชั่นวาย อายุระหว่าง 17-36 ปี จำนวน 200 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2559) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นช่วงอายุที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (สำนักงานพัฒนา ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560)

3.2 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

จากข้อมูลการแบ่งเขตการปกครองของสำนักงานผังเมืองพบว่า กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยเขตการปกครองทั้งสิ้น 50 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตหนองจอก เขตบางรัก เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระโขนง เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตยานนาวา เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขตธนบุรี เขตบางกอกใหญ่ เขตห้วยขวาง เขตคลองสานเขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางขุนเทียน เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตราชบุรีบูรณะ เขตบางพลัด เขตดินแดง เขตบึงกุ่ม เขตสาทร เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตประเวศ เขตคลองเตย เขตสวนหลวง เขตจอมทอง เขตดอนเมือง เขตราชเทวี เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา เขตบางแค เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตคลอง

สามวา เขตบางนา เขตทวีวัฒนา เขตทุ่งครุ เขตบางบอน จากพื้นที่ทั้ง 50 เขตนี้ ถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 6 เขตพื้นที่ตามโครงสร้างการพัฒนาเมืองที่กำหนดในผังเมือง รวมกรุงเทพมหานคร (ปรับปรุงครั้งที่ 2) (สำนักงานผังเมืองกรุงเทพมหานคร, 2548) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 พื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาในลักษณะความหนาแน่นสูง (Compact City)

ประกอบด้วย 1. เขตอนุรักษ์เมืองเก่ารัตนโกสินทร์ ศูนย์กลางบริหารงานราชการ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม 2. เขตศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การบริการ การบริการ และการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค 3. เขตเศรษฐกิจใหม่ แหล่งจ้างงาน ย่านการค้าบริการ และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก 4. เขตเศรษฐกิจใหม่ रिมน้ำเจ้าพระยา รองรับการพัฒนาของ วงแหวนอุตสาหกรรม 5.เขตอนุรักษ์กรุงเก่าธนบุรี แหล่งวิถีชุมชนดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม 6. เขตเศรษฐกิจจ้างงานใหม่ และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมากรองรับ ศูนย์คมนาคม ศูนย์ธุรกิจพาณิชย์กรรม และศูนย์ราชการกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก

กลุ่มที่ 2 พื้นที่พัฒนาตามแหล่งเฉพาะ ประกอบด้วย 1. เขตที่อยู่อาศัยรองรับการพัฒนาของเมืองด้านตะวันออกตอนเหนือ 2. เขตที่อยู่อาศัยรองรับการพัฒนาของเมืองด้านตะวันออกตอนใต้ 3. เขตเกษตรกรรม และที่อยู่อาศัยตามสภาพแวดล้อม 4. เขตชุมชนชานเมืองรองรับสนามบินสุวรรณภูมิ 5. เขตเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

จากการพิจารณาลักษณะการแบ่งกลุ่มดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการเจาะจงเลือกในเขตพื้นที่ กลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นพื้นที่ส่งเสริมพัฒนาการในลักษณะความหนาแน่นสูง (Compact City) เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็น บริเวณที่มีคนอาศัยหนาแน่น อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่รวมแหล่งธุรกิจ อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย ร้านอาหารห้างสรรพสินค้า ตลอดจนสถานบันเทิงของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

จากนั้นผู้วิจัยได้เจาะจงเลือกเขตพื้นที่ที่เกี่ยวกับการพาณิชย์กรรม ประกอบด้วยเขตพื้นที่ 2, 3, 4, และ 6 โดยที่ดินเขตดังกล่าวมีจำนวน 18 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตสาทร เขตบางรัก เขตวัฒนา เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตพญาไทย เขตห้วยขวาง เขตราชเทวี เขตคลองเตย เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตพระโขนง เขตบางนา เขตภาษีเจริญ เขตจอมทอง และเขตราชพฤกษ์

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการเขียนชื่อเขตทั้ง 18 เขต แล้วทำการจับฉลากออกมา เป็นจำนวน 1 ใน 3 ของจำนวนเขตทั้งหมด ซึ่งทำให้ได้เขตในการวิจัยทั้งสิ้น 6 เขต ประกอบด้วย เขตสาทร เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตราชเทวี เขตพระโขนง และเขตบางนา

ขั้นที่ตอนที่ 3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

หลังจากได้เขตพื้นที่กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ ที่เป็นแหล่งชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง อาทิ สถานที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยทำการเลือกเก็บกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อออนไลน์ ในรอบ 6เดือนที่ผ่านมา

ซึ่งผู้วิจัยกระจายสัดส่วนการเก็บเฉพาะข้อมูลในปริมาณที่เท่าๆ กัน หรือใกล้เคียงกันให้ครบตามจำนวน 200ชุด ตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration) และใช้คำถามปลายปิด (Closed-ended Question) โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนดังนี้ (ดูภาคผนวก)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกรูปแบบตัวอย่าง (Screening Question) จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 3 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จำนวน 6 ข้อ

3.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สำหรับเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาจากงานวิจัยก่อนหน้า โดยบางส่วนได้มีการทดสอบค่าความตรง (Validity) และค่าความเที่ยง (Reliability) มาแล้วเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยยังได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้รวมถึงความสอดคล้อง และความครอบคลุม ของข้อคำถามอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทำการ ทดสอบเบื้องต้น (Pre-test) กับกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจ และการสื่อความหมายของข้อคำถาม อันจะนำมาซึ่งผลการวิจัยที่ครอบคลุม ตามวัตถุประสงค์

หลังการทดสอบ เบื้องต้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ และนำไปใช้วิจัยได้จริง และเมื่อเก็บข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้แล้ว 200 ชุด จึงนำผลที่ได้ไปคำนวณหาค่าความเที่ยง ด้วยวิธีการวัดค่าความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ (Internal Consistency) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's reliability coefficient alpha) (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010)

3.5 การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรของงานวิจัยในครั้งนี้มี 3 ตัวแปรหลัก คือ การรับรู้เกี่ยวกับการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ทักษะคิดต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ และ ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ซึ่งในแต่ละตัวแปรนั้นมีรายละเอียดในการวัดดังนี้

การรับรู้เกี่ยวกับการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ผู้วิจัยได้ศึกษามาตรวัดการรับรู้เกี่ยวกับการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จากงานวิจัยของ Patchin & Hinduja (2012) โดยมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .79 และเป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ (5-pointed Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ หรือไม่มีความคิดเห็น	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ทัศนคติเกี่ยวกับการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ผู้วิจัยได้พัฒนามาตรวัดทัศนคติเกี่ยวกับการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จากงานวิจัยของ Aaker, Jennifer & Durairaj (1997) โดยมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .95 และจากงานวิจัยของ Moon & Younger (2000) ซึ่งมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .87 โดยเป็นมาตรวัดค่าคุณศัพท์ที่ตรงกันข้ามแบบ 7 ระดับ (7-pointed Semantic Differential Scale) ทั้งนี้ ผู้วิจัยนำมาปรับใช้เป็นมาตรวัดค่าคุณศัพท์ ที่ตรงกันข้าม แบบ 5 ระดับ (5-pointed Semantic Differential Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน โดย 1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด ยกเว้นข้อที่ 1 และ 3 กลับค่าการให้คะแนน โดยเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 = มากที่สุด และ 5 = น้อยที่สุด ดังนี้

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)						
1.	แย่มาก	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	ดีมาก
2.	ไม่น่าสนใจ	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	น่าสนใจ
3.	ไม่ทำแน่นอน	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	ทำแน่นอน
4.	ไม่ซีเรียส	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	ซีเรียส
5.	ไม่โหดร้าย	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	โหดร้าย
6.	ไม่รุนแรง	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	รุนแรง
7.	ไม่เป็นภัยคุกคาม	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	เป็นภัยคุกคาม

ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ในส่วนการวัดความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวัดความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ โดยผู้วิจัยพัฒนา มาตรฐานวัดความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จากงานวิจัยของ Liang, Ekinici, Occhiocupo & Whyatt (2013) ซึ่งมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .84 และเป็นมาตรวัดแบบ 7 ระดับ (7-pointed Likert Scale) ซึ่งผู้วิจัยนำมาปรับใช้เป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ (5-pointed Likert Scale) โดยมีข้อคำถาม 3 ข้อ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ หรือไม่มีความคิดเห็น	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ยกเว้นข้อที่ 1 กลับค่าการให้คะแนน โดยเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่แน่ใจ หรือไม่มีความคิดเห็น	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ดังต่อไปนี้

1. ท่านจะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ในอนาคต
2. ท่านจะใช้เวลามากขึ้นในการไตร่ตรองก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์
3. ท่านจะแนะนำเพื่อนให้ใช้เวลามากขึ้นในการไตร่ตรองก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์

และในส่วนที่ 2 เป็นการวัดความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรม โดยผู้วิจัยยังได้ทำการวัด ความตั้งใจ ในการเกิดพฤติกรรมเพิ่มเติม โดยนำมาตรวจวัดจากงานวิจัยของ Yi (1990) ซึ่งมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ระดับ .96 และเป็นมาตรวัดคำคุณศัพท์ที่ตรงกันข้าม แบบ 7 ระดับ (7-pointed Semantic Differential Scale) มาปรับใช้เป็นมาตรวัดคำคุณศัพท์ ที่ตรงกันข้ามแบบ 5 ระดับ (5-pointed Semantic Differential Scale) ซึ่งมีข้อความทั้งหมด 3 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 = มากที่สุด และ 5 = น้อยที่สุด

ท่านมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ในอนาคต

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
ไม่แน่นอน	_____	_____	_____	_____	_____	แน่นอน
เป็นไปได้	_____	_____	_____	_____	_____	เป็นไปได้
ไม่เคยคิดเลย	_____	_____	_____	_____	_____	คิดจะลอง

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็น เพศชาย และเพศหญิง กลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีช่วงอายุระหว่าง 17-36 ปี จำนวน 200คน ณ บริเวณเขตที่จับฉลากได้ทั้งหมด 6 เขต ได้แก่ เขตสาทร เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตราชเทวี เขตพระโขนง และเขตบางนา ตามสถานที่ต่างๆ เช่น แหล่งธุรกิจ อาคารสำนักงาน มหาวิทยาลัย ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนสถานบันเทิง เป็นต้น โดยกระจายการเก็บข้อมูล ในแต่ละเขตเท่าๆ กัน โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2561

3.7 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ภายหลังจากเก็บข้อมูลอย่างครบถ้วนพร้อมทั้งตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาทำการลงรหัส (Coding) และนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for Windows เพื่อ

คำนวณ และวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย คือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ด้วยการนำเสนอตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อประกอบการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้ง บนโลกโซเชียล ทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล



บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) แบบวัดครั้งเดียว (Cross-sectional study) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บ ข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 17-36 ปี ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 จำนวน 200 ชุด ภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องทั้งหมดแล้ว ข้อมูลที่ได้กลับมามีความถูกต้องสมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการประมวลผลได้ทั้งสิ้น โดยสามารถรายงานผลการวิจัย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการการใช้สื่อออนไลน์

ความถี่ในการใช้งานสื่อออนไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใช้เฉลี่ยน้อยกว่า 2 ชั่วโมง ต่อวัน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ย 2-3 ชั่วโมง ต่อวัน มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ถัดมาใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ย 3-4 ชั่วโมง ต่อวัน มีทั้งสิ้น 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และ 5 มากกว่า 4 ชั่วโมง ต่อวัน มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน

ระยะเวลาการใช้งานต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ชั่วโมง	44	22.0
2-3 ชั่วโมง	30	15.0
3-4 ชั่วโมง	29	19.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการใช้งาน

ระยะเวลาการใช้งานต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 4 ชั่วโมง	87	43.5
รวม	200	100

การใช้งานสื่อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 ใช้ 5 สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ไลน์ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ถัดมา อินสตาแกรม มีทั้งสิ้น 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ 5 ทวิตเตอร์ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน

การใช้งานผ่านสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
Facebook	85	42.5
Line	81	40.5
Instagram	27	13.5
Twitter	7	3.5
รวม	200	100

การรับรู้ความหมายของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

จากการวิเคราะห์ว่ากลุ่มตัวอย่างรู้จักการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์หรือไม่พบว่า ด้านการรับรู้ความหมายของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ในการวิจัยครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีผู้ที่รู้จักความหมายของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และผู้ที่ไม่รู้จักความหมาย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้จักความหมายของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

การรับรู้ความหมายการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	136	68.0
ไม่รู้จัก	64	32.0
รวม	200	100

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้เป็นการรายงานลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ กลุ่มช่วงอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศ

ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 73 คน ประกอบไปด้วยเพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และเพศหญิง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	73	36.5
หญิง	127	63.5
รวม	200	100

อายุ

จากตารางที่ 4.4 อายุของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ช่วง ได้แก่ ต่ำกว่า 20 ปี, 21-25 ปี, 26-30 ปี และ 31-35 ปี โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 มีทั้งสิ้นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ช่วงอายุ 21-25 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ช่วงอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	4	2.0
21-25 ปี	27	13.5
26-30 ปี	68	34.0
31-35 ปี	57	28.5
รวม	200	100

ระดับการศึกษา

หากจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษาสูงสุดระดับ 4 พบว่า ได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15. คน คิดเป็นร้อยละ 130 ระดับปริญญาตรีมีทั้งสิ้น 5 65.0 ระดับปริญญาโท จำนวน 27. คน คิดเป็นร้อยละ 540 และระดับปริญญาเอกมีจำนวน คน คิด 1 0 เป็นร้อยละ.4 ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	7.5
ปริญญาตรี	130	65.0
ปริญญาโท	54	27.0
ปริญญาเอก	1	0.5
รวม	200	100

อาชีพ

จากตารางที่ 4. เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพพบว่า อาชีพที่มีร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง 7 มากที่สุดคือ พนักงานบริษัท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน คน คิด 66 33. เป็นร้อยละ0 ราชการ - พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 22. คน โดยคิดเป็นร้อยละ 440 นักเรียน -นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 พ่อบ้าน - แม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ - รัฐวิสาหกิจ	44	22.0
พนักงานบริษัท	83	41.5
ธุรกิจส่วนตัว	66	33.0
พ่อบ้าน - แม่บ้าน	3	1.5
นักเรียน - นักศึกษา	4	2.0
รวม	200	100

รายได้ต่อเดือน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 50,24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 บาทขึ้นไปต่อเดือน จำนวน 001.0 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001-30,47 บาท จำนวน 000 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ถัดมาคือ 5,001-20, 000บาท จำนวน 46 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-40, บาท จำนวน 000 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20. 5และสุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยที่สุดมีรายได้ 40,001-50,000 บาท ต่อเดือน ซึ่งมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18. 0ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
10,001-20,000 บาท	46	23.0
20,001-30,000 บาท	47	23.5
30,001-40,000 บาท	41	20.5
40,001-50,000 บาท	18	9.0
มากกว่า 50,001 บาท	48	24.0
รวม	200	100

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ในส่วนนี้ประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 10 ข้อ โดยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ดังกล่าวมาจากงานวิจัย ของ Patchin & Hinduja (2012) โดยเป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ (5-pointed Likert Scale) และมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .67 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair, et al., 2010)

จากผลการศึกษาที่แสดงในตารางที่ 4. พบว่าและกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของ 9 การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล อยู่ที่ 3.99 ข้อความที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ละเมิดสิทธิ์ส่วนบุคคล โดยมีคะแนนเฉลี่ย ” 4.63 รองลงมาคือ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ส่งผลเสียต่อบุคคลอื่น“ และ ”การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ไม่ดี” โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.58 และ 4.57 ตามลำดับ ในขณะที่ข้อความที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ" การมีสิทธิ์ในการพูดอะไรก็ได้บนโลกออนไลน์2 โดยข้อความนี้มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ ”.43

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ยของการรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

ข้อความ	<i>M</i>	<i>SD</i>
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่สำคัญ	4.05	0.94
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ส่งผลเสียต่อบุคคลอื่น	4.58	0.61
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ละเมิดสิทธิ์ส่วนบุคคล	4.63	0.55
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่กระทำได้ง่าย	4.48	0.65
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ไม่ดี	4.57	0.59
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย	4.34	0.70
คนรอบตัวมีการกระทำเข้าข่ายการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล	3.25	1.18
พฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลสมควรได้รับการลงโทษ	4.13	0.83
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์	3.40	1.17
การมีสิทธิ์ในการพูดอะไรก็ได้บนโลกออนไลน์	2.43	1.40
รวม	3.99	0.45

หมายเหตุ : การให้คะแนนเป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ โดย 5 = มากที่สุด และ 1 = น้อยที่สุด

โดยมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .67

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

ทศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ในส่วนนี้ประกอบไปด้วยคำถาม ทั้งหมด 7 ข้อ โดยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาคำถามมาจากงานวิจัยของ Aaker, Jennifer & Durairaj (1997) และจากงานวิจัยของ Moon & Younger (2000) โดยผู้วิจัยนำมาปรับใช้เป็นมาตรวัดค่าคุณศัพท์ ที่ตรงกันข้าม แบบ 5 ระดับ (5-pointed Semantic Differential Scale) โดยมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .83

จากผลการศึกษาที่แสดงในตารางที่ 4. พบว่า 10กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของทศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลอยู่ที่ 4.01 ข้อความที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “พฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นที่ไม่สมควรกระทำ โดยมีคะแนนเฉลี่ย ”4.37 รองลงมาคือ “การ กลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง“ และ ”การกลั่นแกล้งบนโลก โซเชียลถือเป็นภัย คูกคามทางสังคม” โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.22 และ 4.20 ตามลำดับ ในขณะที่ ข้อความที่มีคะแนน ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ” ปัญหาการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่น่าสนใจโดยข้อความนี้มีคะแนน ” 3 เฉลี่ยอยู่ที่.31

ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ยของทศนคติต่อกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

ข้อความ	<i>M</i>	<i>SD</i>
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง	4.22	0.97
ปัญหาการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่น่าสนใจ	3.31	1.40
พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นที่ไม่สมควรกระทำ	4.37	0.94
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องต้องให้ความสำคัญ	3.85	1.09
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่โหดร้าย	4.07	0.95
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นประเด็นที่รุนแรง	4.05	0.98
การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลถือเป็นภัยคูกคามทางสังคม	4.20	0.88
รวม	4.01	0.71

หมายเหตุ : การให้คะแนนเป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ โดย 5 = มากที่สุด และ 1 = น้อยที่สุด

โดยมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .83

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

ด้านความตั้งใจในเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล แบ่งการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรก แนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ประกอบไปด้วยคำถาม ทั้งหมด 3 ข้อ โดยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลจากงานวิจัยของ Liang, Ekinici, Occhiocupo & Whyatt (2013) ซึ่งเป็นมาตรวัด แบบ 7 ระดับ (7-pointed Likert Scale) มาปรับใช้เป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ (5-pointed Likert Scale) โดยมีค่าความเที่ยงรวมอยู่ที่ .77

จากผลการศึกษาที่แสดงในตารางที่ 4. พบว่า 11กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวม ของแนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลอยู่ที่ 4.17 ข้อความที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “การที่จะใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้นก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ โดยมีคะแนนเฉลี่ย ”4.35 รองลงมาคือ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ส่งผลเสียต่อบุคคลอื่น“ และ ”การแนะนำคนอื่นต่อให้ใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้นก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์” โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.21 ในขณะที่ข้อความที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ” แนวโน้มที่จะแสดง พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ” 3 โดยข้อความนี้มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่.95

ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ยแนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

ข้อความ	<i>M</i>	<i>SD</i>
แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล	3.95	1.09
การที่จะใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้นก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์	4.35	0.80
การแนะนำคนอื่นต่อให้ใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้น ก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์	4.21	0.90
รวม	4.17	0.68

หมายเหตุ : การให้คะแนนเป็นมาตรวัดแบบ 5 ระดับ โดย 5 = มากที่สุด และ 1 = น้อยที่สุด
คะแนนโดยมีค่าความเที่ยงอยู่ที่ .77

และในส่วนที่ 2 ศึกษาเกี่ยวกับ แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ในส่วนนี้ประกอบไปด้วยคำถาม ทั้งหมด 3 ข้อ โดยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลจากงานวิจัยของ Yi (1990) ซึ่งเป็นมาตรวัดค่าคุณศัพท์ ที่ตรงกันข้ามแบบ 7 ระดับ (7-pointed Semantic Differential Scale) ทั้งนี้ผู้วิจัยนำมาปรับใช้ เป็น

มาตรวัดคำคุณศัพท์ที่ตรงกันข้ามแบบ 5 ระดับ (5-pointed Semantic Differential Scale) โดยมีความเที่ยงรวมอยู่ที่ .92

จากผลการศึกษาที่แสดงในตารางที่ 4.12 พบว่าข้อความที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “ไม่แสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลแน่นอน” มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 รองลงมาคือ “ไม่คิดที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล” โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.43 ในขณะที่ข้อความที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เป็นไปไม่ได้ที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกโซเชียล” โดยข้อความนี้มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 และกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของ แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลอยู่ที่ 4.39

ตารางที่ 4.12: แสดงค่าเฉลี่ยแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล

ข้อความ	<i>M</i>	<i>SD</i>
ไม่แสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลแน่นอน	4.45	0.81
เป็นไปไม่ได้ที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล	4.31	0.89
ไม่คิดที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล	4.43	0.82
รวม	4.39	0.74

หมายเหตุ : การให้คะแนนเป็นแบบ 5-pointed Semantic Differential Scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน โดย 1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด โดยมีค่าความเที่ยงรวมอยู่ที่ .92

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจ ในการเกิดพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) แบบวัดครั้งเดียว (Cross-sectional study) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้บริโภคนในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 17-36 ปี ในช่วงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 200 ชุด โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการ กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)” ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 การรับรู้ต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ส่วนที่ 4 ทัศนคติต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

การวิจัยในครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน จากพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ พบว่า ระยะเวลาการใช้งานต่อวันมากที่สุดคือ ระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา คือ น้อยกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ลักษณะการใช้งานสื่อออนไลน์ผ่าน แอปพลิเคชัน พบว่า แอปพลิเคชันที่ใช้งานมากที่สุดคือ เฟสบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ ไลน์ คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีการรับรู้ความหมายของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบน โลกไซเบอร์ พบว่า รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 68.0 ไม่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 32.0

ส่วนที่ 2 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.0 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการ ศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.0 อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 41.5 ส่วนมาก มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.0

ส่วนที่ 3 การรับรู้ต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

ผลการศึกษาด้านการรับรู้ต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมการรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล อยู่ที่ 3.99 โดยพบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.63 รองลงมาคือ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ส่งผลเสียต่อบุคคล อื่น” และ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ไม่ดี” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.58 และ 4.57 ตามลำดับ ในขณะที่ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ “การมีสิทธิ์ในการพูดอะไรก็ได้บนโลก ออนไลน์” โดยข้อความนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.43

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

จากผลการศึกษาด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยรวมของทัศนคติต่อพฤติกรรมในการเกิดการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ อยู่ที่ 4.01 โดยพบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นที่ไม่สมควร กระทำ” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.37 รองลงมาคือ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นพฤติกรรม ที่ไม่ถูกต้อง” และ “การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลถือเป็นภัยคุกคามทางสังคม” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.22 และ 4.20 ตามลำดับ ในขณะที่ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ “ปัญหาการกลั่นแกล้งบนโลก โซเชียลเป็นเรื่องที่น่าสนใจ” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.31

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์

จากผลการศึกษาด้านความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือแนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล และแนวโน้ม ที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 แนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของแนวโน้มการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลอยู่ที่ 4.17 โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “การที่จะใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้นก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์” โดยมีคะแนน เฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ “การแนะนำคนอื่นต่อให้ใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้นก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.21 ในขณะที่ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ “แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล” มีค่าเฉลี่ยที่ 3.95

5.2 แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวมของแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล อยู่ที่ 4.39 โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ไม่แสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลแน่นอน” มีค่าเฉลี่ยที่ 4.45 รองลงมาคือ “ไม่คิดที่จะจะแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล” มีค่าเฉลี่ยที่ 4.43 ในขณะที่ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ “เป็นไปได้ไม่ได้ที่จะแสดงพฤติกรรม การ กลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล” มีค่าเฉลี่ยที่ 4.31

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)” สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ 3 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ประเด็นที่ 2 ทักษะคิดต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ประเด็นที่ 3 ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ประเด็นที่ 1 การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้มากที่สุดว่า การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นเรื่องที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลนั้น ($M= 4.63$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hinduja & Patchin (2015) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์เป็นเรื่องของ การล่วงละเมิด สิทธิส่วนบุคคล อีกทั้งยังเป็นการรุกรานต่อบุคคลอื่นอีกด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Fowler (2016) ที่พบว่า การรังแกบนโลกไซเบอร์เป็นการกระทำที่เข้าข่ายการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น ผ่านการใช้โทรศัพท์ การส่งข้อความ ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหวเพื่อคุกคาม ข่มขู่ซ้ำๆ และเป็นการรังแก อย่างจงใจหรือมีเจตนาเพื่อให้ผู้ถูกรังแกได้รับผลกระทบ หรือความเสียหาย และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ญัฐรัชต์ สาเมาะ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของ เยาวชนต่อการรังแกบนพื้นที่ไซเบอร์ ซึ่งจากศึกษาผลการศึกษาพบว่า เยาวชนให้ความหมายต่อ การรังแกบนพื้นที่ไซเบอร์ ว่า หมายถึง การใช้โทรศัพท์มือถือ หรืออินเทอร์เน็ตในการทำร้ายกัน ซึ่งการรังแกบนพื้นที่ไซเบอร์ จะมีมิติที่สำคัญคือจะต้องสร้างความเสียหาย และสร้างความรำคาญ และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่อผู้ ถูกกระทำ ซึ่งการที่เยาวชนจะถือว่าเป็นการรังแกหรือไม่ขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้กระทำ และ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำกับผู้ถูกกระทำด้วยรูปแบบของการรังแก ที่รับรู้ประกอบด้วยการโจมตี หรือด่าทอผู้อื่นผ่านโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ต

จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยนี้สอดคล้องตามแนวของ Solomon (2007) ที่กล่าวว่า คนเราจะเปิดรับสารเข้ามา และตีความหมายตามความคิด ทักษะคิด และประสบการณ์ ของตนเอง โดยอธิบายว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดจากการที่มีการเลือกรับรู้ จากนั้นกลไก ทางความคิดจะจัดระบบ เพื่อประมวลผลข้อมูล และตีความนั้นออกมา โดยกระบวนการนี้ ถูกกระตุ้นผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 อันได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง โดยสิ่งเร้า อันได้แก่ แสง เสียง กลิ่น รสชาติ และผิวสัมผัส ทั้งนี้การตีความหมายของแต่ละบุคคลนั้นจะขึ้น อยู่กับทัศนคติ ความต้องการ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ในส่วนของงานวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง ได้มีประสบการณ์ทั้งในทางตรง และทางอ้อม โดยการเปิดรับสารผ่านการใช้งานบน โลกไซเบอร์ ยกตัวอย่างเช่น การที่เกิดกระแสต่อข่าวบนพื้นที่ไซเบอร์ โดยที่ผู้ส่งต่อไม่ได้

ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงว่าเป็นเรื่องจริง หรือเป็นเรื่องมีการบิดเบือนหรือไม่ ซึ่งเป็นการส่งผลเสีย ทั้งใน
 ด้านทางตรง และทางอ้อมแก่ผู้ถูกระทำ เป็นต้น จากประสบการณ์ดังกล่าวเมื่อ กลุ่มตัวอย่างได้รับสิ่ง
 เรื่อนั้นจึงเกิดการตีความว่าการกระทำดังกล่าวเป็น การกลั่นแกล้งบนโลก โซเบอร์ และเป็นเรื่องที่
 ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ประเด็นที่ 2 ทักษะคิดต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์มากที่สุดว่า
 พฤติกรรมการการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์เป็นสิ่งที่ไม่สมควรกระทำนั้น ($M= 4.37$) ที่เป็นเช่นนั้น
 เนื่อง จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบถึงความหมายของการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์ อยู่แล้ว อีกทั้ง
 ยังได้มีการอธิบายเพิ่มเติมให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงความหมายที่ถูกต้องของ การกลั่นแกล้งบนโลกโซ
 เบอร์ ซึ่งก็เป็นความหมายที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำที่ไม่ดีอยู่แล้ว นั่นจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ กลุ่ม
 ตัวอย่างมีทัศนคติดังกล่าวต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์ นอกจากนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่ม ตัวอย่าง
 อาจจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้น จากการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์ผ่านสื่อต่างๆ
 เช่น จากงานวิจัยที่ Dtac ทำร่วมกับ Telenor Group ทดสอบเด็ก 1,336 คน อายุระหว่าง 12-18 ปี
 ซึ่งอยู่ในหัวเมืองหลัก พบว่าเด็กไทยกำลังเผชิญ ภัยคุกคามบนโลกออนไลน์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะ
 เรื่องการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) หรือได้พบเจอพฤติกรรมดังกล่าว บนโลกโซ
 เบอร์ด้วยตนเอง จึงทำให้มองว่า การกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์เป็นสิ่งที่ไม่สมควรกระทำ

ประเด็นที่ 3 ความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์

สำหรับความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์นั้นเป็นการสำรวจถึง
 แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากผลการวิจัย
 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการที่จะใช้เวลาไตร่ตรองมากขึ้นก่อนที่จะ แสดงความคิดเห็นบนโลก
 ออนไลน์มากที่สุด ($M=4.35$) และจะไม่แสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกโซเบอร์แน่นอน ($M=$
 4.45) ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับ การกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์ว่า
 เป็นสิ่งที่ไม่ดี และมีทัศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเบอร์ ว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดี จึงส่งผลต่อแนวโน้มที่
 จะเกิดพฤติกรรม ตามมา ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ Lutz (1991) มีความเห็นว่า ทัศนคติมีเพียง
 องค์ประกอบเดียวคือเป็นส่วนของความรู้สึก หรือการประเมินเพียงอย่างเดียว แยกออกจากส่วนความ
 เข้าใจ และการตั้งใจ หรือแนวโน้ม ที่จะเกิดพฤติกรรม ตามแนวคิดที่ว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว
 (The Unidimensional View of Attitude) นอกจากนี้ การที่กลุ่มตัวอย่าง มีแนวโน้มที่จะไม่แสดง
 พฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกโซเบอร์นั้นยังสืบเนื่องมาจากการที่กลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้เกี่ยวกับ
 การกลั่นแกล้ง บนโลกโซเบอร์ว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี และเป็นพฤติกรรมที่ไม่ควรกระทำ ซึ่งสอดคล้องกับ
 คำอธิบาย เรื่องการรับรู้ของ Assael (1998) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้ถือเป็นกระบวนการที่ บุคคลทำ
 การรวบรวม ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ หรือจากสถานการณ์ต่างๆ และตีความออกมา เป็นภาพรวม

เพื่อให้สามารถ เข้าใจความหมายต่อสิ่งนั้นได้ง่ายขึ้น ซึ่งการรับรู้นั้นก็สามารถนำไปสู่พฤติกรรม การตอบสนองต่อ ได้เช่นเดียวกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stom & Strom (2005) ที่ได้ให้ความหมายของ การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) ว่าเป็นการใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อคุกคาม ทำให้เกิดความเสียหาย หรือทำร้ายผู้อื่นผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ และนอกจากนี้การที่กลุ่ม ตัวอย่างมีทัศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์มองว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดี จึงเกิด ส่งผลทำให้เกิดการที่ พยายามป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ โดยการใช้กระบวนการความคิดการ มีเหตุผล มาใช้ในการพิจารณาก่อนที่จะมีการแสดงพฤติกรรมบนโลกไซเบอร์

โดยสรุปแล้ว การมีการรับรู้ถึงพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ในระดับมาก มีทัศนคติ ต่อพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ว่าเป็นพฤติกรรมไม่ดี ไม่ควรกระทำโดยการ แสดงออกถึง การมีทัศนคติที่จะป้องกันการเกิดพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ และมีความตั้งใจ ในการไม่แสดงพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ในแง่ของการแสดง พฤติกรรมที่ดีอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าการมีพฤติกรรมกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข โดยเริ่มจากการสร้างความรับรู้ เมื่อมีการรับรู้ว่าพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์เป็นสิ่งที่ไม่ดีแล้ว ย่อมจะแสดงออกถึงทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี และนำไปสู่ การตั้งใจที่จะไม่แสดงพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ดังผลการวิจัยที่ได้เสนอมาแล้วข้างต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyber bullying)” สามารถเสนอข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัย ออกมาซึ่งจากการทำวิจัยในครั้งนี้กับกลุ่มตัวอย่างเพียง 200 คน ซึ่งอาจจะสรุปแนวโน้มของประชากร ทั้งหมดไม่ได้ จึงเป็นเพียงค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ในพื้นที่เขตหรือจังหวัดอื่นๆ แล้วนำผลการศึกษามา เปรียบเทียบกันและมองในภาพรวมเพื่อเป็นแนวทางในการให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง รวม กับทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ในการหาทางป้องกันหรือหยุดการรังแกผ่านโลกไซเบอร์ อีกทั้งงานวิจัยนี้มี

ข้อจำกัด คือ ไม่ได้ศึกษาพัฒนาโปรแกรมเพื่อลด หรือหาแนวทาง ป้องกันการเกิด พฤติกรรมเสี่ยงต่อการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นควรมีการศึกษาในประเด็นนี้ ในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัย การรับรู้ที่มีในระดับมาก และการมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ มีผลความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ นั่นคือ เมื่อมีการรับรู้ ที่มากขึ้นแล้ว ย่อมส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมดังกล่าว และเป็นผลให้เห็นได้ว่าจะไม่มีแสดงพฤติกรรมนั้น ดังนั้น บุคคล ครอบครัว หรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง ควรร่วมกันนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการควบคุมดูแล ป้องกัน อีกทั้งรวมไปถึงการแก้ปัญหาได้ โดยการ สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ให้มากขึ้น การปรับทัศนคติให้ เห็นถึงปัญหา สะท้อนให้เห็นถึงภัย และความไม่เหมาะสม ไม่สมควรเกี่ยวกับพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ก่อให้เกิดทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ซึ่งอาจเป็นผลทำให้ไม่เกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง บนโลกไซเบอร์ในอนาคตขึ้นได้

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ สวรรค์โพธิ์พันธ์. (2550). *ออกแบบเว็บให้น่าใช้*. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- กลมรัตน์ หลาสวงค์. (2527). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- กอร์ปบุญ ภาวะกุล และปราโมทย์ สุคนิษฐ์. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการรังแกข้ามชู้กับระดับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองในโรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร. *ว.สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 5๑(1)*, 35-44.
- กันยา สุวรรณแสง. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อักษรวิทยา.
- ชุตินาถ ศักรินทร์กุล และอลิสา วัชรสินธุ์. (2557). ความชุกของการข่มเหงรังแกและปัจจัยด้านจิตสังคมที่เกี่ยวข้องในเด็กมัธยมต้น เขตอาเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *ว.สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 5๑(3)*, 221-230.
- ณัฐธา วิจินัยภาค. (2560). *ทัศนคติของเด็กและเยาวชนไทยต่อพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร.
- ณัฐรัชต์ สาเมาะ. (2556). *การรับรู้ของเยาวชนต่อการรังแกในพื้นที่โซเชียล*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ดารา ทีปะपाल. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- เต็มศักดิ์ คทวนิช. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทรงเกียรติ จรัสสันติจิต. (2560). Cyberbullying: ถ้ารักฉัน อย่ารังแกฉัน. *สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์, 118-137*.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีระวุฒิ เอกะกุล. (2542). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการวัดเจตคติ ศีลภาศาตร์*.
อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นลินี พานสายตา. (2555). *การรับรู้ภาพลักษณ์คุณภาพบัณฑิต หลักสูตรและการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปองกมล สุรัตน์. (2553). *พฤติกรรมการรังแกผ่าน โลกโซเชียลระหว่างวัยรุ่น: กรณีศึกษานักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปานเทพ พัวพงษ์พันธ์. (2553). *โชคดียังไม่ไปหาหมอ ปฏิวัติการกิน 1*. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์.

- เพ็ญจันทร์ เซอร์เรอร์. (2551). *มิติทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความรุนแรงในเด็กและเยาวชน*.
กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัยคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ราตรี พัฒนรังสรรค์. (2544). *การศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน บริษัท ซี.พี. เซ
เวนอีไลฟ์เว่น จำกัด (มหาชน)*. งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์, ศิวพร ปกป้อง, นันทนัช สงศิริ และปองกมล สุรัตน์. (2552). *พฤติกรรมกรรมการช่
ม
เหง รังแกผ่านโลกโซเชียลของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: ปัญญา
สมาพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย.
- ศิวพร ปกป้อง และ วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการกระทำ
ความรุนแรงทั้งทางกายภาพและการช่มเหงรังแกผ่านโลกโซเชียลของเยาวชนไทย*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2549). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ:
พิมพ์ดี.
- สุภาวดี เจริญวานิช. (2560). *การรังแกกันผ่านพื้นที่โซเชียล : ผลกระทบและการป้องกันในวัยรุ่น
บทความวิชาการ วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 25*.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและ ไช
เท็กซ์.
- เสาวลักษณ์ ทรงสงวน. (2540). *การรับรู้บทบาทของคณะกรรมการองค์การบริหารสวนตำบล
อการจัดการสิ่งแวดล้อม ศึกษาจากองค์การบริหารสวนตำบล อำเภอเมืองยะลาจังหวัด
ยะลา*. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน
ครัวเรือน พ.ศ. 2556*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Akbar, J., Huang, T.W., & Anwar, F. (2014). The development of cyberbullying scale
to investigate bullies among adolescents. In *Proceeding of International
Conference on Humanities Sciences and Education (ICHE)*, Kuala Lumpur,
n.p.
- Asseal, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* (6th ed.). Cincinnati, OH:
South-Western College.
- Berson, R.L., Berson. J.M., & Ferron M.J. (2002). *Emerging risks of violence in the
digital age: lessons for educators from an online study of adolescent girls in
the United state*. Retrieved from
www.ncsu.edu/cyberviolence/cyberviolence.pdf.

- Dehue, F., Catherine, B., & Trijntje. (2008). Cyberbullying: Youngsters' experiences and parental perception, *Cyber Psychol. Behav*, 11, 217-223.
- Fekkes, M., Pijpers, F.I., & Verloove-Vanhorick, S.P. (2004). Bullying behavior and associations with psychosomatic complaints and depression in victims. *J. Pediatr.* 144, 17-22.
- Hinduja, S., & Patchin, J.W. (2010). Bullying, Cyberbullying, and Suicide. *Archives of Suicide Research*, 14(3), 206-221.
- Kumpulainen, K., Rasanen, E., & Henttonen, I. (1999). Children involved in bullying: Psychological disturbance and the persistence of the involvement. *Child Abuse Neglect*, 23, 1253-1262.
- Litwiller, B.J., & Brausch, A.M. (2013). Cyber bullying and physical bullying in adolescent suicide: The role of violent behavior and substance use. *J. Youth Adolesc*, 42, 675-684.
- Lutz, R.J. (1991). *Perspectives in consumer behavior* (4th ed.). Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Pengpid, S., & Peltzer, K. (2013). Bullying and its associated factors among school-aged adolescents in Thailand, *Sci. World J., Article ID 254083*, 6 p. *Comp. Human Behav*, 26, 277-287.
- Tokunaga, R.S. (2010), *Following you home from school : A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756320900185X>.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2004). *Consumer behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Education International.
- Solomon, M.R. (2007a). *Consumer behavior: Buying, having and being* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Solomon, M.R. (2007b). *Consumer behavior*. USA: Prentice-Hall.
- Zweig, J.M., Sayer, A., Crockett, L.J., & Vicary, J.R. (2002). Adolescent risk factors for sexual victimization: A longitudinal analysis of rural women. *J. Adolesc. Res*, 17, 586-603.





**BANGKOK
UNIVERSITY**
GRADUATE SCHOOL

แบบสอบถาม

เรื่อง การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดนี้จะถือเป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะโดยรวมเท่านั้น และนำผลที่ได้ไปใช้ในประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้

ส่วนที่ 1: คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook , Line , Instagram หรือไม่
 () 1. ใช่ () 2. ไม่ใช่ (จบการสอบถาม)
2. ท่านใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์นานเท่าไร / วัน
 () 1. น้อยกว่า 2 ชั่วโมง / วัน () 2. 2-3 ชั่วโมง / วัน
 () 3. 3-4 ชั่วโมง / วัน () 4. มากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน
3. ท่านใช้สื่อสังคมออนไลน์ใดมากที่สุด
 () 1. Facebook () 2. Line
 () 3. Instagram () 4. Twitter

4. ท่านรู้จักการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) หรือไม่

() 1. รู้จัก

() 2. ไม่รู้จัก

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี

() 2. 21-25 ปี

() 3. 26-30 ปี

() 4. 31-35 ปี

() 5. 36-40 ปี

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. ปริญญาโท

() 4. ปริญญาเอก

4. อาชีพ

() 1. ข้าราชการ - รัฐวิสาหกิจ

() 2. พนักงานบริษัท

() 3. ธุรกิจส่วนตัว

() 4. พ่อบ้าน / แม่บ้าน

() 5. นักเรียน / นักศึกษา

() 6. อื่นๆ _____

5. รายได้

() 1. 10,001 - 20,000 บาท

() 2. 20,001 - 30,000 บาท

() 3. 30,001 - 40,000 บาท

() 4. 40,001 - 50,000 บาท

() 5. 50,000 ขึ้นไป

ส่วนที่ 3: การรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying)

การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (CyberBullying) หมายถึง การรังแกประเภทใหม่ที่สามารถ เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่านเครื่องมือสื่อสารอย่างคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นลักษณะของการเขียนข้อความที่เป็นการต่อว่า ดูถูก ล้อเลียน อีกทั้งยังเป็นการใช้รูปภาพ คลิปวิดีโอที่เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นทั้งที่เป็นเรื่องจริง และไม่เป็นเรื่องจริงเพื่อนำไปเผยแพร่ หรือส่งต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อกวน คุกคาม ทำให้ผู้อื่นได้รับความเสียหาย รู้สึกอับอาย รู้สึกเครียด เจ็บปวด หรือถึงขั้นสูญเสียความมั่นใจในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาทางด้านอารมณ์รุนแรงต่อไป

คำชี้แจง : จากความหมายของการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) ในข้างต้น โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 4 = เห็นด้วย, 3 = ไม่แน่ใจ หรือไม่มีความคิดเห็น, 2 = ไม่เห็นด้วย, 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในแต่ละข้อต่อไปนี้	เห็นด้วย \longleftrightarrow ไม่เห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
1. ท่านคิดว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นเรื่องที่สำคัญต่อท่าน					
2. ท่านคิดว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นเรื่องที่ส่งผลเสีย ต่อบุคคลอื่น					
3. ท่านคิดว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นเรื่องที่ละเมิด สิทธิส่วนบุคคล					
4. ท่านคิดว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย					
5. ท่านคิดว่าการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เป็นเรื่องที่ไม่ดี					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในแต่ละข้อต่อไปนี้	เห็นด้วย \longleftrightarrow ไม่เห็นด้วย				
	อย่างยิ่ง		อย่างยิ่ง		
	5	4	3	2	1
6. ท่านคิดว่าการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล เป็นเรื่องที่เกิดขึ้น อย่างแพร่หลายในสังคมออนไลน์					
7. ท่านคิดว่าเพื่อน หรือคนรอบตัวท่านมีการกระทำที่เข้าข่ายการรังแกบนโลกโซเชียล					
8. ท่านคิดว่าคนที่มีพฤติกรรมเข้าข่าย การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ควรได้รับการลงโทษ					
9. ในมุมมองของท่านการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล เป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์					
10. ท่านคิดว่าท่านมีสิทธิ์ในการพูดอะไรก็ได้บนโลกออนไลน์ แม้คำพูดนั้นจะทำร้ายคนอื่นก็ตาม					

ส่วนที่ 4 : ท่านมีทัศนคติต่อการเกิด การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล อย่างไร

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ลงในช่อง _____ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

(1) (2) (3) (4) (5)

แยมมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ดีมาก
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ น่าสนใจ
 ไม่ทำแน่นอน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ทำแน่นอน
 ไม่ซีเรียส _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ซีเรียส
 ไม่โหดร้าย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ โหดร้าย
 ไม่รุนแรง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ รุนแรง
 ไม่เป็นภัยคุกคาม _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เป็นภัยคุกคาม

ส่วนที่ 5 : แนวโน้มในการเกิด การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ของท่าน

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในแต่ละข้อต่อไปนี้	เห็นด้วย \longleftrightarrow ไม่เห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
1. ท่านมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรม การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ ในอนาคต					
2. ท่านจะใช้เวลามากขึ้นในการไตร่ตรองก่อนที่จะ แสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์					
3. ท่านจะแนะนำเพื่อนให้ใช้เวลามากขึ้นในการ ไตร่ตรองก่อนที่จะแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์					

4. ท่านมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรม การรังแกบนโลกไซเบอร์ ในอนาคตอย่างไร

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ลงในช่อง _____ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่แน่นอน _____ : _____ : _____ : _____ : _____ แน่นอน
 เป็นไปไม่ได้ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ เป็นไปได้
 ไม่เคยคิดเลย _____ : _____ : _____ : _____ : _____ คิดจะลอง

----- ขอขอบพระคุณทุกท่านในการตอบแบบสอบถามครับ -----

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ – นามสกุล** นายชินดนัย ศิริสมฤทัย
- วันเกิด** เกิดวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2530
- ประวัติการศึกษา** สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2554 ภาควิชา
ออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (SOA+D
International Program) จากมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี
และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ปีการศึกษา 2560
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 18 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... ชินดนัย ศิริสมถทัย..... อยู่บ้านเลขที่ 63/120

ซอย อัสวพิเชษฐ์..... ถนน บรมราชชนนี..... ตำบล/แขวง..... บางระมาด

อำเภอ/เขต..... ดลิ่งชั้น..... จังหวัด..... กทม..... รหัสไปรษณีย์..... 10170

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7600300318

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา..... การสื่อสารเชิงกลยุทธ์..... คณะ..... นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... การรับรู้ ทศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... [Redacted]ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นายชินดนัย ศิริสมฤทัย)

ลงชื่อ..... [Redacted]ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... [Redacted]พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... [Redacted]พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร