การแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดสงขลา

OPINION EXPRESSIONS TOWARDS OTHERS VIA SOCIAL MEDIA AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN SONGKHLA PROVINCE

ญาชิฎา นาคา[1] ธีรภัทร์ ทะสะโร[1] ฟุ้งฟ้า ยัฆพันธ์[1] มะหะหมัดไฝ่ซอน สิงหาด[1] วัชรากร ยะโก๊ะ[1]
สวรรยา ทองบำรุง[1] สุภาพร อิภิรมย์[1] อัจฉริยา พรหมประสาท[1] และ เสริมศักดิ์ ขุนพล[1*]
[1]คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
Yachitha Naka[1] Teerapat Tasaro[1] Fungfa Yakphan[1] Mahamadfaison Singhad[1] Watcharak Yakoh[1]
Sawanya Thongbumrung[1] Supaporn Iphirom[1] Achariya Phromprasat[1] And Sermsak Khunpol[1*]
[1]Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

(Received: August 6, 2024; Revised: December 12, 2025; Accepted: December 24, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยสุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลจากนักศึกษา 3 สถาบัน ได้แก่มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 396 คน ผลการวิจัยพบว่าการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาอยู่ในระดับที่มาก ($\bar{x}$ =3.82) โดยความคิดเห็นส่วนใหญ่นิยมตั้งค่าสถานะการแสดงความคิดเห็นให้เป็นสาธารณะได้มากที่สุด ($\bar{x}$=4.18) รองลงมาคือการแสดงความคิดเห็นเหล่านั้นไม่ใช้ถ้อยคำที่รุนแรง ($\bar{x}$ =4.08) และความคิดเห็นส่วนใหญ่ต่างเห็นความคิดเห็นส่วนตัว ซึ่งอาจบอกไม่ได้ว่าถูกต้องหรือไม่ ($\bar{x}$ =3.83) สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่าปัจจัยทางด้านลักษณะประชากร เกี่ยวกับสถาบันการศึกษาและรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยทางด้านจำนวนชั่วโมงการใช้งาน การแชร์ข้อมูลส่วนตัวที่ต่างกัน มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ที่มีต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก และเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (r =0.307) โดยความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย Personal Data Protection Act หรือ PDPA ว่าด้วย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (r =0.455)

คำสำคัญ: การแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่น, สื่อสังคมออนไลน์, พฤติกรรมการใช้สื่อ

ABSTRACT

This study aimed to investigate university students' behavior in expressing opinions about others through social media and the factors affecting such behavior among students in Songkhla Province. The sample consisted of 396 students from three institutions: Thaksin University, Rajamangala University of Technology Srivijaya, and Songkhla Rajabhat University.

The findings revealed that the students' behavior in expressing opinions about others through social media was at a high level ($\bar{x}$ =3.82) . The most common practice was setting opinion posts to public visibility ($\bar{x}$=4.18), followed by refraining from using harsh language in comments ($\bar{x}$ =4.08). In addition, many comments reflected personal opinions that could not necessarily be judged as right or wrong ($\bar{x}$ =3.83).

Regarding the factors affecting students' behavior in expressing opinions about others through social media, demographic factors, particularly differences in educational institution and income, were found to result in statistically significant differences at the 0.05 level. With respect to social media usage behavior, differences in the number of hours spent on social media and in the sharing of personal information also resulted in statistically significant differences at the 0.05 level. Furthermore, knowledge and understanding of laws governing online media use were positively correlated with students' behavior in expressing opinions about others through social media at a low level, with statistical significance at the 0.01 level ต่ำ (r =0.307). Among these, knowledge of the Personal Data Protection Act (PDPA), B.E. 2562, showed the strongest statistically significant correlation with such behavior (r =0.455).

Keywords: Expressing Opinions towards Others, Social Media, Media Usage Behavior

บทนำ

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นแพลตฟอร์มหนึ่งที่ได้รับความนิยมในใช้เป็นพื้นที่แสดงออกทางความคิดเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ต่างสามารถแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นด้วยการพิมพ์ข้อความผ่านช่องสี่เหลี่ยมเล็กๆ ที่อยู่ใต้โพสต์ของบุคคลที่มีการเชื่อมต่อ หรือติดตามกันและกัน โดยการแสดงออกทางความคิดเป็นลักษณะของการแสดงทัศนคติ เจตคติหรือความรู้สึกเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างมีเหตุผล ทั้งนี้การแสดงความคิดสามารถแบ่งออกเป็นหลายหลากรูปแบบ เช่น การแสดงความคิดเห็นเพื่อชื่นชม การแสดงความคิดเห็นเพื่อเสนอมุมมองหรือการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างความคัดแย้งกันในสังคม แม้ว่าการแสดงออกจะเป็นสิทธิส่วนบุคคลที่พึงกระทำได้ เป็นต้น

การแสดงออกทางความคิดบนสื่อสังคมออนไลน์ เกิดจากการเติบโตของสื่อที่ก่อร่างสร้างตัวขึ้นตามสภาวะของสังคมข้อมูลข่าวสาร (Information Society) เปิดช่องทางให้ผู้คนที่มีความเห็นร่วมกันได้ออกมาสะท้อนทิศทางร่วมกันในการแสดงตัวตนและสะท้อนความคาดหวังต่อจุดมุ่งหมายของสังคมผ่านสังคมออนไลน์ง่ายกว่ากว่าใช้สื่อแบบเดิมๆ ที่เคยมีอยู่ กลุ่มคนเหล่านี้ต่างพยายามเชื่อมต่อเข้าหากันในการแสดงออกทางความคิดตามรสนิยมและพฤติกรรมการใช้งานเนื้อหาของคนเองในฐานะผู้ผลิตเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content หรือ

UGC) บนแพลตฟอร์มของเทคโนโลยีสารสนเทศเครือข่ายการสื่อสารสมัยใหม่ (Communication Network) ซึ่งเป็นโครงสร้างสำคัญของสังคมที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มของผู้บริโภคข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (Castells, 2000) การแสดงออกทางความคิดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นหนึ่งในทางเลือกของการสื่อสารข้อมูลในรูปแบบที่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องที่มีรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่หลากหลาย เหมาะสมสำหรับผู้คนในโลกปัจจุบันและโลกอนาคต (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554)

การแสดงออกทางคิดบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่พึงกระทำได้บนโลกเสรีนิยม แต่กลับเป็นประเด็นที่ถกเถียงในวงการสื่อดิจิทัลและกฎหมายถึงความเหมาะสมของสิทธิการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในสังคม ซึ่งมีทั้งปรากฏการณ์ทางสังคมและบุคคลสาธารณะ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่มองว่าปัจจุบันได้มีการปิดกั้นเสรีภาพในการแสดงความคิดความเห็นต่างๆ ในพื้นที่สาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการกระทำเหล่านั้นจะส่งผลต่อการพัฒนาไปสู่ความรุ่งเรืองของสังคมและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน (สิงหนาถ พงศ์ภิญโญ ศักดิ์ ยศศักดิ์ โกไศยกานนท์ และอารุณ วงศ์แก้ว, 2567) ในขณะเดียวกันรัฐเองได้แสดงให้เห็นว่า เพียงใช้มาตรการควบคุมหรือปิดกั้นการแสดงออกทางความคิด ที่เห็นว่าอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งอันเป็นการทำลายความสงบเรียบร้อยในสังคม ให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 34 ที่กระทบกระเทือนต่อการใช้เสรีภาพของประชาชนน้อยที่สุด และจะช่วยลดปัญหาและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเท่านั้น (ปิ่นบุญญา ลำมะนา, 2560)

ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การตั้งคำถามว่าผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแสดงออกทางความคิดนั้นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้มากน้อยแค่ไหน ในทางกลับกันพฤติกรรมการแสดงออกทางความคิดบนสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในปัจจุบันมีพฤติกรรมอย่างไร ซึ่งในทางวิชาการแล้ว การแสดงออกทางความคิดเห็นที่ปรากฏผ่านสื่อออนไลน์ ต่างมีปัจจัยทางด้านบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะการที่บุคคลจะแสดงออกผ่านสื่อมาได้นั้นต้องเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และการเลียนแบบทางสังคมที่เกิดขึ้น (Gordon Allport, 1961) โดยเฉพาะในบริบทปัจจุบันที่การแสดงความคิดเห็นกลายเป็นประเด็นสำคัญทางสังคม ซึ่งบางครั้งมีการฟ้องร้องเกิดขึ้นเพราะขาดการไต่ตรองข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และหาข้อเท็จจริงจากเรื่องราวนั้น ๆ ในหลายกรณี ภัยคุกคามทางออนไลน์ได้แปรสภาพกลายเป็นความรุนแรงในโลกออฟไลน์ด้วย รวมถึงการโจมตีด้วยวาจาและร่างกาย การโจมตีเหล่านี้ส่งผลให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อสุขภาพจิตและร่างกายของผู้คน รวมถึงผลกระทบต่อการดำรงชีวิต (แอมเนสตี้, 2567) จากการสำรวจพฤติกรรมของผู้แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์พบว่า บางครั้งผู้แสดงความคิดบนสื่อสังคมออนไลน์มักมีความอคติส่วนตัว และเลือกแสดงความคิดเห็นหรือตีความให้สอดคล้องกับแนวคิดหรือความเชื่อเดิมของตนเองเป็นหลัก ซึ่งส่งผลให้บางครั้งความคิดเห็นต่อคนอื่นเหล่านั้นมีทั้งความอคติแบบกลุ่มในและความอคติเชิงลบผนวกเข้าไปด้วย (สุวัฒน์ เอมสัมฤทธิ์, 2561) จนบางครั้งทำให้เกิดการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) โดยที่ผู้แสดงความคิดเห็นนั้น อาจจะไม่คิดว่าการกระทำของตัวเองในโลกออนไลน์จะส่งผลกระทบต่อเหยื่อในชีวิตจริง เช่น การนำไปสู่ความรู้สึกซึมเศร้าและฆ่าตัวตาย เป็นต้น ปรากฏการณ์นี้ส่วนใหญ่มักเกิดในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่ง YouTube เป็นสื่อที่มีการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมา คือเว็บบอร์ด คิดเป็นร้อยละ 53 และ Facebook คิดเป็นร้อยละ37.6 จากการใช่สื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด (สรานนท์ อินทนนท์ ,2563)

ดังนั้นเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว จึงควรศึกษาข้อมูลการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้อื่นในระดับลึก โดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อในการแสดงความคิดเห็น และปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเหล่านั้น และเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ใช้ในการประกอบการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

มาตรการควบคุมการใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงแนวทางการในการป้องกันพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นที่ไม่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดสงขลา

2.เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดสงขลา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อดิจิทัลที่ใช้ในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) ใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ทั้งในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User- Generate Content : UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง สื่อสังคมออนไลน์มักนำมาใช้ดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลของสื่อสังคมออนไลน์มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล (พรรคพล เจรณาเทพ, 2565) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงจากสื่อเดิมที่แพร่กระจายขาวสารแบบทางเดียว (one-to-many) เป็นแบบการสนทนาที่สามารถให้ผู้คนมีส่วนร่วมได้หลายๆ คน (many-to-many) ซึ่งสิ่งสำคัญคือการสนทนาที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นการรวมกลุ่มคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกันหรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่างๆ รวมถึงการวิพากษ์ถึงบุคคลที่สามในโลกความจริง โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของการสนทนา แม้กระทั่งผู้ผลิตเนื้อหาเอง เพราะรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์สามารถให้ผู้ใช้งานคนอื่นๆ มีสิทธิ์ที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็น หรือแม้กระทั่งเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้นได้ด้วยตัวเอง ทั้งยังเป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา

2.ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ (Needs) ผู้รับสารจะพิจารณาว่าต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ผู้รับสารจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542) ทั้งนี้ McQuail, Blumler and Brown (1972) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อไว้ดังนี้ 1) ความต้องการสารสนเทศ 2) ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล 3) ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 4) ความต้องการความบันเทิง

3.ทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น (The Opinion Theory) ความคิดเห็นเป็นผลมาจากการผสมผสานระหว่างความเชื่อ ความรู้สึก และประสบการณ์ส่วนตัว ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องเป็นความจริงเสมอไป ทฤษฎีนี้ยังเน้นย้ำว่าความคิดเห็นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามข้อมูลใหม่และการรับรู้ที่เปลี่ยนแปลงไป

Remmer (1996) กล่าวว่าความคิดเห็นมี 2 รูปแบบ คือ 1) ความคิดเห็นเชิงบวกสุด – เชิงลบสุด (Extreme Opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจาก การเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศ

ทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลง ทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงยาก 2) ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Contents) การมีความเห็นต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

บางครั้งการแสดงออกทางความคิดเห็นจะออกมาในรูปของการแสดงออกทางอารมณ์ (Emotional Expression) ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นและการวิพากษ์วิจารณ์ต่อสิ่งของ ผู้คน และสังคม ซึ่งเบื้องหลังของการแสดงความคิดเห็นนั้นอาจเป็นได้ทั้งความโกรธ ความไม่พอใจ หรือแม้แต่ความห่วงใย ในขณะเดียวกันการแสดงความคิดเห็นนั้นอาจเป็นเครื่องมือในการท้าทายอำนาจและอคติ ซึ่งถูกสร้างขึ้นผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการตีความใหม่ โดยเฉพาะการวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นอาจเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความรู้ร่วมกันเกี่ยวกับโลก

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็น มอร์แกน และริชาร์ด (Morgan and Richard, 1966) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับการวัดความคิดเห็นไว้ว่าการที่จะให้ออกความคิดเห็นควรถามต่อหน้าบุคคลที่จะสอบถามโดยอาจจะใช้แบบสอบถามสำหรับการวัดความคิดเห็นสำหรับแบบสอบถามวัดความคิดเห็นจะต้องระบุให้ผู้ตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความที่กำหนดไว้ แบบสอบถามวัดความคิดเห็นนิยมสร้างตามแนวของ ลิเคอร์ท ซึ่งแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนการให้คะแนนขึ้นอยู่กับข้อความว่าเป็นแบบปฏิฐาน (Positivism) หรือปฏิเสธ (Negative) และวิธีที่ง่ายในบอกถึงระดับความคิดเห็นคือการแจกแจงความถี่แสดงให้เห็นถึงคะแนนร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อคำถาม เพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะใด

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) สำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาในมหาวิทยาลัยอำเภอเมืองจังหวัดสงขลาทั้งหมด 40,700 คน แบ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณสงขลาจำนวน 14,400 คน นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาจำนวน 14,300 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 12,000 คน วิธีหากลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane โดยคำนวณประชากรทั้งหมด ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience sampling) ในสถาบันทั้ง 3 ด้วยการกระจายสถานที่เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง

2.เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียด แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ และตอนที่ 4 พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์

3.การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนอกตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.872 จึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจคุณภาพ ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4.การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์สถิติ t-test สำหรับตัวแปรที่มีค่า 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis Of Variance) หรือ ANOVA เพื่อค่า F-test สำหรับตัวแปรมากกว่า 3 ตัวแปรขึ้นไป ได้แก่ สถาบันการศึกษา ระดับการศึกษา รายได้ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้การทดสอบความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ตัวที่มีผลต่อกันทางสถิติและนำมาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 396 คน ปัจจัยทางได้เพศส่วนใหญ่เป็นหญิง 236 คน (ร้อยละ 59.6) ชาย 160 คน (ร้อยละ 40.4) ศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 146 คน (ร้อยละ 36.9) มหาวิทยาลัยทักษิณ จำนวน 127 คน (ร้อยละ 32.1) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา จำนวน 123 คน (ร้อยละ 31.0) ระดับการศึกษาในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 118 คน (ร้อยละ 29.8) รองลงมาคือชั้นปีที่ 3 จำนวน 110 คน (ร้อยละ 27.8) และมีรายได้ส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 9,000 บาท จำนวน 323 คน (ร้อยละ 81.6)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ทุกวันมากที่สุด จำนวน 282 (ร้อยละ 71.2) โดยส่วนใหญ่ใช้สำหรับการสื่อสาร จำนวน 212 คน (ร้อยละ 53.54) รองลงมาคือ ติดตามข่าวสาร จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.43) และเพื่อความบันเทิง จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.15) เฉลี่ยการใช้ต่อวันละ 4-8 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 124 คน (ร้อยละ 31.3) โดยเน้นการใช้งานในช่วงค่ำ (18.00-21.00 น.) มากที่สุด จำนวน 231 คน (ร้อยละ 58.3) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัญชีของสื่อออนไลน์เพียง 1 บัญชีมากที่สุด จำนวน 186 คน (ร้อยละ 47.0) รองลงมาบัญชีการใช้งานประมาณ 3-5 บัญชี จำนวน 107 คน (ร้อยละ 27.0) โดยส่วนใหญ่

เลือกใช้ภาพตนเองในสื่อออนไลน์ 238 คน (ร้อยละ 60.1) และมีการแชร์ข้อมูลส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 202 (ร้อยละ 51.0)

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1.การแชร์ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อผู้อื่นอาจเข้าข่ายความผิดตาม พ.ร.บ. คอมฯ โดยเฉพาะที่กระทบต่อบุคคลที่ 3	2.17	.638	น้อย
2.การโพสต์กล่าวหาผู้อื่น มีโทษทางกฎหมายอาญา จำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท	3.78	.592	มาก
3.การแชร์รูปภาพของผู้อื่นเพื่อนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ หารายได้ มีความผิดตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์	3.68	.835	มาก
4.ข้อยกเว้นในการแสดงออกทางออนไลน์ที่ไม่เป็นฐานหมิ่นประมาทมากน้อยเพียงใด	3.76	.890	มาก
5.การกด Like ข้อมูลปลอม ข้อมูลอันเป็นเท็จ หลอกลวง ที่มีผลทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่นเข้าข่ายความผิดตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 ระหว่างโทษจำคุกตั้งแต่ 3-15 ปี	3.63	.835	มาก
6.กฎหมาย Personal Data Protection Act หรือ PDPA ว่าด้วย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อคุ้มครองสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	3.63	.948	มาก
รวม	**3.44**	**.824**	**ปานกลาง**

จากตาราง 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ =3.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการโพสต์ กล่าวหาผู้อื่น มีโทษทางกฎหมายอาญาจำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =3.78) รองลงมาคือข้อยกเว้นในการแสดงออกทางออนไลน์ที่ไม่เป็นฐานหมิ่นประมาทมากน้อยเพียงใด ($\overline{X}$ =3.76) ส่วนการแชร์ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อผู้อื่นอาจเข้าข่ายความผิดตาม พ.ร.บ. คอมฯ โดยเฉพาะที่กระทบต่อบุคคลที่ 3 มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ($\overline{X}$ =2.17)

ส่วนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 2 การแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1.การแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นในเชิงวิพากษ์วิจารณ์โดยคำนึงถึงเหตุผล ไม่ใช่เพียงเพราะอารมณ์หรือความสนุกส่วนตัว	3.17	.888	ปานกลาง
2.การแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นด้วยความคิดเห็นส่วนตัว ซึ่งอาจบอกไม่ได้ว่าถูกต้องหรือไม่	3.83	1.197	มาก
3.การแสดงความคิดเห็นท่านจะเช็คความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลก่อนนำเสนอทุกครั้ง	3.32	1.288	ปานกลาง
4.ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามตั้งค่าเป็นสาธารณะ	4.18	.854	มาก
5.การแสดงความคิดเห็นของท่านต่อผู้อื่นโดยไม่มีสร้างความขัดแย้งทางสังคม	3.82	1.162	มาก
6.การแสดงความคิดเห็นและแสดงทัศนคติส่วนบุคคลโดยไม่ใช่ถ้อยคำที่รุนแรง	4.08	1.016	มาก
รวม	**3.82**	**1.06**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.82) โดยพบว่าการแสดงความคิดเห็นของท่านส่วนใหญ่จะถูกตั้งเป็นสถานะสาธารณะที่สามารถเห็นได้ทุกคนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.18) รองลงมาคือท่านแสดงความคิดเห็นและแสดงทัศนคติส่วนบุคคลโดยไม่ใช่ถ้อยคำที่รุนแรง ($\overline{X}$ =4.08) ส่วนก่อนแสดงความคิดเห็นท่านจะตรวจสอบความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลก่อนเสนอทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\overline{X}$ =3.32)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีรายละเอียด ดังนี้

1.ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากร พบว่า ปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษาและรายได้ที่ต่างกันของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลามีพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีค่า Sig. อยู่ที่ .000 และ.028 แสดงว่าสถาบันการศึกษาและรายได้มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยทางด้านเพศและชั้นปีที่ต่างกันของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลามีพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.57 และ .646 แสดงว่าเพศและชั้นปีไม่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยทางด้านจำนวนชั่วโมงการใช้งาน การแชร์ข้อมูลส่วนตัวที่ต่างกันของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลามีพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีค่า Sig. อยู่ที่ .006 และ .024 แสดงว่าจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานและการแชร์ข้อมูลส่วนตัวมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยทางด้านความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาการใช้งาน กิจกรรมที่กระทำบนสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนแอคเคาท์ที่ใช้ในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ และการตั้งค่าโปรไฟล์ ที่ต่างกันของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลามี

พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีค่า Sig. อยู่ที่ .297 .076 .273 .309 และ.780 แสดงว่าความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาการใช้งาน ประเภทกิจกรรมที่ดำเนินการบนสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนแอคเคาท์ที่ใช้ในการเล่นสื่อสังคมออนไลน์ และการตั้งค่าโปรไฟล์ไม่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.ปัจจัยทางด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์แสดงเป็นความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ของระหว่างรายการประเมินความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมีต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์	ค่าความสัมพันธ์	sig
1.การแชร์ข้อมูลที่มีผลกระทบต่อผู้อื่น อาจเข้าข่ายความผิดตาม พ.ร.บ. คอมฯ โดยเฉพาะที่กระทบต่อบุคคลที่ 3	-.123	.015*
2.การโพสต์กล่าวหาผู้อื่น มีโทษทางกฎหมายอาญา จำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท	.391	.000**
3.การแชร์รูปภาพของผู้อื่นเพื่อนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ หารายได้มีความผิดตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์	.388	.000**
4.ข้อยกเว้นในการแสดงออกทางออนไลน์ที่ไม่เป็นฐานหมิ่นประมาทมากน้อยเพียงใด	.310	.000**
5.การกด Like ข้อมูลปลอม ข้อมูลอันเป็นเท็จ หลอกลวง ที่มีผลทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่นเข้าข่ายความผิดตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 ระหว่างโทษจำคุกตั้งแต่ 3-15 ปี	.426	.000**
6.กฎหมาย Personal Data Protection Act หรือ PDPA ว่าด้วย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อคุ้มครองสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	.455	.000**
รวม	**.307**	**.000****

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อออนไลน์ที่มีต่อการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก และเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (=0.307) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากฎหมาย Personal Data Protection Act หรือ PDPA ว่าด้วย พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อคุ้มครองสิทธิเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด (=0.455) รองลงมาคือ การกด Like ข้อมูลปลอม ข้อมูลอันเป็นเท็จ หลอกลวง ที่มีผลทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่นเข้าข่ายความผิดตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 ระหว่างโทษจำคุกตั้งแต่ 3-15 ปี (=0.426) ส่วนการแชร์ข้อมูลที่มี

ผลกระทบต่อผู้อื่น อาจเข้าข่ายความผิดตาม พ.ร.บ. คอมฯ โดยเฉพาะที่กระทบต่อบุคคลที่ 3 การโพสต์กล่าวหาผู้อื่น มีโทษทางกฎหมายอาญา จำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท มีความอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด (□ =0.123)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย พบว่าปัจจัยของบุคคล และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Perceived Risk) มีความสัมพันธ์หรือทำให้พฤติกรรมรู้เท่าทันและส่งผลให้ไม่เกิดการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างผิดวิธี โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นมักจะระมัดระวังมากในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และจะไม่ใช้งานถ้ารู้สึกว่าตัวเองได้รับความเสี่ยง โดยพบว่าด้านเพศที่พบว่ามีเพศหญิงใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างระแวดระวังมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adipon Euajarusphan (2021) ที่พบว่าเพศต่างมีผลต่อการใช้สื่อออนไลน์โดยเฉพาะการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ และการป้องกันตนเองจากการกลั่นแกล้งทางออนไลน์ ทั้งนี้อาจเกิดจากความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งจากผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าเยาวชนส่วนใหญ่มีทักษะความฉลาดทางดิจิทัล (DQ : Digital Intelligence) ที่ค่อนข้างสูง โดยพฤติกรรมเหล่านั้นล้วนส่งต่อการแสดงที่เหมาะสมในการแสดงทางความคิด ไม่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) ที่ตรงกับแนวทางการเสนอแนะของ สรานนท์ อินทนนท์ (2563) ที่กล่าวว่าพฤติกรรมการรู้เท่าทันเหล่านี้จะทำคนรุ่นใหม่ กล้าที่จะเปิดเผยตัวตนของผู้ส่งสารพร้อมเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ส่งสาร และไม่พยายามแชร์ข้อมูลที่ตนเองคิดว่าผิดไปยังวงกว้าง ในขณะเดียวกันการแสดงตัวตนที่แท้จริงสามารถสร้างพฤติกรรมที่เหมาะสมในการแสดงความคิดเห็นต่อคนอื่นได้ ซึ่งการระบุตัวตนที่ชัดเจนเป็นมาตราหนึ่งที่สื่อสังคมออนไลน์นำมาบังคับใช้ โดยงานวิจัยของ ธนภัทร เต็มรัตนะกุล (2566) ที่กล่าวว่าปัจจุบันผู้รับสารส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้ว่าพวกเราไม่สามารถปกปิดตนเองที่แจ้งจริงจากผู้รับสารได้ ดังนั้นการนำเสนอความคิดเห็นใดๆ หากมีการกล่าวเกินจริงหรือบิดเบือน (twist) ผู้รับสารจะสามารถตรวจสอบได้ อาจลดความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้นและส่งผลกระทบให้แก่ตัวของผู้ส่งสารและผู้รับสารในที่สุด

นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้แสดงความคิดต่อผู้อื่นในโลกสังคมออนไลน์ มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยการให้สิทธิ์กับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล สร้างมาตรฐานการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยหรือ PDPA เนื่องจากผลการจากวิจัยมีค่าความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์สูงสุด ซึ่งแสดงให้เห็นคนรุ่นเข้าใจสิทธิของคนอื่นภายใต้กฎหมายที่กำหนด และกฎหมายฉบับนี้มีผลต่อการชี้นำว่าผู้แสดงความคิดเห็นควรมีพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นอย่างไร ทั้งนี้ Krishnapong Meechunek (2017) ได้แนะนำว่าหากจะป้องกันไม่ให้เกิดพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นถึงผู้อื่นไม่เหมาะสม ควรสร้างจิตสำนึกการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิต พฤติกรรมทางสังคม และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการปลูกฝังในกลุ่มคนรุ่นใหม่ยุค Generation Y ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากในการร่วมกันสร้างบรรทัดฐานและนิยมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถูกต้องในสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับการแสดงความคิดเห็นต่อผู้อื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่าปัจจุบันเยาวชนจะมีการระมัดระวังในการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งมักจะเป็นการแสดงความคิดที่ไม่ไม่ใช้ถ้อยคำที่รุนแรง สามารถเปิดเผยเป็นสาธารณะ และไม่ส่งผลกระทบต่อบุคคลที่ 3 ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่เกิดมาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่ได้รับการศึกษาในสถาบันต่างๆ และฐานะของนักศึกษาจะเป็นตัวแปรหนึ่งที่กำหนดการแสดงออกที่เหมาะสมเหล่านี้ ผลวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือกิจกรรมรณรงค์และส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงความคิดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม และไม่เป็นการลิดรอนสิทธิ์ของคนรุ่นใหม่ และส่งเสริมสังคมแห่งการแสดงความคิดเห็นสื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพเพื่อให้สามารถได้ผลการวิจัยเชิงลึกที่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์เชิงพฤติกรรมที่ลึกซึ้งและสอดคล้องกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มขอบเขตของเนื้อหา และพื้นที่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งเพิ่มประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ นอกเหนือจากกฎหมาย PDPA หรือกฎหมาย พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์

เอกสารอ้างอิง

ธนภัทร เต็มรัตนะกุล. (2566). การตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของเยาวชนในเรื่องการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง. **นิเทศศาสตรปริทัศน์**, **27**(2), 135–149.

ปิ่นบุญญา ลำมะนา. (2560). การจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออกในประเทศไทย. **สังคมศาสตร์นิติรัฐศาสตร์**, **1**(2), 63–81.

พรรคพล เจรณาเทพ. (2565). **การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Digital media creation on social networks**. https://library.wu.ac.th/km/การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล/

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อแห่งอนาคต: สื่อสังคมออนไลน์. **วารสารนักบริหาร**, **31**(4), 99–103.

ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. ที.พี.พริ้นท์.

สรานนท์ อินทนนท์. (2563). **การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)** (พิมพ์ครั้งที่ 3). มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.).

สิงหนาถ พงศ์ภิญโญศักดิ์, ยศศักดิ์ โกไศยกานนท์, และอารุณ วงศ์แก้ว. (2567). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับสิทธิการมีส่วนร่วมของเด็กในการแสดงความคิดเห็นในสังคม. **สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**, **8**(2), 367–376.

สุวัฒน์ เอมสัมฤทธิ์. (2561). **การแสดงความเห็นด้วยอคติผ่านข่าวปลอมผ่านสื่อสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาการเลือกตั้งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562** [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

แอมเนสตี้. (2567). **ความรุนแรงทางออนไลน์**. https://www.amnesty.or.th/our-work/onlinefreedom/

Allport, G. W. (1961). **Pattern and growth in personality**. Holt Reinhart & Winston.

Castells, M. (2000). **The rise of the network society: The information age: Economy, society and culture, Vol. 1** (2nd ed.). Blackwell.

Euajarusphan, A. (2021). Online social media usage behavior, attitude, satisfaction, and online social media literacy of Generation X, Generation Y, and Generation Z. **PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research**, **10**(2), 44–58.

McQuail, D., Blumler, J., & Brown, R. (1972). The television audience: A revised perspective. In D. McQuail (Ed.), **Sociology of mass communication**. Longman.

Meechunek, K. (2017). Using social media affecting lifestyle and social behaviors of Generation Y in Bangkok metropolitan, Thailand. **PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research**, **6**(2), 103–110.

Morgan, C., & King, R. A. (1966). **Introduction to psychology**. McGraw-Hill.

Remmers, H. H. (1996). **Introduction to opinion and attitude measurement**. Harper and Brothers.