บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ลักษณะ แรงจูงใจของผู้ส่ง และผลกระทบของอีเมลส่งต่อ" ประกอบด้วยการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (qualitative research) และปริมาณ (quantitative research) โดยแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ออกเป็น 2 วิธี ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม (questionaire) ในรูปแบบของ paper-based survey

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อ 1 ว่า "อีเมลส่งต่อมีลักษณะอย่างไร"

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะของอีเมลส่งต่อประเภทต่างๆ ได้แก่

1. ชื่อของอีเมลส่งต่อ
2. เนื้อหาของอีเมลส่งต่อ
3. ความสอดคล้องระหว่างชื่อกับเนื้อหาอีเมลส่งต่อ
4. จุดเด่นของเนื้อหา
5. วัตถุประสงค์ในการส่ง
6. รูปแบบข้อมูลอีเมลส่งต่อ
7. ข้อความระบุให้ส่งต่อ
8. ระดับภาษา
9. ความไม่เหมาะสมของเนื้อหา
10. ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา

ประชากรในการศึกษา

อีเมลส่งต่อที่มีการรับส่งในระบบรับส่งอีเมลตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2550 ซึ่งเป็นวันที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์มีผลบังคับใช้เป็นต้นมา จนถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2553

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีสุ่มเก็บข้อมูลอีเมลส่งต่อที่เข้ามาสู่อีเมลแอดเดรสของผู้ใช้ระบบรับส่งอีเมล 3 คน เนื่องจากการเลือกใช้สื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้สื่อ เพราะฉะนั้นอีเมลส่งต่อเองก็มีผลต่อความต้องการรับข้อมูลเช่นกัน จึงจำเป็นต้องสุ่มอีเมลส่งต่อจากผู้รับส่งอีเมลมากกว่า 1 คนเพื่อให้ได้อีเมลส่งต่อที่หลากหลายและครอบคลุม และเลือกสุ่มจากอีเมลส่งต่อของผู้ใช้อีเมล 5 คน แบ่งเป็นวัยประถม (อายุ 11 – 13 ปี) วัยมัธยม (อายุ 14 – 18 ปี) วัยอุดมศึกษา (อายุ 19 - 22 ปี) วัยทำงานตอนต้น (อายุ 23 – 39 ปี) วัยทำงานตอนปลาย (อายุ 40 - 50 ปี) ช่วงวัยละ 1 คน สาเหตุที่แบ่งเป็น 5 ช่วง 5 คน เช่นนี้ เพื่อให้ได้ภาพอีเมลส่งต่อที่เป็นจริงมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) เกี่ยวกับลักษณะของอีเมลส่งต่อและข้อมูลในอีเมลส่งต่อ โดยแบ่งเป็น 9 ตารางด้วยกัน ได้แก่

1. ชื่อของอีเมลส่งต่อ เป็นการระบุชื่ออีเมลส่งต่อลงไป
2. เนื้อหาของอีเมลส่งต่อ เป็นการระบุว่าเนื้อหาอีเมลส่งต่อเกี่ยวกับเรื่องอะไร
3. วัตถุประสงค์ในการส่ง เป็นการระบุวัตถุประสงค์ของเนื้อหาว่าเขียนเพื่ออะไร
4. ชนิดข้อมูลของอีเมลส่งต่อ เป็นการระบุชนิดไฟล์ข้อมูลที่เป็นเนื้อหาของอีเมลส่งต่อ
5. ข้อความระบุให้ส่งต่อ เป็นการระบุว่ามีข้อความระบุให้ส่งต่อหรือไม่ และถ้ามีรูปแบบข้อความดังกล่าวเป็นอย่างไร
6. ระดับภาษา เป็นการระบุระดับภาษาที่ใช้ในเนื้อหาอีเมลส่งต่อ
7. ความไม่เหมาะสมของเนื้อหา เป็นการระบุความไม่เหมาะสมตามระบบกลั่นกรองขอ IRCA พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และระบบกลั่นกรองโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
8. แหล่งอ้างอิงข้อมูล เป็นการระบุว่ามีการอ้างอิงข้อมูลที่เขียนในเนื้อหาหรือไม่
9. การแสดงความคิดเห็นระหว่างการส่ง ระบุว่าปรากฏในอีเมลส่งต่อหรือไม่

ตัวอย่างแบบบันทึกข้อมูล

ลำดับที่	ชื่ออีเมลส่งต่อและรายละเอียดย่อ	ชนิดข้อมูลและรายละเอียดย่อ	จุดประสงค์โน้มน้าวใจ	ข้อความระบุให้ส่งต่อ	ภาษา	ความไม่เหมาะสมอื่นๆ
1.	ระวังผลิตภัณฑ์นมเหล่านี้ <u>รายละเอียด</u> ให้รายชื่อผลิตภัณฑ์นมที่น่าสงสัยว่ามีสารเมลามีนปนเปื้อน พร้อมบอกแหล่งที่มาของข้อมูล	1.ข้อความ 2.ภาพ 3.ภาพเคลื่อนไหว 4. เสียง 5. วิดีโอ 6. ลิงก์เกี่ยวกับ ..... 7. อื่นๆ คือ ..... <u>รายละเอียด</u> ภาพกล่องนมที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ตามที่กล่าวอ้างในเนื้อหา	...มี คือ ทันที รอผล ทั้งคู่ ความเชื่อ การกระทำ ทั้งคู่ ...ไม่มี	...มี คือ อวยพร สาปแช่ง ขอร้องหรือแนะนำ ...ไม่มี	สุภาพปกติ เรื่องเพศ คำหยาบ ภาษาวัยรุ่น	สูบบุหรี่ แอลกอฮอล์ ยาเสพติด การพนัน การใช้อาวุธ แบ่งชนชั้น ความขัดแย้งรุนแรง ตัวอย่างที่ไม่ดีต่อเด็ก ก่อความสับสนต่อเด็ก

ตารางนี้เป็นการจำแนกประเภท วิเคราะห์ลักษณะเนื้อหา และพิจารณาความเหมาะสมของอีเมลส่งต่อ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

1. ในส่วนของแบบบันทึกข้อมูลนั้น ตรวจสอบความน่าเชื่อถือในการลงรหัสด้วยการนำอีเมล ส่งต่อจำนวน 30 ฉบับ แล้วให้ผู้มีคุณวุฒิด้านสื่อสารมวลชน 1 คนและผู้มีคุณวุฒิด้านภาษาศาสตร์ 1 คน รวมกับผู้วิจัย ร่วมกันลงรหัสในแบบบันทึกข้อมูลที่สร้างขึ้น แล้วนำผลมาตรวจสอบการลงรหัสของผู้วิจัยเพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยหลักคำนวณของ Holsti (Budd, et al., 1976) โดยใช้สูตรดังนี้

$$R = \frac{3\,(c1,c2,c3)}{c1+c2+c3}$$

โดย R หมายถึง ความน่าเชื่อถือ

(c1,c2,c3) หมายถึง จำนวนประเด็นที่ลงรหัสเหมือนกัน

c1+c2+c3 หมายถึง จำนวนประเด็นที่ลงรหัสทั้งหมด

เมื่อแทนค่าในสูตร

$$R = \frac{711}{810}$$

$$R = 0.8777$$

ค่าที่คำนวณได้สูงกว่า 0.75 จึงเชื่อว่าการบันทึกข้อมูลนี้เชื่อถือได้

2. ผู้วิจัยนำแบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจทานและนำไปทดลองใช้จริง (pretest) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

นำอีเมลส่งต่อแต่ละประเภทมาแยกวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะเนื้อหา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ สถิติร้อยละ (Percentage) ในการอธิบาย แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง

ส่วนที่ 2 การสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อ 2 ว่า "แรงจูงใจในการส่งอีเมลส่งต่อแต่ละประเภทคืออะไร" และคำถามที่ 3 ว่า "ผลกระทบที่เกิดตามมาจากอีเมลส่งต่อที่ผู้รับรับรู้ว่าเกิดขึ้นกับตนเองและสังคมได้แก่อะไรบ้าง"

ขอบเขตการวิจัย

1. เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อ 2 จึงศึกษาแรงจูงใจในการส่งจาก 2 ส่วน ส่วนแรกคือที่เกิดจากตัวบุคคลและส่วนต่อมาคือแรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกและตัวสาร
2. เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อ 3 แบ่งเป็นผลกระทบในเชิงสร้างสรรค์และผลกระทบในเชิงทำลาย

ประชากรในการศึกษา

ผู้ที่เคยรับส่งอีเมลส่งต่อแบบจัดสรรโควตา (quota sampling) โดยกำหนดมิติในการคัดเลือกให้พิจารณาเรื่องเพศและช่วงวัย แบ่งเป็นวัยประถม (อายุ 11 – 13 ปี) วัยมัธยม (อายุ 14 –

18 ปี) วัยอุดมศึกษา (อายุ 19 - 22 ปี) วัยทำงานตอนต้น (อายุ 23 – 39 ปี) วัยทำงานตอนปลาย (อายุ 40 - 50 ปี) สาเหตุที่แบ่งอายุเป็น 5 ช่วงเช่นนี้เนื่องจากอีเมลส่งต่อกระจายไปในผู้ใช้ระบบรับส่งอีเมลเป็นวงกว้าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีสุ่มแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามช่วงวัยที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (questionaire) ในรูปแบบของ paper-based survey ซึ่งแบ่งข้อมูลเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับส่งอีเมลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการส่งอีเมลส่งต่อ

ส่วนที่ 4 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรับอีเมลส่งต่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่ออีเมลส่งต่อ

ตัวอย่างแบบสอบถาม

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำสั่ง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บของคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียว

เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

อายุ ( ) น้อยกว่า 13 ปี ( ) 14 - 18 ปี ( ) 19 - 22 ปี

( ) 23 – 39 ปี ( ) 40 – 50 ปี ( ) 50 ปีขึ้นไป

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการรับส่งอีเมลส่งต่อ

<u>คำสั่ง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บของคำตอบที่ต้องการเพียงคำตอบเดียว ยกเว้นข้อที่มี<u>คำสั่งพิเศษที่ขีดเส้นใต้</u>ให้ปฏิบัติตามคำสั่งนั้น

2.1 ประสบการณ์การรับส่งอีเมล

( ) น้อยกว่าหนึ่งปี ( ) 1-4 ปี ( ) 5-10 ปี ( ) มากกว่า 10 ปี

2.2 ความถี่ในการส่งอีเมลส่งต่อ

( ) สม่ำเสมอ ( ) บ่อยๆ ( ) เป็นครั้งคราว ( ) นานๆครั้ง

2.3 ปริมาณอีเมลส่งต่อที่ส่งแต่ละครั้ง

( ) ไม่ส่งเลย ( ) น้อยกว่า 5 ฉบับ ( ) 5 – 10 ฉบับ ( ) 10 ฉบับขึ้นไป

2.4 **รูปแบบการส่งอีเมลส่งต่อ <u>ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ</u>**

( ) ส่งให้ทุกคนที่มีอยู่ในรายชื่อ ( ) ส่งให้เฉพาะคนที่รู้จัก

( ) ส่งให้เฉพาะคนที่คิดว่าควรส่ง ( ) ส่งให้เมื่อมีคนร้องขอ

( ) ไม่ส่งเด็ดขาด

2.5 **รูปแบบไฟล์ในอีเมลส่งต่อที่อยากส่งที่สุด**

( ) ข้อความหรือข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ( ) ภาพหรือภาพเคลื่อนไหว ( ) เสียง

( ) วิดีโอ (ภาพเคลื่อนไหวมีเสียง) ( ) ลิงก์ ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

พฤติกรรมเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อ

- มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- อ่านข้อคิดเห็นของผู้ส่งคนอื่นที่ปรากฏ ในอีเมลส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- แสดงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อ ลงไปในการส่งบ่อยๆ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- มีการตอบความรู้สึกหรือความเห็นต่อ อีเมลส่งต่อกลับไปยังผู้ส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- เคยมีการพูดคุยหรือวิเคราะห์เนื้อหา เกี่ยวกับอีเมลส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- ตระหนักว่าการส่งอีเมลส่งต่อจะส่งผลกระทบต่อ ผู้รับ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- ตระหนักว่าการส่งอีเมลส่งต่อจะส่งผลกระทบต่อ สังคม ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- เคยปรับเปลี่ยนชื่อเรื่องหรือ เนื้อหาอีเมลส่งต่อก่อนส่งหรือไม่ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่
- เคยตัดเฉพาะเนื้อหาอีเมลส่งต่อมาเริ่มต้นส่งใหม่ หรือไม่ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

<u>ส่วนที่ 3</u> แรงจูงใจในการส่งอีเมลส่งต่อ กรุณาข้ามไปทำส่วนที่ 4 ถ้าท่านตอบในข้อ 2.4 ว่าไม่ส่งเด็ดขาด ยกเว้นข้อที่มี<u>คำสั่งพิเศษที่ขีดเส้นใต้</u>ให้ปฏิบัติตามคำสั่งนั้น

<u>คำสั่ง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บของคำตอบ และตอบคำถาม

1. แรงจูงใจภายในต่อไปนี้มีผลต่อการส่งหรือส่งอีเมลส่งต่ออย่างไรใช่หรือไม่

อยากได้รับการยอมรับ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากได้รับคำชื่นชมหรือทำให้ผู้รับประทับใจ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากมีชื่อเสียง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากหยอกล้อ ท้าทายผู้รับ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากทำร้ายผู้รับหรือสังคม ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากแสดงตัวตนหรือเอกลักษณ์ของตัวเอง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากช่วยเหลือ ดูแลผู้อื่น ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากมีเพื่อน ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากชี้แจง อธิบายให้ผู้รับหรือสังคมรู้ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากรู้ว่าผู้รับจะคิดยังไง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คิดว่าผู้รับจำเป็นหรือควรได้รับ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คิดว่าผู้รับน่าจะสนใจ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

เห็นคนอื่นส่งมาก็เลยส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คิดว่าคนส่วนใหญ่ในสังคมส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีงามที่จรรโลงโลก ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อยากโน้มน้าวใจผู้รับให้คล้อยตาม ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

มีความสุขหรือสนุกที่จะส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คิดเผื่อว่าผู้รับควรจะส่งต่อไปอีก ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

รู้สึกผิดถ้าไม่ส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ส่งไปตามความเคยชิน ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ไม่คิดอะไร ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

2. ปัจจัยภายนอกต่อไปนี้มีผลใช่หรือไม่

ความเป็นประเด็นสำคัญในสังคม ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

พรบ. คอมพิวเตอร์ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ข้อคิดเห็นของผู้อื่นที่ปรากฏในอีเมลส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ประโยชน์ทางใจ ประสบการณ์ หรือความรู้ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

รายได้ที่มากับอีเมลส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

มีผู้ร้องขอให้ส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คำสาปที่กำกับไว้ให้ส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

พรที่กำกับไว้ให้ส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

คำขอร้องที่กำกับไว้ให้ส่งต่อ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ต ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ตัวผู้ส่ง ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ตัวผู้รับ ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ความถูกต้องของเนื้อหา ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ถ้าตอบว่าใช่ ประเมินจากสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บ)

( ) การตรวจสอบข้อมูลด้วยตัวเอง

( ) การคาดเดาหรืออนุมานจากเหตุผลของข้อความรอบข้าง

( ) ความรู้และประสบการณ์ของตนเอง

( ) ความรู้สึก ความเชื่อ ทัศนคติของตน

( ) สิ่งที่ได้รู้จากผู้อื่นหรือสังคม

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่

ถ้าตอบว่าใช่ ประเมินจากสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บ)

( ) เนื้อหามีแหล่งอ้างอิงข้อมูลหรือมีผู้รับรองชัดเจน

( ) ผู้ส่งก่อนหน้านี้

( ) ลักษณะการเขียน ถ้อยคำ การใช้ภาษา

( ) มีการกล่าวถึงบุคคลที่น่าเชื่อถือในเนื้อหา

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 ผลกระทบของอีเมลส่งต่อ

คำสั่ง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง

4.1 ผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในฐานะผู้รับอีเมลส่งต่อ

ผลกระทบในเชิงสร้างสรรค์

ผลกระทบ	โอกาสที่จะเกิด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการ วิชาชีพ สามารถนำไปใช้ในการเรียน การทำงาน					
2.อารมณ์แจ่มใส สนุกสนาน มีความหวัง มีกำลังใจ สบายใจ					
3.มีเพื่อนมากขึ้น ได้ติดต่อกับผู้อื่นมากขึ้น สนิทสนมกับผู้อื่นมากขึ้น					
4.ช่วยพัฒนาทักษะตนเองในการสื่อสาร การใช้คอมพิวเตอร์ การฝึกภาษา ฯลฯ					
5.มีคุณธรรมเพิ่มขึ้น เข้าใจโลก เห็นสัจธรรมในชีวิต					
6.รู้สึกปลอดภัยมากขึ้น เพราะมีการเตือนภัยต่างๆในสังคม ทำให้รู้ทันเล่ห์เหลี่ยมมิจฉาชีพ					
7.ได้ช่วยเหลือสังคมและผู้อื่นมากขึ้น เช่น ได้ช่วยให้ผู้รับอีเมลส่งต่อรู้สึกดีขึ้น หรือได้ช่วยให้บุคคลที่ขอความช่วยเหลือซึ่งระบุไว้ในอีเมลได้รับความช่วยเหลือ					
8.ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
9.ได้ผลประโยชน์อื่น อย่างชื่อเสียง รายได้ ฯลฯ					

ผลกระทบในเชิงทำลาย

ผลกระทบ	โอกาสที่จะเกิด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลกระทบต่อสุขภาพกาย เช่น ปวดหลัง ตาพร่า ปวดนิ้ว					
2. อารมณ์เสีย รำคาญ เพิ่มความเครียด					
3. ถูกล่อลวง หรือหลอกให้ทำกิจกรรมต่างๆที่ไม่เหมาะสม หรือทำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่หมาะสม					
4. ถูกหลอกลวงให้สูญเสียทรัพย์ในรูปแบบต่างๆ					
5. ความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลลดลง					
6. ได้รับข้อมูลที่ไม่เหมาะสม เกิดความสับสนในข้อมูล					
7. ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นน้อยลง ดำเนินชีวิตอย่างแปลกแยกโดด					

ดี่ยว					
8. ผลกระทบต่อความคิด ความเชื่อด้านลบ มองโลกในแง่ร้าย หมดกำลังใจ					
9. นำไปสู่การละเมิด พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ในสื่ออื่น					

4.2 เมื่ออีเมลส่งต่อแพร่กระจายไปในสังคม

ผลกระทบในเชิงสร้างสรรค์

อีเมลส่งต่อทำให้...	ระดับผลกระทบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สังคมฉลาด มีความคิด					
2. สังคมมีคุณธรรม					
3. ลดความเครียดในสังคม					
4. ลดจำนวนผู้ประสบปัญหาและจำนวนปัญหาต่างๆ ในสังคม					
5. ความเจริญ ความช่วยเหลือไปถึงอย่างรวดเร็ว					
6. สร้างอาชีพ สร้างรายได้จากอีเมลส่งต่อ					
7. สร้างเครือข่ายกลุ่มคนในสังคม					
8. สังคมหูไวตาไว เข้าถึงข่าวสารอย่างรวดเร็ว					
9. สังคมเป็นหนึ่งเดียวกัน					
10. ผู้คนติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น					
11. ระบบรับส่งอีเมลถูกมองว่ามีประโยชน์ น่าใช้					

ผลกระทบในเชิงทำลาย

อีเมลส่งต่อทำให้...	ระดับผลกระทบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เกิดปัญหาสังคมมากขึ้น					

2. สังคมเกิดความสับสนในข้อมูลข่าวสาร					
3. สังคมแตกแยก ไม่สามัคคี					
4. ผู้คนขาดแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์อีเมลส่งต่อ					
5. ระบบรับส่งอีเมลถูกมองว่าสร้างปัญหา					
6. ข้อมูลในอีเมลส่งต่อทำให้เยาวชนไม่มีคุณภาพ					
7. สังคมขาดคุณธรรม					
8. สังคมไม่ฉลาด					
9. เกิดการหลอกลวงเพื่อหาผลประโยชน์เพิ่มขึ้น					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อ

คำสั่ง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง

อีเมลส่งต่อ...	ระดับความรู้สึก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีประโยชน์					
2. สร้างปัญหา					
3. น่าสนใจ					
4. น่าเชื่อถือ					
5. ควรมีการควบคุมจัดการ					
6. ลดความต้องการใช้ระบบรับส่งอีเมล					

โดยกรณีการวัดความรุนแรงของผลกระทบ และระดับความรู้สึกในตารางแบบสอบถามส่วนที่ 4 – 5 มีคะแนนดังนี้

มากที่สุด = 5 คะแนน

มาก = 4 คะแนน

ปานกลาง = 3 คะแนน

น้อย = 2 คะแนน

น้อยที่สุด = 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนมีดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม หรือรู้สึกเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อในระดับต่ำมาก

คะแนนระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม หรือรู้สึกเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม หรือรู้สึกเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม หรือรู้สึกเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม หรือรู้สึกเกี่ยวกับอีเมลส่งต่อในระดับสูงมาก

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

1. ทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้อีเมลส่งต่อแบบสุ่มตามช่วงอายุ จำนวน 30 คน (Pre-test)

2. นำแบบสอบถามที่ได้ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาช่วยปรับแก้ ก่อนจะนำไปใช้เก็บข้อมูล

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

วิเคราะห์จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ สถิติร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบตาราง