บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมในการใช้ แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร" มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม
3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคล

1. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

1.1 ความหมายของเครือข่ายทางสังคมและเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

เครือข่ายทางสังคม คือ ความสัมพันธ์ของบุคคลหนึ่งที่มีต่อคนอื่น ๆ ในสังคม โดยที่บุคคลหนึ่งจะทำความรู้จักและติดต่อกับบุคคลอื่นต่อไปเรื่อย ๆ เป็นทอด ๆ ซึ่งก็อาจจะรู้จักกันโดยตรงตั้งแต่ต้นหรือไม่ก็ได้ เช่น นบมีน้องชื่อเนตร และมีเพื่อนสมัยเรียนมัธยมชื่อ ดาว และเพื่อนที่มหาวิทยาลัยชื่อแพร ส่วนเนตรมีเพื่อนชื่อฟ้า จากที่กล่าวถึงข้างต้นก็ทำให้เกิดความสัมพันธ์กันทางสังคมได้ โดยที่นบจะทำความรู้จักกับฟ้าที่เป็นเพื่อนของเนตร ส่วนเนตรก็จะทำความรู้จักกับดาวและแพรที่เป็นเพื่อนของนบ นอกจากนี้ เนตรยังทำความรู้จักกับเพื่อนของฟ้า และนบก็ยังทำความรู้จักกับเพื่อนของดาวและแพร ส่วนแพรก็ทำความรู้จักกับดาวต่อกันไปเรื่อย ๆ เป็นต้น และจากความสัมพันธ์ดังกล่าว ก็จะเห็นได้ว่าคนกลุ่มนี้ไม่จำเป็นต้องรู้จักกันตั้งแต่แรก แต่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากการทำความรู้จักต่อ ๆ กันไปก็ได้ โดยที่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะมีผลประโยชน์ร่วมกันหรือไม่ก็ได้ นอกจากนี้ เครือข่ายทางสังคมยังอาจจะเกิดจากการที่กลุ่มบุคคลที่สนใจในสิ่งที่เหมือนกันติดต่อสื่อสารกันหรือทำความรู้จักกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องที่ตัวเองสนใจก็ได้ ดังเช่นที่ Liebowitz (2007: 3) ได้กล่าวไว้ว่าเครือข่ายทางสังคม คือ ชุดของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของปัจเจกบุคคล องค์กร หรือใครก็ได้ที่สนใจในสิ่งที่เหมือนกัน

ยิ่งไปกว่านั้น ถ้าหากเราจะมองเครือข่ายทางสังคมให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นนั้น พิสุทธิณี บัวทรัพย์ (2551: 9) ก็ได้อธิบายไว้ว่าเครือข่ายทางสังคมก็เปรียบเหมือนกับรูปภาพของจุดต่าง ๆ ที่มีเส้นหลาย ๆ เส้นโยงมาระหว่างจุดต่าง ๆ เหล่านี้กับจุด ๆ หนึ่งที่เป็นจุดศูนย์กลาง โดยเราจะเปรียบจุดศูนย์กลางให้เป็นบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่าง ๆ โดยรอบก็เป็นตัวแทนของบุคคลอื่นรอบ ๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลาย ๆ เส้นนั้นก็หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมหลาย ๆ ความสัมพันธ์ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีต่อกันและกัน

นอกจากนี้ การที่สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่น ตรงที่ผู้ใช้สามารถส่งข้อมูลทุกประเภทไปมาได้ตลอดเวลาบนเครือข่ายโดยใช้ระยะเวลาอันสั้นโดยไม่จำกัดระยะทาง และผู้ส่งและผู้รับก็สามารถสื่อสารโต้ตอบระหว่างกันได้อย่างทันที ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นลักษณะที่เด่นที่สุดของสื่อนี้ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่เป็นการผสมผสานกันของสื่อหลายแบบ ทั้งตัวอักษร (Text) กราฟฟิกส์ (Graphics) เสียง (Sound) ภาพ (Video) และภาพเคลื่อนไหว (Animation) นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังสามารถใช้สื่อนี้ในการปิดบังตัวตนของตัวเองได้อีกด้วย ซึ่งก็ตรงกับที่ จินดารัตน์ บวรบริหาร (2548: 8-10) ได้กล่าวไว้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารประเภทอื่น โดยข้อมูลทุกประเภทที่สามารถแปลงเป็นข้อมูลแบบดิจิตอลได้จะถูกถ่ายโอนได้ตลอดเวลาบนเครือข่าย โดยที่ใช้ระยะเวลาที่สั้นมากแม้ว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ที่รับส่งข้อมูลกันจะอยู่คนละซีกโลกก็ตาม นอกจากนี้ ผู้ส่งและผู้รับยังสามารถโต้ตอบกันได้อย่างทันที ซึ่งก็ถือว่าเป็นลักษณะที่เด่นที่สุดของอินเทอร์เน็ต ส่วนลักษณะอื่น ๆ ของสื่อนี้ ก็คือการผสมผสานกันของสื่อหลายแบบ (Multimedia) ซึ่งก็เป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างข้อความตัวอักษร (Text) กราฟฟิกส์ (Graphics) เสียง (Sound) ภาพ (Video) และภาพเคลื่อนไหว (Animation) และสื่อนี้ก็ยังมีลักษณะที่ไม่เปิดเผยตัวตนที่แท้จริงของตัวเอง (Anonymity) ซึ่งก็ถือว่าเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของสื่อนี้ เนื่องจากในโลกของอินเทอร์เน็ตนั้น เราไม่สามารถระบุได้ว่าใครเป็นใคร จึงทำให้ผู้ใช้สามารถปิดบังตัวตนที่แท้จริงของตัวเองได้ ทั้งนี้ยังสามารถปรับเปลี่ยนตัวตนของตัวเองได้ตลอดเวลาอีกด้วย

จากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตข้างต้น จึงทำให้สื่อนี้เป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถใช้ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการค้นหาข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งนี้ยังเป็นสื่อที่ผู้ส่งและผู้รับสามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบกันได้ทันที นอกจากนี้ ยังเป็นสื่อที่มีลักษณะของการผสมผสานกันระหว่างสื่อหลายประเภท และเป็นสื่อที่สามารถใช้เพื่อปกปิดตัวตนที่แท้จริงของตัวเองได้ ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่เอื้อประโยชน์

ให้เครือข่ายทางสังคมได้รับการพัฒนาให้ขึ้นมาอยู่บนสื่ออินเทอร์เน็ตในรูปของเว็บไซต์ ซึ่งก็เรียกว่า "เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม" หรือ "Social Networking Sites"

สำหรับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็คือ บริการเว็บไซต์ที่อนุญาตให้คนสร้างโปรไฟล์ภายในระบบ เชื่อมโยงบัญชีรายชื่อของผู้ใช้รายอื่นกับคนที่พวกเขาติดต่อ และเข้าไปดูบัญชีรายชื่อของคนที่เขาติดต่อและบัญชีรายชื่อของคนอื่นในระบบได้ (Boyd และ Ellison, 2007) ตัวอย่างของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ได้แก่ Twitter, My Space, Windows Live Spaces, Facebook, Friendster และ Hi5 เป็นต้น

1.2 ความเป็นมาของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเริ่มเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1997 โดยเว็บไซต์แรกนั้นมีชื่อว่า "SixDegrees.com" ซึ่งก็เป็นเว็บที่อนุญาตให้ผู้ใช้สร้าง profiles และบัญชีรายชื่อเพื่อนได้ (Boyd และ Ellison, 2007) นอกจากนี้ เว็บไซต์นี้ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คนติดต่อและส่งข้อความไปยังผู้อื่นได้ แต่เว็บไซต์นี้ก็ต้องปิดตัวลงในปี ค.ศ. 2000 (A. Weinreich, personal communication, July 11, 2007 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007)

สำหรับในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1997 ถึง ปี ค.ศ. 2001 นั้น ก็ได้เกิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมากขึ้น ได้แก่ เว็บไซต์ LiveJournal ที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1999 ซึ่งก็เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้ใช้รับผู้อื่นเป็นเพื่อนเพื่อติดตามวารสารของพวกเขา นอกจากนี้ ยังมีเว็บไซต์ต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น เว็บไซต์ AsianAvenue และเว็บไซต์ BlackPlanet ที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ 1999 และเว็บไซต์ MiGente ที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2000 ที่ได้อนุญาตให้ผู้ใช้สร้าง profiles ส่วนตัวได้ ทั้งนี้ ผู้ใช้ยังสามารถเจาะจงเพื่อนลงใน profiles ส่วนตัวได้โดยที่ไม่ต้องได้รับการยินยอมจากเพื่อน ๆ (O. Wasow, personal communication, August 16, 2007 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007) นอกเหนือจากนี้ ก็ยังมีเว็บไซต์ชื่อ Cyworld ที่ถูกสร้างตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 และได้กลายมาเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในปี ค.ศ. 2001 (Kim และ Yun อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007) และเว็บไซต์ LunarStorm ที่ได้กลายเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในปี ค.ศ. 2000 โดยในเว็บไซต์จะประกอบไปด้วยบัญชีรายชื่อเพื่อน และไดอะรี (D. Skog, personal communication, September 24, 2007 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007)

ส่วนคลื่นลูกใหม่ของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้เริ่มขึ้นเมื่อเกิดเว็บไซต์ Ryze.com ในปี ค.ศ. 2001 เพื่อช่วยผู้ใช้เกี่ยวกับเรื่องเครือข่ายทางธุรกิจ (A. Scott, personal communication, June 14, 2007 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007) หลังจากนั้น ก็เกิดเว็บไซต์ Friendster ขึ้นในปี ค.ศ. 2002 ซึ่งก็ได้รับการออกแบบให้แข่งกับเว็บไซต์ Match.com ที่เป็นเว็บไซต์หาคู่ (Cohen, 2003 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007)

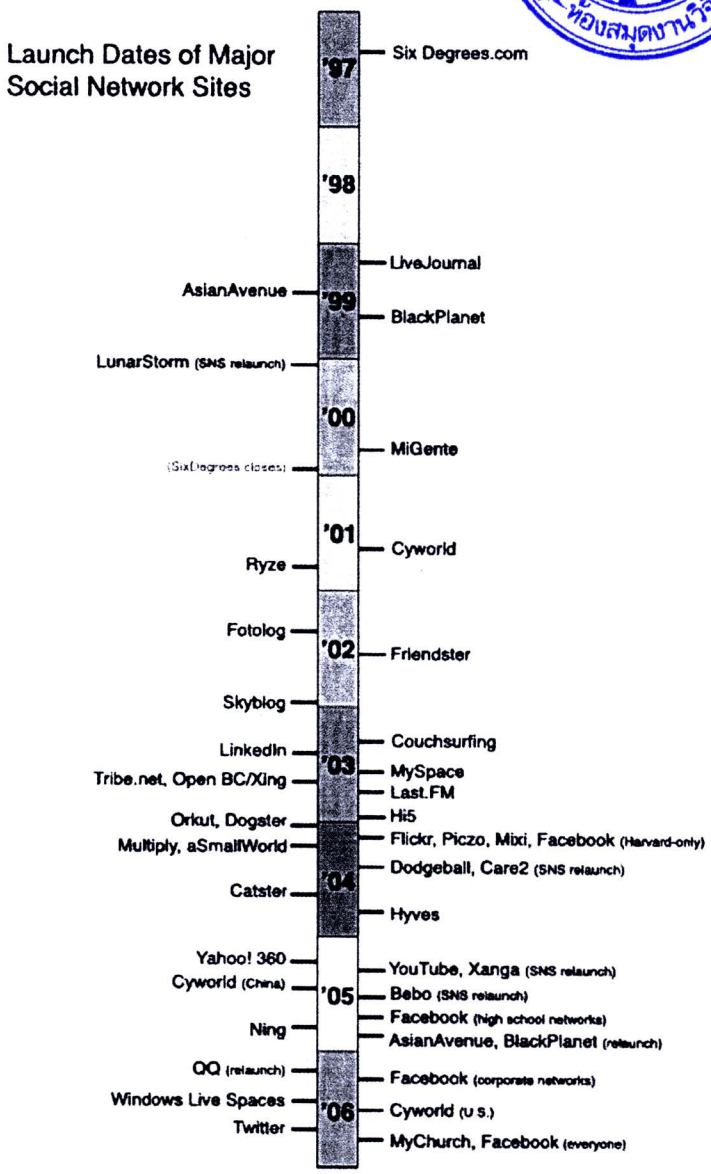
ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2003 เป็นต้นไป ก็ได้เกิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก โดยเว็บไซต์ต่าง ๆ จะเน้นไปที่การแลกเปลี่ยนสื่อในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เช่น เว็บไซต์ Last.FM ซึ่งเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2003 ที่เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับเพลง หรือเว็บไซต์ Flickr ซึ่งเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2004 ที่เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนรูปภาพ หรือเว็บไซต์ YouTube ซึ่งเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2005 ที่เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนคลิปวีดีโอ เป็นต้น (Boyd และ Ellison, 2007) นอกจากนี้ อีกเว็บไซต์หนึ่งที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2003 ก็คือ MySpace โดยเว็บไซต์นี้ถูกตั้งขึ้นเพื่อแข่งกับเว็บไซต์ Friendster, Xanga และ AsianAvenue (T. Anderson, personal communication, August, 2, 2007 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007)

เนื่องจากเว็บไซต์ MySpace เป็นที่นิยมในประเทศสหรัฐอเมริกาและต่างประเทศ จึงส่งผลให้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและแพร่หลายไปทั่วโลก เช่น เว็บไซต์ Orkut ได้เป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมแรกในประเทศบราซิลก่อนที่จะเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็วในประเทศอินเดีย (Madhavan, 2007 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007) ส่วนเว็บไซต์ Mixi ก็เป็นเว็บไซต์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศญี่ปุ่น และเว็บไซต์ Bebo ได้รับความนิยมมากในประเทศสหราชอาณาจักร นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย เป็นต้น (Boyd และ Ellison, 2007)

หลังจากนั้น ก็ได้เกิดเว็บไซต์ Facebook ขึ้นเมื่อต้นปี ค.ศ. 2004 โดยเป็นเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น (Cassidy, 2006 อ้างถึงใน Boyd และ Ellison, 2007) ต่อจากนั้น เมื่อปี ค.ศ. 2005 เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนี้ก็เปิดให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาสามารถเข้าใช้ได้ (Boyd และ Ellison, 2007)

นอกจากเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่กล่าวถึงข้างต้น ก็ยังมีเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมอื่น ๆ เกิดขึ้นอีกมากมาย ดังจะเห็นได้จากรูปภาพที่ 2.1 ด้านล่างนี้

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย



ภาพที่ 2.1: **ลำดับเวลาที่เกิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม** (อ้างใน Boyd และ Ellison, 2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.

1.3 องค์ประกอบของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีองค์ประกอบหลัก ๆ ทั้งหมด 4 ส่วน คือ ส่วนของ profiles ส่วนตัว ส่วนของบัญชีรายชื่อเพื่อน ส่วนของการคอมเม้นท์ และส่วนของบริการต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนรูปภาพ คลิปวิดีโอ เพลง ไดอะรีส่วนตัว และเกมต่าง ๆ เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่ 11 ก.ค. 2555
เลขทะเบียน 248473
เลขเรียกหนังสือ

1.3.1 ส่วนของ profiles ส่วนตัวนั้น ก็เป็นหน้าแรกที่ผู้ใช้เห็นเป็นอันดับแรกเมื่อเข้าไปในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม โดยภายในหน้านี้ก็จะแสดงรูปภาพประจำ profiles และข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเจ้าของ profiles เช่น ชื่อ ที่อยู่ อายุ สถานภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ ใน profiles ยังแสดงให้เห็นบัญชีรายชื่อเพื่อนของเจ้าของ profiles ผ่านรูปภาพประจำ profiles ของพวกเขา ทั้งนี้ ในหน้านี้ยังแสดงเนื้อหาทุกประเภทที่เจ้าของ profiles นำมาใส่ไว้ เช่น รูปภาพต่าง ๆ คลิปวิดีโอ เพลง ไดอะรีส่วนตัว เป็นต้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก่อนที่ผู้ใช้จะเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้น ผู้ใช้ก็ต้องสมัครเข้าใช้เสียก่อน ซึ่งก็ตรงกับที่ Boyd และ Ellison (2007) ได้กล่าวไว้ว่าเมื่อจะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมทุกคนก็ต้องกรอกแบบฟอร์มที่ประกอบด้วยคำถามต่าง ๆ และคำตอบที่เราตอบก็จะไปปรากฏบน profiles เช่น อายุ ที่อยู่ สิ่งที่ตัวเองสนใจ และส่วนที่เรียกว่า "About me" นอกจากนี้ เว็บไซต์ส่วนมากจะสนับสนุนให้ผู้ใช้ใส่รูปประจำ profiles ส่วนบางเว็บไซต์ก็อนุญาตให้ผู้ใช้เพิ่มเนื้อหามัลติมีเดียลงไปหรือตกแต่ง profiles ของตัวเองได้ตามต้องการ

1.3.2 ส่วนของบัญชีรายชื่อเพื่อน ซึ่งก็เป็นส่วนที่สำคัญส่วนหนึ่งของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม โดยในส่วนนี้ก็จะแสดงให้เห็นจำนวนรายชื่อเพื่อนทั้งหมดของเจ้าของ profiles ซึ่งแสดงให้เห็นเฉพาะรูปภาพและชื่อของเจ้าของ profiles เหล่านั้นเท่านั้น โดยผู้ใช้สามารถคลิกเข้าไปดู profiles เหล่านั้นได้ ส่วนตัวที่บอกถึงความสัมพันธ์ในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็จะแตกต่างกัน เช่น "Friends" "Contacts" และ "Fans" (Boyd และ Ellison, 2007)

1.3.3 ส่วนของการคอมเม้นท์ ก็จะเป็นส่วนที่ผู้ใช้สามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ ได้ โดยการทิ้งข้อความต่าง ๆ ลงใน profiles เช่นเดียวกับที่ Boyd และ Ellison (2007) ได้กล่าวไว้ว่าในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมส่วนมากมักจะให้ผู้ใช้ทิ้งข้อความหรือก็คือ "การคอมเม้นท์" ใน profiles ของเพื่อน

1.3.4 ส่วนของบริการต่าง ๆ เช่น การมีพื้นที่ในการเผยแพร่รูปภาพ การมีเกมมากมายให้ผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้เลือกเล่น และการมีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอ เป็นต้น ซึ่งก็เป็นส่วนที่ผู้ใช้สนใจและเลือกที่จะใช้ตามความต้องการของตัวเอง เช่น การใช้ profiles ของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นพื้นที่ในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนรูปภาพ คลิปวิดีโอ เพลง และข้อความต่าง ๆ กับผู้อื่น หรืออาจจะใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อเล่นเกมต่าง ๆ เช่น ในเว็บไซต์ Facebook ก็มีเกมต่าง ๆ ให้ผู้ใช้เลือกเล่นอย่างมากมาย เป็นต้น

1.4 ประเภทของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

จากการที่ในปัจจุบันเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้กลายมาเป็นสื่อออนไลน์หนึ่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (comScore, 2007a, 2007b. อ้างถึงใน Hargittai, 2007) จึงทำให้มีผู้นิยมใช้เว็บไซต์เหล่านี้มากขึ้น ดังนั้น จึงทำให้มีเว็บไซต์ดังกล่าวเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก ซึ่งก็อาจจำแนกได้เป็นประเภทต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานตามแต่ละประเภท โดยจะขึ้นอยู่กับลักษณะของการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ใช้งานและความสนใจในเรื่องเดียวกันของสมาชิกเว็บไซต์ (สุมาวสี ศาลาสุข, 2551: 7-9)

1.4.1 เครือข่ายข้อมูล สารานุกรม และแหล่งความรู้ โดยผู้ใช้งานจะเขียนบทความและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เผยแพร่ผ่านทางผู้ให้บริการเว็บบล็อก เช่น Blogger, Bloggang, Blognone และ Wordpress เป็นต้น ซึ่งในแต่ละบล็อกก็จะมีการจัดระเบียบของข้อมูลแยกเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ ตามความสนใจของผู้ใช้งาน นอกจากนั้น ก็ยังมีเว็บไซต์อื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในฐานะของเว็บสารานุกรมออนไลน์ ได้แก่ Wikipedia, Answers, Google Earth และ Gotoknow เป็นต้น

1.4.2 เครือข่ายทางธุรกิจ โดยเป็นเว็บที่สมาชิกรวมตัวกันเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและอาชีพการงาน เป็นแหล่งเผยแพร่ประวัติ และผลงานของตนเองเพื่อการงานและสร้างเครือข่ายกับเพื่อนร่วมงาน โดยที่มี LinkedIn เป็นเว็บใหญ่ในกลุ่มนี้

1.4.3 เครือข่ายเพื่อน โดยสมาชิกส่วนใหญ่นั้นมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพื่อสร้างเครือข่ายเพื่อนทั้งเก่าและใหม่ เพื่อส่งข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจและทัศนคติซึ่งกันและกัน ซึ่งก็มักจะเน้นการใช้บริการพูดคุยออนไลน์ (Chat) โดยเว็บไซต์สังคมออนไลน์ประเภทนี้ ได้แก่ Hi5, Facebook, Friendster, Myspace, Bangkokspace และ Myfriend

1.4.4 เครือข่ายแพร่ภาพและวิดีโอ หรือเรียกว่าอินเทอร์เน็ตวิดีโอ ซึ่งในปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้เริ่มหันมานิยมการแพร่ภาพและวิดีโอบนสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้คนได้ง่ายและรวดเร็วเช่นเดียวกันกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ และในปัจจุบันก็มีหลายเว็บไซต์ที่ให้บริการในลักษณะของเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตวิดีโอ เช่น Youtube, Imeem, Yahoo Video, Multiply, Thaitube และ Ustream.tv เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

1.4.5 เครือข่ายแลกเปลี่ยนรูปภาพ โดยการฝากรูปออนไลน์บนเว็บที่ให้บริการ ซึ่งก็ทำให้ผู้ใช้งานได้รับความสะดวกเพิ่มมากขึ้นในการจัดเก็บรูปภาพ โดยที่ไม่เปลืองพื้นที่ฮาร์ดดิสก์ในคอมพิวเตอร์ส่วนตัว อีกทั้งยังสามารถแลกเปลี่ยนรูปภาพ ตลอดจนเปิดขายรูปภาพออนไลน์ได้อย่างสะดวก สำหรับเว็บที่ให้บริการแลกเปลี่ยนรูปภาพ ได้แก่ Flickr, Photobucket, Photoshop Express, Zoomr และ Shutterfly เป็นต้น

1.4.6 เครือข่ายซื้อขายสินค้าและประมูลออนไลน์ ส่วนใหญ่เว็บไซต์ที่ให้บริการมักจะเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์หรือรับประมูลสินค้าออนไลน์อยู่ดั้งเดิม และได้พัฒนาต่อยอดในเรื่องของการสร้างชุมชนออนไลน์และการสร้างเครือข่ายผู้ซื้อสินค้าขึ้นภายในเว็บไซต์ เช่น Amazon, eBay, Pramool และ Tarad

1.4.7 เครือข่ายเกมออนไลน์หรือโลกเสมือน ซึ่งก็เป็นเกมที่ผู้เล่นสามารถสร้างโลกเสมือนจริง มีตัวตน ติดต่อสื่อสาร ทำกิจกรรมต่าง ๆ กับผู้อื่นในเครือข่ายเดียวกัน ตัวอย่างของเกมประเภทนี้ คือ Secondlife, DotA, World WarCraft, Gamegum, Pangya และ Ragnarok เป็นต้น

1.4.8 เครือข่ายเว็บสารบัญ (Social Bookmarking) นั้นเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการรวมลิงค์และรวบรวมชื่อเว็บไซต์ที่น่าสนใจจากแหล่งต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ ผู้ใช้สามารถเก็บรายการเว็บไซต์ที่ชื่นชอบหรือเว็บไซต์ที่ต้องการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้งในอนาคต โดยสามารถแบ่งปันรายการเว็บไซต์เหล่านั้นร่วมกับคนอื่น ๆ จากทั่วโลก สำหรับเว็บที่ให้บริการดังกล่าว ได้แก่ dig และ Zickr โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมและให้คะแนน (rating) กับบทความหรือผลงานที่มีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ต่าง ๆ

โดยสรุป การที่ผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในงานวิจัยนี้ ก็ด้วยเหตุผลที่ว่างานวิจัยนี้ตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง "พฤติกรรมในการใช้ แรงจูงใจ และการรับรู้ปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร" และที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่องนี้ก็เพราะว่าในปัจจุบันได้มีผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Ofcom (2008b: 5) เรื่อง "Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use" ที่ได้แสดงให้เห็นว่ามากกว่า 1 ใน 5 ของผู้ใหญ่ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไปที่ใช้

อินเทอร์เน็ต และเกือบครึ่งหนึ่งของเด็กอายุ 8-17 ปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้สร้าง profiles ของตัวเองในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ทั้งนี้ ในปัจจุบันเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็กำลังเป็นที่นิยมในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากที่ ภัทรสินี ภัทรโกศล (2552) ได้กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในสังคมไทย ดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจและน่าทำการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสนใจที่จะสำรวจพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นด้วย เพราะว่าผู้วิจัยต้องการทราบว่าประชากรกลุ่มนี้มีพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์เหล่านี้อย่างไร เนื่องจากมีงานวิจัยเรื่อง "The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites" ของ Ellison, Steinfield และ Lampe (2007) ได้ศึกษาพบว่า 94% ของกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ Facebook และกลุ่มตัวอย่างนี้ก็ได้ใช้เว็บไซต์นี้โดยเฉลี่ยประมาณ 10-30 นาทีในแต่ละวัน และมีเพื่อนใน profiles ประมาณ 150-200 คน จากนั้นยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างจะใช้เว็บไซต์ Facebook ติดต่อกับคนที่รู้จักกันอยู่แล้ว เช่น เพื่อนในชั้นเรียนมากกว่าจะใช้พบเพื่อนใหม่

จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ซึ่งก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกล่าวถึงทฤษฎีนี้เพื่อให้ทราบว่าเครือข่ายทางสังคมและเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมคืออะไรและประกอบไปด้วยอะไรบ้าง และต่อจากนี้ ผู้วิจัยก็จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เพราะว่าผู้วิจัยเชื่อว่าการที่คนทุกคนแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมานั้น ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง และการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็เช่นกัน เพราะการที่ผู้ใช้เลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ก็อาจจะมีจุดประสงค์ที่เหมือนหรือแตกต่างกันไปตามแต่ละคน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพราะเหตุใด ซึ่งก็จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกล่าวถึงทฤษฎีนี้

2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

จากการที่แรงจูงใจนั้น หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตนเองต้องการ ซึ่งก็ใกล้เคียงกับที่ จันทนา จุฑาธวัช (2547: 9) ได้อธิบายว่าแรงจูงใจนั้นหมายถึง องค์ประกอบที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างมี

วัตถุประสงค์ เพื่อต้องการให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองมุ่งหวังไว้ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมนั้น เช่นเดียวกับที่ วลัยลักษณ์ เศขรฤทธิ์ (2539: 24) ได้กล่าวว่า J.Kogan และ E.Havermann (อ้างใน ศหัทยา มีประเทศ, 2534) ได้นิยามแรงจูงใจว่าหมายถึง แรงซึ่งควบคุมพฤติกรรมของคน อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยที่พฤติกรรมของคนจะถูกกำหนดและควบคุมโดยการจูงใจ และการจูงใจเหล่านี้ยังมีลักษณะแตกต่างกันไปสำหรับแต่ละคนอีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าน่าจะนำทฤษฎีนี้มาใช้เพื่อศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เพราะว่าเด็กแต่ละคนน่าจะมีแรงจูงใจในการใช้และไม่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ทั้งเหมือนและแตกต่างกัน

สำหรับแรงจูงใจนั้นก็มี 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในก็เป็นแรงกระตุ้นภายในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยที่ไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก ส่วนแรงจูงใจภายนอกก็เป็นแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก ซึ่งก็อาจจะเป็นรางวัลหรือแรงเสริมต่าง ๆ เช่น คำชม สิ่งของ เป็นต้น เช่นเดียวกับที่ สุรางค์ โค้วตระกูล (2548: 169, 171) ได้กล่าวไว้ว่าแรงจูงใจภายในนั้น หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคลและเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยที่ไม่ได้หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก ส่วนแรงจูงใจภายนอกนั้น หมายถึง แรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลจากภายนอก โดยอาจจะมาจากแรงเสริมชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่คำชมจนถึงการได้รับรางวัลเป็นสิ่งของหรือเงินและตัวแปรต่าง ๆ ที่มาจากบุคคลและลักษณะของเหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ความคาดหวังของผู้อื่น การตั้งเป้าหมายในการทำงาน เป็นต้น ทั้งนี้ แรงจูงใจอาจจะเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกเพียงอย่างเดียว หรืออาจจะเกิดจากทั้งสองอย่างพร้อมกันก็ได้ (วลัยลักษณ์ เศขรฤทธิ์, 2539: 24) และสำหรับในกรณีของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นก็น่าจะเกิดทั้งจากแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ดังจะเห็นได้จากที่งานวิจัย เรื่อง "Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use" ของ Ofcom (2008b: 34, 36, 40) ที่พบว่าคนใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ มากมาย เช่น ใช้สร้าง profiles เพราะเป็นกิจกรรมยามว่างที่สนุกและน่าสนใจ ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคม และใช้ติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ๆ เป็นต้น

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการที่คนเราจะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมหรือไม่นั้น ก็ต้องมีแรงจูงใจ

บางอย่างที่ทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจเลือกที่จะใช้หรือไม่ใช้เช่นกัน โดยผู้ใช้อาจจะมีเหตุผลในการใช้หรือไม่ใช่ที่เหมือนหรือต่างกันก็ได้ และเนื่องจากเราไม่สามารถสังเกตแรงจูงใจได้โดยตรง ดังนั้น จึงต้องอาศัยพฤติกรรมที่สังเกตได้เป็นสิ่งอ้างอิง แต่บางครั้งเราก็อาจจะบอกสาเหตุของพฤติกรรมผิดได้เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ (สุรางค์ โค้วตระกูล, 2548: 153)

2.2.1 พฤติกรรมอย่างเดียวกันอาจเนื่องมาจากสาเหตุต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็เช่นเดียวกัน แม้ว่าผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมจะใช้เว็บไซต์เหล่านี้เหมือนกัน แต่ก็อาจเป็นไปได้ว่าผู้ใช้อาจจะมีแรงจูงใจในการใช้ที่แตกต่างกัน ดังเช่นที่ Ellison, Steinfield และ Lampe (2007) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ใช้เว็บไซต์ Facebook เกือบทุกคนได้รวมชื่อโรงเรียนมัธยมของพวกเขาไว้ใน profiles ด้วย ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ยังคงติดต่อกับเพื่อนชั้นมัธยมอยู่ ซึ่งก็เป็นแรงจูงใจหลักในการใช้เว็บไซต์นี้ ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่าพวกเขาได้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่า ในขณะที่ Dwyer, Hiltz และ Passerini (2007) ได้กล่าวว่าสมาชิกของเว็บไซต์ Facebook สมัครใจที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวกัน และสมาชิกของเว็บไซต์ MySpace บอกว่าใช้เว็บไซต์นี้เพื่อพบกับเพื่อนใหม่อีกด้วย นอกจากนี้ ในงานวิจัยของ Ofcom (2008b: 34-48) เรื่อง "Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use" ก็พบว่าคนใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ มากมาย ดังนี้

2.2.1.1 ใช้สร้าง profiles ซึ่งก็เป็นกิจกรรมยามว่างที่สนุกและน่าสนใจ เช่น การ post รูป เป็นต้น

2.2.1.2 ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคม โดยกิจกรรมที่เป็นที่นิยมก็คือการเข้าไปชมและการรวบรวมเพื่อนใน profiles ทั้งนี้ยังเป็นวิธีที่ง่ายที่จะใช้ติดต่อกับเพื่อนเก่า นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้สร้างความมั่นใจในตนเอง และยังมีการใช้ profiles เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนตัวเองอีกด้วย

2.2.1.3 ใช้ติดต่อสื่อสารกับคนอื่น โดยมีคนบางคนใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในการโกหก และสร้าง profiles ที่ไม่เป็นจริง นอกจากนี้ บางคนก็ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ติดต่อกับคนที่พวกเขาไม่รู้จัก อย่างไรก็ตาม ก็ได้มีการใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อติดต่อกับเพื่อนเก่าด้วย เช่นเดียวกับที่ สุมาวสี ศาลาสุข (2551: 6) ได้กล่าวไว้ว่าวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งในการใช้บริการเว็บไซต์สังคม

ออนไลน์ก็คือใช้ในการค้นหาและติดต่อเพื่อนเก่า รวมถึงหาเพื่อนใหม่ทางสื่อออนไลน์ เนื่องจากระบบของสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ได้เน้นการขยายเครือข่ายเพื่อนและคนรู้จัก เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ทัศนคติ รวมถึงประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งก็ทำให้ผู้ใช้สามารถขยายเครือข่ายเพื่อนเพื่อทำความรู้จักกับบุคคลอื่น ๆ ภายในกลุ่มเดียวกันได้เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับที่ Pew Internet & American Life Project (อ้างถึงใน Ann Light) ได้พบว่า ผู้หญิงมักจะใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นที่แรกที่ใช้เพิ่มความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่า ในขณะที่ ผู้ชายมักจะใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อจีบผู้หญิงหรือค้นหาเพื่อนใหม่

2.2.1.4 ใช้ functions อื่น ๆ ในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เช่น ใช้เว็บไซต์ในการติดตามเรื่องราวของวงดนตรีที่ตนเองชอบ หรืออาจจะเพิ่มส่วนของบริการต่าง ๆ เช่น เกม และควิซ (การเล่นตอบคำถาม) เป็นต้น

2.2.1.5 ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมในการดึงดูดความสนใจในเรื่องประเด็นทางสังคมและการเมือง

2.2.1.6 ใช้เพื่อการโฆษณาและการตลาด ซึ่งก็ตรงกับที่ สุมาวสี ศาลาสุข (2551: 7) ได้กล่าวไว้ว่าวัตถุประสงค์หนึ่งในการใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ก็คือใช้เป็นแหล่งซื้อขายสินค้า เนื่องจากเจ้าของธุรกิจและนักการตลาดทั่วโลกได้หันมาให้ความสนใจกับเครือข่ายสังคมออนไลน์กันเพิ่มมากขึ้น เพราะว่าเป็นสื่อการตลาดรูปแบบใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและสื่อสารกับลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับการโฆษณาผ่านวิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่ออื่น ๆ

ทั้งนี้ สุมาวสี ศาลาสุข (2551: 5-6) ยังได้กล่าวไว้อีกว่าวัตถุประสงค์ของการใช้งานสังคมออนไลน์นั้นมีอยู่มากมาย แต่โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะใช้เพื่อการสร้างเครือข่ายเพื่อนเป็นหลัก สำหรับรูปแบบอื่นของวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์นอกเหนือจากที่กล่าวถึงข้างต้นนั้น มีดังนี้

2.2.1.1 ใช้แสดงความเป็นตัวตน (Self-Extensions) โดยผู้ใช้งานสังคมออนไลน์ส่วนมากต้องการที่จะแสดงตัวตนของตนเองผ่านทางเว็บไซต์ส่วนตัว โดยการเขียนบทความเพื่อ

บอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง แสดงความคิดเห็น โพสต์รูปถ่าย ใส่เพลงหรือคลิปวิดีโอลงในเว็บไซต์ดังกล่าว เพื่อแสดงออกถึงบุคลิกลักษณะของเจ้าของโปรไฟล์

2.2.1.2 ใช้เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ โดยที่มีคนจำนวนหนึ่งที่เข้ากลุ่มสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ตนเองสนใจเป็นพิเศษหรือเพื่อเรียนรู้ในสิ่งใหม่ที่มีความสนใจ

2.2.2 แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจจะเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต่างกัน เช่น นักเรียนที่ต้องการความสนใจและความรักจากครู นักเรียนคนหนึ่งอาจจะมีพฤติกรรมตั้งใจเรียนเพื่อทำคะแนนให้ดี แต่นักเรียนอีกคนหนึ่งอาจจะแสดงพฤติกรรมก่อกวนความสงบของห้องเรียนเพื่อเรียกร้องความสนใจจากครู เป็นต้น

2.2.3 พฤติกรรมอย่างเดียวกันอาจจะเนื่องมาจากแรงจูงใจหลายอย่าง เช่นเดียวกับการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าการที่ผู้ใช้จะใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ก็อาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุรวมกันก็ได้ เช่น ผู้ใช้อาจจะใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่าและเพื่อนใหม่ ในขณะเดียวกันก็อาจจะใช้เพื่อเล่นเกม ดูคลิปวิดีโอ และแลกเปลี่ยนรูปถ่ายกับเพื่อนก็ได้ เป็นต้น ดังเช่นที่ Dwyer, Hiltz และ Passerini (2007) กล่าวไว้ว่า สมาชิกของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้ใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ มากมาย แต่แรงจูงใจหลักของการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ก็คือ การติดต่อสื่อสารและการรักษาความสัมพันธ์ เช่นเดียวกับที่ Martin และ Ronald (2009) ได้กล่าวว่าเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้เสนอความหลากหลายไว้ให้ผู้ใช้ เช่น ใช้เพื่อพบเพื่อนใหม่ ติดต่อทางธุรกิจ และเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นต้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าจากพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของผู้ใช้ก็อาจบอกให้ทราบได้ว่าผู้ใช้นั้นใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อจุดประสงค์ใด เนื่องจากการเลือกเปิดรับสื่อนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและความต้องการในการใช้ประโยชน์เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน (ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร, 2543: 33) เช่นเดียวกับที่ McComb and Becker (1979, อ้างถึงในนภัสสร เดชสุวรรณ, 2550: 31) ได้อธิบายว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อและเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป และด้วยเหตุผลนี้ จึงทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนนั้น ๆ ตอบสนองและสร้างความพอใจแก่ตนเอง สำหรับทิศทางที่บุคคลเลือกที่จะแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูก

แปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 307)

ทั้งนี้ McCombs and Becker (1979: 51-52 อ้างถึงใน ณัฏฐิรา พุทธโอวาท, 2546: 34) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการไว้ดังนี้

2.2.1 ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญ และควรจะเรียนรู้

2.2.2 ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

2.2.3 ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้

2.2.4 ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

2.2.5 ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

2.2.6 ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ซึ่งก็ใกล้เคียงกับที่ Blumler (1974 อ้างถึงใน พรรณพิมล วัฒนะภราดร, 2542: 30) ได้จำแนกชุดตัวแปรของความพึงพอใจ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

2.2.1 เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกหนีงานประจำ และเพื่อพักผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น

2.2.2 มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว

2.2.3 เอกลักษณ์ปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น

2.2.4 เพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance)

อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจนั้นก็มีมากมายหลายประเภท ซึ่งจะเห็นได้จากที่ กาญจนา แก้วเทพ (2541: 310) ได้กล่าวถึงประเภทของแรงจูงใจที่จะใช้สื่อและความพึงพอใจไว้ดังต่อไปนี้

2.2.1 การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่าง ๆ
2.2.2 การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง
2.2.3 การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง
2.2.4 การหาข้อสนับสนุนมาตอกย้ำค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่
2.2.5 การแสวงหาความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเองและผู้อื่น
2.2.6 เพื่อจะได้มีประสบการณ์ในการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนอื่น ๆ
2.2.7 เพื่อจะได้หาความรู้พื้นฐานในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
2.2.8 เพื่อจะหากิจกรรมอื่น ๆ มาทดแทนการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
2.2.9 เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมแบบ “หัวอกเดียวกัน” หรือมี “เพื่อนร่วมทุกข์สุข” กับคนอื่น
2.2.10 เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่น ๆ
2.2.11 เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการ
2.2.12 เพื่อฆ่าเวลา
2.2.13 เพื่อปลดเปลื้องทางอารมณ์
2.2.14 เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเหตุผลที่ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเลือกที่จะใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เพราะผู้วิจัยอยากทราบว่าเด็กกลุ่มนี้มีเหตุผลอะไรบ้างในการเลือกใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ และเด็กกลุ่มนี้มีเหตุผลที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เนื่องจากเด็กแต่ละคนมีความต้องการ ความสนใจ ทั้งยังมีประสบการณ์ พื้นฐานครอบครัว การเลี้ยงดู และลักษณะนิสัยใจคอที่ต่างกัน ดังนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เด็กกลุ่มนี้มีเหตุผลในการใช้หรือไม่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่ต่างกัน

3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

3.1 ข้อดีและข้อเสียของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

การที่เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ดังนั้น จึงทำให้เว็บไซต์เหล่านี้มีทั้งข้อดีที่เป็นประโยชน์และข้อเสียที่เป็นโทษจนอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้ได้ และยิ่งถ้าเด็กเป็นผู้ใช้ก็ยิ่งอาจทำให้ได้รับอันตรายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเด็กอาจจะใช้เว็บไซต์เหล่านี้อย่างไม่รอบคอบและรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งก็อาจทำให้ได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ได้

โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมักจะเห็นว่าเว็บไซต์เหล่านี้ให้ผลดีมากกว่าผลเสีย ดังจะเห็นได้จากที่ ภัทรสินี ภัทรโกศล (2552) พบว่า มากกว่าร้อยละ 92 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการมีส่วนร่วมในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีผลกระทบด้านบวกกับการดำรงชีวิต เช่นเดียวกับที่ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2551,108-109) ได้กล่าวว่าจากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลดีผลเสียของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้เว็บไซต์เหล่านี้มีผลดีมากกว่าผลเสีย คือ ผลดีคิดเป็นร้อยละ 79.3 ส่วนผลเสียคิดเป็นร้อยละ 20.7 โดยผู้ที่ให้ความเห็นว่าการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ก่อให้เกิดผลดีมากกว่าผลเสียนั้นให้เหตุผลว่า สังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนสาระบันเทิงต่าง ๆ รองลงมา ได้แก่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแสดงความเป็นตัวของตัวเองได้อย่างอิสระ มีคนรู้จักเพิ่มมากขึ้นหรือมีเพื่อนใหม่เพิ่มขึ้น และสามารถโฆษณาสินค้าและประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ได้ ส่วนผลเสียของเว็บไซต์เหล่านี้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าการใช้เว็บไซต์ก่อให้เกิดผลเสียนั้น พบว่า ปัญหาอันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุ คือ สังคมออนไลน์ทำให้มีการหลอกลวงและอาชญากรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เพิ่มขึ้น รองลงมาได้แก่ มีแหล่งยั่วยุทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในชีวิตจริงลดน้อยลง และอื่น ๆ ตามลำดับ

นอกจากนี้ ในงานวิจัยของ Ofcom (2008a: 15, 19) เรื่อง "Social Networking Qualitative research report" ยังได้กล่าวถึงข้อดีและข้อเสียของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมไว้เช่นกัน โดยได้กล่าวว่าข้อดีของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ได้แก่ ใช้เป็นกิจกรรมยามว่างที่สนุกและน่าสนใจ อีกทั้งยังเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้ติดต่อกับเพื่อนเก่าได้ ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความมั่นใจในตัวเอง และเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้สร้างความสัมพันธ์ใหม่ เป็นต้น ส่วนข้อเสียของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ได้แก่ ผู้ใช้จะใช้เวลามากกับเว็บไซต์เหล่านี้ อีกทั้งยังอาจใช้ profiles ในการสนับสนุนตัวเอง หรืออาจต้องติดต่อกับเพื่อนเก่าที่ตัวเองไม่ชอบ และคนบางคนยังใช้เว็บไซต์เหล่านี้ในการโกหกคนอื่น เป็นต้น

นอกเหนือจากข้างต้น จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2552) ก็ได้กล่าวว่าเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นเป็นบริการออนไลน์ที่มีประโยชน์ต่อชีวิตมนุษย์หลายด้าน ดังนี้

3.1.1 ด้านสังคม เนื่องจากเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน

3.1.2 ด้านการตลาด โดยจะเห็นได้จากสถิติการใช้สื่อโฆษณาของอเมริกาที่จัดทำขึ้นโดย eMarketer ได้มีการใช้เงินโฆษณาผ่านเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพิ่มมากขึ้นกว่า 100 % จากปี 2006 เทียบกับปี 2007 และมีแนวโน้มที่จะใช้มากขึ้นต่อไปในอนาคต เนื่องจากชาวอเมริกันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับอินเทอร์เน็ตมากกว่าโทรทัศน์หรือวิทยุ และในบางประเทศที่ถูกควบคุมและจำกัดในการโฆษณา เช่น ประเทศจีนและสิงคโปร์ ก็ยังมีการใช้เว็บไซต์เหล่านี้เป็นอีกช่องทางในการโฆษณา นอกจากนี้ เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็ไม่ได้เป็นเพียงแค่เว็บไซต์ที่แลกเปลี่ยนข้อมูลรูปภาพอีกต่อไป แต่ได้มีการพัฒนามาเป็นที่แนะนำสินค้าและสถานที่ที่สามารถซื้อหาได้ และนี่ก็เป็นอีกหนึ่งโอกาสสำหรับนักการตลาดที่สามารถทราบความสนใจและความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

3.1.3 ด้านการเมือง ซึ่งจะเห็นได้จากตัวอย่างการใช้สื่อสมัยใหม่ในการแข่งขันการเลือกตั้งที่มีส่วนทำให้ประธานาธิบดีบารัค โอบามา (Barack Obama) ชนะการเลือกตั้งได้เป็น

ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44 เป็นต้น นอกจากนี้ ก็ยังมีผู้ที่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้เป็นพื้นที่ในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเมืองอีกด้วย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังเห็นว่าเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นมีประโยชน์ต่อมนุษย์ในด้านอารมณ์ความรู้สึกหรือด้านจิตวิทยาอีกด้วย เนื่องจากเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมอาจทำให้ผู้ใช้รู้สึกมั่นใจในตัวเองและนับถือตัวเองมากขึ้นเมื่อได้ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยเรื่อง "The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites" ของ Ellison, Steinfield และ Lampe (2007) ที่พบว่า การใช้ Facebook จะมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ที่มีความนับถือตนเองต่ำ นอกจากนั้น เว็บไซต์เหล่านี้ยังทำให้ผู้ใช้รู้สึกผ่อนคลายจากความเครียดได้อีกด้วย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สนุกและเพลิดเพลิน

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2552) ก็ได้กล่าวว่าเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นก็มีผลเสียต่อชีวิตมนุษย์ได้เช่นกัน เช่น การเสียเวลาเพราะเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย จึงอาจทำให้ผู้ใช้รู้สึกสนุกและเพลิดเพลินจนลืมว่าใช้เวลาอยู่กับเว็บไซต์เหล่านี้เป็นเวลานานแล้ว นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นว่าเว็บไซต์เหล่านี้อาจเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดอาชญากรรมต่าง ๆ ได้ด้วย เช่น การถูกล่อลวงทางเพศ ถูกล่อลวงไปชิงทรัพย์ และถูกข่มขู่คุกคาม เป็นต้น ซึ่งถ้าหากผู้ใช้เป็นเด็กก็ยิ่งน่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง เพราะเด็กอาจจะรู้ไม่เท่าทันเหล่าอาชญากรเหล่านั้น จนอาจทำให้ได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ได้

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมมีทั้งข้อดีและข้อเสียมากมาย และถ้าผู้ใช้ไม่ให้ความสนใจกับเรื่องเหล่านี้ โดยเฉพาะเรื่องของผลเสียจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้แล้ว ก็อาจทำให้ผู้ใช้ได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ได้ และยิ่งถ้าผู้ใช้เป็นเด็กก็อาจจะยิ่งทำให้ได้รับอันตรายเพิ่มขึ้นเป็นหลายเท่า ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาด้วยว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นทราบข้อดีและข้อเสียของเว็บไซต์เหล่านี้บ้างหรือไม่

3.2 ความเป็นส่วนตัวกับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม

ในปัจจุบันผลกระทบทางด้านลบจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือการหลอกลวงและอาชญากรรมผ่านเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่อาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ใช้ละเลยและไม่สนใจถึงความปลอดภัยจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม โดยการให้ข้อมูล

ต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวเองในเว็บไซต์เหล่านี้ เนื่องจากผู้ใช้มักจะใช้เว็บไซต์เหล่านี้อย่างสนุกและเพลิดเพลิน จนทำให้ผู้ใช้ลืมที่จะคำนึงถึงภัยต่าง ๆ ที่อาจแฝงตัวมากับเว็บไซต์เหล่านี้

ทั้งนี้ รวมกับการที่เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถสร้าง profiles เพื่อใส่ข้อมูลส่วนตัวและเนื้อหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวเองได้ จึงทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ชอบที่จะทิ้งข้อมูลส่วนตัวลงในเว็บไซต์ดังกล่าว อีกทั้งการที่เว็บไซต์เหล่านี้เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมของตัวเองให้กว้างขึ้นได้ ดังนั้น จึงทำให้ผู้ใช้ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ติดต่อสื่อสารกับคนทั่วไปทั้งที่รู้จักและไม่รู้จักกันมาก่อน ซึ่งก็ทำให้ข้อมูลต่าง ๆ ในเว็บไซต์เหล่านี้ถูกส่งต่อกันไปเรื่อย ๆ โดยที่ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูลโดยตรง ดังที่ Get Safe Online Report (2007 อ้างถึงใน Ofcom, 2008b: 51) ได้กล่าวว่า 27% ของคนที่มีอายุ 18-24 ปีได้ post ข้อมูลหรือรูปถ่ายของคนอื่นโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต และ 7% ของคนที่ส่งต่อข้อมูลจาก profiles ของคนอื่นโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งก็อาจจะทำให้เกิดประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวขึ้นได้ โดยความเป็นส่วนตัวในที่นี้ก็คือสิทธิที่บุคคลจะเปิดเผยข้อมูลของตนเองต่อบุคคลอื่นเมื่อใดและอย่างไร ซึ่งก็ใกล้เคียงกับที่ Alan F. Westin (อ้างถึงใน สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์,2547: 17) ได้ให้ความหมายของคำว่า "ความเป็นส่วนตัว" ว่าหมายถึง "สิทธิของแต่ละบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรในการตัดสินใจว่าข้อมูลข่าวสารของตนเองนั้นจะถูกเปิดเผยต่อบุคคลอื่น เมื่อใด อย่างไร และมีขอบเขตมากน้อยเพียงใด" (the claim of individuals, groups and institutions to determine for themselves, when, how and to what extent information about them is communicated to others) นอกจากนี้ สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2544: 9) ยังได้ให้ความหมายของคำว่า "ความเป็นส่วนตัว" หรือ "Privacy" ว่าเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่สังคมยุคใหม่เกือบทุกประเทศได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้ส่วนใหญ่กลับไม่ให้ความสนใจกับเรื่องความเป็นส่วนตัว ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Office of Communications [Ofcom] (2008a: 7, 33) เรื่อง "Social Networking Qualitative research report" ที่พบว่าประเด็นเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวไม่ได้ปรากฏขึ้นเป็นความคิดแรก ๆ ของผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมส่วนใหญ่ เนื่องจากเว็บไซต์เหล่านี้สามารถเข้าถึงได้จากที่บ้านและยังเป็นกิจกรรมยามว่าง ทั้งนี้ยังเป็นกิจกรรมที่ใช้ได้ง่ายและสนุกอีกด้วย ดังนั้น จึงทำให้ผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักและละเลยถึงอันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดจากกิจกรรมเหล่านี้ ทั้งนี้ทั้งนั้น ในระหว่างที่มีการพูดคุยกันเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัย

และความเป็นส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างก็ได้กล่าวถึงความเสี่ยงมากมายที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ได้แก่ การให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว การ post รูปถ่ายส่วนตัว เช่น วัยรุ่นหญิง post รูปถ่ายที่ไม่เหมาะสมลงในหน้า profiles เพื่อให้เป็นที่สนใจจากเพศตรงข้าม และผู้สูงอายุกับเด็กบางคนมักนำรูปภาพส่วนตัวของครอบครัวมาแลกเปลี่ยนกัน เนื่องจากคนกลุ่มนี้คิดว่ามีแต่เพื่อนของตัวเองเท่านั้นที่สามารถเข้ามาดูได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการที่ไม่ตั้งให้หน้า profiles เป็นส่วนตัว การเป็นเพื่อนกับคนที่ไม่รู้จักทางออนไลน์ และมีการนัดพบกับคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมส่วนมากก็คิดว่ามีความเสี่ยงจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพียงเล็กน้อย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางคนก็แสดงความสนใจต่อเรื่องความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้มากขึ้นหลังจากที่มีการพูดคุยกันเกี่ยวกับประเด็นนี้ นอกจากนี้ จากงานวิจัยชิ้นนี้ก็ยังพบอีกว่าผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมส่วนใหญ่จะไว้ใจทั้งเว็บไซต์และผู้ที่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ซึ่งก็ทำให้พวกเขาใช้เว็บไซต์เหล่านี้โดยไม่วิตกกังวลอะไรทั้งสิ้น

เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Dwyer, Hiltz และ Passerini (2007) จากงานวิจัยเรื่อง "Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace" ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบถึงกระบวนการรับรู้เรื่องความวิตกกังวลเกี่ยวกับเรื่องความเป็นส่วนตัวและความไว้ใจกันท่ามกลางความสมัครใจที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลและการสร้างความสัมพันธ์ใหม่กับผู้อื่นระหว่างเว็บไซต์ Facebook และเว็บไซต์ MySpace ซึ่งผลการวิจัยพบว่าสมาชิกของทั้ง 2 เว็บไซต์มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับเรื่องความเป็นส่วนตัวในระดับเดียวกัน โดยสมาชิกของเว็บไซต์ Facebook แสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความไว้ใจทั้งตัวเว็บไซต์ Facebook และสมาชิกในเว็บไซต์ นอกจากนี้ พวกเขาก็ยังสมัครใจที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวกันอีกด้วย เช่นเดียวกับที่สมาชิกของ MySpace ได้กล่าวว่าพวกเขาได้ใช้เว็บไซต์นี้ในการพบปะกับเพื่อนใหม่ โดยสรุปแล้วผลจากงานวิจัยนี้ ได้แสดงให้เห็นว่าในการมีปฏิสัมพันธ์กันในสื่อออนไลน์นั้น เรื่องความไว้ใจกันไม่ได้เป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่กับผู้อื่น นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ทางออนไลน์ยังสามารถพัฒนาต่อไปได้ในเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่ที่มีการตระหนักถึงการป้องกันในเรื่องความเป็นส่วนตัวและมีความไว้ใจกันน้อย

ทั้งนี้ จากการที่ผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมน้อยรายที่ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ (Ofcom, 2008a: 34) รวมกับการตั้งค่าต่าง ๆ ในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมทำได้ยาก ดังนั้น จึงทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ให้ความสนใจกับการตั้งค่าให้หน้า profiles เป็นส่วนตัวน้อย ซึ่งก็อาจทำให้ผู้ใช้ต้องเสี่ยงกับอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ได้ ดังจะ

เห็นได้จากงานวิจัยของ Ofcom (2008b: 8) เรื่อง "Social Networking: A quantitative and qualitative research report into attitudes, behaviours and use" ที่ได้กล่าวว่าในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าผู้ใช้ทุกคนแม้แต่คนที่มีความเชี่ยวชาญด้าน ICT ยังพบว่าการตั้งค่าต่าง ๆ ในเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมนั้นทำได้ยาก ส่วนพฤติกรรมความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้หลายประการจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ก็คือ การไม่ตั้งให้หน้า profiles เป็นส่วนตัว โดยที่ 41% ของเด็กที่มีอายุ 8-17 ปีที่มี profiles ได้ตั้งให้ทุกคนสามารถดู profiles ของพวกเขาได้ (Children, young people and online content quantitative research อ้างถึงใน Ofcom, 2008b: 8) นอกจากนี้ ก็ยังมีการให้ข้อมูล รูปถ่าย และเนื้อหาส่วนตัวอื่น ๆ ด้วย ทั้งนี้ ยังมีการ post เนื้อหาต่าง ๆ โดยเฉพาะรูปภาพที่สามารถทำให้ชื่อเสียงเสียหายได้ รวมไปถึงการติดต่อกับคนที่ไม่รู้จักหรือไม่รู้จักดีทางออนไลน์ หรือการยอมรับคนที่ไม่รู้จักเป็นเพื่อน (Ofcom, 2008b: 8)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวนั้นมีความสำคัญต่อความปลอดภัยของผู้ใช้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะถ้าผู้ใช้เป็นเด็กก็อาจทำให้ได้รับอันตรายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเด็กอาจละเลยและไม่คำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของตัวเองในระหว่างที่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ โดยเด็กอาจจะให้ข้อมูลส่วนตัวที่เป็นจริงของตัวเองลงในหน้า profiles ของเว็บไซต์เหล่านี้ ซึ่งก็อาจเป็นภัยต่อตัวเด็กได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นได้ให้ความสนใจความเป็นส่วนตัวในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมบ้างหรือไม่

3.3 การคำนึงถึงความปลอดภัยจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของเด็ก

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีภัยต่าง ๆ มากมายที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ซึ่งก็ทำให้ผู้ใช้บางรายคำนึงถึงความปลอดภัยของตัวเองเมื่อใช้เว็บไซต์เหล่านี้ โดยผู้ใช้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่มีวิธีการรับมือกับภัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับตัวเองได้ ดังจะเห็นได้จากที่ Lenhart and Madden (2006 Pew Foundation) ได้กล่าวว่าวัยรุ่นส่วนมากมีวิธีในการป้องกันตัวเองจากสื่อออนไลน์ ซึ่งก็มีหลายวิธี เช่น การใส่ข้อมูลที่ไม่เป็นจริงลงใน profiles หรือไม่เติมข้อมูลที่ทำให้คนแปลกหน้ารู้ที่อยู่ของตน และอนุญาตให้เพื่อนเข้ามาดูข้อมูลใน profiles ได้เท่านั้น (อ้างถึงใน Ofcom, 2008b: 53) เช่นเดียวกับที่ Pew Internet & American Life Project (อ้างถึงใน Ann Light) ได้พบว่า 66% ของวัยรุ่นที่มี profiles กล่าวว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดไม่สามารถเข้าไปดู profiles ของพวกเขาได้ ซึ่งก็ใกล้เคียงกับที่ ภัทรสินี ภัทรโกศล (2552) ได้พบว่า มีคนเป็นจำนวน

น้อยมากที่กังวลเกี่ยวกับเรื่องความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของตัวเอง เพราะว่าผู้ใช้ส่วนมากไม่ตั้งใจที่จะใส่ข้อมูลที่เป็นจริงลงในอินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้ทั้งนั้น นอกจากผู้ใช้ที่เป็นเด็กจะปกป้องตัวเองจากบุคคลแปลกหน้าแล้ว พวกเขาก็ยังคอยระวังตัวจากผู้ปกครองอีกด้วย ดังเช่นที่ Boyd (2007 อ้างถึงใน Ofcom, 2008b: 53) ได้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นมีวิธีมากมายที่จะปกป้องตัวเองจากผู้ปกครอง เช่น การกรอกข้อมูลที่ไม่เป็นจริง การตั้งอนุญาตให้เพื่อนเข้า profiles ได้เท่านั้น และสร้าง profiles ใหม่สำหรับเนื้อหาที่ไม่ต้องการให้ผู้ปกครองทราบ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม Ofcom (2008b: 54) ก็พบว่ามีผู้ใช้เพียงน้อยรายเท่านั้นที่ทราบว่าข้อมูลส่วนตัวของพวกเขาสามารถถูกขโมยและตกไปอยู่ในมือของอาชญากรได้ ซึ่งก็ทำให้คนร้ายสามารถนำข้อมูลไปสร้าง profiles และปลอมตัวเป็นคนเหล่านั้นได้ ทั้งนี้ ผู้ใช้บางคนรู้สึกว่าวิธีหนึ่งที่จะจัดการกับสถานการณ์เช่นนี้ได้ก็คือการ post ข้อมูลเพียงเล็กน้อยหรือข้อมูลที่ไม่เป็นจริงลงใน profiles

จากที่กล่าวมาข้างต้น รวมกับที่ ดวงกมล ชาติประเสริฐ (2552) ได้พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารมั่นใจระบบความปลอดภัยของโปรแกรมสนทนา เว็บไซต์เครือข่ายสังคม และกระดานสนทนาในระดับปานกลางค่อนไปทางน้อย โดยผู้ที่มีอายุน้อยจะมีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยต่าง ๆ มากกว่าผู้ที่มีอายุมาก นอกจากนี้ ผู้ใช้ส่วนใหญ่ได้ตระหนักถึงวัตถุประสงค์แอบแฝงต่าง ๆ ของการใช้โปรแกรมการสื่อสาร แต่ระบุถึงผลกระทบในด้านความปลอดภัยน้อยกว่าผลกระทบด้านสุขภาพ เช่นเดียวกับที่ นันทิกร ไทยเจริญ (2551) ได้พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมักจะมองข้ามความปลอดภัย กล้าเสี่ยง และรู้ไม่เท่าทัน หรือบางครั้งอาจโพสต์รูป ข้อความคำพูดที่ไม่เหมาะสมและเป็นภัยแก่ตนเอง ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาด้วยว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นได้คำนึงถึงความปลอดภัยจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้บ้างหรือไม่

3.4 ความสนใจของผู้ปกครองต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของเด็ก

การที่เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ และรัฐบาลรู้สึกกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้กับวัยรุ่น (Pew

Internet & American Life Project อ้างถึงใน Ann Light) เนื่องจากเว็บไซต์เหล่านี้กำลังเปิดโอกาสให้เหล่าอาชญากรที่ล่วงละเมิดทางเพศต่อเด็กและเยาวชนได้เข้ามาใช้เป็นช่องทางในการ "ล่าเหยื่อ" โดยอาศัยความอยากรู้อยากเห็น ความเหงา เงิน และแรงกระตุ้นทางเพศเป็นสิ่งล่อลวงเด็กให้ไปติดกับ ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ปกครองต้องคอยสังเกตพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ของลูกหลาน รวมทั้งรู้เท่าทันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ลูกหลานตกเป็นเหยื่อ หรือเป็นการช่วยเด็กที่กำลังตกเป็นเหยื่อให้หลุดพ้นจากสิ่งเลวร้ายเหล่านั้น ทั้งนี้ เราอาจสังเกตพฤติกรรมของเด็กที่กำลังตกเป็นเหยื่อ ได้ดังนี้ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2550: 10-11)

3.4.1 ลูกใช้เวลาเล่นอินเทอร์เน็ตมากเกินไป โดยเฉพาะช่วงเย็นไปจนถึงดึก

3.4.2 พบว่าลูกดาวน์โหลดเก็บภาพลามกไว้ในคอมพิวเตอร์ ซึ่งตามปกตินั้นกลุ่มนักล่าจะค่อย ๆ ส่งภาพวิดีโอลามกมาให้เหยื่อดูไปเรื่อย ๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยและใช้เป็นเครื่องมือเปิดการพูดคุยเรื่องเพศกับเหยื่อ

3.4.3 ลูกของคุณรับโทรศัพท์จากผู้ชายที่คุณไม่เคยรู้จักมาก่อนหรือลูกโทรทางไกลไปยังหมายเลขที่คุณไม่รู้จัก

3.4.4 มีคนลึกลับส่งของขวัญ จดหมาย หรือพัสดุมาให้ลูก

3.4.5 ลูก ๆ มักปิดหน้าจอคอมพิวเตอร์ หรือรีบเปลี่ยนหน้าจอทันทีที่คุณเดินเข้ามาในห้อง

3.4.6 เด็กจะห่างเหินจากกิจกรรมของครอบครัว เพราะผู้กระทำความผิดจะพยายามทุกวิถีทางให้เด็กแยกตัวจากพ่อแม่ และถ้าบางครั้งเด็กถูกกระทำชำเราไปแล้วจะยิ่งเก็บตัวอย่างผิดสังเกต

3.4.7 ลูกมีที่อยู่อีเมล์หลายชื่อ เช่น เล่นที่บ้านชื่อหนึ่ง แต่ไปเล่นตามร้านอินเทอร์เน็ต ที่โรงเรียน และบ้านเพื่อนอีกชื่อหนึ่ง เป็นต้น

ดังนั้น ก่อนที่เด็กจะตกเป็นเหยื่อของคนร้าย ผู้ปกครองก็ควรให้ความสนใจและใส่ใจกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของลูกหลานอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เด็กต้องตกเป็นเหยื่อ สำหรับสาเหตุที่ทำให้เด็กได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมก็มีอยู่มากมาย ดังจะเห็นได้จากที่ Ofcom (2008a:8) ได้กล่าวว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่เป็นเด็กต้องพบกับความเสี่ยง ก็คือเด็กวัยรุ่นรู้สึกว่าไม่มีใครมาทำอันตรายพวกเขาได้ ซึ่งก็ทำให้เด็กละเลยที่จะดูแลความปลอดภัยของตัวเอง จนอาจทำให้ได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ได้ ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ปกครองต้องให้ความสนใจและ

ดูแลพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ของลูกหลานอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันไม่ให้สิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นกับเด็ก ดังที่ Byron Review (อ้างถึงใน Ofcom, 2008b: 52) กล่าวว่าผู้ปกครองมีแนวโน้มที่จะประเมินว่าทุกคนสามารถเข้ามาดู profiles ของลูก ๆ ได้หรือไม่ โดย 30% ของผู้ปกครองคิดว่าทุกคนสามารถเข้ามาดู profiles ของลูก ๆ ได้ และอีก 16% ของผู้ปกครองไม่ทราบสถานะการเข้าชม profiles ของลูก ในขณะที่ 41% ของเด็กกล่าวว่าทุกคนสามารถเข้ามาดู profiles ของพวกเขาได้ ทั้งนี้ในงานวิจัยของ Ofcom (2008b: 6) ยังได้แสดงให้เห็นอีกว่า 2 ใน 3 ของผู้ปกครองได้กล่าวว่าจะตั้งกฎเรื่องการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของลูก ๆ แต่มีเพียงแค่ 53% ของเด็กเท่านั้นที่บอกว่าผู้ปกครองตั้งกฎดังกล่าว

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาว่าผู้ปกครองได้ให้ความสนใจกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของบุตรหลานบ้างหรือไม่ เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าเรื่องเหล่านี้มีความสำคัญต่อความปลอดภัยของเด็กที่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้เป็นอย่างมาก และจากการที่ผู้ปกครองเข้ามาให้ความสนใจกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของเด็ก ๆ อย่างใกล้ชิด ก็อาจทำให้เด็ก ๆ รู้สึกรำคาญและอึดอัดใจจนคิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคอย่างหนึ่งในการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ทำให้เป็นสาเหตุให้ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ไม่สะดวก และนี่ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา โดยผู้วิจัยจะศึกษาว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นพบปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างที่ทำให้ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมได้ไม่สะดวก ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าอาจมีปัญหาต่าง ๆ มากมายที่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ก็ได้

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น

4.1 ความต้องการของเด็กวัยรุ่น

มนุษย์มีความต้องการตามธรรมชาติ ซึ่งถ้าได้บรรลุความต้องการตามความตั้งใจก็จะเกิดความเชื่อมั่นในตัวเอง และพยายามที่จะทำประโยชน์ต่อไป เพราะความต้องการเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมแห่งการกระทำ ความต้องการแบ่งออกเป็นส่วนใหญ่ ๆ ได้ 2 ประการ ดังนี้ (สุชา จันทน์เอม และ สุรางค์ จันทน์เอม, 2521)

4.1.1 ความต้องการของแต่ละบุคคล (Individual Needs) เป็นความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะเหมือนหรือต่างกันก็ได้ ความต้องการประเภทนี้มีอยู่ประจำตัวทุกคน และแบ่งออกได้ 2 อย่าง คือ

4.1.1.1 ความต้องการทางอินทรีย์ คือ ความต้องการปัจจัยสี่ และพอใจในการสัมผัส เช่น ต้องการให้ลักษณะท่าทางสง่างาม ต้องการให้ร่างกายแข็งแรง ต้องการพักผ่อน ต้องการอาหาร เป็นต้น

4.1.1.2 ความต้องการที่จะสร้างบุคลิกภาพ คือ ความต้องการภายในรวมทั้งอารมณ์สังคม ได้แก่

- ความต้องการที่จะรักและให้คนอื่นรักตน
- ความต้องการความปลอดภัย
- ความต้องการมีส่วนร่วม หรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
- ต้องการสัมฤทธิผลหรือต้องการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของตน
- ต้องการรู้สิ่งต่าง ๆ เพื่อเกิดสติปัญญา อันจะเป็นแนวทางในการเรียนรู้ และเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง
- ต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่อยู่ปกติให้เป็นสภาพใหม่ ความสนใจใหม่ ประสบการณ์ใหม่ เพื่อทำให้เกิดผลดียิ่งขึ้น
- ต้องการที่จะรับความพึงพอใจในความสวยงาม ซึ่งทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ความพอใจในทางความสุข เพื่อเป็นอาหารของใจ

4.1.2 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) ได้แก่ ความปลอดภัยทางเศรษฐกิจ การนับหน้าถือตา ความนิยมชมชื่น ความเป็นมิตรต่อกัน และความต้องการในการบูรณาการ อันเป็นความต้องการที่เป็นความสุขของชีวิตตามอุดมคติ

ความต้องการของวัยรุ่นมักจะขึ้นอยู่กับค่านิยมที่แต่ละคนยึดถือ และส่วนใหญ่ก็มักจะยึดถือค่านิยมในกลุ่มที่ตนเข้าร่วมด้วย กลุ่มจะมีอิทธิพลมากต่อความต้องการของวัยรุ่น ดังนั้น ความต้องการที่เป็นจริงก็คือความต้องการของตนเองบวกกับความต้องการของสังคม สำหรับความต้องการของวัยรุ่นก็จะประกอบไปด้วย ความต้องการความรัก ความต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความต้องการเป็นอิสระ ความต้องการได้รับการยกย่อง ความต้องการมีชื่อเสียง ความมีอุดมคติสูง ความที่มีความสนใจในเรื่องเพศและเพื่อนต่างเพศ ความต้องการการรวมกลุ่ม ความต้องการการยอมรับจากผู้ใหญ่ ความต้องการแบบอย่างที่ดี ความต้องการความ

ปลอดภัยและความมั่นคง ความต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ความรู้สึกรุนแรง ความต้องการมีอนาคต และความต้องการมีความสำเร็จ (สุพัตรา สุภาพ, 2539)

นอกจากนี้ จากความคิดเห็นของนักการศึกษาและนักจิตวิทยาหลายท่าน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาศึกษาศาสตร์ (2534 อ้างถึงใน โสภัณฑ์ นุชนาถ, 2542) ยังได้กล่าวไว้อีกว่าเด็กวัยรุ่นต้องการรู้จักและเอาใจใส่ต่อรูปลักษณ์ของตน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ต้องการอาหารและการพักผ่อนอย่างเพียงพอเพื่อความสมบูรณ์ของสุขภาพอนามัย ต้องการมีพวก มีเพื่อนที่สามารถเข้าใจความรู้สึกนึกคิดจริงใจ และร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันได้ ต้องการพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผลและสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างถูกต้อง รวมถึงต้องการความยุติธรรมและความเสมอภาคอีกด้วย

4.2 ความสนใจของวัยรุ่น

เรื่องความสนใจเป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่ง ในสมัยเป็นเด็ก เด็กจะมีความสนใจที่หลากหลายมาก แต่พอเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ก็จะแคบลง เรื่องราวที่เด็กวัยนี้สนใจมีดังต่อไปนี้ (สุโท เจริญสุข, 2520)

4.2.1 ความสนใจในการเลือกอาชีพ
4.2.2 ความสนใจในการคบเพื่อนต่างเพศและเพศเดียวกัน
4.2.3 ความสนใจในการศึกษาเล่าเรียน
4.2.4 ความสนใจในการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
4.2.5 ความสนใจในการเล่นกีฬา และการทำงานมีมากขึ้น
4.2.6 ความสนใจอยากทดลองค้นคว้าหาเหตุผลโดยตนเอง
4.2.7 ความสนใจในการสร้างอนาคตมีครอบครัวปกครองตนเอง

4.3 พัฒนาการด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่น

พัฒนาการของวัยรุ่นมีหลายด้าน ดังต่อไปนี้ (สุชา จันทน์เอม, 2543)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

4.3.1 พัฒนาการทางอารมณ์ (Emotional Development)

เนื่องจากเด็กวัยนี้มีการเปลี่ยนแปลงทางกายอย่างรวดเร็ว จึงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ของเด็กด้วย เด็กวัยนี้มีความหงุดหงิด กังวล ซึ่งก็มาจากการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่เกิดขึ้น เด็กวัยนี้จะสามารถรักษาอารมณ์ไว้ได้ดีพอสมควร คือ ไม่โกรธง่ายและหายเร็ว เวลาโกรธก็จะหาทางออกโดยใช้เสียงแต่ไม่มีพฤติกรรมแบบต่อสู้ นอกจากนี้เด็กวัยนี้จะระมัดระวังไม่ทำให้ผู้อื่นกระทบกระเทือนใจ สิ่งที่เด็กวัยนี้กลัวที่สุด คือ การไม่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม เด็กจะไม่ต้องการเด่นกว่าหรือด้อยกว่าเพื่อนฝูง ชอบการยกย่องแต่ไม่ชอบเปรียบเทียบ ต้องการความอบอุ่นมั่นคงในหมู่คณะและครอบครัว เปลี่ยนความรู้สึกเร็วและง่าย ในขณะที่บางครั้งก็ทำตัวเป็นผู้ใหญ่ แต่บางครั้งก็ทำตัวเป็นเด็ก

เด็กวัยนี้จึงมีการขัดแย้งทางด้านอารมณ์จนบางครั้งเด็กเกิดปัญหา ครอบครัวกับสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญมาก เด็กที่ถูกทอดทิ้งที่บ้านและโรงเรียนจะเป็นเด็กที่ไม่มีความสุข กลายเป็นเด็กเงียบขรึม หรือไม่ก็มีพฤติกรรมขัดขืนไม่เกรงกลัวใคร ความเครียดที่เด็กได้รับจากทางบ้านอาจน้อยลงหรือหายไปได้ ถ้าความสัมพันธ์ระหว่างเขากับเพื่อนและครูเป็นไปด้วยดี ดังนั้นผู้ปกครองและครูที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเด็กวัยนี้ควรเอาใจใส่เรื่องอารมณ์ รวมถึงอธิบายและให้คำแนะนำที่ถูกต้องเมื่อเด็กต้องการ เพื่อช่วยให้พัฒนาการทางอารมณ์ของเด็กเป็นไปอย่างเหมาะสม

4.3.2 พัฒนาการทางสังคม (Social Development)

เด็กวัยนี้จะปลีกตัวออกจากบุคคลในครอบครัว และจะชอบอยู่ในหมู่เพื่อนและมีความเห็นว่าหมู่คณะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเขามาก จึงมีการแต่งตัว พูดจา และนิยมสิ่งต่าง ๆ เหมือนเพื่อน การที่เด็กมีความสุขความพอใจกับกลุ่มเพื่อนของตน ถ้ามากเกินไปอาจจะทำให้เด็กละเลยหน้าที่ของตนได้ เด็กวัยนี้จะเริ่มหัดเป็นตัวของตัวเอง ชอบตัดสินใจเอง ไม่ชอบให้ผู้ใหญ่เข้ามายุ่งเกี่ยวในเรื่องส่วนตัว ชอบความเป็นอิสระ และมักเชื่อความคิดของตนเอง เด็กจะเริ่มสนใจเพื่อนต่างเพศ ลักษณะการคบเพื่อนยังไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนเพื่อนอยู่เสมอ ระยะนี้เด็กจะค่อย ๆ พึ่งตัวเองทีละน้อยเพื่อเตรียมพึ่งตัวเองเมื่อเป็นผู้ใหญ่

4.3.3 พัฒนาการทางสติปัญญา (Intellectual Development)

สติปัญญาของเด็กวัยนี้เห็นได้จากความสามารถในการใช้เหตุผล เข้าใจความหมายของคำพูดได้ถูกต้อง สามารถใช้คำจำกัดความแก่คำที่เป็นนามธรรมได้ สามารถมองเห็นความสัมพันธ์

ของสิ่งต่าง ๆ ได้มากขึ้น ความจำพัฒนาขึ้น เด็กวัยนี้จะสนใจการเล่นทายปัญหามากที่สุด เด็กที่สมองช้าจะไม่มีสมาธิในการทำงาน ในขณะที่เด็กฉลาดจะมีความสามารถในการใช้คำพูดที่เป็นนามธรรมได้ เด็กวัยนี้จะมีความสนใจสิ่งต่าง ๆ ได้มากขึ้น เริ่มฟังเหตุผลของผู้ใหญ่และต้องการให้ผู้ใหญ่รับฟังเหตุผลของตนเองบ้าง มีความสามารถที่จะคิดโครงการและสามารถดำเนินการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเองได้โดยไม่ต้องอาศัยการนำทางของผู้ใหญ่ การตัดสินใจจะอาศัยประสบการณ์และคิดอย่างไตร่ตรอง นอกจากนี้ เด็กวัยนี้ยังมีความอยากรู้อยากเห็น มีความกระตือรือร้น รู้จักใช้เหตุผล รักษาความลับได้ และรักษาสัญญาที่ให้ไว้

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Intrapersonal Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างน้อยสองคนหรือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็ก ๆ ก็ได้ แต่มีข้อแม้ว่าบุคคลในกลุ่มทุกคนสามารถร่วมมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยทั่วไปการสื่อสารระหว่างบุคคลมักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า และเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ดังนั้น คู่สื่อสารจึงสามารถแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับต่อกันได้ในระหว่างทำการสื่อสาร (บุษบา สุธีธร, 2542) นอกจากนี้ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549) ยังได้กล่าวอีกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกิจกรรมระหว่างบุคคลสองฝ่ายเพื่อผลอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติคู่สื่อสารมักสามารถแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับต่อกันได้ในระหว่างสื่อสาร สำหรับกิจกรรมที่บุคคลสองคนหรือระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็ก ๆ ดำเนินไปร่วมกัน คือ การแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อการรับรู้ความหมายร่วมกัน ลักษณะการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลสองฝ่ายจึงมีลักษณะแบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังนี้ (บุษบา สุธีธร, 2542)

5.1 การสื่อสารซึ่งหน้า (Face-to-Face Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งและผู้รับเห็นหน้ากัน และมีปฏิกิริยาป้อนกลับเข้ามาในกระบวนการสื่อสารได้ทันที คู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายจึงสามารถปรับการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ จากการศึกษาปฏิกิริยาป้อนกลับของกันและกันได้โดยตรง

5.2 การสื่อสารแบบผ่านสื่อ (Interpose Communication) เป็นการสื่อสารโดยอาศัยสื่อที่มีช่องทางให้ส่งหรือรับข่าวสารได้ไม่เกินครั้งละสองคน เช่น การพูดโทรศัพท์ การเขียนจดหมายส่วนตัวถึงกันและกัน การสื่อสารกันผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เป็นต้น

ดังนั้น แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้าหรือแบบผ่านสื่อ คู่สื่อสารก็สามารถแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับแก่กันและกันได้อย่างสะดวก

นิยามศัพท์

- **แรงจูงใจในการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม** หมายถึง แรงที่มากระตุ้นหรือผลักดันให้คนเลือกใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง เช่น ใช้เพราะต้องการรู้ข่าวสารต่าง ๆ ในปัจจุบัน ใช้เพราะต้องการมีส่วนร่วมในกลุ่มเพื่อน ใช้เพราะอยากผ่อนคลายจากความเครียด ใช้เพราะต้องการหลีกหนีจากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตจริง เป็นต้น

- **เหตุผลที่ไม่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม** หมายถึง สาเหตุที่ทำให้คนเลือกที่จะไม่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เช่น ไม่รู้จักเว็บไซต์เหล่านี้ก็เลยไม่ใช้ เคยใช้แล้วรู้สึกไม่ชอบก็เลยไม่ใช้ ไม่อยากให้คนอื่นรู้เรื่องส่วนตัวของตัวเองก็เลยไม่ใช้ คิดว่าทำให้เสียเวลามาก โดยเปล่าประโยชน์ก็เลยไม่ใช้ เป็นต้น

- **ข้อดีและข้อเสียของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม** หมายถึง ประโยชน์และโทษของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่ผู้ใช้ตระหนักถึงหลังจากที่ใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม สำหรับข้อดีของเว็บไซต์เหล่านี้ ได้แก่ สามารถใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่า สามารถใช้เป็นกิจกรรมยามว่าง และใช้ค้นหาข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ได้ เป็นต้น ส่วนข้อเสียของเว็บไซต์เหล่านี้ ได้แก่ อาจทำให้ผู้ใช้ได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ได้ ทำให้พูดคุยกับคนรอบข้างได้น้อยลง ทำให้เสียการเรียน และอาจต้องติดต่อกับคนที่ไม่อยากติดต่อด้วย เป็นต้น

- **ปัญหาหรืออุปสรรคระหว่างการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม** หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามาขัดจังหวะระหว่างที่ผู้ใช้กำลังใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เช่น การที่ผู้ปกครองเข้ามาถามว่ากำลังทำอะไร พูดคุยกับใคร และคุยกันเรื่องอะไรบ้าง ทั้งนี้ก็รวมไปถึงการขัดข้องทางระบบและเทคโนโลยีด้วย เช่น ในขณะที่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้อยู่ หน้าจอก็ค้างหรือเกมอาจกระตุกขณะที่เล่นอยู่ เป็นต้น นอกจากนี้ ก็ยังรวมถึงมาตรการต่าง ๆ ที่ผู้ปกครองใช้ในการควบคุมพฤติกรรมในการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ของบุตรหลานด้วย เช่น การที่ผู้ปกครองกำหนดระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ เป็นต้น

- **การคำนึงถึงความปลอดภัยจากการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม** หมายถึง การที่ผู้ใช้ให้ความสนใจกับความปลอดภัยและภัยอันตรายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวเองได้เมื่อใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม เช่น การที่ผู้ใช้กลัวที่จะได้รับอันตรายจากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ เป็นต้น ซึ่งรวมถึงการที่ผู้ใช้มีวิธีในการป้องกันตัวเองจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ เช่น การใส่ข้อมูลส่วนตัวเพียงบางส่วนลงใน profiles การใส่ข้อมูลส่วนตัวที่ไม่เป็นจริงลงใน profiles และการไม่ใส่ข้อมูลที่ทำให้ผู้อื่นทราบที่อยู่และติดต่อตัวเองได้ลงใน profiles เป็นต้น

- **ความสนใจต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของบุตรหลาน** หมายถึง การที่ผู้ปกครองให้ความสนใจกับพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมของบุตรหลาน เช่น สนใจว่าบุตรหลานใช้เว็บไซต์เหล่านี้ในช่วงเวลาไหน บ่อยไหม นานแค่ไหน ติดต่อกับใครบ้าง และพูดคุยกันเรื่องอะไร เป็นต้น ซึ่งก็รวมถึงการที่ผู้ปกครองมีมาตรการในการควบคุมพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ของบุตรหลาน เช่น การกำหนดระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์เหล่านี้ และนั่งอยู่ข้าง ๆ เวลาที่ใช้เว็บไซต์เหล่านี้ เป็นต้น