อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม และการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

นางสาว จุฑารัตน์	พงษ์ชู	รหัสประจำตัวนิสิต 5637418938
นาย ณัฐวิชญ์	ผิวลออ	รหัสประจำตัวนิสิต 5637436138
นางสาว ศิรประภา	แสนเดช	รหัสประจำตัวนิสิต 5637509338

โครงงานทางจิตวิทยานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยา

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2559

THE INFLUENCE OF NEUROTICISM, EXTRAVERSION AND SELF-ESTEEM ON INTERNET TROLLING

MISS JUTARAT	PONGCHOO	ID 5637418938
MR. NATTAWIT	PEWLA-OR	ID 5637436138
MISS SIRSPRAPA	SANDECH	ID 5637509338

A Senior Project in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Bachelor of Science in Psychology

Faculty of Psychology

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

หัวข้อโครงงานทางจิตวิทยา อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม, และการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

โดย จุฑารัตน์ พงษ์ชู

ณัฐวิชญ์ ผิวลออ

ศิรประภา แสนเดช

สาขาวิชา จิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานทางจิตวิทยาหลัก อาจารย์ ดร. หยกฟ้า อิศรานนท์

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับโครงงานทางจิตวิทยาฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัณฑิต

..... คณบดีคณะจิตวิทยา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คัคนางค์ มณีศรี)

คณะกรรมการสอบโครงงานทางจิตวิทยา

.....อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานทางจิตวิทยาหลัก

(อาจารย์ ดร. หยกฟ้า อิศรานนท์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ทิพย์นภา หวนสุริยา)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. ประพิมพา จรัลรัตนกุล)

จุฑารัตน์ พงษ์ชู, ณัฐวิชญ์ ผิวลออ, ศิรประภา แสนเดช : อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม, และการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (THE INFLUENCE OF NEUROTICISM, EXTRAVERSION, AND SELF-ESTEEM ON INTERNET TROLLING)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานทางจิตวิทยาหลัก : อาจารย์ ดร.หยกฟ้า อิศรานนท์, 61 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม และการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อการทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด นอกจากนี้ยังต้องการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านและอิทธิพลกำกับของการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมดังกล่าวด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไป ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 337 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 271 คน เพศชาย 60คน และเพศอื่น ๆ 6 คน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองมีสหสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด แต่บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ มีสหสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ทั้งนี้ ไม่พบอิทธิพลส่งผ่านของการเห็นคุณค่าในตนเองต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด เช่นเดียวกับไม่พบอิทธิพลกำกับของการเห็นคุณค่าในตนเองต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (Internet trolling), การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem), บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม (Extraversion), บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism)

สาขาวิชา จิตวิทยา ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2559 ลายมือชื่อนิสิต .....

ลายมือชื่อนิสิต .....

ลายมือชื่อ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานทางจิตวิทยา .....

5637418938, 5637436138, 5637509338: MAJOR PSYCHOLOGY

KEYWORDS: INTERNET TROLLING / SELF-ESTEEM / EXTRAVERSION / NEUROTICISM

JUTARAT PONGCHOO, NATTAWIT PEWLAOO, SIRAPRAPA SANDECH: THE INFLUENCE OF BIG FIVE PERSONALITY AND SELF-ESTEEM ON INTERNET TROLLING.

ADVISOR: LECTURER DR. YOKFAH ISSARANON, 61pp.

This research examined the influence of neuroticism and extraversion, and self-esteem on Internet trolling. In addition, the mediating and moderating effects of self-esteem were also investigated. Three hundred and thirty -seven participants whose age are between 18 – 25 years old, 60 males and 271 females and 6 others completed measures of self-report self-esteem, five factors personality and internet trolling.

Multiple regression analysis was used to test the research hypotheses. As expected, results showed that self-esteem was negatively correlated with Internet trolling, but neuroticism was positively correlated with Internet trolling. However, self-esteem did not mediate the relationship between neuroticism and Internet trolling nor moderate the relationship between extraversion and Internet trolling. Implications and future directions were discussed.

Field of Study: Psychology Student's Signature .....

Academic Year: 2016 Student's Signature .....

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

โครงงานวิจัยเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือและความเอาใจใส่อย่างสูงของอาจารย์ ดร.หยกฟ้า อิศรานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานวิจัย ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ คำแนะนำ และกำลังใจให้แก่นิสิตตลอดการทำโครงงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยจึงกราบขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ คณาจารย์คณะจิตวิทยาทุกท่าน ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาทางจิตวิทยาให้แก่นิสิตได้มีความรู้ความสามารถ จนก่อเกิดเป็นโครงงานวิจัยในครั้งนี้

ขอบคุณเพื่อนร่วมกลุ่มงานวิจัยครั้งนี้ที่ร่วมด้วยช่วยกัน ที่ใช้ความพยายามและความสามารถที่มีในการจัดทำตั้งแต่ขั้นเริ่มต้นจนถ่ายทอดออกมาเป็นโครงงานวิจัยในเล่มนี้ ขอบคุณที่ร่วมต่อสู้ปัญหาต่าง ๆ มาด้วยกันทำให้พวกเราได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มากมาย มิใช่เพียงแค่ความรู้ทางด้านวิชาการในการทำโครงงานวิจัยเท่านั้น แต่ทำให้พวกเราได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน รู้จัก และสนิทสนมกันมากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบุพการีของกลุ่มผู้วิจัยทุกท่านที่คอยให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างกลุ่มผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และคอยอยู่เคียงข้างกันเสมอ ทุกท่านคือส่วนหนึ่งของความสำเร็จของกลุ่มผู้วิจัยทั้งในวันนี้และในอนาคตข้างหน้า

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย…….. ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ…….. จ

กิตติกรรมประกาศ…… ฉ

สารบัญ…….. ช

สารบัญตาราง…….. ญ

สารบัญภาพ…….. ฎ

บทที่ 1 บทนำ…… 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา……... 1

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง…….. 2

พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (Internet Trolling)……..... 2

บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Five factors model, Big 5 personality dimensions)…… 5

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด……. 6

การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem)…….. 7

ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด……. 8

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด..... 9

สมมติฐานการวิจัย..... 10

วัตถุประสงค์ในการวิจัย..... 11

ขอบเขตของการวิจัย..... 11

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย..... 11

ตัวแปรในการวิจัย..... 12

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย..... 12

บทที่ 2 วิธีดำเนินการวิจัย..... 14

กลุ่มตัวอย่าง..... 14

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 14

ขั้นตอนการวิจัย..... 19

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... 19

บทที่ 3 ผลการวิจัย..... 20

การทดสอบสถิติเบื้องต้น..... 20

ผลการทดสอบสมมติฐาน..... 24

ผลการทดสอบเพิ่มเติม..... 28

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... 31

บทที่ 4 อภิปรายผล..... 32

ข้อจำกัดในงานวิจัย..... 35

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ..... 37

ข้อเสนอแนะและงานวิจัยในอนาคต..... 39

รายการอ้างอิง..... 40

ภาคผนวก..... 47

ภาคผนวก ก..... 48

ภาคผนวก ข..... 49

ภาคผนวก ค..... 50

ภาคผนวก ง..... 52

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย...	17
2	ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ร่วมงานวิจัย.....	21
3	จำนวนความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันของผู้ร่วมงานวิจัย.....	21
4	การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ร่วมการวิจัย.....	22
5	คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกต และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์.....	23
6	ตารางอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด…….....	26
7	ผลการวิเคราะห์อิทธิพลกำกับต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด……	27
8	ตารางอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด……	28
9	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์……	29
10	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	31

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด.....	10
2	ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเอง, บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด.....	24
3	อิทธิพลส่งผ่านของการเห็นคุณค่าในตนเองระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด.....	25
4	อิทธิพลตัวแปรกำกับของการเห็นคุณค่าในตนเองระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด.....	26
5	อิทธิพลส่งผ่านของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด.....	29

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน ปัญหาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้ขยายตัวมากขึ้น โดยหนึ่งในปัญหาที่นักวิจัยให้ความสนใจศึกษา ได้แก่ การทำพฤติกรรมส่อเสียด พูดคำหยาบ รังควานผู้อื่น หรือทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน โดยใช้ประโยชน์จากการปิดบังตัวตน (Anonymous) บนโลกอินเทอร์เน็ต ด้วยเหตุผลเพื่อความสะใจหรือความสนุกสนานก็ตาม (Sammons & Cross, 2016) ซึ่งถ้าหากบุคคลใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนในการคุกคามหรือทำร้ายผู้อื่นผ่านถ้อยคำหรือรูปภาพต่าง ๆ นั่นอาจส่งผลให้ผู้ใช้คนอื่น เกิดความรำคาญ เกิดความเสียหายทางร่างกาย รวมไปถึงความเครียดทางอารมณ์ (Finkelhor, Mitchell & Wolak, 2000; Finn, 2004; Hinduja & Patchin, 2008) นอกจากนี้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ผิดยังทำให้บุคคลอื่นเสื่อมเสียชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือได้อีกด้วย (Workman, 2010)

ทั้งนี้ ในงานวิจัยและบทความต่าง ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าวบนสังคมออนไลน์ พบว่ามีพฤติกรรมก้าวร้าวรูปแบบหนึ่งที่ร้ายแรงมากขนาดที่ครั้งหนึ่งเคยทำให้บางคนตัดสินใจจบชีวิตตัวเองลง นั่นก็คือ พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดบนอินเทอร์เน็ต หรือ Internet trolling (Martin, 2013) โดยนักจิตวิทยาต่างให้ความสนใจว่าปัจจัยอะไรที่เป็นแรงจูงใจทำให้บุคคลพยายามทำพฤติกรรมยุแหย่ ก่อกวน หรือใช้คำพูดดูหมิ่นผู้อื่นในบริบทของสังคมออนไลน์ (Nuccitelli, 2014)

งานวิจัยในปี 2011 ของ Golbeck, Robles, และ Turner พบว่า การแสดงออกถึงข้อความหรือการแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ทางลบ ความวิตกกังวล และความโกรธอย่างง่ายและรวดเร็วผ่านสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) และในปีเดียวกันยังมีอีกงานวิจัยหนึ่งที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพทั้ง 5 กับอิทธิพลของความก้าวร้าวที่เกิดขึ้น โดยผลการวิจัยพบว่ารูปแบบความก้าวร้าวโดยทั่วไปเป็นตัวทำนายบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ เพียงอย่างเดียว แต่ความก้าวร้าวในลักษณะหลงตัวเอง (Narcissistic aggression) จะเกิดจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม และยังมีบุคลิกภาพความเป็นชาย (Masculinity) ในระดับต่ำ (Egan & Lewis, 2011)

ในอดีต ได้มีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ซึ่งพบว่าผู้ที่มีแนวโน้มทำพฤติกรรมรูปแบบนี้ มักเป็นบุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ (Talor, 2012)

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยล่าสุดที่พบว่า การกระทำพฤติกรรมดูหมิ่นผู้อื่นสังคมออนไลน์ ด้วยการเน้นย้ำถึงข้อบกพร่องของผู้อื่น ในบางครั้งก็สามารถเพิ่มการเห็นคุณค่าในตนเองให้กับผู้กระทำได้เช่นกัน (Smith, 2016) สอดคล้องกับบทความของ Rubin (2016) ที่ระบุว่า บุคคลเมื่อทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยมีเจตนามุ่งร้ายต่อผู้อื่น ส่งผลให้ผู้กระทำรู้สึกบันเทิงใจและทำให้มีการเห็นคุณค่าในตนเองเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับของตัวแปรด้านบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงในบริบทสังคมออนไลน์ แต่ด้วยประเด็นปัญหาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ผิด อันเนื่องมาจากการทำให้ผู้อื่นเกิดความเสียหายทั้งทางด้านความรู้สึกและชื่อเสียงนั้นมีเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านบุคลิกภาพและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ซึ่งอาจเชื่อมโยงด้วยการเห็นคุณค่าในตนเองในรูปแบบของการเป็นตัวแปรส่งผ่านหรือตัวแปรกำกับ (Donnellan et al., 2005) โดยตัวแปรด้านบุคลิกภาพที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในงานวิจัยนี้ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ จากบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Five factors model, Big 5 personality dimensions) เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าบุคลิกภาพทั้ง 2 แบบข้างต้นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมก้าวร้าวหรือการสร้างความรำคาญแก่ผู้อื่น (Golbeck, Robles & Turner, 2011; Egan & Lewis, 2011)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (Internet trolling)

ในยุคปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการเชื่อมโยงผู้คนในสังคม ทำให้เราสามารถติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างง่ายดายมากขึ้น (พรพิไล ธงอาจ, 2555) ซึ่งการสื่อสารบนสังคมออนไลน์นั้น ก็ไม่แตกต่างจากการสื่อสารบนโลกของความเป็นจริงมากนัก กล่าวคือ หากบนโลกความเป็นจริงผู้คนสามารถแสดงความคิดเห็นหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นบ่อเกิดของความขัดแย้งได้แล้ว ดังนั้น บนสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้แต่ละคนมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นมากกว่า นั่นหมายความว่าการแสดงพฤติกรรมหรือความคิดเห็นที่เป็นบ่อเกิดของความขัดแย้งบนสังคมออนไลน์ก็สามารถเกิดได้ง่ายกว่าเช่นกัน (อภินันท์ สิริรัตนจิตต์, 2556)

หนึ่งในพฤติกรรมที่เป็นสาเหตุของความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในวัยรุ่นและได้รับความสนใจอย่างมากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (Griffiths, 2014) นั่นคือพฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์ (Trolling) โดยมีบุคคลหลายกลุ่มที่พยายามหาคำอธิบายของพฤติกรรมนี้ ทั้งในลักษณะของความหมาย ปัจจัยที่ทำให้เกิด และวิธีการรับมือกับผู้ที่มีพฤติกรรมเช่นนี้

เดิมทีพฤติกรรมการก่อกวนที่ตรงกับภาษาอังกฤษในคำว่า “troll” นั้นหมายถึง สิ่งมีชีวิตในตำนานที่มีรูปร่างคล้ายคน มีร่างกายที่สูงใหญ่และอัปลักษณ์ มักซ่อนตัวอยู่ใต้สะพานเพื่อรอโอกาสโจมตีเหยื่อที่ผ่านไปมา (Herring, Job-Sluder, Scheckler & Barab, 2002 อ้างถึงใน Griffiths, 2014) ซึ่งการซ่อนตัวใต้สะพานนั้นเปรียบได้กับการปิดบังตัวตนในสังคมออนไลน์เพื่อรอโอกาสที่จะก่อกวนหรือสร้างความเดือดร้อนให้กับผู้ใช้คนอื่นๆ นั่นเอง

นอกจากนี้ Griffiths (2014) ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้ออนไลน์ที่พยายามหลอกลวง สร้างความสับสน และก่อความวุ่นวายด้วยการใช้คำดูถูกเหยียดหยามผู้อื่น โดยการแสดงพฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์ ถือเป็นการจงใจยั่วยุหรือพยายามเป็นศัตรูกับผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมนี้จะเกิดได้ง่ายและรุนแรงยิ่งขึ้น เมื่อมีการปิดบังตนตัวของผู้ใช้ในสังคมออนไลน์ อีกทั้ง Nicol (2012) ได้เสริมว่าพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดนั้น เป็นเพียงการจงใจพูดดูถูกเหยียดหยาม เพื่อทำให้ผู้อื่นปั่นป่วน บ่อยครั้งผู้กระทำจะไม่ระบุตัวตนของตัวเอง และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดยังถือเป็นเพียงการระรานที่ไร้สาระของกลุ่มคนที่มักจะมีนิสัยต่อต้านสังคม ซึ่งน่าเบื่อและเชื่อถือไม่ได้ (Wright, 2012 อ้างถึงใน Nicol, 2012)

Buckels, Trapnell, และ Paulhus (2014) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านบุคลิกภาพและแสดงพฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์ โดยพบว่าผู้ที่มีพฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์ มักมีแนวโน้มของลักษณะบุคลิกภาพสำคัญสามแบบ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบมีเล่ห์เหลี่ยม (Machiavellian) คือผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบนี้มักใช้กลลวงหลอกผู้อื่น เพื่อให้ตนเองได้รับผลประโยชน์มากที่สุด บุคลิกภาพแบบต่อต้านสังคม (Psychopathic) คือ บุคลิกภาพแบบต่อต้านสังคม มักไม่แยแสหรือเกรงกลัวต่อผู้อื่น และที่พบความสัมพันธ์มากที่สุดคือ บุคลิกภาพแบบชอบทารุณผู้อื่น (Sadist) ซึ่งผู้กระทำมักจะรู้สึกสนุกกับการได้คุกคามและทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน (Buckels, Jones & Paulhus, 2014; Furnham, Richards & Paulhus, 2013)

นอกจากนี้ ในปรากฏการณ์ที่ผู้ใช้ปิดบังตนเองไว้ชั่วคราวภายใต้สังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า สภาวะนิรนาม (Deindividuation) (Hardeker, 2010) ซึ่งสามารถพบได้ในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น

การเล่นเกม, การแสดงบทบาทสมมุติ และพฤติกรรมในฝูงชน (Beard, 2014 อ้างถึงใน Premuzic, 2014) ยังอาจส่งผลต่อการทำพฤติกรรมก่อกวนผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ Morrissey (2010) ยังกล่าวว่า การไม่ระบุตัวตน (Anonymity) บนสังคมออนไลน์สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้ ด้วยการลดการควบคุมตนเองลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถพบได้ในพฤติกรรมที่มีลักษณะก่อกวนหรือพยายามสร้างความเดือดร้อนให้กับผู้ใช้คนอื่น ๆ นั่นเอง

งานวิจัยส่วนใหญ่ พบว่าจุดประสงค์ของผู้ที่ทำพฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์ มักได้แก่ การเรียกร้องความสนใจ การทำให้ผู้คนรู้สึกรำคาญ การสร้างความขัดแย้ง หรือแม้กระทั่งการได้รับความเห็นด้วยจากผู้อื่น ซึ่งทำให้ผู้กระทำรู้สึกว่าตนเองได้รับความสำคัญ และบางครั้งอาจรู้สึกถึงความสำคัญนั้นมากกว่าที่เขาได้รับในชีวิตจริงด้วยซ้ำ พฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์จึงถือเป็นการกระทำที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในความเห็นแก่ตัว (Premuzic, 2014) ดังนั้น วิธีที่มีประสิทธิภาพในการต่อต้านพฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์ นั่นก็คือการไม่ให้ความสนใจกับผู้ที่มีพฤติกรรมเหล่านี้ เพราะแม้ว่าบุคคลจะต่อว่าผู้ที่มีลักษณะนี้มากแค่ไหน แต่พวกเขากลับไม่รู้สึกละอายใจใด ๆ เพราะไม่มีใครรู้ว่าพวกเขาคือใครนั่นเอง (Beard, 2014 อ้างถึงใน Premuzic, 2014)

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมก่อกวนบนสังคมออนไลน์หรือ Internet trolling คือพฤติกรรมการใช้คำพูดหรือข้อความที่มีลักษณะก่อกวนหรือดูถูกเหยียดหยามผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ซึ่งมีการปกปิดตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้ โดยจุดประสงค์ที่ทำ ก็เพื่อพยายามสร้างความรำคาญ ความไม่พอใจ หรือสร้างความขัดแย้งให้กับผู้อื่น และยิ่งผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมนี้ได้รับความสนใจหรือความเห็นด้วยจากผู้อื่น ยิ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมนี้มากขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ ความหมายของพฤติกรรมก่อกวนรูปแบบนี้ยังคล้ายคลึงกับคำในภาษาไทยที่ใช้เรียกบุคคลที่มีพฤติกรรมในลักษณะนี้ว่า “นักเลงคีย์บอร์ด” ซึ่งหมายถึงบุคคลที่มีพฤติกรรมก้าวร้าว คอยระราน และทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน โดยแสดงพฤติกรรมออกมาในรูปแบบการพิมพ์ ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เกมออนไลน์, เฟซบุ๊ก หรือเว็บบอร์ดต่าง ๆ เป็นต้น (Lafezter, 2012) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงขอเลือกใช้คำว่า พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด แทนการเรียกพฤติกรรมที่แสดงถึงการก่อกวนผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ต่อไป

บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Five factors model, Big 5 personality dimensions)

งานวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า รูปแบบบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (Five factor model) หรือที่รู้จักกันในชื่อ Big 5 personality dimensions อันประกอบด้วย บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม, บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์, บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Wiggins & Trapnell, 1990) เปรียบเสมือนตัวแทนมิติต่าง ๆ ของโครงสร้างทางบุคลิกภาพที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและเป็นสากล (McCrae & Costa, 1997) ซึ่งพบหลักฐานจำนวนมากที่แสดงถึงคุณภาพของการวัดบุคลิกภาพในด้านของความตรง ลักษณะที่สามารถถ่ายทอดได้ทางพันธุกรรม (Digman, 1989) ความกว้างขวางครอบคลุมในทุก ๆ บุคลิกภาพ การเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ความมั่นคงระยะยาว (Jang, Livesley & Vernon, 1996) โดยแต่ละลักษณะทางบุคลิกภาพนั้นมีคำนิยามดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ เป็นผู้ที่มีอารมณ์ไม่มั่นคง (Emotional instability) มีแนวโน้มที่จะประสบกับอารมณ์ทางลบบ่อยครั้ง มีความกังวลอยู่เสมอ (Anxiety) มีอารมณ์ขุ่นหมองตลอดเวลา (Moodiness) ฉุนเฉียวง่าย (Irritability) มีอาการซึมเศร้า (Sadness) มักไวต่อความเครียดและเรื่องขัดใจเล็ก ๆ น้อย ๆ และมักมองโลกในแง่ร้าย (McCrae & Costa 1987)

2. บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม (Extraversion) ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ เป็นคนที่กระตือรือร้น ชอบทำมากกว่าชอบคิด ชอบพูดคุยและแสดงตัวเอง เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังงาน และก้าวร้าวในบางครั้ง บุคคลที่มีอุปนิสัยแบบนี้มักจะมีอะไรตื่นเต้นตลอดเวลา (Excitability) ชอบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Sociability) ชอบพูดและพูดได้ทุกเรื่อง (Talkativeness) ชอบเปิดเกมรุก (Assertiveness) และชอบแสดงออกทางอารมณ์ (Emotional expressiveness) (McCrae & Costa 1987)

3. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ เป็นคนที่ให้ความสนใจต่อโลกกว้าง เปิดรับอารมณ์ ยินดีที่จะลองสิ่งใหม่ ๆ เป็นคนมีจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีไอเดียแปลกใหม่ มีความอยากรู้อยากเห็นแบบมีสติปัญญา มองทะลุในสิ่งที่สนใจ (Imagination and insight) และมีความสนใจสิ่งต่าง ๆ อย่างหลายหลาก (Broad range of interests) (McCrae & Costa 1987)

4. บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน (Agreeableness) ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ เป็นคนที่เกรงใจผู้อื่น ใจดี ใจกว้าง มีความไว้เนื้อเชื่อใจได้ (Trust) มีหลักปฏิบัติที่เห็นแก่ผู้อื่นอยู่เสมอ (Altruism)

ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความกรุณา (Kindness) มีความเมตตา (Affection) และยอมที่จะประนีประนอมประโยชน์ในเรื่องที่ตนสนใจเพื่อให้เข้ากับผู้อื่นได้ (McCrae & Costa 1987)

5. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบนี้ เป็นผู้ที่มีระดับการคิดไตร่ตรองสูง (Thoughtfulness) เป็นคนที่มีลักษณะมีระเบียบ รอบคอบ เจ้าแผนการ มีการควบคุมสิ่งกระตุ้นได้ดี (Good impulse control) และมีพฤติกรรมที่มุ่งสู่เป้าหมายเป็นสำคัญ (Goal-directed behaviors) บุคคลที่มีความรู้สึกผิดชอบชั่วดีนี้มักมีการปรับระดับและจัดการอารมณ์ชั่ววูบหรือความหุนหันพลันแล่นได้เป็นอย่างดี (McCrae & Costa 1987)

จากนิยามของตัวแปรบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงลักษณะบุคลิกภาพที่มีแนวโน้มเชื่อมโยงกับการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า บุคลิกภาพทั้ง 2 แบบข้างต้นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมก้าวร้าวหรือการสร้างความรำคาญแก่ผู้อื่นด้วย (Golbeck, Robles & Turner, 2011; Egan & Lewis, 2011)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ในปี 2015 งานวิจัยของ Zhang ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด พบว่า บุคลิกภาพ สามารถทำนายพฤติกรรมการนำเสนอตนเอง (Self-presentaion) ได้ โดยบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สูง จะมีแนวโน้มทำพฤติกรรมนำเสนอตนเอง ในการโพสต์ข้อความบนเฟซบุ๊กสูง ทั้งนี้ ยังมีงานวิจัยที่พบว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ มักนิยมส่งข้อความ (Short Message Survice, SMS) มากกว่าการสื่อสารผ่านการพูดคุยทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile phone) นอกจากนี้ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ยังมีแนวโน้มการเสพติดการใช้โทรศัพท์มือถือ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อบันเทิงอื่น ๆ อีกด้วย (Ehrenberg et al., 2008)

ทั้งนี้ Hamburger และ Ben-Artzi (2000) ได้ศึกษางานวิจัยและพัฒนามาตรวัดเกี่ยวกับรูปแบบการใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งสัมพันธ์กับปัจจัยด้านบุคลิกภาพ โดยเน้นวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับลักษณะบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ อีกทั้งยังศึกษาตัวแปรในเรื่องเพศด้วย โดยผลการวิจัยพบว่า เพศชายที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม มักจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิง และในผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ มักไม่ค่อยใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล ส่วน

ในเพศหญิงนั้น ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมมักไม่ค่อยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าสังคม ซึ่งตรงกันข้ามกับผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ และที่สำคัญคือบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มักพบในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (Golbeck, Lobles & Turner, 2011)

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Angelis, Bacchini และ Affuso (2016) ซึ่งศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพ Big Five ในแต่ละแบบ ต่อการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวภายในโรงเรียน โดยมีขอบเขตของการตัดสินใจแหกกฎเป็นตัวเชื่อมโยง ยังพบว่าเด็กที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมสูง ในขณะที่บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกันและบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกต่ำ มักมีพฤติกรรมเกเร (Bully) อีกทั้งงานวิจัยของ Lenhart และคณะ (2010) ได้กล่าวว่า บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับการแสดงพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบุคคลที่มีคะแนนด้านบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม (Extraversion) สูง จะพบปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตสูงและแสดงพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดผ่านการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ ซึ่งจากงานวิจัยทั้งหมดข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเลือกศึกษาอิทธิพลของตัวแปรบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด เพราะตัวแปรด้านบุคลิกภาพทั้ง 2 แบบนี้ มีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมก้าวร้าวหรือการสร้างความรำคาญให้แก่ผู้อื่นอย่างเห็นได้ชัด (Golbeck, Robles & Turner, 2011; Egan & Lewis, 2011)

การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem)

นอกเหนือจากบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบแล้ว ผู้วิจัยยังพบมิติด้านอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตัวเอง (Nicol, 2012; Brewer & Kerslake, 2015)

James (1892) เป็นนักจิตวิทยาคนแรก ที่ได้ให้นิยามของการเห็นคุณค่าในตนเองว่าเป็นปรากฏการณ์และกระบวนการของความรู้สึกระหว่างการประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวในสิ่งที่บุคคลให้คุณค่าหรือคาดหวัง ในขณะที่ Rosenberg (1965) ซึ่งพัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย นิยามการเห็นคุณค่าในตนเอง ว่าหมายถึงเจตคติทางบวกและลบของบุคคล ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม, สังคม, ครอบครัว และสัมพันธภาพกับผู้อื่น รวมถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวเองเกี่ยวกับการยอมรับ นับถือ เชื่อมั่น และเห็นคุณค่าในตัวเอง

Leary (1999) อธิบายการทำงานของการเห็นคุณค่าในตนเองผ่านทฤษฎีมาตรทางสังคม (Sociometer theory) ว่า การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นดัชนีชี้วัดการยอมรับหรือการถูกกีดกันทางสังคม โดย

ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะมีความพยายามในการทำให้ได้รับการยอมรับจากสังคม สอดคล้องกับ Pyszczynski, Greenberg, และ Solomon (1997) ที่ระบุว่าการเห็นคุณค่าในตนเองจะลดลงเมื่อบุคคลรู้สึกว่าตนได้รับการถูกกีดกันหรือการปฏิเสธทางสังคม

กล่าวโดยสรุป การเห็นคุณค่าในตนเองโดยรวมนั้น เป็นเจตคติทางบวกและทางลบของบุคคลที่มีต่อตนเอง (Kling et al., 1999 อ้างถึงใน Harter, 1993) และอาจกล่าวได้ว่า การเห็นคุณค่าในตนเองสะท้อนถึงการรับรู้ความสามารถและการประเมินคุณค่าในตนเองของบุคคล รวมทั้งเป็นความหลากหลายของความเชื่อเกี่ยวกับตนเอง เช่น การประเมินรูปลักษณ์ตนเอง, ความเชื่อ, อารมณ์ และพฤติกรรม ซึ่งผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูงจะรับรู้ว่าตนมีความสามารถที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ เชื่อมั่นในตนเอง และประเมินตนเองในทางบวก ในขณะเดียวกัน ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะมีความไม่มั่นใจในตนเองและประเมินตนเองในทางลบ นอกจากนี้ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำยังมีแนวโน้มที่จะเป็นโรคซึมเศร้า (Silverstone & Salsali, 2003) มีปัญหาอันเนื่องมาจากความล้มเหลวและมักมีปฏิกิริยาทางลบกับเหตุการณ์ต่าง ๆ เกินจริง (Rosenberg & Owen, 2001) และมีปัญหากับการใช้โทรศัพท์มือถืออย่างมาก จึงมักเลือกติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นผ่านการพิมพ์ข้อความ เช่น แอพพลิเคชั่นไลน์ มากกว่า (Ehrenberg et al., 2008)

ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ปัจจุบัน มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดจำนวนไม่มากนัก โดยงานวิจัยของ Nicol (2012) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรังแกผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ ได้กล่าวถึงผู้ที่มีพฤติกรรมก่อกวนและสร้างความเดือดร้อนให้กับผู้อื่นว่า บุคคลเหล่านั้นมักมีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ (Low self-esteem) และไม่มีความสามารถที่จะปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Brewer และ Kerslake (2015) ที่พบว่า บุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ (Low self-esteem) มีแนวโน้มรายงานว่าตนมีประสบการณ์การเป็นเหยื่อของการรังแกบนสื่อออนไลน์

นอกจากนี้ งานวิจัยในอดีตมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับความก้าวร้าว โดยในงานวิจัยของ Baumeister, Bushman และ Campbell (2000) ที่ศึกษาปัจจัยด้านการเห็นคุณค่าในตนเองและบุคลิกภาพหลากหลายแบบต่อความก้าวร้าว ได้ให้ข้อสรุปว่าสิ่งที่สัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวของบุคคล คือ ระดับการเห็นคุณค่าในตนเองที่ไม่คงที่และบุคลิกภาพแบบหลงตัวเอง (Narcissism) โดยผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองนี้มักแสดงออกว่าตนเองมีสิทธิเหนือกว่าผู้อื่นและ

พยายามไม่รับฟังหรือใส่ใจความคิดเห็นของผู้อื่น (American Psychiatric Association, 1994 อ้างถึงใน Baumeister, Bushman และ Campbell, 2000)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

แม้ผู้วิจัยจะยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับของตัวแปรด้านบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเอง ต่อพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงในบริบทสังคมออนไลน์ แต่ผู้วิจัยคาดการณ์ว่าอาจเป็นไปได้ที่บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม และการเห็นคุณค่าในตนเอง จะมีความสัมพันธ์และสามารถทำนายการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ดังเห็นได้จากงานวิจัยของ Garofalo และคณะ (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองและพฤติกรรมก้าวร้าว ผ่านการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของภาวะทางอารมณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Emotion dysregulation) โดยผลการทดสอบ พบว่า ภาวะทางอารมณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้มีอิทธิพลส่งผ่านอย่างสมบูรณ์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเห็นคุณค่าในตนเองที่ต่ำและรูปแบบความก้าวร้าวทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ในกลุ่มตัวอย่างที่มีการกระทำความผิดและบุคคลทั่วไป อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังไม่ได้มีการศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของการเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งอาจเป็นตัวทำนายการเกิดพฤติกรรมก้าวร้าว อีกทั้งพฤติกรรมที่ทำการศึกษาก็ยังไม่ครอบคลุมถึงบริบทของสังคมออนไลน์

นอกจากนี้ บทความของ Janel (2015) ซึ่งกล่าวว่าบุคคลที่ชอบออกไปพบปะสังคม มักต้องการความตื่นเต้นและการยกย่องชมเชยจากผู้อื่นเป็นพิเศษ ถ้าหากบุคคลเหล่านี้ไม่ได้รับการเติมเต็มในสิ่งที่ต้องการ ส่งผลถึงระดับการเห็นคุณค่าในตนเองที่ต่ำ พวกเขาจะรู้สึกว่ามีบางสิ่งบางอย่างผิดพลาดไป จนอาจทำให้เกิดอาการซึมเศร้าและวิตกกังวล ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมทางลบมากมาย และที่สำคัญคือบุคคลเหล่านี้ไม่ได้ตระหนักเลยว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น มีสาเหตุมาจากระดับการเห็นคุณค่าในตนเองที่ต่ำลง ทั้งนี้ในบทความยังไม่ได้ระบุว่า พฤติกรรมทางลบที่เกิดขึ้นนั้น แท้จริงแล้วเกิดจากอิทธิพลของการเห็นคุณค่าในตนเองที่ต่ำ ของบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมหรือไม่

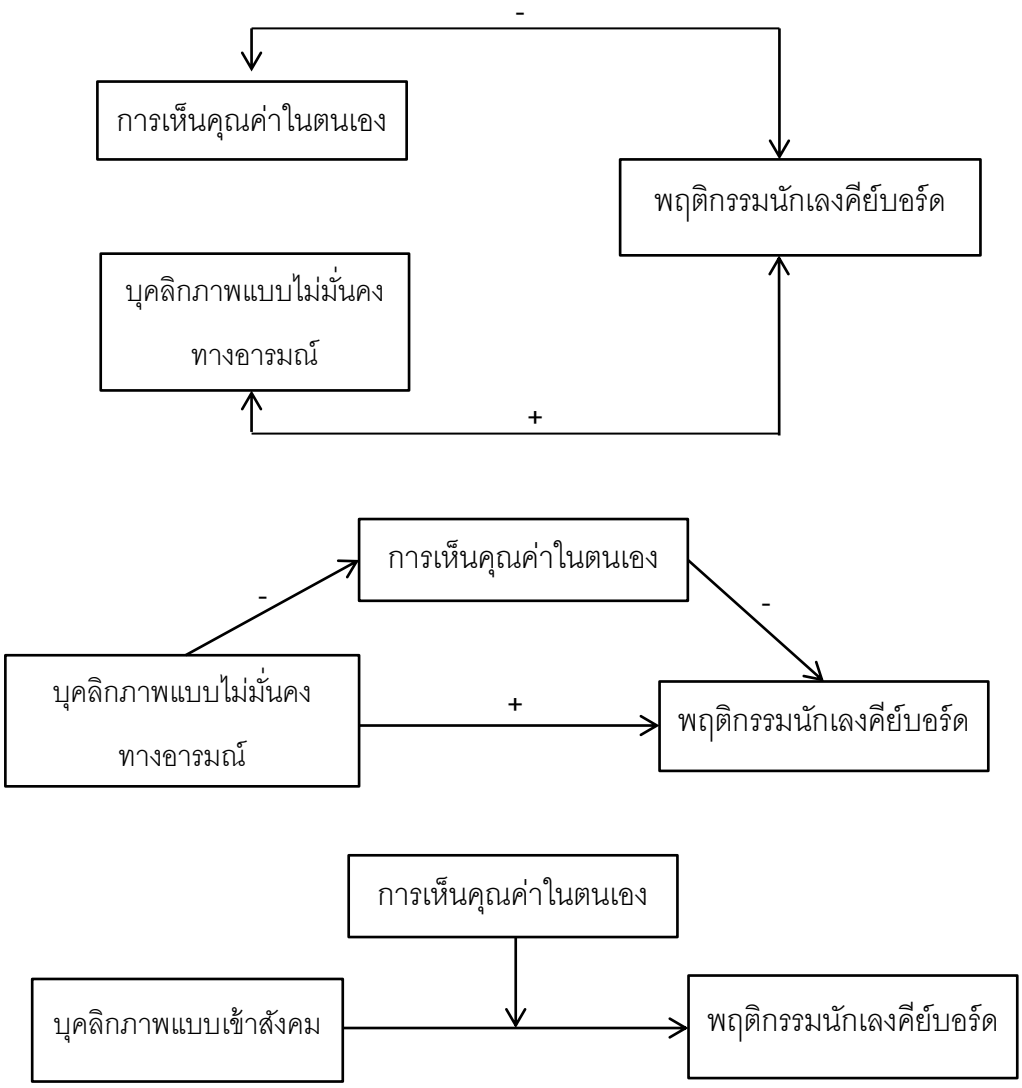
ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ รวมถึงอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับของการเห็นคุณค่าในตนเอง บุคลิกภาพแบบไม่มั่น และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม จากบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ที่มีต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด และได้สร้างเป็นสมมติฐานทั้งหมด 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1: การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 2: บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 3: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 4: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด



ภาพที่ 1 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดกับบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม โดยมีการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับ
2. สามารถนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ทำนายการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดและเตรียมหาวิธีรับมือกับบุคคลที่มีพฤติกรรมลักษณะนี้ในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี ทั้งในเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากมีงานวิจัยของ Lenhart และคณะ (2010) พบว่าช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (18-25 ปี) มีการเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ตรวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ค่อนข้างมากถึง 93% ซึ่งต่างก็มีสาเหตุและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งนับว่าเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรที่ดี โดยเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ ได้แก่ มาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (กัณฐิกา บรรลือ, 2553) มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง (หยกฟ้า อิศรานนท์, 2551) และมาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดที่ผู้วิจัยพัฒนาจากมาตรวัดของ Buckels และคณะ (2014)

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. **พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด** หมายถึง พฤติกรรมการใช้คำพูดหรือข้อความที่มีลักษณะก่อกวนหรือดูถูกเหยียดหยามผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ซึ่งมีการปกปิดตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อพยายามสร้างความรำคาญ ความไม่พอใจ หรือความขัดแย้งให้กับผู้อื่น โดยบุคคลที่มีพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด หมายถึง บุคคลที่ได้คะแนนจากมาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดที่กลุ่มผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากมาตรวัดของ Buckels และคณะ (2014) ในระดับสูง
2. **บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์** หมายถึง บุคลิกภาพที่แสดงถึงความไม่มั่นคงทางอารมณ์ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบนี้ มักมีแนวโน้มที่จะประสบกับอารมณ์ทางลบบ่อยครั้ง มีความกังวลอยู่เสมอ ฉุนเฉียวง่าย มักไวต่อความเครียดและเรื่องขัดใจเล็ก ๆ น้อย ๆ โดยบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่

มั่นคงทางอารมณ์ หมายถึง ผู้ที่ได้คะแนนจากมาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (กัณฐิกา บรรลือ, 2553) ด้าน Neuroticism ในระดับสูง

3. **บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม** หมายถึง บุคลิกภาพที่แสดงถึงความเปิดตัวเอง ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบนี้ จะเป็นคนที่กระตือรือร้น ชอบทำมากกว่าชอบคิด ชอบพูดคุยและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมถึงชอบแสดงอารมณ์ ซึ่งอาจแสดงถึงความก้าวร้าวในบางครั้ง โดยบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม หมายถึง ผู้ที่ได้คะแนนจากมาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (กัณฐิกา บรรลือ, 2553) ด้าน Extraversion ในระดับสูง
4. **การเห็นคุณค่าในตนเอง** หมายถึง การรับรู้ความสามารถและการประเมินคุณค่าของตนเองในด้านต่าง ๆ ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง จะเชื่อมั่นและรับรู้ถึงความสามารถของตนเอง ประเมินตนเองในทางบวก อีกทั้งผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง ยังหมายถึง ผู้ที่ได้คะแนนจากมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง (หยกฟ้า อิศรานนท์, 2551) ในระดับสูง ตรงกันข้ามผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ จะไม่มั่นใจและไม่รับรู้ถึงความสามารถของตนเอง ประเมินตนเองในทางลบ และได้คะแนนจากมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองในระดับต่ำ

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรทำนาย มี 2 ตัว ได้แก่

1. บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม
2. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์

ตัวแปรตาม คือ การแสดงพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ตัวแปรกำกับและส่งผ่าน คือ การเห็นคุณค่าในตัวเอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เข้าใจถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านบุคลิกภาพและการเห็นคุณค่าในตนเอง กับการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด
2. เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในการแสดงออกผ่านสังคมออนไลน์
3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ทำนายการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดและเตรียมหาวิธีรับมือกับบุคคลที่มีพฤติกรรมลักษณะนี้ในอนาคต โดยการนำศาสตร์ทางจิตวิทยามาประยุกต์ใช้

4. สามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาต่อยอด ทั้งในมุมมองของลักษณะพฤติกรรมก้าวร้าว บริบทที่เกิด และปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมเหล่านั้น

บทที่ 2
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Study) ที่ต้องการศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดบนสังคมออนไลน์ โดยมุ่งศึกษาบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม โดยมีตัวแปรการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน

กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแชร์แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Facebook, Twitter, Line เป็นต้น โดยมีวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 21 ล้านคน ได้ขนาดประชากรที่เหมาะสมที่ 323 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 337 คน แบ่งเป็นเพศชาย 60 คน เพศหญิง 271 และเพศทางเลือกอื่น ๆ 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ส่วนที่ 3 การวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และส่วนที่ 4 การวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบไปด้วยข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีข้อคำถามถึง เพศ, อายุ, ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน (น้อยกว่า 1 ชั่วโมง, 1-3 ชั่วโมง, 3-5 ชั่วโมง, 6-8 ชั่วโมง, มากกว่า 8 ชั่วโมง) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่ใช้เป็นประจำ (Facebook, Line, Pantip, Dek-d, Twitter และอื่น ๆ)

2. การวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ

ประกอบไปด้วยข้อคำถามจากมาตรวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของกัณฐิกา บรรลือ (2553) โดยเป็นข้อคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินลักษณะบุคลิกภาพของตนเอง ซึ่งมาตรการประมาณค่าเป็นแบบลิเคิร์ต (Likert scale) แบ่งได้เป็น 5 ช่วง 1 - 5 คะแนน ดังนี้

1 หมายถึง ไม่ตรงอย่างยิ่ง

2 หมายถึง ค่อนข้างไม่ตรง

3 หมายถึง ตรงและไม่ตรงพอๆกัน

4 หมายถึง ค่อนข้างตรง

5 หมายถึง ตรงอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามจากมาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบมาใช้ทั้งหมด 60 ข้อ โดยแบ่งข้อกระทงออกเป็น 5 องค์ประกอบตามลักษณะบุคลิกภาพ ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม, บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน, บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก, บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ เช่น

ตัวอย่างข้อคำถามบุคลิกภาพแบบไม่มั่งคงทางอารมณ์

1. แทบไม่เคยแสดงอาการวิตกทุกข์ร้อน
2. รู้สึกผ่อนคลายเกือบตลอดเวลา

ตัวอย่างข้อคำถามบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม

3. มีทักษะในการจัดการกับผู้คนรอบๆ ตัว
4. ลำบากใจเวลาที่ต้องเข้าหาผู้อื่น

3. การวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง

ประกอบไปด้วยข้อคำถามจากมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองของ หยกฟ้า อิศรานนท์ (2551) โดยเป็นข้อคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความรู้สึกที่มีต่อตนเองด้วยการประมาณค่าแบบมาตรลิเคิร์ดทั้งหมด 5 ช่วง 1-5 คะแนน ดังนี้

1 หมายถึง ไม่ตรงอย่างยิ่ง

2 หมายถึง ค่อนข้างไม่ตรง

3 หมายถึง ตรงและไม่ตรงพอๆกัน

4 หมายถึง ค่อนข้างตรง

5 หมายถึง ตรงอย่างยิ่ง

ซึ่งมาตรการเห็นคุณค่าในตนเอง มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ เช่น

1. โดยทั่วไปฉันรู้สึกพึงพอใจในตนเอง
2. บางครั้งฉันคิดว่าฉันเป็นคนไม่เอาไหนเลย
3. ฉันรู้สึกว่าฉันมีคุณลักษณะที่ดีหลายอย่าง
4. ฉันสามารถทำสิ่งต่างๆได้ดีเท่ากับคนอื่น

4. การวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ประกอบไปด้วยข้อคำถามจากมาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ซึ่งกลุ่มผู้วิจัยทำการพัฒนาขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ เริ่มจากการนำมาตรวัด Global Assessment of Internet Trolling (GAIT) ของ Buckels และคณะ (2014) ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

1. I have sent people to shock websites for the lulz.
2. I like to troll people in forums or the comments section of websites.
3. I enjoy griefing other players in multiplayer games.
4. The more beautiful and pure a thing is, the more satisfying it is to corrupt.

โดยผู้วิจัยได้นำข้อคำถามทั้ง 4 ข้อนี้มาแปลเป็นภาษาไทย ดังต่อไปนี้

1. ฉันรู้สึกชอบใจเมื่อทำให้ผู้ใช้งานคนอื่นบนสังคมออนไลน์เกิดความตกใจ
2. ฉันชอบก่อกวนด้วยการคอมเม้นท์ในกระทู้หรือเว็บบอร์ด
3. ฉันรู้สึกสนุกเมื่อทำให้อีกฝ่ายเจ็บปวดรวดร้าว
4. สิ่งใดที่ดูโลกสวย ยิ่งทำให้ฉันรู้สึกอยากทำลายบรรยากาศดี ๆ เหล่านั้นให้แย่ลง

ผู้วิจัยได้เพิ่มข้อคำถามเพื่อพัฒนามาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยสร้างข้อกระทงจากการสำรวจความคิดของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 44 คน แล้วนำมาจัดเป็นกลุ่มพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมหยาบคาย, พฤติกรรมก้าวร้าว และพฤติกรรมทางลบอื่น ๆ จากนั้นจึงปรึกษาอาจารย์ ดร. หยกฟ้า อิศรานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงานวิจัย เพื่อตรวจสอบเนื้อหาความถูกต้องและความเหมาะสมทางภาษา ได้เป็นข้อกระทงทั้งสิ้น 16 ข้อ รวมเป็น 20 ข้อกระทง (ดูตาราง ก ภาคผนวก

ก) โดยผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามด้วยการประมาณค่าแบบมาตรลิเคิร์ดทั้งหมด 5 ช่วง 1-5 คะแนน ดังนี้

1 หมายถึง ไม่ตรงอย่างยิ่ง

2 หมายถึง ค่อนข้างไม่ตรง

3 หมายถึง ตรงและไม่ตรงพอๆกัน

4 หมายถึง ค่อนข้างตรง

5 หมายถึง ตรงอย่างยิ่ง

จากนั้นจึงนำมาตรวัดไปเก็บข้อมูลเพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องมือ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 25 ปี จำนวน 160 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1

แสดงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย (N=160)

ข้อมูลพื้นฐาน		**จำนวน**	
		จำนวน (คน)	**คิดเป็นร้อยละ**
เพศ	หญิง	131	81.9%
	ชาย	23	14.4%
	อื่นๆ	6	3.7%
รวม		160	100
อายุ	18	31	19.4%
	19	21	13.1%
	20	26	16.3%
	21	29	18.1%
	22	33	20.6%
	23	14	8.8%
	24	4	2.5%
	25	2	1.2%
รวม		160	100

การวิเคราะห์ความเที่ยง

การวิเคราะห์ความเที่ยงในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือชิ้นนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล มาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Window โดยนำข้อกระทงทั้ง 20 ข้อมาทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Corrected item-total correlation หรือ CITC) ระหว่างข้อกระทงกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ผลพบว่า มีข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด 20 ข้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ .79

อย่างไรก็ตามเมื่อทำการสำรวจค่า CITC โดยละเอียดแล้วนั้น พบว่ามีข้อกระทง 2 ข้อ ได้แก่ ข้อ 7 และ 12 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในระดับต่ำ อยู่ที่ -.03 และ .03 จึงได้ทำการตัดข้อกระทงทั้งสองออก เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรวัดให้ดียิ่งขึ้น เมื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดแบบสอดคล้องภายในด้วยการคำนวณค่า Cronbach's alpha coefficient มีค่าเท่ากับ .82 โดยมีข้อกระทงที่ผ่านการวิเคราะห์ความเที่ยงทั้งสิ้น 18 ข้อ (ดูตาราง ก ภาคผนวก ก)

การวิเคราะห์ความตรง

การวิเคราะห์ความตรงในงานวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ด้วยโปรแกรม Mplus เวอร์ชัน 6.11 ในการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น เมื่อใส่ข้อกระทงทุกข้อที่ผ่านการวิเคราะห์ความเที่ยงมาแล้วจำนวน 18 ข้อ พบว่า ค่า Chi-squared มีค่าเท่ากับ 171.81*, RMSEA = .05, df = 119, p < .05 และ CFI = .91 ซึ่งจากการพิจารณาค่าสถิติดังกล่าว พบว่า โมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลไม่มีความสอดคล้องกัน เมื่อพิจารณาที่ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อกระทงแต่ละข้อ พบว่า มีข้อกระทงข้อที่ 11 และ 14 สะท้อนค่าน้ำหนักองค์ประกอบอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงตัดข้อกระทงดังกล่าวทิ้ง แล้ววิเคราะห์องค์ประกอบใหม่ในครั้งที่ 2

ผลการวิเคราะห์ข้อประกอบหลังจากตัดข้อกระทงแล้ว พบว่า โมเดลที่มีค่าความเหมาะสม มีค่า Chi-squared เท่ากับ 109.99, $RMSEA$ = .04, df = 88, p > .05 และ CFI = .96 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโมเดลที่สร้างขึ้นและข้อมูลมีความสอดคล้องกัน

กล่าวโดยสรุป ข้อกระทงทั้ง16 ข้อที่ผ่านการวิเคราะห์ สามารถสกัดองค์ประกอบได้ 1 องค์ประกอบ ตามข้อสันนิษฐานของมโนทัศน์

ขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Line ให้กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ใช้การหาค่าสหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS เพื่อคำนวณ Regression analysis ในการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยว่า การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด อีกทั้ง การเห็นคุณค่าในตนเองยังเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

บทที่ 3
ผลการวิจัย

การทดสอบข้อมูลในงานวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การทดสอบสถิติเบื้องต้น, การทดสอบสมมติฐาน และการทดสอบเพิ่มเติม

1. การทดสอบสถิติเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ร่วมการวิจัย

ผู้ร่วมการวิจัย 337 คน แบ่งเป็น เพศชาย 60 คน เพศหญิง 271 คน และไม่ระบุเพศ 6 คน ทั้งหมดอยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี แบ่งเป็น อายุ 18 ปี จำนวน 68 คน, 19 ปี จำนวน 41 คน, 20 ปี จำนวน 42 คน, 21 ปี จำนวน 62 คน, 22 ปี จำนวน 54 คน, 23 ปี จำนวน 29 คน, 24 ปี จำนวน 21 คน และ 25 ปี จำนวน 21 คน มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน ดังนี้ 1-3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 19 คน, 3-5 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 104 คน, 6-8 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 110 คน และมากกว่า 8 ชั่วโมง จำนวน 104 คน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ร่วมการวิจัยใช้งานบ่อยที่สุด ได้แก่ Youtube จำนวน 290 คน, Line จำนวน 272 คน, Twitter จำนวน 265 คน, Facebook จำนวน 237 คน, Dek-d จำนวน 95 คน, Pantip จำนวน 82 คน, Tumblr จำนวน 28 คน, Blog จำนวน 12 คน, Glurr จำนวน 1 คน และอื่นๆ จำนวน 43 คน ดังตารางที่ 2, 3, และ 4

ตารางที่ 2

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ร่วมงานวิจัย

อายุ	เพศหญิง	เพศชาย	อื่น ๆ	รวม
18	67	1	0	68
19	35	5	1	41
20	40	2	0	42
21	49	10	3	62
22	28	24	1	53
23	22	6	1	29
24	17	4	0	21
25	13	8	0	21
รวม	271	60	6	337

ตารางที่ 3

จำนวนความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันของผู้ร่วมงานวิจัย

ความถี่	จำนวนผู้ใช้
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1
1-3 ชั่วโมง	19
3-5 ชั่วโมง	103
6-8 ชั่วโมง	110
มากกว่า 8 ชั่วโมง	104
รวม	337

ตารางที่ 4

การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ร่วมการวิจัย

สื่อสังคมออนไลน์	เพศหญิง	เพศชาย	อื่น ๆ	รวม
Facebook	170	60	7	237
Twitter	245	15	5	265
Line	211	54	7	272
Pantip	65	16	1	82
Dek-D	89	5	1	95
Youtube	235	50	5	290
Blog	11	1	0	12
Tumblr	25	3	0	28
Glurr	1	0	0	1
Other	35	6	2	43
รวม	1087	210	28	1325

1.2 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา

ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ คะแนนต่ำสุด (*Min*) คะแนนสูงสุด (*Max*) ค่ามัชฌิมเลขคณิต (*M*) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (*SD*) ของตัวแปรสังเกต แสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกต และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ (N = 337)

ตัวแปร	*Min*	*Max*	*M*	*SD*	1	2	3	4
1. การเห็นคุณค่าในตนเอง	1.50	5.00	3.44	.73	-			
2. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์	1.33	4.92	3.09	.70	.59***	-		
3. บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม	1.25	5.00	3.12	.72	.48***	-.37***	-	
4. พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด	1.00	4.50	1.76	.54	-.13*	.19***	-.12*	-

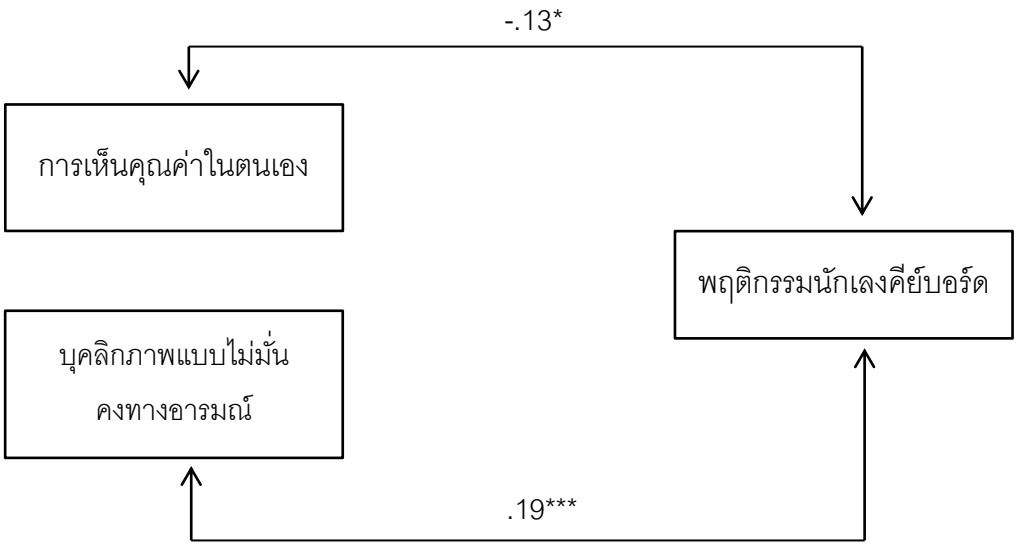
** $p < .05$, *** $p < .001$*

จากตารางสถิติเบื้องต้น เป็นที่น่าสังเกตว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด มีค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่ำ (*M* = 1.76 จากหน่วยเต็ม 5, *SD* = 0.54) ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอยู่ในระดับต่ำ รวมถึงเป็นกลุ่มที่มีความเฉพาะเจาะจงอยู่ในวัยที่เป็นนิสิต นักศึกษา และวัยทำงาน ซึ่งมีวุฒิภาวะมากขึ้น จึงมีการตระหนักถึงผลทางลบที่อาจเกิดขึ้นหากกระทำพฤติกรรมก่อกวนหรือทำร้ายผู้อื่นบนสังคมออนไลน์ (ภาสกร จิตใคร่ครวญ, 2553)

2. **ผลการทดสอบสมมติฐาน**

สมมติฐานข้อที่ 1: **การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด**

สมมติฐานข้อที่ 2: **บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด**



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเอง, บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (* $p < .05$, *** $p < .001$)

จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 พบว่า สมมติฐานข้อที่ 1 การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -.13$, $p < .05$) และสมมติฐานข้อที่ 2 บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .19$, $p < .001$) ดังตารางที่ 5

สมมติฐานข้อที่ 3: **การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด**

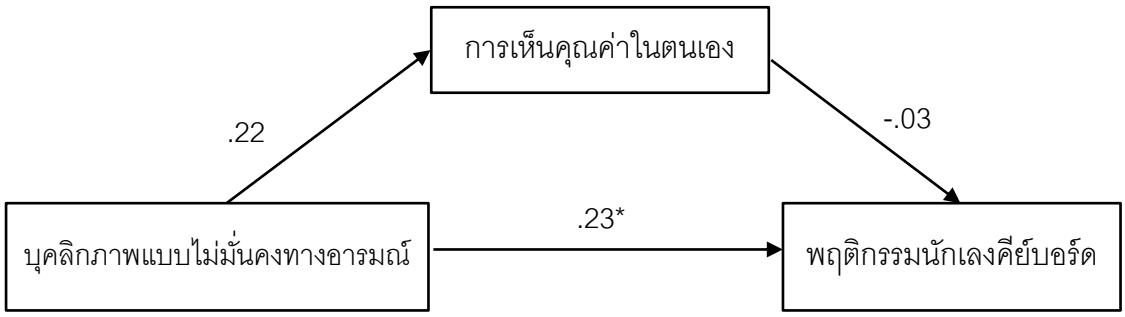
ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยเริ่มจากการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน 3 ประการ ได้แก่ 1) ตัวแปรทำนายสามารถทำนายตัวแปรตามได้ 2) ตัวแปรส่งผ่านสามารถทำนายตัวแปรตามได้ และ 3) ตัวแปรต้นสามารถทำนายตัวแปรส่งผ่านได้ ผลการวิเคราะห์พบว่า

บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (β = .19, p < .001) การเห็นคุณค่าในตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (β = -.13, p < .05) และบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สามารถทำนายการเห็นคุณค่าในตนเอง (β = -.59, p <.001)

จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้ง 3 มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผ่านข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน ดังตารางที่ 5

จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบลำดับขั้น (Hierarchical regression analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน โดยมีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ เป็นตัวแปรทำนาย การเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นตัวแปรส่งผ่าน และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดเป็นตัวแปรตาม

แม้ว่าบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์จะสามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดได้ในลำดับแรก ตามที่รายงานในการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น แต่เมื่อใส่ตัวแปรการเห็นคุณค่าในตนเองเข้าไปในลำดับที่ 2 พบว่า ความแตกต่างในการอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตาม ระหว่างโมเดลลำดับที่ 1 และ 2 ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ΔR^2 = .00, ΔF = .64, p < .05) แสดงให้เห็นว่า การเห็นคุณค่าในตนเองไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3 ดังตารางที่ 6 และดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 อิทธิพลส่งผ่านของการเห็นคุณค่าในตนเองระหว่าง
บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (* $p < .05$)

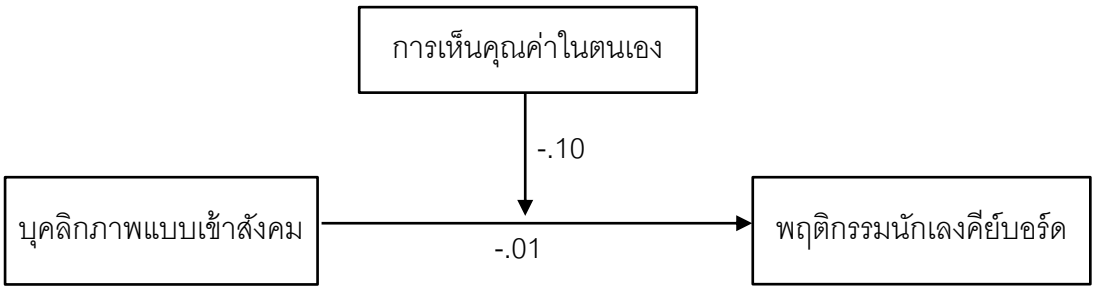
ตารางที่ 6

ตารางอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

โมเดล	ตัวแปร	β	*t*	R^2	*p*
1	เพศ	-.17	-.32	.03	.00
2	บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์	.23	4.36	.08	.00
3	บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์	.22	3.28		
	การเห็นคุณค่าในตนเอง	-.03	-0.47	.08[a]	.64

หมายเหตุ a. $\Delta R^2 = .00$, $p < .05$

สมมติฐานที่ 4: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด



ภาพที่ 4 อิทธิพลตัวแปรกำกับของการเห็นคุณค่าในตนเองระหว่าง
บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงถดถอยในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรกำกับ โดยเริ่มจากการแปลงค่าตัวแปรทำนายด้วยเทคนิค Mean centering เพื่อลดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายทั้ง 2 ตัว ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเอง จากนั้นจึงสร้างตัวแปรใหม่ขึ้นมาในรูปแบบของตัวแปรปฏิสัมพันธ์ หรือ Interaction term ที่เกิดขึ้นจากผลคูณระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเอง

จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรกำกับ ผลปรากฏว่า ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นมาใหม่ ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดของตัวแปรทำนาย ซึ่งได้แก่ บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง จึงปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 4 ดังตารางที่ 7 และภาพที่ 4

ตารางที่ 7

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลกำกับต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

โมเดล	ตัวแปร	*B*	*t*	*p*
1	เพศ	-.17	-3.2	.00
2	บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม	-.11	-1.72	.09
	การเห็นคุณค่าในตนเอง	-.10	-1.71	.09
	บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม x การเห็นคุณค่าในตนเอง	-.01	-0.15	.88

3. ผลการทดสอบเพิ่มเติม

จากสมมติฐานข้อที่ 3 ซึ่งพบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด แต่เนื่องจากตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, การเห็นคุณค่าในตนเอง และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ได้ผ่านการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงศึกษาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านเพิ่มเติม ด้วยการสลับตัวแปรทำนายและตัวแปรส่งผ่าน โดยกำหนดให้การเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นตัวแปรทำนาย บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่าน และพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด เป็นตัวแปรตาม ผลการทดสอบพบว่า ความแตกต่างในการอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตาม ระหว่างโมเดลที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จึงสรุปได้ว่า บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ดังตารางที่ 8

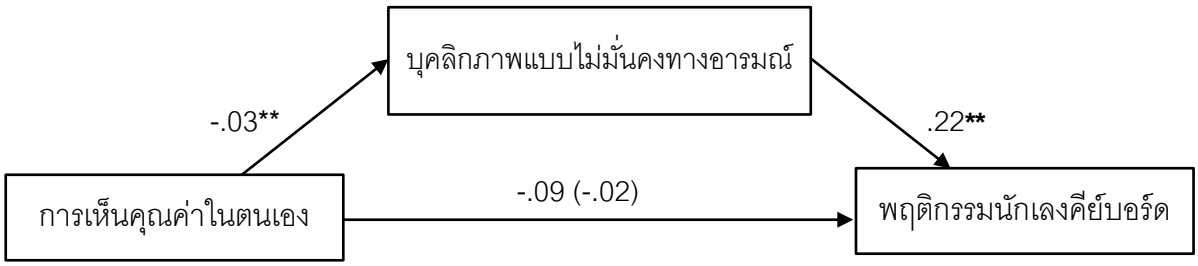
ตารางที่ 8

ตารางอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

โมเดล	ตัวแปร	β	*t*	R^2	*p*
1	เพศ	-.17	-.32	.30	.00
2	การเห็นคุณค่าในตนเอง	-.15	-2.87**	.05	.00
3	การเห็นคุณค่าในตนเอง	-.03	-0.47		
	บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์	.22	3.28**	.08[a]	.00

หมายเหตุ a. ΔR^2 = .03, ***p* < .01*

นอกจากนี้ ผลการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านของตัวแปรบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยใช้โปรแกรม PROCESS พบว่า เมื่อใส่บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์เข้าไปในโมเดลแล้ว พบอิทธิพลทางอ้อมผ่านพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดเท่ากับ -.07, $p < .05$, CI (-.02, -.14) ดังภาพที่ 5 ดังนั้น บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์จึงมีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด



ภาพที่ 5 อิทธิพลส่งผ่านของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (** $p < .01$)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่าผลทางตรง (Direct effect) ของตัวแปรส่งผ่าน

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติม เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านบุคลิกภาพด้านอื่น ๆ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน, บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ว่าเป็นไปในทิศทางใด

ตารางที่ 9

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ (N = 337)

	บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน	บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด
บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน	-			
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.15**	-		
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.24***	.29***	-	
พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด	-.53***	-.12*	-.17**	-

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

ผลการทดสอบดังแสดงในตารางที่ 9 พบว่า บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน, บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์, และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยบุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกันมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -.53$, $p < .001$) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -.12$, $p < .05$) และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -.17$, $p < .01$)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานข้างต้นสรุปได้ดังนี้

ข้อ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
		สนับสนุน	ไม่สนับสนุน
1	การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด	✓	
2	บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด	✓	
3	การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด		✓
4	การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด		✓

บทที่ 4
อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบในรูปแบบบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม ในการทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยมุ่งศึกษาอิทธิพลของการเห็นคุณค่าในตนเอง ในฐานะตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน โดยมีสมมติฐาน 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 2 บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 3 การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 4 การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิจัย สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 แต่ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 3 และ 4

สมมติฐานที่ 1: **การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด**

จากผลการวิจัยที่ *สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1* กล่าวคือ บุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง จะมีพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดต่ำ หรือ บุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ จะมีพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดสูง สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของ Nicol (2012) ที่พบว่า ผู้ที่กระทำพฤติกรรมก่อกวนและสร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น มักมีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ และไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมได้ อีกทั้งการศึกษาของ Chih-Hung Ko และคณะ (2008) ยังพบว่า ผู้ที่มีแนวโน้มทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด มักเป็นบุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ และขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัว

สมมติฐานที่ 2: บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

จากผลการวิจัยที่ *สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2* กล่าวคือ บุคคลที่มีค่าคะแนนบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สูง ก็จะยิ่งกระทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดสูงเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยในปี 2011 ของ Golbeck, Robles และ Turner ที่พบว่า การแสดงออกทางข้อความหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวกับอารมณ์ทางลบ ความวิตกกังวล หรือความโกรธอย่างง่ายและรวดเร็วผ่านสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ และตัวทำนายพฤติกรรมก้าวร้าวที่สำคัญอีกตัว นั่นคือความก้าวร้าวในลักษณะหลงตัวเอง (Narcissistic aggression) ซึ่งเกิดจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม และยังมีบุคลิกภาพความเป็นชาย (Masculinity) ในระดับต่ำ (Egan & Lewis, 2011)

นอกจากนี้ยังพบว่าเด็กที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมสูงมักจะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวภายในโรงเรียน โดยมีขอบเขตของการตัดสินใจแหกกฎเป็นตัวเชื่อมโยงกับพฤติกรรมนั้น ๆอีกด้วย (Angelis, Bacchini & Affuso, 2016)

สมมติฐานที่ 3: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

จากผลการวิจัยที่ *ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3* กล่าวคือ คะแนนบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดของบุคคลนั้นได้ เมื่อมีการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน

อย่างไรก็ตาม จากข้อสังเกตที่ว่า ตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ได้ผ่านข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านแล้ว ทำให้ที่ผู้วิจัยเลือกสลับตัวแปรทำนายและตัวแปรส่งผ่าน และทำการทดสอบอีกครั้ง ซึ่งได้ข้อสรุปว่า บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Teng และ Liu (2013) ที่พบว่าระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสามารถทำนายอารมณ์ก้าวร้าวรุนแรงในวัยรุ่นชาวจีนทั้งเพศชายและเพศหญิง อีกทั้งยังพบบทบาทความเป็นตัวแปรส่งผ่านของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองและอารมณ์ก้าวร้าวรุนแรงอีกด้วย ซึ่งความก้าวร้าวและ

อารมณ์โกรธในวัยรุ่นนั้น นำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ไม่เหมาะสมมากมายทั้งทางพฤติกรรมและอารมณ์ เช่น การทำร้ายผู้อื่น ทำลายข้าวของ การใช้คำพูดรุนแรงและหยาบคาบ (Nasir & Ghani, 2014)

จากผลการทดสอบเพิ่มเติมพบว่า บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีอิทธิพลส่งผ่านแบบทั้งหมดของความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ทำให้สรุปได้ว่า บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด กล่าวได้ว่า บุคคลทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดเพราะความไม่มั่นคงของอารมณ์ภายในมากกว่า ซึ่งการเห็นคุณค่าในตนเองจะทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดไม่ได้ หากบุคคลนั้นไม่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์

สมมติฐานที่ 4: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

จากผลการวิจัยที่ *ไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4* กล่าวคือ ไม่ว่าบุคคลจะมีการเห็นคุณค่าในตนเองสูงหรือต่ำ ก็ไม่มีผลกับการทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ของบุคคลที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมสูง โดยสาเหตุของการไม่สนับสนุนสมมติฐานนั้นมีงานวิจัยที่สอดคล้องกันพบว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (Narcissism) มีการรายงานบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ มีความสามารถทางสติปัญญาและความไม่มั่นคงของการเห็นคุณค่าในตนเอง (Cambell, Rudich and Sedikides, 2016) มักชอบยั่วยุให้ผู้อื่นมีอารมณ์โกรธและแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว อย่างไรก็ตามไม่พบความสัมพันธ์ของการเห็นคุณค่าในตนเองต่อการทำนายพฤติกรรมก้าวร้าว (Bushman & Baumeister, 1998)

นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยเพิ่มเติมของ Janel (2015) ที่กล่าวถึงบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมแต่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำว่า แม้พฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้นจะเป็นพฤติกรรมทางลบ แต่ในความจริงแล้วพฤติกรรมทางลบเหล่านั้น เป็นพฤติกรรมที่ส่งผลเสียต่อตนเองมากกว่าคนรอบข้าง เช่น การใช้จ่ายอย่างไม่ยั้งคิด การทำศัลยกรรม หรือการดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนัก ซึ่งเป็นวิธีแก้ปัญหาเพียงชั่วคราวและอาจส่งผลเสียต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้นในระยะยาว แต่อย่างไรก็ตามพฤติกรรมเหล่านี้ไม่ครอบคลุมถึงการกลั่นแกล้งหรือการรังควาน ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียโดยตรง ต่อผู้อื่นบนสังคมออนไลน์

อีกทั้ง ยังพบว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมสูง มักมีจำนวนเพื่อนบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook เป็นจำนวนมาก (Hamburger & Ben-Artzi, 2000) และใช้ Facebook ในการติดต่อสื่อสารและพบปะผู้คน (Seidman, 2013) ทำให้บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเข้าสังคม ต้องการรักษาความสัมพันธ์

ระยะยาวและมักมีปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้ากับผู้อื่นในชีวิตประจำวัน (Tosun & Lajunen, 2010) จึงอาจส่งผลให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะประเมินสถานการณ์ก่อน ว่าคุ้มหรือไม่กับการต้องเสียมิตรภาพไป หากแสดงพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดออกมา

ข้อจำกัดในงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดบางประการที่อาจทำให้ผลการทดสอบไม่สามารถนำไปอธิบายหรืออ้างอิงถึงประชากรทั้งหมดได้ อาทิ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอาจไม่ได้เป็นตัวแทนของประชากรอย่างแท้จริง และช่วงวัยของกลุ่มตัวอย่างอาจมีผลต่อการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มคนในช่วงอายุ 18-25 ปี เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายไปจนถึงผู้ใหญ่ ถึงแม้งานวิจัยในอดีตของ Lenhart และคณะ (2010) จะพบว่าช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (18-29 ปี) มีการเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ตรวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มากกว่า 93% แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะเป็นช่วงอายุที่แสดงพฤติกรรมก้าวร้าวบนสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด เพราะ การใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นครอบคลุมการใช้งานหลายด้านไม่ว่าจะเป็น การสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ การใช้เว็บไซต์เพื่อผ่อนคลายหรือความบันเทิงใจ เป็นต้น (Hamburger & Ben-Artzi, 2000) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้มีอัตราส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งผลของเพศก็อาจส่งผลต่อผลการวิจัยได้ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรไทย ที่พบว่า เพศชายมีจำนวนพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง (อิศรา ติยะสุขสวัสดิ์, 2552) และงานวิจัยส่วนใหญ่พบว่าเพศหญิงมักเป็นเพศที่เป็นเหยื่อของพฤติกรรมก้าวร้าวมากกว่าการเป็นผู้กระทำพฤติกรรมก้าวร้าวด้วยตนเอง (Olweus, 1994)

นอกจากนี้ยังพบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับต่ำที่ 1.76 จากหน่วยเต็ม 5 อาจมีสาเหตุมาจากข้อคำถามที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดนั้นมีลักษณะที่ชัดเจนถึงการแสดงพฤติกรรมทางลบมากเกินไป อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นประจำ อาจมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม ซึ่งพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดนั้น มักพบการกระทำบนสื่อสังคมออนไลน์แบบปกปิดตัวตน (Anonymous) แต่รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้นั้นมีรูปแบบที่ระบุตัวตนของผู้ใช้ชัดเจน (Non-anonymous) เช่น Facebook, Twitter, Line เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความระมัดระวังในการพิมพ์ถ้อยคำต่าง ๆ ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ เพราะสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้ใช้งานต่อสังคมออนไลน์ที่พวกเขาอยู่ได้อย่าง

ชัดเจน (ภาสกร จิตใคร่ครวญ, 2553) จึงทำให้เลือกตอบข้อคำถามเพื่อให้ตนเองดูดีทางสังคม ซึ่งอาจเป็นผลมาจากอิทธิพลของการตอบตามความปรารถนาทางสังคม (Social desirability)

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดกับบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมโดยมีการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน ทำให้เกิดความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดมากขึ้น เพื่อนำไปใช้ทำนายการเกิดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดและหาวิธีการรับมือกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดในอนาคต

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 2: บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 3: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

สมมติฐานที่ 4: การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแชร์แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Facebook, Twitter, Line เป็นต้น โดยมีวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 21 ล้านคน ได้ขนาดประชากรที่เหมาะสมอยู่ที่ 323 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 337 คน แบ่งเป็นเพศชาย 60 คน เพศหญิง 271 และเพศทางเลือกอื่น ๆ 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย มาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ, มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง และมาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

1. **มาตรวัดบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ** ใช้มาตรวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ กัณฐิกา บรรลือ (2553) ทั้งหมด 60 ข้อ โดยเป็นข้อคำถาม คำถามออกเป็น 5 องค์ประกอบตามลักษณะบุคลิกภาพ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบเข้าสังคม, บุคลิกภาพแบบยอมรับซึ่งกันและกัน, บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก, บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์

2. **มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเอง** ใช้มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองของ หยกฟ้า อิศรานนท์ (2551) โดยเป็นข้อคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความรู้สึกที่มีต่อตนเองด้วยการประมาณค่าแบบมาตรลิเคิร์ตทั้งหมด 5 ช่วง 1-5 คะแนน มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

3. **มาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด** ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ เริ่มจากการนำมาตรวัด Global Assessment of Internet Trolling (GAIT) ของ Buckels และคณะ (2014) มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยได้เพิ่มข้อคำถามเพื่อพัฒนามาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยสร้างข้อกระทงจากการสำรวจความคิดของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 44 คน แล้วนำมาจัดเป็นกลุ่มพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมหยาบคาย, พฤติกรรมก้าวร้าว และพฤติกรรมทางลบอื่น ๆ ได้เป็นข้อกระทงทั้งสิ้น 16 ข้อ รวมเป็น 20 ข้อกระทง จากนั้นผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามด้วยการประมาณค่าแบบมาตรลิเคิร์ตทั้งหมด 5 ช่วง 1-5 คะแนน แล้วจึงนำมาตรวัดไปเก็บข้อมูลเพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องมือ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 25 ปี จำนวน 160 คน จนได้ข้อคำถามที่มีคุณภาพจากการวิเคราะห์ความเที่ยงและความตรงทั้งหมด 16 ข้อ

ขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด ซึ่งยังไม่มีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้เป็นที่ชัดเจนนักในบริบทของสังคมไทย โดยผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, Line ให้กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ใช้การหาค่าสหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์, บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเองต่อพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS เพื่อคำนวณ Regression analysis ในการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยว่า การเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบเข้าสังคมกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด อีกทั้ง การเห็นคุณค่าในตนเองยังเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์กับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ผลการวิจัย

1. การเห็นคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = -.13, $p < .05$)
2. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = .19, $p < .001$)
3. บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยมีการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. บุคลิกภาพแบบเข้าสังคมไม่สามารถทำนายพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด โดยมีการเห็นคุณค่าในตนเองเป็นตัวแปรกำกับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะและงานวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยในอนาคตควรมีการควบคุมตัวแปรต่าง ๆ เช่น ช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง และสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ ให้เฉพาะเจาะจงกลุ่มบุคคลที่ทำพฤติกรรมก้าวร้าวบนสังคมออนไลน์เพื่อช่วยลดอิทธิพลของตัวแปรแทรกซ้อน
2. การเพิ่มสัดส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นเพื่อให้ได้ผลของการทำนายที่แท้จริง
3. การทำงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมทางลบบนสังคมออนไลน์ในอนาคตอาจใช้การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental research) เพื่อเพิ่มความชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการวัดการกระทำพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ดของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อถูกจัดกระทำให้อยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนสังคมออนไลน์

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กัณฐิกา บรรลือ. (2553). *บุคลิกภาพแบบหลงตนเองและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบในฐานะตัวทำนายการเกิดผู้นำในกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกัน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรพิไล ธงอาจ. (2555). *ประโยชน์ของอินเตอร์เน็ต*. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2560, จาก http://apkamookki.blogspot.com/2012/05/blog-post_5283.html

ภาสกร จิตใคร่ครวญ. (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หยกฟ้า อิศรานนท์. (2551). *อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง และความไม่สอดคล้องระหว่างการเห็นคุณค่าแห่งตนโดยนัยและการเห็นคุณค่าแห่งตนที่รับรู้ ต่อสุขภาวะทางจิต: การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภินันท์ สิริรัตนจิตต์. (2556). *โซเชียลเน็ตเวิร์กกับชีวิตจริง*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2559, จาก http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9570000129438

อิศรา ติยะสุขสวัสดิ์. (2552). *การใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรไทย พ.ศ.2551*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาประชากรศาสตร์ วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Baumeister, R. F., Bushman, B. J., & Campbell, W. K. (2000). Self-esteem, narcissism, and aggression: Does violence result from low self-esteem or from threatened egotism?. *Current directions in psychological science*, *9*(1), 26-29.

Bleidorn, W., Arslan, R. C., Denissen, J. J., Rentfrow, P. J., Gebauer, J. E., Potter, J., & Gosling, S. D. (2016). Age and gender differences in self-esteem—A cross-cultural window. *Journal of personality and social psychology*, *111*(3), 396.

Brewer, G., & Kerslake, J. (2015). Cyberbullying, self-esteem, empathy and loneliness. *Computers in Human Behavior*, *48*, 255-260.

Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and individual Differences*, *67*, 97-102.

Bushman, B. J., & Baumeister, R. F. (1998). Threatened egotism, narcissism, self-esteem, and direct and displaced aggression: Does self-love or self-hate lead to violence?. *Journal of personality and social psychology*, *75*(1), 219.

Campbell, W. K., Rudich, E. A., & Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *28*(3), 358-368.

De Angelis, G., Bacchini, D., & Affuso, G. (2016). The mediating role of domain judgement in the relation between the Big Five and bullying behaviours. *Personality and Individual Differences*, *90*, 16-21.

Digman, J. M. (1989). Five robust trait dimensions: Development, stability, and utility. *Journal of personality*, *57*(2), 195-214.

Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., Moffitt, T. E., & Caspi, A. (2005). Low self-esteem is related to aggression, antisocial behavior, and delinquency. *Psychological science*, *16*(4), 328-335.

Egan, V., & Lewis, M. (2011). Neuroticism and agreeableness differentiate emotional and narcissistic expressions of aggression. *Personality and Individual Differences*, *50*(6), 845-850.

Ehrenberg, A., Juckes, S., White, K. M., & Walsh, S. P. (2008). Personality and selfesteem as predictors of young people's technology use. Cyberpsychology & Behavior, 11(6), 739–741.

Furnham, A., Richards, S. C., & Paulhus, D. L. (2013). The Dark Triad of personality: A 10 year review. *Social and Personality Psychology Compass*, *7*(3), 199-216.

Garofalo, C., Holden, C. J., Zeigler‐Hill, V., & Velotti, P. (2016). Understanding the connection between self‐esteem and aggression: The mediating role of emotion dysregulation. *Aggressive behavior*, *42*(1), 3-15.

Golbeck, J., Robles, C., & Turner, K. (2011, May). Predicting personality with social media. In *CHI'11 extended abstracts on human factors in computing systems* (pp. 253-262). ACM.

Greenberg, J., Solomon, S., & Pyszczynski, T. (1997). Terror management theory of self-esteem and cultural worldviews: Empirical assessments and conceptual refinements. *Advances in experimental social psychology*, *29*, 61-139.

Griffiths, M. D. (2014). Adolescent trolling in online environments: A brief overview. *Education and Health*, *32*(3), 85-87.

Hamburger, Y. A., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in human behavior*, *16*(4), 441-449.

Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions.

Harter, S. (1993). Causes and consequences of low self-esteem in children and adolescents. In R. Baumeister (Ed.), Self-esteem: The puzzle of low self-regard (pp. 87–116). New York, NY: Plenum Press. http://dx.doi .org/10.1007/978-1-4684-8956-9_5

Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M. and Lee, A. (2012) A tale of two sites:Twitter vs. Facebook and the personality predictors ofsocial media usage. *Computers in Human Behavior*, 28 (2). pp.561-569.

James, W. (1892). A plea for psychology as a'natural science'. *The Philosophical Review*, *1*(2), 146-153.

Jang, K. L., Livesley, W. J., & Vernon, P. A. (1996). The genetic basis of personality at different ages: A cross-sectional twin study. *Personality and Individual Differences*, *21*(2), 299-301.

Janel. (2015). *Extroverts and low self-esteem – not just a shy person's problem*. Retrieved January 21, 2017, from https://www.healingsolutions.ca/2015/10/09/extroverts-and-low-self-esteem-not-just-a-shy-persons-problem/

John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, *2*(1999), 102-138.

Judge, T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). The big five personality traits, general mental ability, and career success across the life span. *Personnel psychology*, *52*(3), 621-652.

Ko, C. H., Yen, J. Y., Chen, C. S., Chen, C. C., & Yen, C. F. (2008). Psychiatric comorbidity of internet addiction in college students: an interview study. *CNS spectrums*, *13*(02), 147-153.

Leary, M. R. (1999). Making sense of self-esteem. *Current directions in psychological science*, *8*(1), 32-35.

Lafezter. (2012). *Trolls in the social network.* Retrieved October 10, 2016, from http://www.online-station.net/feature/feature/15065

Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). Social media & mobile internet use among teens and young adults. Millennials. *Pew internet & American life project*.

Martin, A. (2013). *Online disinhibition and the psychology of trolling*. Retrieved January 21, 2017, from http://www.wired.co.uk/article/online-aggression

McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American psychologist*, *52*(5), 509.

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of personality and social psychology*, *52*(1), 81.

Nasir, R., & Ghani, N. A. (2014). Behavioral and emotional effects of anger expression and anger management among adolescents. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *140*, 565-569.

Nicol, S. (2012). Cyber-bullying and trolling. *Youth Studies Australia*, *31*(4), 3.

Nuccitelli, M. (2014). *100+ Internet troll types & troll resources.* Retrieved January 21, 2017, https://www.ipredator.co/troll/

Olweus, D. (1994). Bullying at school. In *Aggressive behavior* (pp. 97-130). Springer US.

Premuzic, T. C. (2014). *Behind the online comments: The psychology of internet trolls*. Retrieved October 10, 2016, from https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/sep/18/psychology-internet-trolls-pewdiepie-youtube-mary-beard

Premuzic, T. C. (2014). *Sharing the (self) love: the rise of the selfie and digital narcissism*. Retrieved October 10, 2016, from https://www.theguardian.com/media-network/media-network-blog/2014/mar/13/selfie-social-media-love-digital-narcassism

Rebecca, S. R. (2011). *Motvations Behind Cyber Bullying and Online Aggression: Cyber Sanctions, Dominance, and Trolling Online.* Ohio University, United State.

Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, *61*, 52.

Rosenberg, M., & Owens, T.J. (2001). Low self-esteem people: A collective portrait. In T.J. Owens. S. Stryker, & N. Goodmanm (Eds.), *Extending self-esteem theory and research* (pp. 400-436). New York: Cambridge University Press.

Rubin, G. (2016). *Why are most internet trolls men?*. Retrieved January 21, 2017, from http://www.telegraph.co.uk/men/thinking-man/why-are-most-internet-trolls-male/

Sammons, J., & Cross, M. (2016). *The Basics of Cyber Safety: Computer and Mobile Device Safety Made Easy*. Elsevier.

Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, *54*(3), 402-407.

Silverstone, P. H., & Salsali, M. (2003). Low self-esteem and psychiatric patients: Part I–The relationship between low self-esteem and psychiatric diagnosis. *Annals of general hospital psychiatry*, *2*(1), 2.

Simon, L., Greenberg, J., Harmon-Jones, E., Solomon, S., Pyszczynski, T., Arndt, J., & Abend, T. (1997). Terror management and cognitive-experiential self-theory: evidence that terror management occurs in the experiential system. *Journal of personality and social psychology*, *72*(5), 1132.

Smith, B. (2016). *Internet trolls profiled: How to handle negative feedback.* Retrieved January 12, 2017, from https://www.coredna.com/blogs/how-to-handle-negative-feedback

Talor, E. (2012). *Why are people so mean online?*. Retrieved January 21, 2017, from http://www.stuff.co.nz/life-style/life/7245308/Internet-trolls-have-low-self-esteem

Teng, Z., & Liu, Y. (2013). The role of neuroticism in the relation between self-esteem and aggressive emotion among 1085 Chinese adolescents. *Psychology*, *4*(10), 729-735.

Trapnell, P. D., & Wiggins, J. S. (1990). Extension of the Interpersonal Adjective Scales to include the Big Five dimensions of personality. *Journal of personality and Social Psychology*, *59*(4), 781.

Tosun, L. P., & Lajunen, T. (2010). Does Internet use reflect your personality? Relationship between Eysenck's personality dimensions and Internet use. *Computers in Human Behavior*, *26*(2), 162-167.

Williams, J. B. (1892). *U.S. Patent No. 471,588*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Workman, M. (2010). A behaviorist perspective on corporate harassment online: Validation of a theoretical model of psychological motives. *Computers & Security*, *29*(8), 831-839.

Zezulka, L. A., & Seigfried-Spellar, K. C. (2016). Differentiating cyber bullies and internet trolls by personality characteristics and self-esteem. *Journal of Digital Forensics, Security and Law*, *11*(3), 7-26.

Zhang, H. (2015). Gender, Personality, and Self Esteem as Predictors of Social Media Presentation.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตาราง ก

ผลการวิเคราะห์ข้อกระทงและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ของมาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ 1	ข้อที่ผ่านการคัดเลือก	CITC ครั้งที่ 2
Troll01	.43	✓	.44
Troll02	.41	✓	.41
Troll03	.40	✓	.39
Troll04	.49	✓	.49
Troll05	.54	✓	.55
Troll06	.38	✓	.38
Troll07	-.03	-	-
Troll08	.40	✓	.40
Troll09	.51	✓	.54
Troll10	.26	✓	.20
Troll11	.45	✓	.46
Troll12	.03	-	-
Troll13	.15	✓	.14
Troll14	.32	✓	.32
Troll15	.33	✓	.34
Troll16	.23	✓	.23
Troll17	.51	✓	.54
Troll18	.45	✓	.44
Troll19	.57	✓	.60
Troll20	.59	✓	.59

ภาคผนวก ข

แบบสำรวจคิดเห็นออนไลน์เกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดความคิดเห็นของบุคคลในช่วงอายุ 18-25 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนามาตรวัด "พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (Internet Trolling)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงงานทางจิตวิทยาของนิสิตคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 4

หากท่านเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามนี้ ท่านจะได้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เวลาในการตอบประมาณ 5-10 นาทีโดยข้อมูลทั้งหมดนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น การนำเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ทำให้ท่านมั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ อันนำมาซึ่งผลเสียต่อตัวท่านอย่างแน่นอน

หมายเหตุ: กรณีที่ท่านตัดสินใจปฏิเสธการตอบแบบสอบถาม สามารถปิดหน้าต่างแบบสอบถามนี้ได้ทันที

<u>คำชี้แจง</u> โปรดตอบคำถามเกี่ยวกับคำจำกัดความของพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

1. ถ้าให้นึกถึงคำว่า "นักเลงคีย์บอร์ด" คุณคิดว่าเขาจะมีพฤติกรรม _____
2. ถ้าให้นึกถึงคำว่า "นักเลงคีย์บอร์ด" คุณคิดว่าเขาจะมีพฤติกรรม _____
3. ถ้าให้นึกถึงคำว่า "นักเลงคีย์บอร์ด" คุณคิดว่าเขาจะมีพฤติกรรม _____
4. ถ้าให้นึกถึงคำว่า "นักเลงคีย์บอร์ด" คุณคิดว่าเขาจะมีพฤติกรรม _____
5. ถ้าให้นึกถึงคำว่า "นักเลงคีย์บอร์ด" คุณคิดว่าเขาจะมีพฤติกรรม _____

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามออนไลน์สำหรับประเมินคุณภาพมาตรวัดพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดความคิดเห็นของบุคคลในช่วงอายุ 18-25 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนามาตรวัด "พฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด (Internet Trolling)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงงานทางจิตวิทยาของนิสิตคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 4

หากท่านเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามนี้ ท่านจะได้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เวลาในการตอบประมาณ 5-10 นาทีโดยข้อมูลทั้งหมดนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น การนำเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ยของกลุ่มทำให้ท่านมั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ อันนำมาซึ่งผลเสียต่อตัวท่านอย่างแน่นอน

หมายเหตุ: กรณีที่ท่านตัดสินใจปฏิเสธการตอบแบบสอบถาม สามารถปิดหน้าต่างแบบสอบถามนี้ได้ทันที

ข้าพเจ้าได้รับข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการทำแบบสอบถามฉบับนี้เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นข้าพเจ้าจึงตัดสินใจว่า

☐ ข้าพเจ้ายินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง จงตอบตัวเลือกที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน หรือเติมข้อความที่เหมาะสม

(โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ อื่น ๆ
2. อายุ _____ ปี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักเลงคีย์บอร์ด

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเลือกหมายเลขที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย

4 = เฉย ๆ 5 = ค่อนข้างเห็นด้วย 6 = เห็นด้วย

7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

หมายเหตุ สังคมออนไลน์ ในที่นี้คือ Social Media

<u>ตัวอย่างข้อคำถาม</u>

1. ฉันรู้สึกชอบใจเมื่อทำให้ผู้อื่นบนสังคมออนไลน์เกิดความตกใจ

	1	2	3	4	5	6	7	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง								เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ฉันชอบก่อกวนด้วยการคอมเม้นท์ในกระทู้หรือเว็บ

	1	2	3	4	5	6	7	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง								เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. ฉันรู้สึกสนุกเมื่อทำให้อีกฝ่ายเจ็บปวดรวดร้าว

	1	2	3	4	5	6	7	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง								เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. สิ่งใดที่ดูโลกสวย ยิ่งทำให้ฉันรู้สึกอยากทำลายบรรยากาศดี ๆ เหล่านั้นให้แย่ลง

	1	2	3	4	5	6	7	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง								เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ภาคผนวก ง

แบบสอบถามออนไลน์สำหรับทดสอบสมมุติฐาน

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดความคิดเห็นของบุคคลในช่วงอายุ 18-25 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานทางจิตวิทยาของนิสิตคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชั้นปีที่ 4

หากท่านเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามนี้ ท่านจะได้ตอบแบบสอบถาม 4 ชุด ซึ่งใช้เวลาในการตอบประมาณ 15-20 นาที โดยข้อมูลทั้งหมดนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้การนำเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ทำให้ท่านมั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ อันนำมาซึ่งผลเสียต่อตัวท่านอย่างแน่นอน

หมายเหตุ: กรณีที่ท่านตัดสินใจปฏิเสธการตอบแบบสอบถาม สามารถปิดหน้าต่างแบบสอบถามนี้ได้ทันที

ข้าพเจ้าได้รับข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการทำแบบสอบถามฉบับนี้เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นข้าพเจ้าจึงตัดสินใจว่า

☐ ข้าพเจ้ายินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

<u>คำชี้แจง</u> จงตอบตัวเลือกที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน หรือเติมข้อความที่เหมาะสม

(โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ อื่น ๆ
2. อายุ _____ ปี
3. ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน

☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ☐ 1-3 ชั่วโมง ☐ 3-5 ชั่วโมง

☐ 6-8 ชั่วโมง ☐ มากกว่า 8 ชั่วโมง

4. สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่ท่านใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ Facebook ☐ Twitter ☐ Line ☐ Pantip

☐ Dek-d ☐ Youtube ☐ Blog ☐ Tumblr

☐ Glurr ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

ตอนที่ 2 แบบวัดบุคลิกภาพ (บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ)

คำชี้แจง โปรดเลือกหมายเลขที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่เห็นด้วยและเห็นด้วยพอ ๆ กัน

4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตัวอย่างข้อคำถาม

1. ชอบฟังแนวคิดใหม่ ๆ

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ทำสิ่งต่าง ๆ ตามแผนที่วางไว้

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. อารมณ์เปลี่ยนไปเปลี่ยนมาอยู่บ่อย ๆ

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. พูดคุยกับผู้คนมากหน้าหลายตาเวลาอยู่ในงานเลี้ยง

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5. เห็นอกเห็นใจผู้อื่น

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 แบบวัดบุคลิกภาพ (การเห็นคุณค่าในตนเอง)

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเลือกหมายเลขที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่เห็นด้วยและเห็นด้วยพอ ๆ กัน

4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

<u>ตัวอย่างข้อคำถาม</u>

1. โดยทั่วไปฉันรู้สึกพึงพอใจในตนเอง

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. บางครั้งฉันคิดว่าฉันเป็นคนไม่เอาไหนเลย

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 แบบวัดพฤติกรรมออนไลน์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดเลือกหมายเลขที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ไม่เห็นด้วยและเห็นด้วยพอ ๆ กัน

4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

หมายเหตุ สังคมออนไลน์ ในที่นี้คือ Social Media

<u>ตัวอย่างข้อคำถาม</u>

1. ฉันรู้สึกชอบใจเมื่อทำให้ผู้อื่นบนสังคมออนไลน์เกิดความตกใจ

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ฉันชอบก่อกวนด้วยการคอมเม้นท์ในกระทู้หรือเว็บ

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. ฉันรู้สึกสนุกเมื่อทำให้อีกฝ่ายเจ็บปวดรวดร้าว

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4. สิ่งใดที่ดูโลกสวย ยิ่งทำให้ฉันรู้สึกอยากทำลายบรรยากาศดี ๆ เหล่านั้นให้แย่ลง

	1	2	3	4	5	
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง						เห็นด้วยอย่างยิ่ง