

อิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเองและการเห็นคุณค่าในตนเอง
ต่อการใช้แอปพลิเคชัน “การรับเพื่อน” ในเฟซบุค

นาย จูติภูมิ งามสมจันทร์

นางสาว ธนาภรณ์ กองพล

นางสาว เอมิกา รุ่งวานิชการ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 3800420 โครงการทางจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

INFLUENCES OF NEED FOR AFFILIATION, NEED FOR INTIMACY,
SELF-DISCLOSURE, AND SELF-ESTEEM ON USING "ADD FRIEND" ON FACEBOOK

Mr. Thitiphum Ngamsomjan

Miss Thanaporn Kongpon

Miss Amika Rungvanichkarn

This project submitted in partial fulfillment of 3800420 Senior project in psychology

Faculty of psychology Chulalongkorn university

Academic Year 2010

ฐิติภูมิ งามสมจันทร์, ธนาภรณ์ กองพล และ เอมิกา รุ่งวานิชการ: อิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์
แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเองและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้อัพพลิเคชั่น “การรับ
เพื่อน” ในเฟซบุ๊ก (INFLUENCES OF NEED FOR AFFILIATION, NEED FOR INTIMACY,
SELF-DISCLOSURE, AND SELF-ESTEEM ON USING “ADD FRIEND” ON FACEBOOK)
อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย: อาจารย์หยกฟ้า อิศรานนท์

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเองและ
การเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้อัพพลิเคชั่น “การรับเพื่อน” ในเฟซบุ๊ก โดยให้ผู้ร่วมการวิจัย 306 คน ตอบ
มาตรวัดตัวแปรต่าง ๆ ข้างต้น รวมถึงพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้งานเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
2. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
3. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กเฉพาะคนที่รู้จักไม่มากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
5. ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้าไม่มากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
6. จำนวนเพื่อนไม่สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
7. ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กไม่สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คณะจิตวิทยา ปีการศึกษา 2553

FACULTY OF PSYCHOLOGY

ลายมือชื่อผู้วิจัย..... ฐิติภูมิ งามสมจันทร์

ธนาภรณ์ กองพล

เอมิกา รุ่งวานิชการ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... อ.ดร. อิศรานนท์

KEYWORDS: NEED FOR AFFILIATION / NEED FOR INTIMACY / SELF-DISCLOSURE / SELF-ESTEEM / ADD FRIEND / FACEBOOK

THITIPHUM NGAMSOMJAN, THANAPORN KONGPON AND AMIKA

RUNGVANICHKARN: INFLUENCES OF NEED FOR AFFILIATION, NEED FOR INTIMACY, SELF-DISCLOSURE, AND SELF-ESTEEM ON USING "ADD FRIEND" ON FACEBOOK.

RESEARCH ADVISOR: YOKFAH ISARANON

This research study about Influences of need for affiliation, need for intimacy, self-disclosure, and self-esteem on using "add friend" on Facebook which has three hundred and six participants completed four variable inventory that mention above and include using facebook behavior.

Results are as follow:

1. High need for affiliation persons are accept a friends request on facebook from everyone more than low need for affiliation persons ($p < .01$)
2. High need for affiliation persons send a friends request on facebook to acquaintance more than stranger ($p < .001$)
3. High need for intimacy persons accept a friends request on facebook from acquaintance not more than low need for intimacy persons ($p > .05$)
4. High need for intimacy persons send a friends request on facebook to acquaintance more than stranger ($p > .001$)
5. High self-disclosure persons accept a friends request on facebook from stranger not more than low self-disclosure persons
6. Friend number on facebook cannot predict positive self-esteem in high affiliation persons
7. A Frequency of comment friend page on facebook cannot predict positive self-esteem in high intimacy persons

คณะจิตวิทยา ปีการศึกษา 2553

FACULTY OF PSYCHOLOGY

ลายมือชื่อผู้คิด..... Thitiphum Ngamsomjan
..... Thanaporn Kongpon
..... Amika Rungvanichkarn
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... Yokfah Isaranon

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากผู้เกี่ยวข้องหลาย ๆ ท่าน ในเบื้องต้นขอกราบ
ขอบพระคุณอาจารย์หยกฟ้า อิศรานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำแนะนำและตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้อง
พร้อมทั้งให้กำลังใจและคอยดูแลผู้วิจัยด้วยความใส่ใจเป็นอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร. คณางค์ มณีศรี ที่อนุญาตให้ใช้มาตรวจวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งทำให้การวิจัยครั้งนี้สามารถจัดกระทำ
ตัวแปรได้ครบสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะจิตวิทยาทุกคนในการเข้ารับฟังการนำเสนองานวิจัย
และให้คำแนะนำแก่ชิ้นงานวิจัย เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้มีความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องน้อยที่สุด

สุดท้ายขอขอบคุณนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาส่วนตัวในการเก็บ
ข้อมูล ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จขึ้นมาได้

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด	3
3. ความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด	5
4. การเปิดเผยตนเอง	6
5. การเห็นคุณค่าในตนเอง	8
6. วัตถุประสงค์ในการวิจัย	10
7. ขอบเขตการวิจัย	10
8. ตัวแปรในการวิจัย	11
9. สมมติฐานการวิจัย	11
10. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	12
11. ประโยชน์ที่ได้รับ	13
12. วิธีดำเนินการวิจัย	14
13. กลุ่มตัวอย่าง	14
14. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	14
15. แบบวัดการเปิดเผยตนเอง	14
16. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์	16
17. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด	17
18. มาตรฐานการเห็นคุณค่าแห่งตน	19
19. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	20
20. การอภิปรายผลการวิจัย	33
21. สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	39
22. รายการอ้างอิง	43
23. ภาคผนวก	45

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
1. แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เฟซบุค	45
2. ตารางทิศทางของข้อกระทงในแบบวัดการเปิดเผยตนเอง	51
3. ตารางผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของข้อกระทง ความสัมพันธ์ของข้อกระทงกับคะแนนของข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด และน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดการเปิดเผยตนเอง	52
4. ตารางทิศทางของข้อกระทงในแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์	54
5. ตารางผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของข้อกระทง ความสัมพันธ์ของข้อกระทงกับคะแนนของข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด และน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์	55
6. ตารางทิศทางของข้อกระทงในแบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด	57
7. ตารางผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของข้อกระทง ความสัมพันธ์ของข้อกระทงกับคะแนนของข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด และน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด	58

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธรรมชาติของมนุษย์นั้นเป็นสัตว์สังคม มักอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทั้งเพื่อการสร้างสัมพันธภาพ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรืออาจดำเนินไปเพื่อผลประโยชน์ส่วนบุคคล ทำให้เกิดการพัฒนากิจกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารในหลาย ๆ ด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของการใช้งานจึงเกิดเป็นสังคมออนไลน์ขึ้น เพื่อให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งพบว่าในปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ต (internet) ในการทำงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิเช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (e-mail) สนทนา (chat) อ่านหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด การติดตามข่าวสาร การสืบค้นข้อมูลและการค้นหาข้อมูล การชมหรือซื้อสินค้าออนไลน์ การดาวน์โหลด เกม เพลง ไฟล์ข้อมูล การติดตามข้อมูล ภาพยนตร์ รายการบันเทิงออนไลน์ต่าง ๆ การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ การเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) การประชุมทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต (video conference) โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต การอัปโหลดข้อมูล โดยแนวโน้มล่าสุดของการใช้อินเทอร์เน็ต คือความต้องการที่จะทำความรู้จักพูดคุย ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นทั้งที่รู้จักกันในชีวิตประจำวันและที่รู้จักกันทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ เพื่อสร้างสังคมออนไลน์ (social network) ปัจจุบันเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และเว็บไซต์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในระดับอายุต่าง ๆ นั้นคือเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งนับว่าเป็นชุมชนในโลกจริงผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีการติดต่อกันโดยใช้ e-mail และสามารถที่จะทำความรู้จักคนอื่น ๆ ในสังคมเดียวกันในโลกจริง ข้อมูลที่นำมาแบ่งปันกันในเฟซบุ๊กจะเป็นสิ่งใดก็ได้ เช่น รูปถ่ายตอนไปเที่ยวปิดเทอม ที่อยู่ของเพื่อนหนังที่ชอบ ความสัมพันธ์ ณ ขณะปัจจุบัน ความรู้สึกของตนเอง รวมทั้งข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ จึงนับว่าเป็นเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ที่กระตือรือร้นอยากจะรู้จักคนอื่น ๆ ในสังคมเดียวกันให้มากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้เว็บไซต์นี้เริ่มมีการแพร่ขยายเข้าไปสู่การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ (mobile internet) มากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีปัจจุบันสนับสนุนให้การเข้าถึงเครือข่ายผ่านโทรศัพท์มือถือทำได้ง่ายขึ้นมาก จากการเก็บสถิติของเว็บไซต์ Google พบว่าในมีผู้เข้าชมเว็บไซต์เฟซบุ๊กในแต่ละเดือนจำนวนกว่า 540 ล้านคนทั่วโลก คิดเป็น 35% ของประชากรทั้งหมดทั่วโลกที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต (ไชยยศปั้น, 2553) สำหรับสถิติการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของคนไทยในปัจจุบันติดอันดับสองของประเทศที่กำลังพัฒนารองลงมาจากประเทศโปแลนด์ จำนวนคนไทยที่ใช้งานเฟซบุ๊กมีประมาณ 1,632,880 คิดเป็น 0.52% ของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก

ทั้งหมด ในจำนวนนี้ยังพบว่าผู้ใช้งานเฟซบุคเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยมีผู้หญิงใช้งานเฟซบุคประมาณ 56.8% ของจำนวนคนไทยทั้งหมดที่ใช้เฟซบุค และคนส่วนใหญ่ที่ใช้อยู่ในช่วงอายุประมาณ 18-34 ปี

แอปพลิเคชันที่บุคคลที่เล่นเฟซบุคต้องรู้จักเป็นอย่างดีคือ การรับเพื่อน (add friend) เป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยให้บุคคลได้รู้จักกับเพื่อนในสังคมออนไลน์ใหม่ ได้สานสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อไปกับเพื่อนหรือผู้ที่รู้จักอยู่แล้วให้ยาวนานยิ่งขึ้น บุคคลสามารถส่งคำขอเป็นเพื่อนของตนเองไปยังผู้อื่นที่บุคคลต้องการเป็นเพื่อนในเฟซบุค เพื่อให้สามารถสื่อสารหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับบุคคลนั้น

เป้าหมายของเฟซบุคในสายตาของ มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ผู้ก่อตั้ง คือ การทำให้เฟซบุคหรือเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมแบบออนไลน์กลายเป็นศูนย์กลางของมาตรฐานการสื่อสาร และการตลาดของโลก อินเทอร์เน็ต (The planet's standardized communication and marketing platform) (EZ Editor Bow 2009) แต่สำหรับผู้ใช้บริการเว็บไซต์นี้ต่างต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เพื่อสร้างสังคมให้กับตนเอง สามารถติดต่อสื่อสารพูดคุยกับบุคคลอื่น แลกเปลี่ยนทัศนคติของตนเองกับบุคคลอื่น และสร้างสัมพันธ์ภาพใหม่ ๆ กับบุคคลอื่น ซึ่งการที่บุคคลมีความต้องการที่จะปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกันนั้นมีพื้นฐานมาจากแรงจูงใจหลักสองประการ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (need for affiliation) และแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy) งานวิจัยของ Sheldon (2008) พบว่า บุคคลมักจะเล่นเฟซบุคเพื่อการคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ เพื่อฆ่าเวลา หาเพื่อน และเพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้ที่เรารู้จักมากที่สุด โดยพบอีกว่าผู้ที่เล่นเฟซบุคมักจะมีเพื่อนในเฟซบุคมากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง

แรงจูงใจทางสังคม (social motivation) ทั้งแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (McAdams, 1980) และ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Atkinson, Heyns, & Veroff, 1954) เป็นแรงจูงใจที่เน้นด้านการเป็นบุคคลที่อบอุ่น และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างใกล้ชิดสนิทสนม งานวิจัยของ French (1956) พบว่า เมื่อต้องเลือกผู้ร่วมงาน ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูงจะเลือกเพื่อนที่ไว้ศรัทธามากกว่าจะเลือกคนแปลกหน้าที่มีศรัทธาภาพ แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจทางสังคมมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลือกเพื่อนหรือผู้ที่ปฏิสัมพันธ์ด้วย

นอกจากแรงจูงใจใฝ่สัมพันธและแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดจะมีอิทธิพลต่อการรับเพื่อนในเฟซบุคแล้ว การเปิดเผยตนเองของบุคคลก็มีผลต่อการเปิดรับเพื่อนใหม่ ๆ ของบุคคลด้วย เนื่องจากการเปิดเผยตนเองมีผลต่อระดับความชอบพอของบุคคล จากงานวิจัยของ Worth, Gary, และ Kahn (1969) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยตนเองกับระดับความชอบพอ พบว่าบุคคลที่มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง จะเป็นที่ชื่นชอบของผู้อื่นมากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยข้อมูลเพียงผิวเผิน ไม่ลึกซึ้ง เมื่อบุคคลมีความชอบพอแล้วก็จะมีการสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องไปได้

แม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับเพื่อนในเฟซบุคจะยังมีจำนวนไม่มาก แต่จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมกรับเพื่อนในเฟซบุคนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะเฟซบุคก็เป็นสังคมอีกสังคมหนึ่งที่ผู้เล่นจะได้

มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การตัดสินใจในการเลือกรับเพื่อนจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเล่นเฟซบุค งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเองที่มีอิทธิพลต่อการรับเพื่อนในเฟซบุค

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (need for affiliation) และ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy)

Forsyth (2006) กล่าวถึงแรงจูงใจในการเข้าสังคมของบุคคลว่า เป็นแนวทางในการเลือกสิ่งที่จะทำ และเป้าหมายที่บุคคลต้องการ โดยสามารถแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 3 ด้าน คือ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (need for affiliation) แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy) และแรงจูงใจใฝ่อำนาจ (need for power) ซึ่งแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสังคมของมนุษย์นั้นได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และแรงจูงใจใกล้ชิด

ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมักต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น เข้าร่วมกลุ่มบ่อย ใช้เวลาส่วนใหญ่กับการอยู่ในกลุ่ม มีการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกกลุ่มมาก และยอมรับสมาชิกกลุ่มอย่างเต็มที่ แต่คนกลุ่มนี้ก็จะมี ความวิตกกังวลในการเข้าสังคม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความกลัวที่จะถูกผู้อื่นปฏิเสธ เมื่อผู้อื่นปฏิบัติไม่ดีหรือไม่ยอมรับ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงก็จะตีตัวออกห่างแทนที่จะเข้าหาบุคคลนั้น (Forsyth, 2006)

ขณะที่ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงจะแสวงหาสัมพันธภาพที่ใกล้ชิด อบอุ่น จะแสดงออกถึงความห่วงใย และความเกี่ยวข้องกับผู้อื่นมากกว่า คนกลุ่มนี้ไม่กลัวการถูกปฏิเสธ แต่จะให้ความสำคัญกับความเป็นเพื่อน ความสัมพันธ์ที่ดี การพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีงานวิจัยพบว่าคนที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงจะมีการโต้ตอบกับคนที่ส่งข้อความมากกว่า และมีความสุขมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ (Forsyth, 2006)

Schutz (1958, 1992 อ้างถึงใน Forsyth, 2006) ได้แบ่งแรงจูงใจเป็น 3 ด้าน ที่จะทำให้นักพอใจที่จะได้อยู่ในกลุ่ม ดังนี้

1. การรวมอยู่ด้วยกัน (Inclusion) คือ ความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและต้องการการยอมรับจากกลุ่ม ซึ่งคล้ายกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์
2. การควบคุม (Control) คือ ความต้องการที่จะเป็นผู้นำกลุ่ม โดยการจัดการและคงไว้ซึ่งกระบวนการของกลุ่ม คล้ายกับแรงจูงใจใฝ่อำนาจ
3. ความเป็นมิตร (Affection หรือ Openness) เป็นความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ที่ดี และอบอุ่นร่วมกับผู้อื่น คล้ายกับแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด

ทั้งนี้งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและต้องการการยอมรับจากกลุ่มกับ ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ที่ดี และอบอุ่นร่วมกับผู้อื่นซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้บุคคลมีการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (need for affiliation)

McClelland (1953 อ้างถึงใน Deusch, 2005) ได้กล่าวเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธในทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (McClelland's Achievement Motivation Theory) ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affiliation Motive) หมายถึง ความปรารถนาที่จะเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นที่นิยมชมชอบจากบุคคลอื่น และต้องการที่จะสร้างและดำรงความสัมพันธ์กับผู้อื่นสิ่งเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับจากบุคคลอื่น บุคคลที่มีความต้องการด้านนี้สูงกว่าด้านอื่นจะห่วงใย และพยายามที่จะไม่ทำร้ายความรู้สึกผู้อื่น เพื่อคงความเป็นมิตรภาพที่ดี

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ หรือ ความต้องการใฝ่สัมพันธ (The need for affiliation, n Aff) เป็นรูปแบบบุคลิกภาพที่เก่าแก่และเป็นที่รู้จักอย่างมากว่าเป็นสิ่งที่มีผลต่อความคิดและพฤติกรรมในการ “ริเริ่ม ดำรง และฟื้นฟูความสัมพันธ์ทางอารมณ์ทางบวก” (Atkinson, et al., 1954)

การสำรวจบุคคลในกลุ่มผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ พบว่าความพึงพอใจในชีวิตมีสหสัมพันธ์ทางลบ กับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทั้งในคู่สมรส และ เพื่อน (See, 1977/1978) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Veroff และ Feld (1970) และ Veroff (1982) ที่พบว่าบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูงระบุนว่าการสมรสของตนไม่ได้มีความสำคัญกับความพึงพอใจในชีวิตมากนัก

งานวิจัยจำนวนมากในระยะหลังเสนอว่า โดยพื้นฐานของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธจะเป็นผู้ที่ “กลัวการถูกปฏิเสธ” (Boyatzis, 1973; McAdams, 1982b; Stewart & Chester, 1982) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูง จะมีความวิตกกังวลมากเมื่อเพื่อนทำการให้คะแนนความชื่นชอบเกี่ยวกับตน (Byrne, 1961) พร้อมทั้งมีความกระตือรือร้นมากเกินไปในการทำให้ผู้อื่นประทับใจ (Exline, 1960) นอกจากนี้แรงจูงใจใฝ่สัมพันธยังเกี่ยวข้องกับการเลือกเพื่อนหรือผู้ที่บุคคลจะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย โดยงานวิจัยของ French (1956) พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูงจะยอมเลือกผู้ร่วมงานที่เป็นเพื่อนไร้ศักยภาพ มากกว่าจะเลือกคนแปลกหน้าที่มีศักยภาพ เนื่องจากผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูงจะไม่สนใจเรื่องการบรรลุเป้าหมายเท่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จึงทำให้บุคคลกลุ่มนี้เลือกเพื่อนสนิทมาร่วมงานมากกว่า แม้อาจจะไม่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานเท่าที่ควรก็ตาม แตกต่างกับกลุ่มที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงที่จะให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมาย จึงทำให้เลือกบุคคลที่มีความสามารถมาร่วมงานกับตนแม้จะเป็นผู้ที่ไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม

แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy)

McAdams (1980) ระบุว่า เพื่อนและคนรู้จักของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงให้คะแนนผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงว่าเป็นคนที่อบอุ่น เป็นที่รัก จริงใจ และ เป็นธรรมชาติ ในทางกลับกัน ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ มีลักษณะของการเป็นผู้ใช้อำนาจเหนือกว่า เอาตัวเองเป็นศูนย์กลาง และมีลักษณะการพูดโดยสนใจระดับฐานะทางสังคมของคู่สนทนา และพบความสัมพันธ์เช่นเดียวกันนี้ในกลุ่มผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์เช่นกัน

McAdams (1982 อ้างถึงใน McAdams & Constantian, 1983) ศึกษาการระลึกประวัติที่เกี่ยวข้องกับตนในกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง สามารถระลึกเรื่องราวในอดีตเกี่ยวกับตนในเรื่องของมิตรภาพ และการแบ่งปัน นอกจากนี้งานวิจัยของ McAdams และ Constantian (1983) ยังพบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง มีความคิดเกี่ยวกับเรื่องระหว่างบุคคล และมีอารมณ์ทางบวกเกี่ยวกับเรื่องระหว่างบุคคลมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ

ความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด

แม้ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดจะมีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับผู้อื่น แต่แรงจูงใจทั้งสองประการก็มีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน McAdams และ Powers (1981) เปรียบเทียบประสิทธิภาพของตัวทำนาย ระหว่างแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดและแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ โดยศึกษาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ตามทฤษฎีจิตวิทยาการละคร (a psychodrama) พบว่า แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด สัมพันธ์กับปริมาณการแสดงความอบอุ่นและการเปิดรับต่อผู้อื่น ทั้งทางคำพูดและร่างกายมากกว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์

ทั้งนี้ McAdams และ Powers (1981) เสนอว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ จะเน้นไปด้านความกระตือรือร้น ความเพียรพยายาม และการทำสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์อย่างมาก สอดคล้องกับสิ่งที่ Boyatzis (1973) เรียกว่า การกัลวการถูกปฏิเสธซึ่งตรงข้ามกับแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดที่จะเกี่ยวข้องกับการรับฟัง สอดคล้องกับการเป็นส่วนหนึ่งและการไม่ควบคุมผู้อื่น

งานวิจัยของ McAdams และ Constantian (1983) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดและแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในการปฏิสัมพันธ์ พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงมีการแสดงความรู้สึกทางบวกเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากกว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และพบว่าแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดและแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีผลสัมพันธ์ทางลบกับการแสดงอารมณ์ที่ว่าจะอยู่คนเดียวเมื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดและผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ไม่ต้องการที่

จะอยู่คนเดียวขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และพอใจในการปฏิสัมพันธ์พอ ๆ กัน แต่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ที่มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับการแสดงความรู้สึกปรารถนาที่จะปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเมื่ออยู่คนเดียวและไม่พบความสัมพันธ์นี้ในแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด นั่นแสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเมื่ออยู่คนเดียวมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด

เป็นที่น่าสังเกตว่าคุณลักษณะแรงจูงใจทั้งสองมีบทบาทสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ซึ่งการเล่นเฟชบุคก็เป็นสังคมหนึ่งที่บุคคลมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ดังนั้นแรงจูงใจทั้งสองจึงน่าจะมีอิทธิพลต่อการเล่นเฟชบุคของบุคคล จากข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทั้งสองประการ นำไปสู่สมมติฐานข้อที่ 1 “ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟชบุคจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ” สมมติฐานข้อที่ 2 “ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟชบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก” สมมติฐานข้อที่ 3 “ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟชบุคเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ” และสมมติฐานข้อที่ 4 “ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟชบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก”

การเปิดเผยตนเอง (self-disclosure)

Derleg และ Chaikin (1975) เสนอว่า การเปิดเผยตนเองหมายถึง การที่บุคคลคนหนึ่งยอมให้ตนเองเป็นที่รู้จักของผู้อื่น ขณะที่ Ellenson (1981) ระบุว่า การเปิดเผยตนเองหมายถึง การทำให้ตนเองเป็นที่รู้จักของผู้อื่น ซึ่งเป็นการแบ่งปันข้อมูลส่วนตัว เช่น ความรู้สึก ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และความใฝ่ฝันของบุคคล ส่วน Hendrick และ Hendrick (1992) ได้เสนอไว้ด้วยว่า การเปิดเผยตนเองหมายถึง การบอกผู้อื่นเกี่ยวกับเรื่องราวของตนเอง เป็นการเสนอความคิดความรู้สึกต่อการพิจารณาของผู้อื่นอย่างจริงจัง โดยหวังให้ผู้อื่นมีการสื่อสารที่จริงจังตามมาด้วย

การเปิดเผยตนเองจึงหมายถึง การที่บุคคลแสดงออกถึงความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติและประสบการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลส่วนตัวของตนเองให้แก่ผู้อื่นได้ทราบ โดยใช้การสื่อสารกันเพื่อนำเสนอข้อมูลเหล่านั้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

Smith และ Mackie (1995) กล่าวว่า การที่คู่สนทนาเปิดเผยข้อมูลที่ลึกซึ้งของตนเองแก่กันถือได้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนรางวัลซึ่งกันและกัน ทำให้คู่สนทนามีความเข้าใจกัน เกิดความไว้วางใจกัน ให้การสนับสนุนกัน และได้รับการสนับสนุนจากคู่สนทนาอีกด้วย

การเปิดเผยตนเองมีประโยชน์มาก หากมีการเปิดเผยที่เหมาะสมถูกกาลเทศะ เนื่องจากการเปิดเผยตนเองถือเป็นการระบายความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคล ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจมากขึ้น ส่งผลให้มีสุขภาพจิตดีขึ้น (Verderber & Verdreber, 1997) การเปิดเผยตนเองยังช่วยในการเปรียบเทียบบุคคลเองกับมาตรฐานทั่วไปของสังคม ในด้านของความคิด ความรู้สึก หรือสิ่งที่บุคคลปฏิบัติในสังคม โดยสามารถพิจารณาได้จากการมีปฏิริยาตอบสนองจากผู้อื่นในสังคมเมื่อบุคคลเปิดเผยตนเองออกไป การเปิดเผยตนเองจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ช่วยให้บุคคลเกิดความเข้าใจในสิ่งที่ตนควรทำและไม่ควรทำได้ดีขึ้น

การเปิดเผยตนเองยังช่วยเพิ่มการตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness) ให้แก่ผู้ที่เปิดเผยตนเอง ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับตนเองมากขึ้น ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลทำความเข้าใจเกี่ยวกับคำพูดของตนเอง นอกจากนี้การตอบสนองจากผู้อื่นก็จะช่วยให้บุคคลเข้าใจความคิดและความรู้สึกของตนเองมากยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนี้การตอบกลับ (feedback) จากผู้อื่นที่มีต่อการเปิดเผยตนเองของบุคคลจะทำให้บุคคลรู้ว่าผู้อื่นมีความคิดเห็นหรือมีความรู้สึกต่อบุคคลอย่างไร โดยความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยตนเองกับการตอบกลับจากผู้อื่น สามารถศึกษาได้จากแนวคิดของ Joseph และ Harrington (1955, อ้างถึงใน Johnson, 1997) เสนอการศึกษาพฤติกรรมการเปิดเผยตนเองขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในส่วนเปิด (open/free area) ประกอบด้วยเรื่องราวที่บุคคลรับรู้เกี่ยวกับบุคคลเองและผู้อื่นรู้ด้วย ขณะที่ส่วนบอด (blind area) เป็นเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้อื่นรับรู้เกี่ยวกับบุคคล แต่บุคคลไม่รู้ตัวเอง ส่วนซ่อนเร้น (hidden area) เป็นเรื่องราวที่บุคคลอื่นไม่รู้เกี่ยวกับตัวเอง แต่บุคคลรับรู้เรื่องราวเหล่านั้นเพียงคนเดียว และส่วนไม่รู้ (unknown area) เป็นเรื่องราวที่ตัวบุคคลเองและบุคคลอื่นไม่รับรู้ในส่วนนี้ ซึ่งส่วนต่าง ๆ เหล่านี้เป็นอิสระต่อกัน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงขนาดของส่วนหนึ่งจะมีผลต่อขนาดของอีกทั้ง 3 ส่วนที่เหลือด้วย ดังภาพที่ 1

ทั้งนี้การเปิดเผยตนเองสามารถใช้เป็นคำแนะนำให้แก่ผู้อื่นได้ โดยเฉพาะการเปิดเผยตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ในอดีต (Duck, 1994)

Wood (1999) ได้กล่าวถึงการเปิดเผยตนเองในด้านประโยชน์และผลเสียที่จะได้รับหากบุคคลมีการเปิดเผยตนเองแก่ผู้อื่น หากการเปิดเผยตนเองนั้นไม่เหมาะสมหรือรวดเร็วเกินไปอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงได้ และเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นบุคคลไม่ควรเปิดเผยตนเองรวดเร็วเกินไป และลักษณะสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการเปิดเผยตนเองนั้นจำเป็นต้องก่อให้เกิดความไว้วางใจต่อกัน โดยเริ่มจากการเปิดเผยข้อมูลเบื้องต้นทั่ว ๆ ไปก่อน และก่อนการเปิดเผยข้อมูลที่มีความลึกซึ้งจำเป็นต้องดูการตอบสนองของฝ่ายตรงข้ามด้วย หรือสังเกตจากข้อมูลที่บุคคลฝ่ายตรงข้ามเปิดเผยแก่เรา ซึ่ง Wood ได้สรุปเกี่ยวกับประโยชน์ว่า การเปิดเผยตนเองช่วยเพิ่มความไว้วางใจ ช่วยเพิ่มความใกล้ชิด ช่วยเพิ่มการเห็นคุณค่าในตน ช่วยเพิ่มความปลอดภัย และช่วยส่งเสริมความองอาจของบุคคล ขณะที่ความเสี่ยงที่จะได้รับจากการเปิดเผยตนเองมีดังนี้ การถูกผู้อื่นปฏิเสธ ถูกผู้อื่นดูถูก และถูกผู้อื่นทำลายความเชื่อมั่นของเรา

	ตนเองรู้	ตนเองไม่รู้
ผู้อื่นรู้	<p>Open / Free area</p> <p>เป็นส่วนของตนเองรู้และผู้อื่นก็รู้</p>	<p>Blind area</p> <p>เป็นส่วนของตนเองไม่รู้แต่ผู้อื่นรู้</p>
ผู้อื่นไม่รู้	<p>Hidden area</p> <p>เป็นส่วนของตนเองปิดบังไม่ให้ผู้อื่นรู้</p>	<p>Unknown area</p> <p>เป็นส่วนของตนเองและผู้อื่นไม่รู้</p>

ภาพที่ 1 หน้าต่างโจฮารี หรือ Johari window

Lindenfield (1989) พบว่าการให้ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลความรู้สึกที่เกี่ยวกับตนเอง จะพัฒนาความสัมพันธ์ให้มีความใกล้ชิดมากขึ้น ขณะที่ Sheldon (2009) พบว่า การเปิดเผยตนเองในการเล่นเฟชบุคทำให้เกิดความดึงดูดทางสังคม และความเชื่อใจในความสัมพันธ์กับผู้ที่บุคคลนั้นมีปฏิสัมพันธ์ด้วยมาก ดังนั้นการเปิดเผยตนเองจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และอาจจะมีผลต่อการเล่นเฟชบุคได้เช่นกัน

จากการศึกษาลักษณะของการเปิดเผยตนเอง พบว่าการเปิดเผยตนเองนำไปสู่ความต้องการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดได้ จึงนำไปสู่สมมติฐานข้อที่ 5 “ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้ามากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ”

การเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem)

James (1890 อ้างถึงใน Bernet et al., 1993) กล่าวว่า การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นกระบวนการของการประเมิน ที่เกิดจากการวัดความต้องการที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย กับการรับรู้ว่าตนเองสามารถไปถึงเป้าหมายได้ ผู้ที่สามารถไปถึงเป้าหมายที่ต้องการได้มากก็จะมี การเห็นคุณค่าในตนเองที่หนักแน่นกว่า ความต้องการที่ทำให้เกิดความไม่มั่นคงในการเห็นคุณค่าในตนเองคือความต้องการที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่ต้องใช้

ความสามารถมากเกินไป และถ้าบุคคลรับรู้ว่าจะไปไม่ถึงเป้าหมายได้ ก็จะเกิดการเห็นคุณค่าของตนเองต่ำ

การเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) เป็นการอธิบายการรับรู้โดยรวมของบุคคล เกี่ยวกับคุณค่าของตนเอง โดยการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นบุคลิกภาพอย่างหนึ่งที่จะนำไปสู่ความมั่นคงในตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเองยังรวมไปถึงความเชื่อเกี่ยวกับตนเอง เช่น การประเมินตนเองทั้งด้าน รูปลักษณ์ ความเชื่อ อารมณ์ และพฤติกรรมด้วย (Braden, 1969)

Braden (1969) ยังได้กล่าวว่า อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเอง ดังนี้

1. การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นความต้องการที่สำคัญของมนุษย์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต
2. การเห็นคุณค่าในตนเองเกิดขึ้นอย่างอัตโนมัติ ซึ่งเกิดจากพื้นฐานความเชื่อและการตระหนักถึงตนเองของบุคคล
3. การเห็นคุณค่าในตนเองเกิดขึ้นจากการรวมกันของ ความคิด พฤติกรรม อารมณ์ และการกระทำของบุคคล

Rosenberg (1965 อ้างถึงใน Owens, Stryker, & Goodman, 2001) พบว่า นักเรียนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะรายงานว่า บุคคลอื่นมักจะไม่รู้จักตนเอง และมักจะมีความลับมากกว่านักเรียนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง

สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองมีความเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยตนเอง โดยผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำมักจะปกปิดตนเอง และมักเก็บความคิดและความรู้สึกของตนเองไว้ ไม่เปิดเผยให้กับผู้อื่นรู้ งานวิจัยของ Kessler และ Essex (1982, อ้างถึงใน Owens, et al., 2001) พบว่า ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะไม่ชอบสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับผู้อื่น ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการเห็นคุณค่าในตนเองก็มีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเช่นกัน ดังนั้น การเห็นคุณค่าในตนเองก็อาจจะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเล่นเฟซบุคได้

Steinfeld, Ellison, และ Lumpe C. (2008) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตพบผลที่น่าสนใจคือ จากปี 2006-2007 มีปริมาณการใช้เฟซบุคต่อวันเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้การใช้เฟซบุคทำให้การติดต่อสื่อสารง่ายขึ้น มีการติดต่อสื่อสารกันผ่านเครื่องมือต่าง ๆ เช่น กระดานข้อความ (wall) การสะกด (pokes) หรือการส่งข้อความหาโดยตรงกับเพื่อนในเครือข่ายที่ทำได้สะดวก นำไปสู่การติดต่อสื่อสารแบบตัวจริง การใช้เฟซบุคช่วยให้ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำได้มีการสื่อสารมากขึ้น โดยเป็นการหลีกเลี่ยงการคุยทางโทรศัพท์ที่อาจสร้างความเขินอายได้ สังคมออนไลน์ช่วยในการรักษาความสัมพันธ์ทั้งคนที่อยู่ใกล้และไกล ซึ่งทำให้มีการเชื่อมโยงกันโดยการสื่อสารสูงขึ้น นอกจากนี้ระบบการใช้งานของเฟซบุคยังง่ายต่อการเผยแพร่ข้อมูล กิจกรรมเกี่ยวกับ

ตัวเอง และรับจากผู้อื่น การได้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้อื่นจากเฟชบุคทำให้การปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า เป็นไปได้ราบรื่นและง่ายขึ้น เช่น ข้อมูลสถานะความสัมพันธ์ ที่ขึ้นในเฟชบุค ในการสื่อสารโดยใช้เฟชบุคนั้นทำให้ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำได้ประโยชน์ มากกว่าผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง เพราะเป็นการสื่อสารกับผู้อื่นแบบเผชิญหน้าหรือแบบตัวต่อตัวเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ดังนั้นการสื่อสารโดยวิธีนี้จึงทำให้บุคคลเหล่านั้นได้สื่อสารกับผู้อื่นมากขึ้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเองพบว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทั้งสองประการ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด ในการสร้างความสัมพันธ์ของบุคคลด้วย จึงนำไปสู่สมมติฐานข้อที่ 6 “จำนวนเพื่อนสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง” สมมติฐานข้อที่ 7 “ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟชบุคสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง”

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้อัพพลิเคชัน การรับเพื่อน ในเฟชบุค
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับเพื่อนของบุคคลในเฟชบุคทั้งในแบบที่ยอมรับคำขอและส่งคำขอเป็นเพื่อนของบุคคล

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ศึกษาถึงอิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการเล่นแอปพลิเคชันการรับเพื่อนในเฟชบุค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้งานเฟชบุคในช่วงอายุ 18-25 ปี จำนวน 200 คน แบ่งเป็น เพศชาย 100 คน เพศหญิง 100 คน

ตัวแปรในการวิจัย

1. ตัวแปรต้น มี 4 ตัวแปร ได้แก่
 - แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์
 - แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด
 - การเปิดเผยตนเอง
 - การเห็นคุณค่าในตนเอง
2. ตัวแปรตาม
 - ลักษณะการรับเพื่อนในเฟซบุค แบ่งเป็น
 - การตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับทุกคน
 - การตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับบุคคลที่รู้จักเท่านั้น
 - การขอเป็นเพื่อนกับทุกคนในเฟซบุค
 - การขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับบุคคลที่รู้จักเท่านั้น

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ
2. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก
3. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ
4. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก
5. ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้ามากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ
6. จำนวนเพื่อนสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง
7. ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. **แอปพลิเคชัน การรับเพื่อน ในเฟซบุค** แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ
 - **การขอรับเพื่อนในเฟซบุค** หมายถึง การส่งคำขอเป็นเพื่อนไปยังบุคคลอื่น โดยสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การค้นหาชื่อบุคคลในช่องค้นหา (search book) ของเฟซบุค การส่งคำขอเป็นเพื่อนจากการแนะนำ (suggest friend) ที่ทางเฟซบุคแนะนำและการแนะนำจากเพื่อนที่มีอยู่แล้ว เป็นต้น เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของเฟซบุค และรับรู้ข้อมูลของบุคคลนั้นได้อย่างละเอียด เช่น กระดานสนทนา (wall) การสนทนาออนไลน์ (chat online) การร่วมเล่นเกมในทางเฟซบุคกับเพื่อน (game online) การส่งข้อความส่วนตัว (message) เป็นต้น
 - **การรับเพื่อนในเฟซบุค** หมายถึง การตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากบุคคลอื่น เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ของเฟซบุค และรับรู้ข้อมูลของบุคคลนั้นได้อย่างละเอียด เช่น กระดานสนทนา (wall) การสนทนาออนไลน์ (chat online) การร่วมเล่นเกมในทางเฟซบุคกับเพื่อน (game online) การส่งข้อความส่วนตัว (message) เป็นต้น
2. **แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ** หมายถึง แรงจูงใจที่ทำให้บุคคลต้องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น และมีการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธจะมีความวิตกกังวล และกลัวการถูกปฏิเสธในการสร้างความสัมพันธ์ โดยลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นแบบผิวเผิน ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงคะแนนที่ได้จากการตอบแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง จาก 1-5 โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. **แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด** คือ แรงจูงใจที่ทำให้บุคคลต้องการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับผู้อื่น มีการแสดงออกถึงความห่วงใย เอาใจใส่ต่อความรู้สึกของผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย โดยลักษณะความสัมพันธ์จะเป็นแบบลึกซึ้ง กับบุคคลเพียงจำนวนหนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงคะแนนที่ได้จากการตอบแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง จาก 1-5 โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. **การเปิดเผยตนเอง** หมายถึง การที่บุคคลมีการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ของตนเองให้บุคคลรอบข้างได้รับรู้ เช่น ข้อมูลส่วนตัว ค่านิยม ทักษะคิด อารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้น เป็นต้น โดยไม่มีการปิดบังข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง สามารถแสดงออกได้ถึงความรู้สึกของตนเองได้อย่างตรงไปตรงมา ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงคะแนนที่ได้จากการตอบแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง จาก 1-5 โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่าง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5. การเห็นคุณค่าในตนเอง หมายถึง การที่บุคคลมีการประเมินตนเองตามความรู้สึกลงตนเอง เป็นคนที่มีคุณค่า มีความสามารถ มีความสำคัญ มีการประสบผลสำเร็จในการทำงาน รวมทั้งการยอมรับ การเห็นคุณค่าจากคนในสังคมที่มีต่อตน และมีภาพพจน์ที่ดีต่อตัวเอง มีความรับผิดชอบต่อการกระทำของตัวเอง มีความซื่อสัตย์ มีความภูมิใจในผลสำเร็จของงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหาและรับผิดชอบต่อปัญหาที่จะเกิดตามมา ตลอดจนการมีเจตคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งบุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเอง มองตนเองในแง่ดี ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกกับบุคคลอื่นในแง่ดีด้วย ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงคะแนนที่ได้จากการตอบแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง จาก 1-5 โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงอิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้แอปพลิเคชัน การรับเพื่อน ในเฟสบุค
2. ทราบแนวทางเกี่ยวกับข้อมูลและแนวทางในการศึกษาแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเองที่มีอิทธิพลต่อการรับเพื่อนในเฟซบุค

กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

1. กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือ

กลุ่มตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือเป็นผู้ใช้เฟซบุคจำนวน 150 คน อายุระหว่าง 18-25 ปี แบ่งเป็นเพศชาย 75 คน เพศหญิง 75 คน

2. กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นบุคคลทั่วไปที่ทำงานเฟซบุคอายุระหว่าง 18-30 ปี จำนวน 306 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบวัดการเปิดเผยตนเอง (self-disclosure)
2. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (need for affiliation)
3. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy)
4. แบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem)

โดยทุกมาตรบรรจอยู่ในแบบสอบถามฉบับเดียวกัน และแบ่งเป็นส่วน ๆ มีรายละเอียดเกี่ยวกับแบบวัดแต่ละชนิดและขั้นตอนในการพัฒนาดังนี้

1. แบบวัดการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)

แบบวัดการเปิดเผยตนเองในงานวิจัยนี้ พัฒนาขึ้นตามแนวคิดในแบบวัด Self-disclosure Scale ของ Magno, Cuason, และ Figueroa (ไม่ระบุปีที่พิมพ์) โดยนำมาแปลเป็นภาษาไทย แล้วคัดข้อกระทงที่จะเข้ากับ

บริบทที่ต้องการศึกษา จากนั้นทำการคิดข้อกระทงเพิ่ม ข้อกระทงที่นำมาใช้มีทั้งหมด 32 ข้อ เป็นข้อกระทงที่
 แปลมาจากแบบวัดเดิมจำนวน 26 ข้อ ข้อกระทงทางบวก 13 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 11 ข้อ เป็นข้อกระทงที่
 คิดเพิ่มขึ้นจำนวน 8 ข้อ ข้อกระทงทางบวก 3 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 5 ข้อ โดยแบบวัดนี้เป็นแบบวัด
 ประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากนั้นนำข้อกระทงที่ได้ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150
 คน เป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 75 คน

เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยนำคะแนนทุกข้อมารวมคะแนนแล้วทำการแบ่งกลุ่มของข้อมูลออกเป็น 2
 กลุ่ม คือ กลุ่มสูง เป็นผู้มีคะแนนรวมมากกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และกลุ่มต่ำ คือผู้มีคะแนนรวม
 น้อยกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาอำนาจจำแนกความแตกต่างรายข้อโดยใช้
 สถิติที่ พบว่ามีข้อที่สามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีทั้งหมด 31 ข้อ (ตารางที่ ข2
 ภาคผนวก ข)

หลังจากนั้นนำข้อกระทงที่ผ่านทั้งหมดจำนวน 31 ข้อ มาทำการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 ระหว่างข้อกระทงนั้นกับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) พบว่า ข้อ
 กระทงทุกข้อผ่านเกณฑ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .89 (ตารางที่ ข2 ภาคผนวก ข)

ความตรงของแบบวัดวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าสถิติดัชนีไคเซอร์-
 ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy หรือ KMO) มีค่า KMO เท่ากับ .81
 จึงสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ การวิเคราะห์องค์ประกอบทำโดยกำหนดองค์ประกอบเป็น 1
 องค์ประกอบ นำหนักองค์ประกอบของข้อกระทงทุกข้อมีค่าสูงกว่า .3 (ตารางที่ ข2 ภาคผนวก ข) ดังนั้นแบบวัด
 การเปิดเผยตนเองที่ผ่านการพัฒนาขึ้นและนำไปใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ มีข้อกระทงรวมทั้งสิ้น 31 ข้อ เป็นข้อ
 กระทงทางบวกจำนวน 16 ข้อ และข้อกระทงทางลบจำนวน 15 ข้อ

2. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (need for affiliation)

แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในงานวิจัยนี้ พัฒนาขึ้นตามแนวคิด McClelland (1953) ได้กล่าวเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (McClelland's Achievement Motivation Theory) และแนวคิดของ Atkinson และคณะ (1954) โดยทำการคิดข้อกระทงขึ้นมาจำนวน 26 ข้อ ข้อกระทงทางบวก 15 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 11 ข้อ โดยแบบวัดนี้เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากนั้นนำข้อกระทงที่ได้ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน เป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 75 คน

ผลการวิเคราะห์เมื่อนำคะแนนทุกข้อมารวมคะแนนแล้วทำการแบ่งกลุ่มของข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสูง เป็นผู้มีคะแนนรวมมากกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และกลุ่มต่ำ คือผู้มีคะแนนรวมน้อยกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาอำนาจจำแนกความแตกต่างรายข้อโดยใช้สถิติที่ ผลที่ออกมาแสดงให้เห็นว่ามีข้อที่สามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีทั้งหมด 22 ข้อ และมีข้อกระทงที่ไม่สามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีทั้งหมดเป็นจำนวน 4 ข้อ (ตารางที่ ข4 ภาคผนวก ข)

เมื่อนำข้อกระทงที่ผ่านทั้งหมดจำนวน 22 ข้อ มาทำการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงนั้นกับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด พบว่า มีข้อกระทงทั้งหมดผ่านเกณฑ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .75 (ตารางที่ ข4 ภาคผนวก ข)

ผลการวิเคราะห์หาความตรงของแบบวัดหาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าสถิติดัชนีไคเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน มีค่า KMO เท่ากับ .73 จึงสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ การวิเคราะห์องค์ประกอบทำโดยกำหนดองค์ประกอบเป็น 1 องค์ประกอบ ข้อกระทงที่มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า .3

มีจำนวน 6 ข้อ จึงเหลือข้อกระทงทั้งหมด 16 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .75 (ตารางที่ ข4 ภาคผนวก ข) แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ที่ได้พัฒนาขึ้นในงานวิจัยครั้งนี้มีข้อกระทงรวมทั้งสิ้น 16 ข้อ เป็นข้อกระทงทางบวกจำนวน 10 ข้อ และข้อกระทงทางลบจำนวน 6 ข้อ

3. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy)

แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดพัฒนามาจากทฤษฎีแรงจูงใจการเข้าสังคมของบุคคลของ Forsyth (2006) บวกกับ งานวิจัยของ McAdams ในปี 1980 และ 1982 เกี่ยวกับลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง แล้วนำมาสร้างเป็นแบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด โดยทำการคิดข้อกระทงขึ้นใหม่ทั้งหมดจำนวน 23 ข้อ ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 12 ข้อ และ ข้อกระทงทางลบ 11 ข้อ โดยแบบวัดนี้เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

หลังจากนั้นนำข้อกระทงที่ได้เรียบเรียงเป็นแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน เป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 75 คน

จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บได้มาวิเคราะห์ เริ่มจากนำคะแนนทุกข้อมารวมกัน แล้วทำการจำแนกความต่างของข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มสูง หมายถึงผู้ที่มีคะแนนรวมมากกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 และ กลุ่มต่ำ หมายถึงผู้ที่มีคะแนนร่น้อยกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาอำนาจจำแนกความแตกต่างรายข้อโดยใช้สถิติที่ พบว่ามีข้อที่สามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีทั้งหมด 22 ข้อ (ตารางที่ ข6 ภาคผนวก ข)

เมื่อนำข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ข้างต้นทั้งหมดจำนวน 22 ข้อ มาทำการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด พบว่า ข้อกระทงทุกข้อผ่านเกณฑ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .84 (ตารางที่ ข6 ภาคผนวก ข)

ผลการตรวจสอบความตรงของแบบวัด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าสถิติดัชนีไคเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ .80 จึงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไป การวิเคราะห์องค์ประกอบทำโดยกำหนดองค์ประกอบเป็น 1 องค์ประกอบ ข้อกระทงที่มีน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า .3 มีจำนวน 5 ข้อ ทำให้ต้องตัดทิ้ง จึงเหลือข้อกระทงทั้งหมด 17 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .87 (ตารางที่ ข6 ภาคผนวก ข)

สำหรับแบบวัดแบบวัดแรงจูงใจใฝ่ไกล่ชิตในงานวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 17 ข้อ ประกอบไปด้วยข้อกระทงทางบวกจำนวน 11 ข้อ และข้อกระทงทางลบจำนวน 6 ข้อ

4. มาตรการวัดการเห็นคุณค่าแห่งตน

มาตรการวัดการเห็นคุณค่าแห่งตนที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบวัดของ คัคนางค์ มณีศรี ตามทฤษฎี Rosenberg (1979 อ้างถึงใน สิริรัตน ศรีสรวล, 2547) ประกอบไปด้วยข้อกระทงจำนวน 24 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวกและข้อกระทงทางลบอย่างละ 12 ข้อกระทง ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมดโดยทดสอบกับนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 58 คน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .91 และผลการวิเคราะห์ความตรงของแบบวัดโดยใช้วัดจากกลุ่มที่ทราบลักษณะดังกล่าวอยู่แล้ว (known group) คือ กลุ่มที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง เป็นนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 40 คน และกลุ่มที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ เป็นนิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 40 คน ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยสถิติที่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 [$t(78) = 11.60, p = .000$ (หนึ่งหาง)]

ล่าสุดมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด จากการนำมาตรวจวัดไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 194 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .89 ซึ่งเป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ จึงนำแบบวัดดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

สำหรับมาตรวัดการเห็นคุณค่าแห่งตนนี้ มีข้อกระทงทั้งหมด 24 ข้อ โดยแบบวัดนี้เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

วิธีการวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS for window versions 17 โดยการใช้ทดสอบสถิติที่ และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ข้อที่ 1-5 ใช้สถิติที่ (Independent t-test) ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

ข้อที่ 6-7 ใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression) ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเฟซบุค และการวิเคราะห์เพิ่มเติมอื่น ๆ

บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเองและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้ออปติเคชั่น “การรับเพื่อน” ในเฟซบุค เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมการใช้ ออปติเคชั่นการรับเพื่อนในเฟซบุค ของกลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด และการเปิดเผยตนเองสูงและต่ำ พร้อมทั้งศึกษาตัวแปรที่ส่งผลให้เกิดการเห็นคุณค่าในตนเองเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ออปติเคชั่นการรับเพื่อนในเฟซบุคและการเกิดการเห็นคุณค่าในตนเองที่เพิ่มขึ้นด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลทั่วไปของการใช้งานเฟซบุค

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ดังนี้

1. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ
2. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก
3. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ
4. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก
5. ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้ามากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ
6. จำนวนเพื่อนสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง
7. ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและปัจจัยต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 306 คน แบ่งเป็น เพศชาย 150 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และเพศหญิง 156 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.20 รองลงมาคือช่วงอายุ 17-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.29 ดังตารางที่ 1

นอกจากนี้จำนวนเพื่อนในเฟซบุคที่กลุ่มตัวอย่างมีมากที่สุดคือ ช่วง 201-300 คน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.92 รองลงมาคือ ช่วง 101-200 คน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.32 ช่วง 301-400 คน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.36 ช่วง 1-100 คน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 และช่วง 401-500 คน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.09 ส่วนช่วงจำนวนเพื่อนที่กลุ่มตัวอย่างมีน้อยที่สุดคือ ช่วง 801-900 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 ดังตารางที่ 2

และพบว่าความถี่ในการเล่นเฟซบุคของกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดคือ ช่วง ต่ำกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 80.07 รองลงมาคือ ช่วง 11-20 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 ช่วง 21-30 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.27 ช่วง 31-40 ครั้งต่อสัปดาห์ และช่วง 51 ครั้งขึ้นไป จำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และช่วง 41-50 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 1

แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง (N=306)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	150	49.00
หญิง	156	51.00
อายุ (ปี)		
17-19 ปี	108	35.29
20-22 ปี	175	57.20
23-25 ปี	21	6.86
26 ปีขึ้นไป	2	0.65
รวม	306	100.00

ตารางที่ 2

แสดงข้อมูลจำนวนเพื่อนในเฟซบุค (N=306)

จำนวนเพื่อนในเฟซบุค (คน)	จำนวน	ร้อยละ
1-100	41	13.40
101-200	53	17.32
201-300	64	20.92
301-400	47	15.36
401-500	37	12.09
501-600	13	4.25
601-700	15	4.90
701-800	10	3.27
801-900	2	0.65
901-1000	9	2.94
1001 คนขึ้นไป	15	4.90
รวม	306	100.00

ตารางที่ 3

แสดงข้อมูลความถี่ในการเล่นเฟซบุค (ครั้ง/สัปดาห์) (N=306)

ความถี่ในการเล่นเฟซบุค (ครั้ง/สัปดาห์)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ครั้ง	245	80.07
11-20	41	13.40
21-30	10	3.27
31-40	4	1.30
41-50	2	0.65
51 ครั้งขึ้นไป	4	1.30

ระยะเวลาในการเล่นเฟชบุคของกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดคือ ช่วง 1-60 นาทีต่อครั้ง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 50.65 รองลงมาคือ ช่วง 61-120 นาทีต่อครั้ง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 23.86 ช่วง 121-180 นาทีต่อครั้ง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.73 ช่วง 181-240 นาทีต่อครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.92 ช่วง 241-300 และ 301-400 นาทีต่อครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.29 และช่วง 361-420 นาทีต่อครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4

แสดงข้อมูลระยะเวลาในการเล่นเฟชบุค (นาที/ครั้ง) (N=306)

ระยะเวลาในการเล่นเฟชบุค (นาที/ครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1-60	155	50.65
61-120	73	23.86
121-180	42	13.73
181-240	12	3.92
241-300	7	2.29
301-360	7	2.29
361-420	1	0.32
421 นาทีขึ้นไป	9	2.94

จากผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และจำนวนเพื่อนในเฟชบุค มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .26, p < .01$) อีกทั้งยังพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนจากคนที่รู้จักในเฟชบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .15, p < .05$) พร้อมทั้งพบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์เชิงบวกกับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนจากคนที่รู้จักในเฟชบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .18, p < .01$) ในด้านการขอเป็นเพื่อนกับคนที่รู้จักในเฟชบุคก็พบความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .18, p < .01$) นอกจากนี้พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และความถี่ในการแสดงความคิดเห็นในเฟชบุค มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .22, p < .01$) และแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการขอ

เป็นเพื่อนกับทุกคนในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .17, p < .01$) รวมทั้งพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนจากทุกคนในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .19, p < .01$) เช่นกัน ดังตารางที่ 5

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยตนเองกับตัวแปรต่าง ๆ เกี่ยวกับการเล่นเฟซบุค พบว่า การเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่รู้จักในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = -.13, p < .05$) แต่พบว่าการเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนจากคนที่รู้จักในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .13, p < .05$) อีกทั้งการเปิดเผยตนเองยังมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการขอเป็นเพื่อนกับคนที่ไม่รู้จักในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.21, p < .01$) และพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการเปิดเผยตนเองกับความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .24, p < .01$) ในส่วนของ การขอเป็นเพื่อนกับทุกคนในเฟซบุคพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดเผยตนเองในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.15, p < .01$) รวมทั้งพบว่าการเปิดเผยตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .36, p < .01$) ดังตารางที่ 5

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการขอเป็นเพื่อนกับคนที่ไม่รู้จักในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.19, p < .01$) อีกทั้งพบว่าแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการแสดงความคิดเห็นในเฟซบุคในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .33, p < .01$) นอกจากนี้ยังพบว่าแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .32, p < .01$) และพบว่าแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยตนเองในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .53, p < .01$) ดังตารางที่ 5

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการขอเป็นเพื่อนกับคนที่ไม่รู้จักในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.22, p < .01$) แต่พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความถี่ในการแสดงความคิดเห็นในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .16, p < .01$) ขณะที่การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการขอเป็นเพื่อนกับทุกคนในเฟซบุคในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.17, p < .01$) นอกจากนี้พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .19, p < .01$) อีกทั้งยังพบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดเผยตนเองในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ($r = .43, p < .01$) และพบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ($r = .52, p < .01$) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ในการใช้แอปพลิเคชันการรับเพื่อนในเฟซบุค

	ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันการรับเพื่อนในเฟซบุค		การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค		การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค		การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค		การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค		การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค		การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	
	จำนวนเพื่อน	ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันการรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค	การยอมรับเพื่อนในเฟซบุค
1. แรงจูงใจไม่														
สัมพัทธ์	.26**	.03	.09	.15	.18	.09	.18	.22	.17	.19				
2. การเปิดเผย														
ตนเอง	.11	-.05	.04	-.13	.13	-.21	-.04	.24	-.15	-.03	.36			
3. แรงจูงใจไม่														
ใกล้ชิด	.05	.03	.05	-.08	.08	-.19	.01	.33	-.11	-.01	.32	.53		
4. การเห็น														
คุณค่าในตนเอง	.04	-.01	.06	-.06	.05	-.22	-.06	.16	-.17	-.01	.19	.43	.52	

*p < .05, **p < .01

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงและผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำด้วยสถิติทดสอบที พบว่าค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงและค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 3.47, p < .01$) โดยที่ค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมีค่าเฉลี่ย ($M = 7.05, SD = 1.61$) สูงกว่าค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ ($M = 6.21, SD = 1.65$) จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า "ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ" ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตอบรับเป็นเพื่อนในเฟซบุคจากทุกคนของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงและต่ำ ($N=306$)

ประเภทกลุ่ม	จำนวน	M	SD	t
กลุ่มสูง	84	7.05	1.61	
กลุ่มต่ำ	97	6.21	1.65	3.47**

** $p < .01$, หนึ่งหาง

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักและคนที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงด้วยสถิติทดสอบที พบว่าค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักและค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จัก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t = 9.38, p < .001$) โดยที่ค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมีค่าเฉลี่ย ($M = 3.32, SD = .95$) สูงกว่าค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จัก ($M = 1.92, SD = .93$) จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า "ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก" ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักและคนที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง (N=84)

การขอเป็นเพื่อน	M	SD	ค่าสหสัมพันธ์	t
คนที่รู้จัก	3.32	.95		
คนที่ไม่รู้จัก	1.92	.93	-.07	9.38***

*** $p < .001$, หนึ่งหาง

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของบุคคลที่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงและต่ำด้วยสถิติทดสอบที พบว่าค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของบุคคลที่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงและค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของบุคคลที่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = .83, p > .05$) โดยพบว่า ค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของบุคคลที่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงมีค่าเฉลี่ย ($M = 4.36, SD = .86$) สูงกว่าค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของบุคคลที่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ ($M = 4.24, SD = .96$) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า "ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงจะขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ" ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของบุคคลที่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงและต่ำ (N=306)

ประเภทกลุ่ม	จำนวน	M	SD	t
กลุ่มสูง	89	4.36	.86	
กลุ่มต่ำ	82	4.24	.96	.83

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักและคนที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงด้วยสถิติทดสอบที พบว่าค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักและค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จัก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t = 12.09, p < .001$) โดยที่ค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมีค่าเฉลี่ย ($M = 3.18, SD = .91$) สูงกว่าค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จัก ($M = 1.81, SD = .89$) จึง

สนับสนุนสมมติฐานที่ 4 ที่ว่า “ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก” ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง (N=89)

การขอเป็นเพื่อน	M	SD	ค่าสหสัมพันธ์	t
คนที่รู้จัก	3.18	.91		
คนที่ไม่รู้จัก	1.81	.89	.30	12.09***

*** $p < .001$, หนึ่งหาง

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับบุคคลที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนการเปิดเผยตนเองสูงและต่ำด้วยสถิติทดสอบที พบว่า ค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับบุคคลที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนการเปิดเผยตนเองสูงมีค่าเฉลี่ย (M = 1.94, SD = 1.10) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับบุคคลที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนการเปิดเผยตนเองต่ำ (M = 2.34, SD = 1.23) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 2.25, p < .05$) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 ที่ว่า “ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงจะตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้ามากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ” ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับบุคคลที่ไม่รู้จักของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าคะแนนการเปิดเผยตนเองสูงและต่ำ (N=306)

ประเภทกลุ่ม	จำนวน	M	SD	t
กลุ่มสูง	83	1.94	1.10	
กลุ่มต่ำ	88	2.34	1.23	2.25*

* $p < .05$, หนึ่งหาง

จากการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Stepwise Regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ .05 โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวแปรพยากรณ์การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงเพียงปัจจัยเดียวคือ จำนวนเพื่อนในเฟซบุค พบว่า จำนวนเพื่อนในเฟซบุคไม่สามารถพยากรณ์การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงได้ ($p = ns$) และไม่สามารถนำมาสร้างสมการได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 ที่ว่า "จำนวนเพื่อนสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง" ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11

แสดงค่าพยากรณ์จำนวนเพื่อนที่มีผลต่อการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง

ตัวพยากรณ์	B	SE	β	t	R^2
ค่าคงที่	88.34	1.87		47.26	
จำนวนเพื่อน	0.00	0.00	0.06	0.56	.00

จากการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Stepwise Regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ .05 โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวพยากรณ์การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ขีดสูงเพียงปัจจัยเดียวคือ ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุค พบว่า ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคไม่สามารถพยากรณ์การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ขีดสูงได้ ($p = ns$) และไม่สามารถนำมาสร้างสมการได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 7 ที่ว่า "ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ขีดสูง" ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12

แสดงค่าพยากรณ์ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคที่มีผลต่อการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ขีดสูง

ตัวพยากรณ์	B	SE	β	t	R^2
ค่าคงที่	90.20	4.17		21.62	
ความถี่ในการแสดงความคิดเห็น	-0.21	1.02	-0.02	-0.21	.12

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์สถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบกลุ่มประชากรเป็นอิสระจากกัน พบว่าค่าเฉลี่ยของจำนวนเพื่อนในเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 2.49, p < .05$) โดยที่ค่าเฉลี่ยจำนวนเพื่อนในเพศชายมีค่า ($M = 445.14, SD = 337.98$) มากกว่าเพศหญิง ($M = 353.61, SD = 304.05$) ดังตารางที่ 13

ในด้านความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความถี่ในการใช้งานเฟซบุ๊กในเพศชายมีความแตกต่างกับเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งพบว่าความถี่ในการใช้งานเฟซบุ๊กของเพศชายมีค่าเฉลี่ย ($M = 13.11, SD = 20.98$) มากกว่าเพศหญิง ($M = 7.69, SD = 5.51, t = 3.06, p < .01$) ดังตารางที่ 13

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊ก พบว่าค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊กในเพศชาย ($M = 95.15, SD = 109.49$) น้อยกว่าระยะเวลาในการใช้งานเฟซบุ๊กของเพศหญิง ($M = 136.85, SD = 178.10$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 2.46, p < .05$) ดังตารางที่ 13

สำหรับการตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่รู้จักในเฟซบุ๊ก ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ของค่าเฉลี่ยของการตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่รู้จักในเฟซบุ๊กในเพศชายและเพศหญิง ($t = 1.03, p > .05$) ซึ่งค่าเฉลี่ยการตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่รู้จักของเพศชาย ($M = 2.30, SD = 1.19$) มีค่ามากกว่าเพศหญิง ($M = 2.16, SD = 1.18$)

ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่รู้จักในเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่การตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่รู้จักของเพศชายมีค่าเฉลี่ย ($M = 4.43, SD = .81$) มากกว่าเพศหญิง ($M = 4.30, SD = .93, t = 1.26, p > .05$) ดังตารางที่ 13

ขณะที่ค่าเฉลี่ยของการขอเป็นเพื่อนกับคนที่ไม่รู้จักในเพศชายมีมากกว่า ($M = 2.24, SD = .97$) เพศหญิง ($M = 1.66, SD = .78$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t = 5.75, p = .001$) พร้อมทั้งพบว่าค่าเฉลี่ยของการขอเป็นเพื่อนกับคนที่รู้จักในเฟซบุ๊กของเพศชาย ($M = 3.34, SD = .96$) มากกว่าเพศหญิง ($M = 3.03, SD = .92$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 2.91, p < .01$) ดังตารางที่ 13

สำหรับค่าเฉลี่ยของความถี่ในการแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กของเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t = 2.93, p < .01$) ซึ่งพบว่าความถี่ในการแสดงความคิดเห็นของเพศหญิง ($M = 3.54, SD = .97$) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย ($M = 3.23, SD = .94$) และค่าเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองของเพศหญิง ($M = 88.78, SD = 9.42$) มีค่ามากกว่าเพศชาย ($M = 80.91, SD = 10.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($t = 7.07, p = .001$) ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยต่างๆ ในการใช้แอปพลิเคชันการรับเพื่อนในชุมชนของเพศหญิงและเพศชาย (N=306)

	ชาย (N=150)		หญิง (N=156)		t
	M	SD	M	SD	
จำนวนเพื่อน	445.14	337.98	353.61	304.05	2.49*
ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก	13.11	20.98	7.69	5.51	3.06**
ระยะเวลาในการใช้เฟซบุ๊ก	95.15	109.49	136.85	178.10	2.46*
การตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่ไม่รู้จัก	2.30	1.19	2.16	1.18	1.03
การตอบรับคำขอเป็นเพื่อนจากคนที่รู้จัก	4.43	0.81	4.30	0.93	1.26
การขอเป็นเพื่อนกับคนที่ไม่รู้จัก	2.24	0.97	1.66	0.78	5.75***
การขอเป็นเพื่อนกับคนที่รู้จัก	3.34	0.96	3.03	0.92	2.91**
ความถี่ในการแสดงความคิดเห็น	3.23	0.94	3.54	0.97	2.93**
การเห็นคุณค่าในตนเอง	80.91	10.05	88.78	9.42	7.07***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, หนึ่งหาง

จากการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Stepwise Regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ .05 โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวพยากรณ์การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์เพียงปัจจัยเดียวคือ ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุค พบว่า ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุค ($\beta = .16$) สามารถพยากรณ์การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) ดังตารางที่ 14

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b) สามารถเขียนสมการทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ ได้ดังนี้

$$\text{การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์} = 79.21 + 1.69 (\text{ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุค})$$

ตารางที่ 14

แสดงค่าพยากรณ์ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคที่มีผลต่อการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์

ตัวพยากรณ์	B	SE	β	t	R^2
ค่าคงที่	66.62	5.28		12.62	
ความถี่ในการแสดงความคิดเห็น	2.33	0.88	.20	2.65	.08

** $p < .01$

บทที่ 4

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเองและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้แอปพลิเคชัน “การรับเพื่อน” ในเฟซบุ๊ก สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 โดยพบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Atkinson และ Patricia (1966) ที่ว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงเป็นผู้ที่ต้องการสร้างหรือรักษามิตรภาพที่ดีระหว่างตนเองกับผู้อื่นไว้ มีปฏิกิริยาต่อต้านการกระทำที่ทำลายมิตรภาพ และมีความรู้สึกยินดีเมื่อได้รู้จักกับผู้อื่น บุคคลเหล่านี้จะพยายามแสวงหาโอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่าง ๆ ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ พร้อมทั้งมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นอยู่เสมอ และจากการศึกษาของ McClelland (1961 อ้างถึงใน ลัทธิตา สนิทนราทร, 2550) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์โดยใช้แบบทดสอบ TAT ของ Murray (1938) โดยการให้ผู้รับการทดสอบดูรูปภาพแล้วเขียนบรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับภาพนั้น ซึ่งพบว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะบรรยายเนื้อหาที่แสดงถึงแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และจากการวิจัยยังพบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์กับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .19, p < .01$) จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีขนาดระดับความสัมพันธ์กับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนเท่ากับ .19 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมีแนวโน้มที่จะมีการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนสูงตามไปด้วยกัน ในทางตรงกันข้ามหากกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำก็มีแนวโน้มที่จะมีการตอบรับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจากทุกคนต่ำเช่นกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 โดยพบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะเห็นว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลที่ตนเองรู้จักมากกว่าที่จะสร้างความสัมพันธ์กับคนแปลกหน้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการ

รักษามิตรภาพที่มีอยู่เอาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ French (1956) ที่พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง จะยอมเลือกผู้ร่วมงานที่เป็นเพื่อนไว้ศักยภาพ มากกว่าจะเลือกคนแปลกหน้าที่มีศักยภาพ เนื่องจากผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงจะไม่สนใจเรื่องการบรรลุเป้าหมายเท่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จึงทำให้บุคคลกลุ่มนี้เลือกเพื่อนสนิทมาร่วมงานมากกว่า แม้อาจจะไม่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานเท่าที่ควรก็ตาม และจากการวิจัยยังพบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์กับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จักมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .18, p < .01$) จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีขนาดระดับความสัมพันธ์กับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จักเท่ากับ .18 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จัก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมีแนวโน้มที่จะขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จักสูงตามไปด้วยกัน ในทางตรงกันข้ามหากกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำก็มีแนวโน้มที่จะขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จักต่ำเช่นกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงจะตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ

ผลการวิจัยไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 โดยพบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงจะตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากค่าสถิติพบว่า แม้จะไม่มี ความแตกต่างกันในระดับที่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงและผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำแล้ว พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงมีค่าเฉลี่ยในการตอบรับเพื่อนเฉพาะคนที่รู้จัก ($M = 4.36, SD = .86$) มากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ ($M = 4.24, SD = .96$) กล่าวคือ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงมีแนวโน้มในการตอบรับคำขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ ซึ่งการที่ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊คกับคนที่รู้จักไม่แตกต่างจากผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ อาจเนื่องมาจากการสื่อสารที่เพิ่มความใกล้ชิดสนิทสนม นั่นคือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ดังแนวคิดของ Argyle และ Deam (1965) ที่กล่าวไว้ว่า กลุ่มรูปแบบการสื่อสารที่ทำให้เกิดความผูกพันใกล้ชิดระหว่างบุคคลคือ การสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่มีการสื่อสารด้วยอวัจนภาษาขั้นพื้นฐานร่วมด้วย ได้แก่ การแสดงออกทางสายตา การโน้มตัว การยิ้ม รวมทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลด้วย ซึ่งลักษณะเหล่านี้บางอย่างไม่สามารถแสดงผ่านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้ และจากแนวคิดของ McAdams (1980) กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดคือ ความยินยอม หรือการเกิดขึ้นซ้ำของประสบการณ์เกี่ยวกับความอบอุ่น ความใกล้ชิด และการสื่อสารกับผู้อื่น ซึ่งไม่ใช่การสื่อสารเพียงทางเดียว ดังนั้นผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงอาจเลือกที่จะทำการสื่อสารกับบุคคลที่รู้จักผ่านการสื่อสารแบบเผชิญหน้ามากกว่า เนื่องจากสามารถแสดงออกและรับรู้ถึงอวัจนภาษาที่ใช้สื่อสารกับคู่สนทนาได้ในทันทีและมีการตอบสนองต่อ

การสื่อสารนั้นได้ง่ายกว่า การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่อาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับความกำกวมของคำที่ใช้ และปัญหาที่เกิดจากระบบการสื่อสารได้

สมมติฐานที่ 4 ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ ไม่รู้จัก

ผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 โดยพบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Forsyth (2006) ที่ว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงจะแสวงหาสัมพันธภาพที่ใกล้ชิด อบอุ่น จะแสดงออกถึงความห่วงใยและความเกี่ยวข้องกับผู้อื่นมากกว่า คนกลุ่มนี้ไม่กลัวการถูกปฏิเสธ แต่จะให้ความสำคัญกับความเป็นเพื่อน ความสัมพันธ์ที่ดี การพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีงานวิจัยพบว่าคนที่มีความใฝ่ใกล้ชิดสูงจะมีการโต้ตอบกับคนที่ส่งข้อความมามากกว่า และมีความสุขมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ จึงทำให้ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงมีการขอเป็นเพื่อนกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น และเป็นแนวทางในการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนให้มีความใกล้ชิดกันเพิ่มมากขึ้น

จากการวิจัยยังพบว่าแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดกับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จักมีความสัมพันธ์เชิงลบ กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .19, p < .01$) จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดมีขนาดระดับความสัมพันธ์กับการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จักเท่ากับ .19 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงมีแนวโน้มที่จะขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จักต่ำ และหากกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ ก็มีแนวโน้มที่จะขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่ไม่รู้จักสูง

สมมติฐานที่ 5 ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงจะตอบรับคำขอเป็นเพื่อนกับคนแปลกหน้า มากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ

ผลการวิจัยไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 5 โดยพบว่า ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงจะตอบรับคำขอเป็นเพื่อนกับคนแปลกหน้า ($M = 1.94, SD = 1.10$) น้อยกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ ($M = 2.34, SD = 1.23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากการศึกษาของ Derlega และ Chaikin (1975) พบว่า การเปิดเผยตนเองกับคนแปลกหน้า อาจเกิดขึ้นได้บ่อยไม่น้อยไปกว่าการเปิดเผยตนเองกับคนใกล้ชิด เนื่องจากผู้ที่เปิดเผยตนเองกับคนแปลกหน้านั้น อาจมีความกังวลว่าหากเปิดเผยเรื่องบางเรื่องกับคนใกล้ชิดแล้วอาจทำให้เกิดมเสียตามมา เช่น คนใกล้ชิดอาจเกิดอคติทางลบกับตน หรืออาจนำความลับไปเปิดเผยกับผู้อื่นทำให้ตนเสียหน้าหรือเกิดความเสียหายได้ นอกจากนี้ยังมีความกลัวที่จะถูกปฏิเสธเมื่อเปิดเผยเรื่องบางเรื่องออกไป ทำให้ความกลัวนั้นยับยั้งการเปิดเผยตนเองต่อคนใกล้ชิด และจากการศึกษาของ Parks

และ Floyd (2003) พบว่า ผู้ที่เปิดเผยตนเองต่ำ มีการเปิดเผยตนเองกับคนแปลกหน้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า อาจเป็นเพราะเป็นช่องทางที่บุคคลสามารถใช้เป็นที่เรียนรู้และทดสอบทักษะทางสังคมของตนเอง โดยได้ทำการวิจัยโดยพบผลการรายงานของผู้ร่วมงานวิจัยว่า การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้ตนสามารถเอาชนะความอายที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า

นอกจากนี้ McKenna และ Bargh (1998) ได้ทำการศึกษาถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทางอินเทอร์เน็ต โดยเน้นไปที่ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารในรูปแบบนี้ว่าเป็นการทำให้บุคคลสามารถที่จะปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างนิรนาม (Anonymous) ได้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดผลดีในผู้ที่ปกปิดลักษณะที่ไม่เป็นที่ยอมรับทางสังคมหรือผู้ที่ถูกกีดกันจากสังคม ซึ่งการที่บุคคลสื่อสารกับผู้อื่นทางอินเทอร์เน็ตทำให้บุคคลสามารถเปิดเผยกับผู้อื่นได้โดยไม่ต้องกลัวการถูกปฏิเสธ

สมมติฐานที่ 6 จำนวนเพื่อนสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง

จากการวิจัยพบว่า จำนวนเพื่อนไม่ได้เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง ($\beta = .06, p = ns$) แม้ว่าจะพบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์กับจำนวนเพื่อน ($r = .26, p < .01$) จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าแม้การมีจำนวนเพื่อนมาก แต่ก็อาจจะมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง มีการศึกษาพบว่า แต่ละบุคคลจะแสดงปฏิภริยาที่แตกต่างกันในการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนซึ่งขึ้นอยู่กับเพศของเพื่อนในอินเทอร์เน็ต งานวิจัยที่ศึกษากับนักศึกษาชายในมหาวิทยาลัยด้านไอที พบว่า หากนักศึกษาชายมีจำนวนเพื่อนในอินเทอร์เน็ตเพศเดียวกันมากจะเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าสังคม ในขณะที่หากมีเพื่อนต่างเพศในอินเทอร์เน็ตจำนวนมากจะส่งผลให้มีระดับความสุขสูงและส่งผลทางบวกกับด้านสุขภาพจิตของนักศึกษา (Ando et al, 2004) นอกจากนี้ การวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชาวญี่ปุ่น 178 คน พบว่า ผู้ที่มีคะแนนประเมินความน่าดึงดูดใจของตนเองในระดับต่ำ และมีจำนวนเพื่อนในอินเทอร์เน็ตมากมีระดับความกังวลในการเข้าสังคมต่ำ และช่วยลดความรู้สึกเหงาในความสัมพันธ์กับเพื่อน ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปโดยเพศของเพื่อนในอินเทอร์เน็ต กล่าวคือ ผู้ที่มีคะแนนประเมินความน่าดึงดูดใจของตนเองในระดับต่ำ และมีจำนวนเพื่อนในอินเทอร์เน็ตที่เป็นเพศเดียวกับตนเองมากจะช่วยลดระดับความกังวลในการเข้าสังคม ส่วนผู้ที่มีเพื่อนต่างเพศมากจะมีผลช่วยลดระดับความเหงาจากเพื่อนได้ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีความเหงาที่เกิดจากครอบครัวในระดับสูงอยู่ (Ando &

Sakamoto, 2008) จะเห็นว่างานวิจัยทั้งสองกล่าวถึงผลของจำนวนเพื่อนที่มีต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล ซึ่งพบแนวคิดที่น่าสนใจว่า ปัจจัยด้านเพศของเพื่อนในอินเทอร์เน็ตก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีผลต่อบุคคลได้เช่นกัน

ในการศึกษาเพิ่มเติมยังพบว่า ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุค สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ได้ แสดงให้เห็นว่า จำนวนเพื่อนเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้ในการทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองของกลุ่มตัวอย่างได้ แต่การที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมด้วยก็จะส่งผลต่อการเข้าสังคมของบุคคลได้ เนื่องจากแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์เป็นการยินยอมหรือการเกิดขึ้นซ้ำ ๆ ของความรู้สึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในทางบวก ซึ่งการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคเป็นลักษณะของการแสดงออกถึงความสนใจในตัวเองจากผู้อื่น ซึ่งส่งผลให้เกิดการเห็นคุณค่าในตนเองตามมาด้วย จากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคขนาดระดับความสัมพันธ์เท่ากับ .22 ขนาดระดับความสัมพันธ์เท่ากับ .22 ($r = .22, p < .01$) กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคสูง และหากกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำมีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคต่ำด้วย

นอกจากนี้ยังพบด้วยว่า เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นบนเฟซบุคต่างกันด้วย โดยที่เพศชายมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นน้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($M = 3.23, SD = .94, M = 3.54, SD = .97, t = 2.93$) และเมื่อพิจารณาถึงพบว่าค่าเฉลี่ยในการเห็นคุณค่าในตนเองของเพศชายและเพศหญิงยังมีความแตกต่างกันด้วย ซึ่งพบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยในการเห็นคุณค่าในตนเองน้อยกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($M = 80.91, SD = 10.05, M = 88.78, SD = 9.42, t = 7.07$) แต่เมื่อพิจารณาจำนวนเพื่อนในเฟซบุคพบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยของจำนวนเพื่อนในเฟซบุคมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($M = 445.14, SD = 337.98, M = 353.61, SD = 304.05, t = 2.49$) ทั้งนี้ Laosa และ Brophy (1972) ทำการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์ของเพศชายและเพศหญิง พบว่า เด็กชายจะมีการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนจำนวนมากซึ่งเป็นลักษณะการปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ ในขณะที่การปฏิสัมพันธ์ของเด็กหญิงจะเป็นแบบตัวต่อตัวแบบใกล้ชิดกัน จำนวนเพื่อนน้อย ซึ่งเป็นลักษณะการปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่าตัวแปรเพศอาจเป็นตัวแปรที่เข้ามามีอิทธิพลในการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่ใช้งานเฟซบุคได้

สมมติฐานที่ 7 ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊คสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง

จากการวิจัยพบว่า ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นไม่ได้เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง ($\beta = -.02, p = ns$) แม้ว่าจะพบความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดกับความถี่ในการแสดงความคิดเห็น ($r = .33, p < .01$) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊คไม่สามารถนำมาเป็นตัวแปรที่จะใช้ในการทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องในการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊ค สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ได้ ($\beta = .16$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊คนั้น เป็นเพียงการแสดงความคิดเห็นของตนเองเพียงฝ่ายเดียว โดยไม่ได้รับรู้ถึงความรู้สึกของอีกฝ่าย ดังนั้นการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊คอาจเป็นเพียงการสื่อสารทางเดียวที่ไม่ได้เพิ่มความรู้สึกผูกพันแก่คู่ปฏิสัมพันธ์ จึงไม่ทำให้คู่ปฏิสัมพันธ์มีการเห็นคุณค่าในตนเองที่เพิ่มขึ้น จากการศึกษาของ Parks และ Floyd (1996) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยทดลองในห้องปฏิบัติการ พบว่าการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีข้อด้อยคือ ระดับการพัฒนาสัมพันธภาพจะต่ำ เนื่องจากเป็นการสื่อสารแบบผิวเผิน ขาดตัวเนาะแสดงอารมณ์ต่าง ๆ เช่น น้ำเสียง ท่าทาง สีหน้า จึงทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างนิรนาม ขาดความสัมพันธ์ทางอารมณ์ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือ เฟซบุ๊คนั้น อาจไม่ใช่ช่องทางการปฏิสัมพันธ์หลักของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง เนื่องจากผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงนั้นจะพึงพอใจกับการปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้าซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์แบบลึกซึ้ง มีความผูกพันทางอารมณ์และสามารถสื่อสารได้ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษามากกว่า

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด การเปิดเผยตนเองและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการใช้ออปติเคชั่น “การรับเพื่อน” ในเฟซบุค

สมมติฐานการวิจัย

8. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ต่ำ
9. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก
10. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคเฉพาะคนที่รู้จักมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำ
11. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก
12. ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้ามากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำ
13. จำนวนเพื่อนสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูง
14. ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุคสามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นบุคคลทั่วไปที่ใช้งานเฟซบุคอายุระหว่าง 18-30 ปี จำนวน 306 คน เป็นเพศชายจำนวน 150 คน และเพศหญิงจำนวน 156 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย แบบวัดการเปิดเผยตนเอง (self-disclosure) แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (need for affiliation) แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy) และแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem)

1. แบบวัดการเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) พัฒนาขึ้นตามแนวคิดในแบบวัด Self-disclosure Scale ของ Magno, Cuason, และ Figueroa (ไม่ระบุปีที่พิมพ์) แบบวัดนี้เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง นำไปทดสอบกับ นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน เป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 75 คน จนได้ข้อกระทงที่มีความตรงและความเที่ยงทั้งหมดจำนวน 31 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .89

2. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (need for affiliation) พัฒนาขึ้นตามแนวคิด McClelland (1953) ได้กล่าวเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (McClelland's Achievement Motivation Theory) และแนวคิดของ Atkinson และคณะ (1954) โดยทำการคิดข้อกระทงขึ้นมาจำนวน 26 ข้อ เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง คือ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง จากนั้นทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน เป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 75 คน ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพจากการวิเคราะห์ความตรงและความเที่ยงทั้งหมด 16 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .75

3. แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy) พัฒนามาจากทฤษฎีแรงจูงใจการเข้าสังคมของบุคคลของ Forsyth (2006) บวกกับ งานวิจัยของ McAdams ในปี 1980 และ 1982 เกี่ยวกับลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูง แล้วทำการคิดข้อกระทงจำนวน 23 ข้อ แบบวัดนี้เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง แล้วทดสอบกับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน เป็นเพศชาย 75 คน และเพศหญิง 75 คน หลังจากการทดสอบความตรงและความเที่ยง ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพทั้งหมด 17 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .87

4. **มาตรวัดการเห็นคุณค่าแห่งตน (self-esteem)** เป็นแบบวัดของ คัคนางค์ มณีศรี ตามทฤษฎี Rosenberg (1979 อ้างถึงใน สิริวันต์ ศรีสรวล, 2547) ประกอบไปด้วยข้อกระทงจำนวน 24 ข้อ ทดสอบกับ นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 58 คน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .91 และมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 194 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .89 สำหรับมาตรวัดการเห็นคุณค่าแห่งตนนี้เป็นแบบวัดประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ช่วง 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้การเก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปที่ใช้งานเฟซบุคอายุระหว่าง 18-30 ปี ตอบแบบวัดทั้ง 4 มาตร คือ แบบวัดการเปิดเผยตนเอง (self-disclosure) แบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (need for affiliation) แบบวัดแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด (need for intimacy) และแบบวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) แล้วนำมาวิเคราะห์ผลตามสมมติฐาน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS for window versions 17 โดยการใช้การทดสอบสถิติที่ และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคจากทุกคนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
2. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
3. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงตอบรับการเป็นเพื่อนในเฟซบุคเฉพาะคนที่รู้จักไม่มากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001
5. ผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองสูงตอบรับคำขอเป็นเพื่อนที่เป็นคนแปลกหน้าเ้มมากกว่าผู้ที่มีการเปิดเผยตนเองต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
6. จำนวนเพื่อนไม่สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
7. ความถี่ในการแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กไม่สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเองได้ในทางบวกในผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิดสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อจำกัด

1. สังคมไทยยังไม่ได้เปิดรับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้เฟซบุ๊กมากเท่าที่ควร โดยจำกัดอยู่เพียงกลุ่มคนเฉพาะกลุ่ม ทำให้งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างวงแคบเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจขยายการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ นอกจากนี้ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาจทำให้ได้ผลการศึกษาในรูปแบบที่แตกต่างออกไป
2. อาจศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่หลากหลายขึ้น ในแง่ของรูปแบบลักษณะบุคลิกภาพ และแอปพลิเคชันอื่นในเฟซบุ๊ก รวมไปถึงรูปแบบการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตช่องทางอื่น เช่น ทวิตเตอร์ เว็บบล็อก เป็นต้น
3. การศึกษาในวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไปอาจได้ผลที่แตกต่างกัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ไชยยศนัน. (2553). ฎกเกิลยกย่อง "Facebook " เป็นวราชาแห่งโลกออนไลน์ด้วยสถิติการเข้าชมจากคนทั่วโลกเดือนละ 540 ล้านคน. คัดลอกมาเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2553, จากผู้แต่งในเว็บไซต์

<http://www.oknation.net/blog/chaiyospun/2010/06/01/entry-2>.

ไม่ระบุชื่อผู้แต่ง. (2552). สถิติการใช้งาน Facebook. คัดลอกมาเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2553, จากผู้แต่งในเว็บไซต์ <http://www.pookluk.com/home/6583/facebook-statatics.html>

ไม่ระบุชื่อผู้แต่ง. (2552). คนใช้ Facebook ในไทยเกิน 1 ล้านคนแล้ว. คัดลอกมาเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2553, จากผู้แต่งในเว็บไซต์ <http://www.blognone.com/node/12905>

EZ Editor Bow. (2009). เฟซบุกอาณาจักรออนไลน์และความคาดหวังของซีอีโอวัย 24. คัดลอกมาเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2553, จากผู้แต่งในเว็บไซต์ <http://variety.eduzones.com/facebook/category/>

ภาษาอังกฤษ

Atkinson, J. W., Heyns, R. W., & Veroff, J. (1954). The effects of experimental arousal of the affiliation motive on thematic apperception. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49, 405-410.

Atkinson, J. W., & Patricia O'Connor. (1966). *The psychology of affiliation*. Stanford: Stanford University Press.

Branden, N. (1969). *The psychology of self-esteem*. New York: Bantam

Charles G. Costello, *Symptoms of depression*. New York: Wiley.

Derleg, V. J., & Chaikin, A. L. (1975). *Sharing intimacy: What we reveal to other and why*. Engle Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Duck, S. (1994). *Meaningful relationship: Talking, sense, and relation*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Ellenson, A. (1981). *Human relation* (2nd ed). Engle Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

French, E. G. (1956). Motivation as a variable in work-partner selection [Electronic version]. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, 96-99.

Forsyth, D. R. (2006). *Group Dynamics* (4th ed.). Belmont, CA: Thomson.

Hendrick, S. S., & Hendrick, C. (1992). *Liking, loving and relation* (2nd ed). Pacific Grove, CA:

Brooks-cole.

- Deutsch, L. (2005). *Corporate Communication Problems – A Study to Find Obstacles and Chances* [Electronicversion], 20-21.
- Linderfield, G. (1989). *Super confidence: Simple steps to build self-assurance*. London: HarperCollinsPublishers.
- McAdams, D. P. (1980). A thematic coding system for the intimacy motive [Electronic version]. *Journal of Research in Personality*, 14, 413-432.
- McAdams, D. P., & Constantian, C. A. (1983). Intimacy and affiliation motives in daily living: An experience sampling analysis [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 851-861.
- Owens, T. J., Stryker, S., & Goodman, N. (2001). *Extending self-esteem theory and research: sociological and psychological currents*. New York: Cambridge University Press.
- See, S. B. Aspects of career achievement and affiliation in business men and woman (Doctoral dissertation, Yeshiva University, 1977). *Dissertation Abstracts International*, 1978, 38, 5626B.
- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students' Facebook use [Electronic version]. *Journal of Media Psychology*, 20, 67-75.
- Sheldon, P. (2009). "I'll poke you. You'll poke me!" self-disclosure, social attraction, predictability and trust as important predictors of Facebook relationships [Electronic version]. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*..
- Smith, E. R., & Mackie, D. M. (1995). *Social psychology*. New York: Worth.
- Steinfeld, C., Ellison, B. N., & Lumpe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis [Electronic version]. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 34-445.
- Verderber, R. F., & Verdreber, K. S. (1997). *Inter-act: Using interpersonal communication skills* (8th ed). Belmont, CA: Wadsworth.
- Worth, M., Gary, A. L., & Kahn G.M. (1969). Self-disclosure as an exchange process [Electronic version]. *Journal of personality and social psychology*.
- Wood, T. J. (1999). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (2nd ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เฟซบุค

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เพศชายหญิง อายุ.....ปี.....เดือน

ระดับการศึกษา อาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการเล่นเฟซบุค (Facebook)

1. จำนวนเพื่อนในเฟซบุคของท่านมี.....คน (โดยประมาณ หากไม่สามารถระบุได้ชัดเจน)
2. ความถี่ในการเล่นเฟซบุคของท่าน.....ครั้ง/สัปดาห์
3. ระยะเวลาในการเล่นเฟซบุคของท่าน.....ชั่วโมง.....นาที /ครั้ง
4. พฤติกรรมการตอบรับเพื่อนในเฟซบุคของท่าน
 - 4.1 เมื่อมีคนที่ท่านไม่รู้จักขอเป็นเพื่อนกับท่านในเฟซบุค (add friend) ท่านมักจะ

ไม่ตอบรับเลย ตอบรับนานๆครั้ง ตอบรับเป็นบางครั้ง ตอบรับบ่อยครั้ง ตอบรับทุกครั้ง
 - 4.2 เมื่อมีคนที่ท่านรู้จักขอเป็นเพื่อนในเฟซบุค (add friend) ท่านมักจะ

ไม่ตอบรับเลย ตอบรับนานๆครั้ง ตอบรับเป็นบางครั้ง ตอบรับบ่อยครั้ง ตอบรับทุกครั้ง
5. พฤติกรรมการขอเป็นเพื่อนในเฟซบุคของท่าน
 - 5.1 เมื่อท่านพบข้อมูลของคนที่ท่านไม่รู้จักในเฟซบุค เช่น เพื่อนของเพื่อน บุคคลที่เพื่อนแนะนำ (suggest friend) ท่านมักจะ

ไม่ขอเป็นเพื่อนเลย แทบจะไม่ขอเป็นเพื่อน ขอเป็นเพื่อนเป็นบางครั้ง ขอเป็นเพื่อนบ่อยครั้ง ขอเป็นเพื่อนทุกครั้ง
 - 5.2 เมื่อท่านพบข้อมูลของคนที่ท่านรู้จักในเฟซบุค เช่น เพื่อนของเพื่อน บุคคลที่เพื่อนแนะนำ (suggest friend) ท่านมักจะ

ไม่ขอเป็นเพื่อนเลย แทบจะไม่ขอเป็นเพื่อน ขอเป็นเพื่อนเป็นบางครั้ง ขอเป็นเพื่อนบ่อยครั้ง ขอเป็นเพื่อนทุกครั้ง
6. ความถี่ในการแสดงความเห็น (comment) ต่อเพื่อนในเฟซบุค

เป็นประจำ บ่อยครั้ง เป็นบางครั้ง นานๆ ครั้ง ไม่เคยเลย

ตอนที่ 3 แบบสอบถาม มีทั้งหมด 3 ส่วน

โปรดอ่านข้อความแล้ววงกลมลงบนตัวเลขในช่องทางขวามือ ช่องใดช่องหนึ่ง ใน 5 ช่อง ที่คิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และกรุณาทำให้ครบทุกข้อ โดยระดับความคิดเห็นมีทั้งหมด 5 ระดับดังนี้

- | | | |
|---|---------|-------------------------------|
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 2 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วย |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆ กัน |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วย |
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

ตอนที่ 3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	ฉันชอบมีเพื่อนหลายคน	1	2	3	4	5
2	ฉันทำตามคำขอของเพื่อนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ	1	2	3	4	5
3	ฉันชอบทำงานคนเดียว	1	2	3	4	5
4	เพื่อนรู้จักนิสัยใจคอฉันเป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
5	ฉันคิดว่ามากคนก็มากความ	1	2	3	4	5
6	สำหรับฉัน เพื่อนสนิทคือคนที่ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน	1	2	3	4	5
7	ฉันมักไปเที่ยวกับเพื่อนเป็นกลุ่มใหญ่	1	2	3	4	5
8	ฉันปรึกษาปัญหาส่วนตัวกับเพื่อนได้ทุกเรื่อง	1	2	3	4	5
9	ฉันเป็นฝ่ายเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
10	ฉันคิดว่าไม่จำเป็นต้องทำความรู้จักเพื่อนใหม่	1	2	3	4	5
11	ฉันไม่ชอบพบปะกับคนเยอะๆ	1	2	3	4	5
12	ฉันชอบอยู่กับกลุ่มเพื่อน	1	2	3	4	5
13	ฉันอยากเป็นที่ต้องการของเพื่อน	1	2	3	4	5
14	ฉันกลัวสูญเสียเพื่อน	1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและไม่ เห็นด้วยพอๆกัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง
15	ฉันไม่ชอบคุยกับคนแปลกหน้า	1	2	3	4	5
16	ฉันต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนของฉันทุกคน	1	2	3	4	5
17	ฉันพยายามทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของเพื่อน	1	2	3	4	5
18	ฉันกลัวการถูกปฏิเสธจากกลุ่มเพื่อน	1	2	3	4	5
19	ฉันไม่ชอบทำกิจกรรมที่ต้องพบปะผู้คน	1	2	3	4	5
20	ฉันพร้อมที่จะเปิดรับเพื่อนใหม่	1	2	3	4	5
21	คนอื่นมักมองว่าฉันมีเพื่อนเยอะ	1	2	3	4	5
22	ฉันแสดงความเป็นตัวของตัวเองทุกครั้งเมื่ออยู่ในกลุ่มเพื่อน	1	2	3	4	5
23	เมื่อเพื่อนไม่ชวนฉันไปทำกิจกรรมร่วมกัน ฉันจะรู้สึกแย่	1	2	3	4	5
24	ฉันเข้าไปทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ก่อนเสมอ	1	2	3	4	5
25	เมื่ออยู่ในที่ที่ไม่คุ้นเคย ฉันมักหามุมสงบมากกว่ามีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	1	2	3	4	5
26	ฉันมีความสุขทุกครั้งที่อยู่ในกลุ่มเพื่อนจำนวนเยอะๆ	1	2	3	4	5

ตอนที่ 3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเอง

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและไม่ เห็นด้วยพอๆกัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง
1	ฉันแสดงทัศนคติเรื่องเพศอย่างตรงไปตรงมา	1	2	3	4	5
2	ฉันบอกเป้าหมายในชีวิตของฉันให้ผู้อื่นรู้	1	2	3	4	5
3	ฉันหลีกเลี่ยงที่จะพูดถึงตัวฉัน	1	2	3	4	5
4	ฉันมักเก็บปัญหาไว้คนเดียว	1	2	3	4	5
5	ฉันจะเปิดเผยข้อมูลของฉันเฉพาะกับคนที่รู้จัก	1	2	3	4	5
6	เมื่อมีคนเข้ามาทำความรู้จักฉันมักปิดบังข้อมูลส่วนตัวไว้	1	2	3	4	5

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและ ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง
7	ฉันบอกถึงความกลัวของฉันให้เพื่อนฟัง	1	2	3	4	5
8	ฉันไม่เคยบอกเพื่อนถึงปัญหาในครอบครัวของฉัน	1	2	3	4	5
9	ฉันเล่าปัญหาในชีวิตปัจจุบันให้ผู้อื่นฟัง	1	2	3	4	5
10	เมื่อฉันมีช่วงเวลาที่มีความสุข ฉันจะเล่าให้เพื่อนฟัง	1	2	3	4	5
11	แม้ความเชื่อของฉันจะแปลก แต่ฉันก็กล้าบอกให้ผู้อื่นฟัง	1	2	3	4	5
12	ฉันคิดว่าไม่ควรบอกเรื่องส่วนตัวกับใคร	1	2	3	4	5
13	ฉันแสดงความคิดเห็นเมื่อจำเป็นเท่านั้น	1	2	3	4	5
14	ฉันพูดถึงสิ่งที่ฉันอับอายให้ผู้อื่นฟังได้	1	2	3	4	5
15	ผู้อื่นคิดว่าฉันเป็นคนมีความลับ	1	2	3	4	5
16	ฉันพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปที่ฉันพบเจอ	1	2	3	4	5
17	ฉันสามารถเป็นตัวเองได้ แม้จะแตกต่างกับคนส่วนใหญ่	1	2	3	4	5
18	มีเรื่องราวมากมายที่ฉันไม่สามารถเล่าให้ใครฟังได้	1	2	3	4	5
19	ฉันบอกสิ่งที่ฉันรู้สึกผิดให้ผู้อื่นฟังได้	1	2	3	4	5
20	ฉันพูดถึงสิ่งที่ฉันสนใจให้เพื่อนรู้	1	2	3	4	5
21	ฉันเล่าเรื่องราวความรักของฉันให้เพื่อนฟัง	1	2	3	4	5
22	ฉันเลือกที่จะไม่พูดด้านแย่ๆ ของฉัน	1	2	3	4	5
23	ฉันบอกสิ่งที่ฉันกังวลให้เพื่อนรู้	1	2	3	4	5
24	ฉันคิดว่าการแสดงออกถึงความกลัวเป็นเรื่องน่าอาย	1	2	3	4	5
25	เพื่อนคิดว่าฉันมีโลกส่วนตัวสูง	1	2	3	4	5
26	ฉันไม่กล้าเล่าเรื่องที่ฉันผิดหวังให้ผู้อื่นฟัง	1	2	3	4	5
27	เพื่อนจะชอบฉันน้อยลง ถ้าฉันเล่าเรื่องที่ฉันประสบความสำเร็จ	1	2	3	4	5
28	ฉันพูดถึงความรู้สึกดีๆ ของฉันให้ผู้อื่นฟังได้	1	2	3	4	5
29	ฉันแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย	1	2	3	4	5
30	ฉันพูดถึงปัญหาส่วนตัวให้ผู้อื่นฟังได้อย่างสบายใจ	1	2	3	4	5
31	ฉันมักซ่อนความรู้สึกที่แท้จริงไว้	1	2	3	4	5
32	เมื่อฉันตกหลุมรัก ฉันก็จะไม่บอกเพื่อน	1	2	3	4	5

ตอนที่ 3.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่ใกล้ชิด

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอๆกัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	ฉันรู้จักเพื่อนเพียงผิวเผิน	1	2	3	4	5
2	ฉันกับเพื่อนมักไม่ค่อยเข้าใจกัน	1	2	3	4	5
3	ฉันสามารถคุยกับเพื่อนได้อย่างเปิดอก	1	2	3	4	5
4	เพื่อนมีความสำคัญกับฉัน	1	2	3	4	5
5	ฉันใส่ใจความรู้สึกของเพื่อน	1	2	3	4	5
6	เพื่อนกับฉันไม่สนิทกันเท่าที่ควร	1	2	3	4	5
7	ฉันคิดว่าไม่จำเป็นต้องเล่าทุกเรื่องให้เพื่อนฟัง	1	2	3	4	5
8	ฉันรู้สึกผูกพันกับเพื่อน	1	2	3	4	5
9	ฉันและเพื่อนไม่ค่อยพึ่งพาอาศัยกัน	1	2	3	4	5
10	ฉันมักแสดงความรู้สึกห่วงใยเพื่อน	1	2	3	4	5
11	สำหรับฉัน การมีเพื่อน 2-3 คนก็เพียงพอ	1	2	3	4	5
12	ฉันมักทำสิ่งต่างๆ โดยไม่ได้คำนึงถึงความรู้สึกของเพื่อน	1	2	3	4	5
13	ฉันไม่อยากทำความสนิทสนมกับใคร	1	2	3	4	5
14	ฉันรับไม่ได้เมื่อเพื่อนทำสิ่งไม่ดี	1	2	3	4	5
15	ฉันชอบใช้เวลาว่างไปกับเพื่อนสนิท	1	2	3	4	5
16	ฉันไม่ชอบความสัมพันธ์แบบผิวเผิน	1	2	3	4	5
17	ฉันกับเพื่อนปรึกษาปัญหากันได้ทุกเรื่อง	1	2	3	4	5
18	ฉันเลือกทำงานกับคนมีความสามารถ แม้ฉันจะไม่สนิทก็ตาม	1	2	3	4	5
19	เพื่อนของฉันคือคนที่ฉันสามารถคุยได้ทุกเรื่อง	1	2	3	4	5
20	ฉันชอบคุยกับคนที่รู้จักมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก	1	2	3	4	5
21	เมื่อไม่ได้เจอเพื่อน ฉันรู้สึกสนิทกับเพื่อนน้อยลง	1	2	3	4	5
22	ฉันทำตามคำขอของเพื่อนอย่างเต็มใจ	1	2	3	4	5
23	ความสัมพันธ์ที่ดีต้องพึ่งพากันได้	1	2	3	4	5

ตอนที่ 3.4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเอง

ข้อ	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	โดยทั่วไปฉันรู้สึกพึงพอใจตนเอง	1	2	3	4	5
2	บางครั้งฉันคิดว่าฉันเป็นคนไม่เอาไหนเลย	1	2	3	4	5
3	ฉันรู้สึกว่าฉันมีคุณลักษณะที่ดีหลายอย่าง	1	2	3	4	5
4	ฉันสามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้ดีเท่ากับคนอื่น	1	2	3	4	5
5	ฉันรู้สึกว่าฉันมีสิ่งให้น่าภูมิใจไม่มากนัก	1	2	3	4	5
6	บางครั้งฉันรู้สึกว่าฉันเป็นคนที่ไร้ประโยชน์	1	2	3	4	5
7	ฉันอยากมีความรู้สึกนับถือตนเองให้มากกว่านี้	1	2	3	4	5
8	สรุปแล้วฉันรู้สึกว่าตนเองค่อนข้างล้มเหลว	1	2	3	4	5
9	ฉันมีเจตคติที่ดีต่อตัวเอง	1	2	3	4	5
10	ถึงฉันจะทำอะไรผิด เพื่อน ๆ ก็จะเข้าใจฉัน	1	2	3	4	5
11	ฉันเข้ากับคนได้ง่าย	1	2	3	4	5
12	ฉันสามารถยอมรับความผิดพลาดที่ฉันทำขึ้น	1	2	3	4	5
13	ไม่ว่าฉันจะทำอะไร ก็ดูเหมือนว่าฉันจะทำให้ยุ่งมากขึ้น	1	2	3	4	5
14	ฉันรู้สึกว่า ถึงฉันจะหายตัวไป ก็ไม่มีใครสังเกตเห็น	1	2	3	4	5
15	การหนีปัญหาเป็นทางออกที่ดีสำหรับฉันทางหนึ่ง	1	2	3	4	5
16	ฉันชอบการเป็นตัวของตัวเอง	1	2	3	4	5
17	เมื่อฉันเกิดปัญหา ฉันรู้ว่าเพื่อน ๆ จะคอยให้กำลังใจฉัน	1	2	3	4	5
18	ฉันต้องทำในสิ่งที่ไม่เป็นตนเองเพื่อให้กลุ่มเพื่อนยอมรับ	1	2	3	4	5
19	ถ้ามีคนมารักฉัน ฉันจะยอมปรับตัวเพื่อให้เขารักฉันตลอดไป	1	2	3	4	5
20	ฉันกลัวการถูกปฏิเสธจากกลุ่มเพื่อน	1	2	3	4	5
21	คนส่วนใหญ่รอบ ๆ ตัวฉันดูเหมือนจะดีกว่าฉัน	1	2	3	4	5
22	ฉันรู้สึกว่าตนเองเป็นคนพิเศษและมีคุณค่าพอที่ทุกคนให้ความสนใจ	1	2	3	4	5
23	ความคิดเห็นของฉันเกี่ยวกับตัวเองสำคัญมากกว่าความคิดเห็นที่คนอื่นคิดเกี่ยวกับฉัน	1	2	3	4	5
24	ฉันสามารถยอมรับคำวิจารณ์ได้โดยไม่รู้สึกหงุดหงิด	1	2	3	4	5

ภาคผนวก ข

ตารางที่ ข1

ที่มา และทิศทางของข้อกระทงในแบบวัดการเปิดเผยตนเอง

ข้อกระทง	ทิศทาง	ที่มาของข้อกระทง	
		แปล	คิดเพิ่ม
DIS01	บวก	√	
DIS02	บวก	√	
DIS03	ลบ		√
DIS04	ลบ	√	
DIS05	ลบ	√	
DIS06	ลบ		√
DIS07	บวก	√	
DIS08	ลบ	√	
DIS09	บวก	√	
DIS10	บวก		√
DIS11	บวก	√	
DIS12	ลบ	√	
DIS13	ลบ	√	
DIS14	บวก	√	
DIS15	ลบ		√
DIS16	บวก	√	

ข้อกระทง	ทิศทาง	ที่มาของข้อกระทง	
		แปล	คิดเพิ่ม
DIS17	บวก		√
DIS18	ลบ		√
DIS19	บวก	√	
DIS20	บวก	√	
DIS21	บวก	√	
DIS22	ลบ	√	
DIS23	บวก		√
DIS24	ลบ	√	
DIS25	ลบ	√	
DIS26	ลบ	√	
DIS27	ลบ		√
DIS28	บวก	√	
DIS29	บวก	√	
DIS30	บวก	√	
DIS31	ลบ	√	
DIS32	ลบ	√	

ตารางที่ ๒2

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของข้อกระทง ความสัมพันธ์ของข้อกระทงกับคะแนนของข้อ
กระทงที่เหลือทั้งหมด และน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดการเปิดเผยตนเอง

ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง (กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ)				t	p (หนึ่ง หาง)	CITC	น้ำหนัก องค์ประ กอบ	ข้อที่ ผ่าน
	กลุ่มสูง (n = 42)		กลุ่มต่ำ (n = 40)						
	M	SD	M	SD					
DIS01	3.80	0.80	2.85	0.89	5.11***	.000	.38	.43	√
DIS02	4.07	0.63	2.92	0.82	7.03***	.000	.44	.49	√
DIS03	4.00	0.62	2.85	0.69	7.85***	.000	.54	.59	√
DIS04	4.02	0.86	2.75	0.89	6.52***	.000	.48	.52	√
DIS05	1.97	0.89	2.00	0.67	-0.13	.446	-	-	-
DIS06	3.38	0.88	2.62	0.80	4.04***	.000	.32	.35	√
DIS07	3.78	0.92	2.92	0.91	4.23***	.000	.36	.43	√
DIS08	3.85	0.92	2.50	0.98	6.42***	.000	.49	.53	√
DIS09	3.71	0.89	2.75	0.77	5.21***	.000	.37	.43	√
DIS10	4.59	0.58	3.55	0.81	6.63***	.000	.54	.61	√
DIS11	4.33	0.72	3.47	0.75	5.28***	.000	.47	.52	√
DIS12	3.90	0.92	2.50	0.98	7.01***	.000	.55	.59	√
DIS13	3.19	0.89	2.52	0.84	3.46**	.001	.26	.30	√
DIS14	4.02	0.78	2.90	0.95	5.81***	.000	.47	.53	√
DIS15	3.80	1.04	2.65	0.69	5.94***	.000	.38	.41	√
DIS16	4.50	0.70	3.72	0.71	4.93***	.000	.37	.427	√
DIS17	4.33	0.65	3.47	0.64	6.02***	.000	.34	.40	√
DIS18	3.69	0.89	2.37	0.97	6.35***	.000	.48	.52	√
DIS19	4.07	0.67	3.27	0.84	4.69***	.000	.43	.49	√

ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง (กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ)				<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)	CITC	น้ำหนัก องค์ประ กอบ	ข้อที่ ผ่าน	
	กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ							
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>						
DIS20	4.52	0.59	3.52	0.84	6.20***	.000	.57	.62	√	
DIS21	4.38	0.82	3.42	0.90	5.01***	.000	.45	.50	√	
DIS22	3.54	0.70	2.77	0.80	4.64***	.000	.33	.37	√	
DIS23	4.07	0.83	3.15	0.73	5.28***	.000	.51	.58	√	
DIS24	4.23	0.95	3.37	1.00	3.98***	.000	.34	.38	√	
DIS25	3.76	1.10	2.57	0.81	5.57***	.000	.30	.34	√	
DIS26	4.26	0.73	2.82	0.93	7.78***	.000	.58	.61	√	
DIS27	4.38	0.66	2.82	0.79	7.35***	.000	.46	.51	√	
DIS28	4.23	0.57	2.92	0.79	8.57***	.000	.58	.64	√	
DIS29	4.23	0.65	3.40	0.74	5.41***	.000	.48	.54	√	
DIS30	4.11	0.73	2.77	0.99	6.89***	.000	.54	.62	√	
DIS31	4.04	0.82	2.37	0.74	9.64***	.000	.61	.63	√	
DIS32	3.83	1.05	2.45	1.03	5.97***	.000	.42	.46	√	
$\alpha =$.89			

หมายเหตุ ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิฤต (148, .05, หนึ่งหาง) \approx .135

p* < .01, หนึ่งหาง. *p* < .001, หนึ่งหาง.

ตารางที่ ข3

ทิศทางของข้อกระทงในแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์

ข้อกระทง	ทิศทาง
AFF01	บวก
AFF 02	บวก
AFF 03	ลบ
AFF 04	ลบ
AFF 05	ลบ
AFF 06	บวก
AFF 07	บวก
AFF 08	ลบ
AFF 09	บวก
AFF 10	ลบ
AFF 11	ลบ
AFF 12	บวก
AFF 13	บวก

ข้อกระทง	ทิศทาง
AFF 14	บวก
AFF 15	ลบ
AFF 16	ลบ
AFF 17	บวก
AFF 18	บวก
AFF 19	ลบ
AFF 20	บวก
AFF 21	บวก
AFF 22	ลบ
AFF 23	บวก
AFF 24	บวก
AFF 25	ลบ
AFF 26	บวก

ตารางที่ ๗4

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของข้อกระทง ความสัมพันธ์ของข้อกระทงกับคะแนนของข้อ
กระทงที่เหลือทั้งหมด และน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์

ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง (กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ)				t	p (หนึ่ง หาง)	CITC		น้ำหนัก องค์ประกอบ	ข้อที่ ผ่าน
	กลุ่มสูง (n = 42)		กลุ่มต่ำ (n = 40)				ครั้งที่1	ครั้งที่2		
	M	SD	M	SD						
AFF01	4.34	0.61	3.38	0.79	6.15***	.000	.41	.39	.49	√
AFF02	3.17	0.91	2.45	0.70	4.00***	.000	.28	.23	.30	√
AFF03	3.61	1.04	2.50	0.89	5.21***	.000	.33	.36	.46	√
AFF04	2.34	0.85	2.14	0.87	1.04	.199	-	-	-	-
AFF05	2.83	1.09	2.00	0.79	3.94***	.000	.22	.28	.40	√
AFF06	3.66	1.08	3.24	0.98	1.85*	.034	.19	-	.27	-
AFF07	3.85	0.93	3.02	0.89	4.12***	.000	.37	.41	.55	√
AFF08	2.61	1.07	2.62	0.96	-0.04	.483	-	-	-	-
AFF09	4.00	0.77	3.19	0.83	4.58***	.000	.35	.41	.54	√
AFF10	4.32	0.82	3.50	0.94	4.20***	.000	.21	-	.29	-
AFF11	4.02	0.72	2.43	0.99	8.38***	.000	.51	.49	.63	√
AFF12	4.15	0.69	3.69	0.78	2.81**	.003	.32	.34	.46	√
AFF13	4.02	0.65	3.00	0.98	5.59***	.000	.43	.33	.41	√
AFF14	3.93	0.87	3.05	1.14	3.92***	.000	.22	-	.27	-
AFF15	3.54	0.97	2.67	1.20	3.61**	.001	.14	-	.24	-
AFF16	2.98	1.03	3.36	0.90	-1.78	.039	-	-	-	-
AFF17	3.63	0.76	2.81	0.91	4.43***	.000	.34	.26	.34	√

ชื่อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง (กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ)				<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง ทาง)	CITC		น้ำหนัก องค์ประกอบ	ข้อที่ ผ่าน
	กลุ่มสูง (<i>n</i> = 42)		กลุ่มต่ำ (<i>n</i> = 40)				ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>						
AFF18	3.49	0.87	2.86	1.02	3.01**	.001	.20	-	.22	-
AFF19	4.05	0.63	2.93	0.86	6.72***	.000	.41	.41	.54	√
AFF20	4.46	0.59	3.90	0.72	3.82***	.000	.24	.21	.31	√
AFF21	3.83	1.07	3.19	1.01	2.78**	.003	.24	.30	.42	√
AFF22	1.83	0.77	1.98	0.78	-0.86	.195	-	-	-	-
AFF23	3.49	0.89	2.83	1.01	3.11**	.001	.18	-	.21	-
AFF24	3.49	0.74	2.93	0.83	3.20**	.001	.21	.24	.36	√
AFF25	3.41	0.99	2.45	1.01	4.34***	.000	.29	.33	.44	√
AFF26	4.12	0.67	3.24	0.82	5.34***	.000	.41	.46	.60	√
α =							.74	.75		

หมายเหตุ ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิกฤต (148, .05, หนึ่งทาง) \approx .135; CITC ครั้งที่ 1 คือค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 26 ข้อกระทง; CITC ครั้งที่ 2 คือค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้นๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 16 ข้อกระทง

* $p < .05$, หนึ่งทาง. ** $p < .01$, หนึ่งทาง. *** $p < .001$, หนึ่งทาง.

ตารางที่ ข5

ทิศทางของข้อกระทงในแบบวัดแรงจูงใจใฝ่ไกลล์ซิด

ข้อกระทง	ทิศทาง
INT01	ลบ
INT02	ลบ
INT03	บวก
INT04	บวก
INT05	บวก
INT06	ลบ
INT07	ลบ
INT08	บวก
INT09	ลบ
INT10	บวก
INT11	ลบ
INT12	ลบ

ข้อกระทง	ทิศทาง
INT13	ลบ
INT14	ลบ
INT15	บวก
INT16	บวก
INT17	บวก
INT18	ลบ
INT19	บวก
INT20	บวก
INT21	ลบ
INT22	บวก
INT23	บวก

ตารางที่ ๑๖

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำของข้อกระทง ความสัมพันธ์ของข้อกระทงกับคะแนนของข้อ
กระทงที่เหลือทั้งหมด และน้ำหนักองค์ประกอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่ไกลชีวิต

ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง (กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ)				t	p (หนึ่ง ทาง)	CITC		น้ำหนัก องค์ประกอบ	ข้อที่ ผ่าน
	กลุ่มสูง (n = 42)		กลุ่มต่ำ (n = 40)				ครั้งที่1	ครั้งที่2		
	M	SD	M	SD						
INT01	4.11	0.80	2.87	0.95	6.42***	.000	.54	.51	.59	√
INT02	4.16	0.62	2.78	0.90	8.09***	.000	.54	.50	.59	√
INT03	4.42	0.63	3.12	0.81	8.19***	.000	.58	.58	.66	√
INT04	4.73	0.49	3.58	0.80	7.82***	.000	.52	.54	.63	√
INT05	4.57	0.54	3.51	0.71	7.61***	.000	.58	.61	.68	√
INT06	4.21	0.71	2.75	0.94	7.91***	.000	.53	.50	.59	√
INT07	3.11	0.86	2.39	0.94	3.67***	.000	.21	-	.24	-
INT08	4.57	0.54	3.39	0.83	7.65***	.000	.63	.67	.73	√
INT09	4.50	0.63	3.19	0.92	7.49***	.000	.49	.51	.58	√
INT10	4.26	0.73	3.31	0.87	5.32***	.000	.45	.48	.53	√
INT11	3.02	1.37	3.39	1.06	-1.35	.059	-	-	-	-
INT12	4.40	0.79	3.09	0.88	7.05***	.000	.41	.43	.50	√
INT13	4.52	0.55	3.24	0.85	8.05***	.000	.59	.58	.66	√
INT14	3.38	0.98	2.78	0.96	2.80**	.003	.14	-	.15	-
INT15	4.23	0.57	3.21	0.88	6.21***	.000	.47	.51	.57	√
INT16	3.76	1.10	3.24	0.99	2.24*	.013	.14	-	.20	-
INT17	4.30	0.64	3.17	0.86	6.82***	.000	.51	.52	.60	√

ชื่อ กระทง	การวิเคราะห์ชื่อกระทง (กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ)				<i>t</i>	<i>p</i> (หนึ่ง หาง)	CITC		น้ำหนัก องค์ประกอบ	ชื่อที่ ผ่าน
	กลุ่มสูง (<i>n</i> = 42)		กลุ่มต่ำ (<i>n</i> = 40)				ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>						
INT18	3.69	0.81	2.73	1.07	4.59***	.000	.25	-	.26	-
INT19	4.28	0.63	3.36	0.69	6.27***	.000	.41	.39	.48	√
INT20	4.40	0.70	3.60	0.86	4.61***	.000	.29	.33	.37	√
INT21	3.69	1.07	2.53	0.92	5.25***	.000	.27	-	.29	-
INT22	4.09	0.53	3.39	0.66	5.31***	.000	.33	.35	.41	√
INT23	4.54	0.70	3.78	1.12	3.70***	.000	.32	.37	.42	√
$\alpha =$.84	.87		

หมายเหตุ: ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้ เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิฤต (148, .05, หนึ่งหาง) \approx .135; CITC ครั้งที่ 1 คือค่าสหสัมพันธ์ของชื่อกระทงนั้นๆ กับชื่อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 23 ชื่อกระทง; CITC ครั้งที่ 2 คือค่าสหสัมพันธ์ของชื่อกระทงนั้นๆ กับชื่อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 17 ชื่อกระทง

p* < .05, หนึ่งหาง. *p* < .01, หนึ่งหาง. ****p* < .001, หนึ่งหาง.