

# การสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร\*

## Building self-esteem of undergraduate students in Bangkok through facebook online social network

ปาริษฐ์ เกลี้ยงลำยอง\*\*  
อ.ดร.อุ้นเรื่อน เล็กน้อย\*\*\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเปรียบเทียบการประเมินคุณค่าในตนเองระหว่างสังคมออนไลน์และชีวิตจริง และเพื่อให้ข้อเสนอแนะต่อการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสังคมออนไลน์ งานวิจัยชิ้นนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประชากรเป้าหมาย คือ นิสิตนักศึกษาที่เรียนมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 402 หน่วย

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านเฟซบุ๊กโดยให้ความสำคัญกับการแสดงออกผ่านลักษณะกายภาพมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.10) รองลงมาคือ การแสดงออกผ่านภาวะทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.93) การแสดงออกผ่านทางคำนิยมในสังคม (ค่าเฉลี่ย 2.77) และการแสดงออกผ่านทางความสามารถทั่วไป สมรรถภาพ และผลงาน (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบคะแนนรวมแบบประเมินคุณค่าในตนเองระหว่างสังคมในชีวิตจริงกับสังคมออนไลน์แล้ว พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเห็นคุณค่าในตนเองผ่านทางชีวิตจริงมากกว่าสังคมออนไลน์ที่ค่าเฉลี่ย 3.56 และ 3.43 ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** คุณค่าในตนเอง สังคมออนไลน์ นิสิตนักศึกษา เฟซบุ๊ก

\* บทความนี้เรียบเรียงจากวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

\*\* นิสิตระดับปริญญาโท สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

\*\*\* อาจารย์ประจำสาขาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

## Abstract

The purposes of the research were to study the way undergraduate students used social media platform to boost their self-esteem, to compare assessment of the way undergraduate students build their self-esteem between using online social platform and using real-life experiences, and to recommend the positive attitudes about self-esteem through online social network. Questionnaires were used as a data collection tool. The main population data were 402 college students in Bangkok.

The results indicated that the sample group tended to build self-esteem via accessing Facebook, mostly by physical expressions (mean 3.10), followed by emotional expressions and personal interaction (mean 2.93), social value expressions (mean 2.77), and by normal capability, efficiency and accomplishment expressions (mean 2.71), respectively.

By comparing the total scores from the self-esteem assessment method between online and offline social groups, significant statistical difference was found at the 0.05 level. The offline social sample group felt more self-esteem than the online ones with the mean of 3.56 and 3.43, respectively.

**Keyword:** self-esteem, online social network, undergraduate students, Facebook

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความรู้สึกรับรู้ถึงการมีคุณค่าในตนเอง (Self-Esteem) หมายถึงการที่บุคคลประเมินตนเองแล้วรับรู้ได้ว่าตนได้รับการยอมรับทั้งจากตัวเองและบุคคลอื่น ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง มีความมั่นใจที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายและสร้างความสำเร็จในชีวิต หรือหากพลาดพลั้งในการทำงานและการตัดสินใจใด ๆ กลุ่มคนเหล่านี้จะยังคงมีทัศนคติในแง่บวก สามารถตั้งหลักใหม่ได้ ประเมินตนเองใหม่ ลูกชิ้นสู้กับอุปสรรคที่เข้ามาเพื่อไปถึงจุดมุ่งหมาย บุคคลที่รู้สึกถึงการมีคุณค่าในตนเองจึงเป็นกำลังสำคัญที่จะพัฒนาขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยความรู้สึกรับรู้ถึงการมีคุณค่าในตนเองนี้จะถูกพัฒนาขึ้นตามอายุ ซึ่งจะส่งผลอย่างมากในช่วงวัยรุ่นและผู้ใหญ่ ตอนต้นเนื่องจากเป็นช่วงวัยที่กระบวนการสร้างความเป็นตัวตนของตนเองและพัฒนาการทางอารมณ์ กำลังถูกพัฒนาและจะคงอยู่เป็นแกนหลักของบุคคลนั้นไปตลอด (Ausubel, 1978 อ้างถึงใน พิมพ์พิสาข์ จอมศรี, 2553: 22)

และการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์น่าจะมีความเกี่ยวพันกับความสามารถในการเพิ่มคุณค่าของตนเอง เพราะมีส่วนช่วยในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้บริการมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกคือ facebook.com หรือ เฟซบุ๊ก ที่คาดว่ามียังมีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลกถึงประมาณ 901 ล้านราย และในประเทศไทยเฟซบุ๊กยังคงเป็นเว็บที่ถูกใช้งานมากที่สุดอีกด้วย จากการเก็บข้อมูลเชิงสถิติของเว็บไซต์ socialbakers.com ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2555 พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั้งหมดประมาณ 17,087,800 รายชื่อ ซึ่งมีผู้ใช้งานมากเป็นอันดับที่ 16 ของโลก โดยที่กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีจำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุดในโลก โดยกลุ่มบุคคลที่เข้าใช้เฟซบุ๊กจำนวนมากที่สุด อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 - 24 ปี ซึ่งถือเป็นวัยรุ่นตอนปลาย

การเห็นคุณค่าในตนเองจึงเป็นแรงผลักดันสำคัญ ที่สามารถทำให้บุคคลกลายเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อตนเองและสร้างกำลังใจในการส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพได้ เพื่อพัฒนาตนเองไปสู่การเผชิญหน้ากับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เข้ามาในแต่ละช่วงชีวิตได้ดี ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างคุณค่าในตนเองของวัยรุ่นช่วงปลาย โดยเฉพาะในกลุ่มนิสิตนักศึกษาอันเป็นกำลังสำคัญที่จะเติบโตและเข้าสู่การพัฒนาประเทศในภายภาคหน้า ประกอบกับการเข้าสู่ยุคที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตของผู้คนทั่วไปที่คนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงได้

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2) เพื่อเปรียบเทียบการประเมินคุณค่าในตนเองระหว่างสังคมออนไลน์และชีวิตจริง
- 3) เพื่อให้ข้อเสนอแนะต่อการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์

## 3. นิยามศัพท์

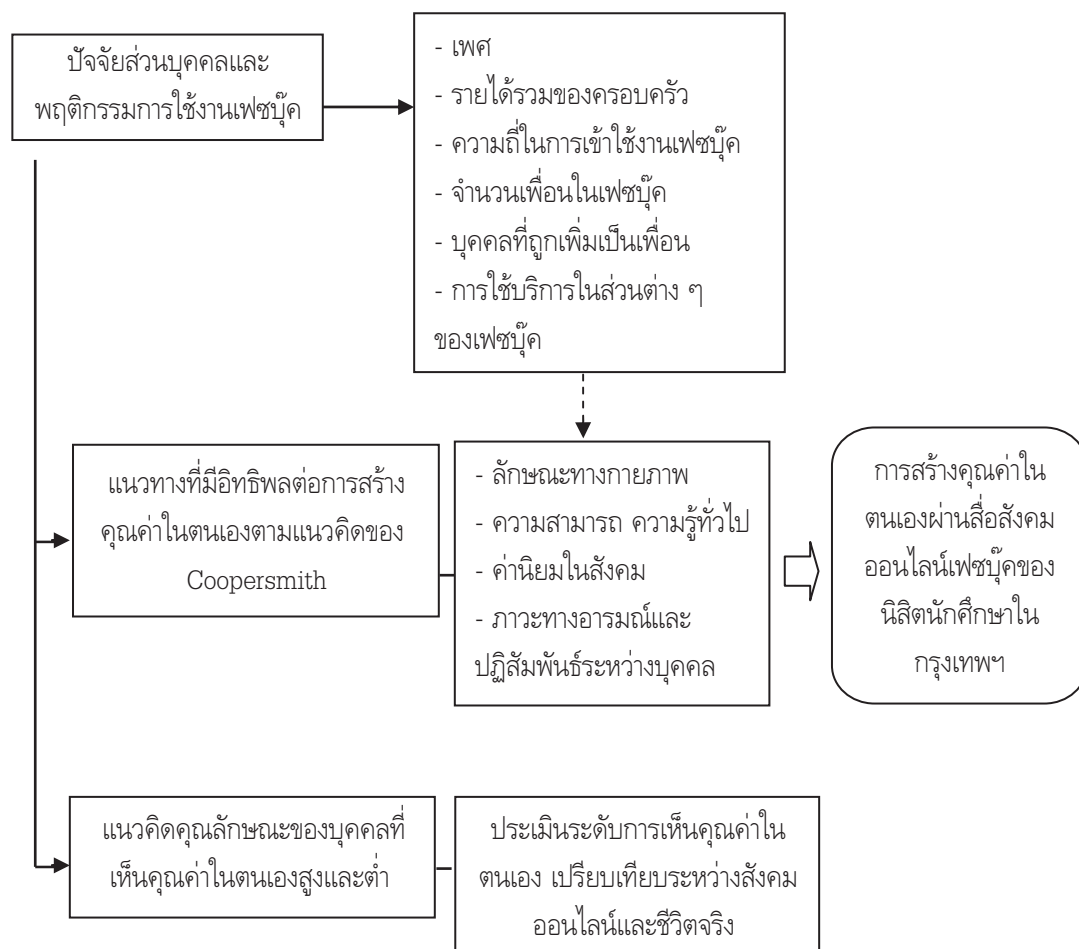
**การสร้างคุณค่าในตนเอง (Building Self-esteem)** หมายถึง การที่กลุ่มนิสิตนักศึกษาได้สร้างการกระทำ กิจกรรมในสิ่งที่จะเป็นการสร้างคุณค่าในตนเอง เกิดความรู้สึกเป็นที่ยอมรับจากตนเอง

**สังคมออนไลน์ (Online social)** หมายถึง บริการอย่างหนึ่งของเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต ที่ทำหน้าที่เสมือนสังคมจริง โดยผู้ใช้งานสามารถสร้างข้อมูลส่วนตัวของตนเองขึ้นมาได้ เพื่อเป็นการระบุเอกลักษณ์ของตน และมีกิจกรรมอันเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเพื่อนในเครือข่ายสังคมนั้น ๆ ณ ที่นี้หมายถึงเว็บไซต์สังคมออนไลน์ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) เท่านั้น

**ชีวิตจริง (real-life)** หมายถึง สังคมในชีวิตของนิสิตนักศึกษาที่มีการติดต่อกันแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคลจริง ๆ ไม่ผ่านสื่อกลางอย่างอินเทอร์เน็ต

**นิสิตนักศึกษา (Undergraduate students)** หมายถึง บุคคลศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบริเวณกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง 17 - 21 ปี

## 4. กรอบแนวคิด



## แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวทางที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณค่าในตนเองตามแนวคิดของ Coopersmith (1984 อ้างถึงใน อุทัยวรรณ พัทธ์พัชรพันธ์, 2545: 16-20) สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า มนุษย์จะรู้สึกมีคุณค่าในตนเองได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการโดยสามารถแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

**ลักษณะทางกายภาพ** ลักษณะทางกายภาพบางประการจะช่วยให้เกิดความสำนึกในคุณค่าแห่งตนเองเพิ่มมากขึ้น เช่น ความสวยงามทางรูปร่าง ผิวพรรณที่ดี จะมีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าในตนเองของเพศหญิงมากกว่า ในขณะที่ความแข็งแรง ความคล่องแคล่วว่องไว จะมีความสัมพันธ์กับการสร้างคุณค่าในตนเองของเพศชายมากกว่า บุคคลที่มีลักษณะทางกายภาพที่ดี มีความพึงพอใจในลักษณะของตนเองจะเห็นคุณค่าในตนเองมากกว่าบุคคลที่มีลักษณะทางกายภาพด้อยกว่าหรือไม่พึงพอใจในลักษณะของตนเอง

ความสามารถความรู้ทั่วไป สมรรถภาพ และผลงาน สิ่งเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และสามารถช่วยส่งเสริมบุคคลให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่า เนื่องจากการแสวงหาความรู้ การมีความสามารถ หรือการได้ทำประโยชน์แก่บุคคลอื่น สามารถเป็นตัวบ่งชี้บอกถึงการตระหนักถึงคุณค่าในตนเอง ซึ่งปรากฏออกมาในรูปแบบใด แต่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สติปัญญา ความสามารถส่วนบุคคลเข้ามาสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อยู่ในวัยเรียน ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จด้านอื่น ๆ ได้ และส่งผลต่อการสร้างคุณค่าแห่งตน

ค่านิยม บุคคลจะประเมินตนเองกับสิ่งที่ตนให้ความสำคัญ ซึ่งส่วนหนึ่งจะได้รับผลมาจากค่านิยมของสังคม โดยในสังคมแต่ละแห่งจะมีค่านิยมที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มหรือสังคมใดมีมุมมองต่อการกระทำดังกล่าวอย่างไร

ภาวะทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งรอบตัว เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจ รู้สึกเป็นสุข ความวิตกกังวล ความเครียด ฯลฯ ที่มีอยู่ในตัวบุคคลทั้งที่แสดงออกและไม่แสดงออก ส่วนใหญ่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการประเมินถึงสถานการณ์ที่ตนประสบหรือจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และได้ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ตนเอง

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายของงานวิจัยในครั้งนี้คือ นิสิตนักศึกษาที่เรียนมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 17 - 21 ปี ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ซึ่งปรากฏจำนวนที่ไม่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างได้จากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากรตามตารางคำนวณของ Taro Yamane ที่จำนวนประชากรขนาดอนันต์ ( $\infty$ ) หน่วย อยู่ในระดับนัยสำคัญ .05 คัดขนาดความคลาดเคลื่อน (e) เป็นร้อยละ และสัมประสิทธิ์ของความผันแปรเท่ากับ .05 สรุปได้ว่าต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 หน่วย

จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำกรสร้างบัญชีรายชื่อมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด โดยแบ่งมหาวิทยาลัยออกเป็นกลุ่มตามการแบ่งเขตของกรุงเทพฯ โดยแยกออกเป็น มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลาง และมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ชั้นนอก และทำการจับฉลากเลือกมหาวิทยาลัยตามเขตพื้นที่ที่กำหนดจำนวน 3 มหาวิทยาลัย ผลที่ได้ปรากฏดังนี้

เขตกรุงเทพฯ ชั้นใน ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เขตกรุงเทพฯ ชั้นกลาง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เขตกรุงเทพฯ ชั้นนอก ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

และใช้การกำหนดโควตา (Quota) การเก็บแบบสอบถามเป็นมหาวิทยาลัยละ 134 ชุด รวมทั้งหมด 402 ชุด เพื่อให้เก็บแบบสอบถามได้มหาวิทยาลัยละเท่า ๆ กัน

**ตารางที่ 1** ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ขนาดประชากร	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	361	94
2,000	*	*	718	476	333	95
2,500	*	1,250	769	500	345	96
3,000	*	1,364	811	517	353	97
3,500	*	1,458	843	530	359	97
4,000	*	1,538	870	541	364	98
4,500	*	1,607	891	549	367	98
5,000	*	1,667	909	556	370	98
6,000	*	1,765	938	566	375	98
7,000	*	1,842	959	574	378	99
8,000	*	1,905	976	580	381	99
9,000	*	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ที่มา(สุทธิพล อุดมพันธ์รัก&amp;จุฬารัตน์ พลุเอี่ยม, 2548)

## 2. การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญในการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามตามมหาวิทยาลัยทั้ง 3 แห่ง โดยมีขั้นตอน คือ 1) เลือกสถานที่ที่มีผู้คนพลุกพล่านในมหาวิทยาลัยนั้น ๆ อาทิ โรงอาหาร ลานอเนกประสงค์ อาคารเรียนรวม ฯลฯ เพื่อให้มีความหลากหลายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยไม่เจาะจงเฉพาะคณะใดคณะหนึ่ง 2) สอบถามกลุ่มเป้าหมายว่ามีการใช้งานเฟซบุ๊กหรือไม่ เป็นนิสิตนักศึกษาหรือไม่ 3) แจกแบบสอบถามด้วยตนเอง พร้อมทั้งรอเก็บแบบสอบถามอยู่บริเวณใกล้เคียงเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถสอบถามได้หากไม่เข้าใจข้อความ

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน แบ่งเป็น ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ส่วนที่ 2 สอบถามแนวทางการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านเฟซบุ๊ก และส่วนที่ 3 มาตราวัดการเห็นคุณค่าในตนเองระหว่างสังคมออนไลน์เปรียบเทียบกับชีวิตจริง

### 3. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

ผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่ศึกษา (Try out) คือ นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 30 คน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Conbach (Conbach's alpha coefficient) ได้ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

- ด้านรูปแบบการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านเฟซบุ๊กมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .8767
- ด้านการประเมินเกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเอง มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .8863

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการคำนวณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการบรรยายข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd.) และ ร้อยละ (percent) ประกอบกับสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (T-Test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนรวมแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยการวิจัยในครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

## ผลการวิจัยและอภิปรายผล

### 1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.2 รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ ต่ำกว่า 30,000 (ร้อยละ 52.2) โดยเฉลี่ยจะมีการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กทุกวัน (ร้อยละ 81.3) ส่วนใหญ่มีเพื่อนอยู่ในเฟซบุ๊กมากกว่า 800 คน (ร้อยละ 36.1) และร้อยละ 100 เพิ่มเพื่อนที่รู้จักกันในชีวิตจริงเป็นเพื่อน รองลงมาคือ พี่ น้อง และญาติพี่น้องที่มีอายุไล่เลี่ยกัน (ร้อยละ 74.4 และ 73.4) เรียกได้ว่าโดยส่วนใหญ่จะรับเป็นเพื่อนกับกลุ่มบุคคลที่มีอายุประมาณเดียวกันมากกว่าจะรับกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ใหญ่ (เช่น ผู้ปกครองและญาติผู้ใหญ่) เป็นเพื่อน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37.3 เพิ่มหรือรับคนแปลกหน้าเป็นเพื่อนด้วย ส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เข้าใช้งานอยู่ในระดับมาก คือ การกดถูกใจ (Like) (ค่าเฉลี่ย 4.04) การเข้าดูความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของเพื่อน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการสนทนา (Chat) ระหว่างกัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

## 2. การสร้างคุณค่าในตนเองผ่านเฟซบุ๊ก

**ตารางที่ 2** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กผ่านลักษณะทางกายภาพ

การสร้างคุณค่าในตนเองผ่านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการสร้างคุณค่า
เลือกสรรรูปภาพที่ตนเองที่ดูดีลงเฟซบุ๊ก	3.70	1.00	มาก
แต่งภาพก่อนโพสต์รูปภาพลงเฟซบุ๊ก	3.01	1.30	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.10</b>	<b>0.95</b>	<b>ปานกลาง</b>

กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านลักษณะกายภาพที่แสดงออกผ่านทางเฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Coopersmith ที่สรุปว่าลักษณะทางกายภาพจะช่วยให้เกิดความสำนึกในคุณค่าของตน โดยจากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปภาพที่แสดงออกว่าตนเองดูปรารถนาแก่สายตาเพื่อน ๆ มากที่สุด วัยรุ่นได้สร้างพื้นที่ที่ถึงสาธารณะของตนเองขึ้นมาและให้ความสำคัญกับพื้นที่ตรงนี้เป็นอย่างมากเพื่อนำเสนอรูปลักษณะของตนเองในแบบที่ต้องการ โดยสามารถปรุงแต่งความสวยงามหล่อเหลาได้ด้วยการใช้โปรแกรมจัดแต่งภาพ

เพศหญิงจะให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปลักษณะของตนเองผ่านสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ที่ค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.56 ตามลำดับ ค่า Sig .009) ซึ่งอาจเป็นเพราะวัยรุ่นชายมีความพึงพอใจในรูปลักษณะของตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับสูงกว่าเพศหญิง ขณะที่เพศหญิงมักประเมินตนเองโดยแบ่งเป็นส่วน ๆ และเลือกพิจารณาจากส่วนที่ตนเองไม่พึงพอใจก่อน ทำให้วัยรุ่นเพศชายมีความพึงพอใจลักษณะทางกายภาพของตนมากกว่า (Dittmar, 2003 อ้างถึงใน ประวีณา ธาดาทพรหม, 2550: 104) แต่ในสังคมออนไลน์ ภาพลักษณะจะถูกนำเสนอผ่านมุมกล้องและการจัดแต่งรูปภาพ รวมทั้งองค์ประกอบแสง สี ทำให้ผู้นำเสนอสามารถ “เลือกสรร” รูปภาพที่แสดงถึงภาพลักษณะของตนที่ตนเองชอบและเห็นดีให้ผู้อื่นชมได้อย่างไม่ขัดเขิน

ผู้ที่เพิ่มคนแปลกหน้าเป็นเพื่อนจะมีการนำเสนอตนเองผ่านลักษณะทางกายมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เพิ่มคนแปลกหน้าเป็นเพื่อนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ที่ค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.57 ตามลำดับ ค่า Sig .001) อาจเป็นเพราะ ผู้ที่เพิ่มคนแปลกหน้าเป็นเพื่อนมีการให้ความสนใจกับการเป็นที่ชื่นชอบการมีบุคคลอื่นห้อมล้อมอยู่รอบข้าง (รัตนา แแดงประเสริฐ, 2545: 22) ประกอบกับการที่เราจะทำความรู้จักบุคคล ๆ หนึ่งนั้น มักเริ่มจากการประเมินหน้าตา ก่อน ลักษณะทางกายภาพจึงถูกให้ความสำคัญกับกลุ่มบุคคลที่รับหรือเพิ่มคนแปลกหน้าเป็นเพื่อน



**ตารางที่ 3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านภาวะทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

การสร้างคุณค่าในตนเองผ่านภาวะทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการสร้างคุณค่าในตนเอง
ให้คำแนะนำ ปลอดภัยแก่เพื่อนที่กำลังเผชิญปัญหา	3.20	1.00	ปานกลาง
สนทนากับเพื่อนที่ไม่ได้เจอหน้ากันบ่อย ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์	3.08	1.10	ปานกลาง
แชร์เพลงเพื่อเป็นการสื่ออารมณ์ของตนในขณะนั้น	2.86	1.21	ปานกลาง
โพสต์ข้อความเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองรู้สึกอยู่ในขณะนั้น	2.80	1.18	ปานกลาง
โพสต์ข้อความระบายปัญหาที่ตนเองพบเจอลงเฟซบุ๊ก	2.77	1.26	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.93</b>	<b>0.78</b>	<b>ปานกลาง</b>

**กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านทางภาวะทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แสดงออกมาผ่านเฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง** ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Coopersmith ที่สรุปว่าภาวะทางอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งรอบตัว ที่ผลต่อความรู้สึกถึงคุณค่าในตนเอง โดยเฉพาะในแง่ของการได้แสดงอารมณ์ต่าง ๆ ออกมา จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าตนเองมีมิตรสหายที่ล้อม ไม่โดดเดี่ยวตัวคนเดียวและการช่วยรับฟังผู้อื่นยามมีปัญหาสามารถทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าตนเองมีประโยชน์แก่ผู้อื่นได้ในแง่ของผู้ช่วยบรรเทาทุกข์ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกดีแก่ตนเองเพิ่มขึ้น

โดยเพศหญิงมีการโพสต์ข้อความอันเป็นการระบายปัญหาหรือความรู้สึกที่ตนเองเผชิญจากโลกจริงลงเฟซบุ๊กมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ที่ค่าเฉลี่ย 3.21 และ 2.81 ตามลำดับ ค่า Sig .003) พบว่า เพศหญิงจะมีการแสดงออกเกี่ยวกับการเผชิญหรือรับมือปัญหาและความเครียดด้วยการ พูดยระบายความในใจ ปรีกษาหรือบุคคลใกล้ชิด หากใครสักคนมารับฟัง มากกว่าเพศชาย ที่มักจะเก็บเงียบในแง่ของความรู้สึกเครียดหรือวิตกกังวล และใช้การเบี่ยงเบนปัญหาด้วยการหากิจกรรมอื่นทำมากกว่าการระบายความรู้สึกโดยตรง ซึ่งเมื่อเพศหญิงได้ระบายออกถึงปัญหาแล้วมักจะเกิดความรู้สึก สบายใจขึ้น ซึ่งเฟซบุ๊กสามารถตอบสนองการกระทำนี้ได้ด้วย การเปิดพื้นที่ถึงสาธารณะให้ผู้ใช้งานโพสต์ข้อความอันเป็นความรู้สึกนึกคิดของตนลงไป และมีปุ่มกดถูกใจให้เพื่อน ๆ ที่อ่านข้อความสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ง่าย ๆ ผ่านเฟซบุ๊กได้โดยไม่ต้องแสดงความคิดเห็นกลับ และการกดถูกใจนี้เองทำให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กหลายคนรู้สึกเปรียบเหมือนการพูดออกไปแล้วมีคนรับฟัง (สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2552)

การเพิ่มผู้ปกครองเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กส่งผลต่อการโพสต์ถ้อยคำหยาบคาย รุนแรงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับผู้ที่ไม่ได้เพิ่มผู้ปกครอง (ที่ค่าเฉลี่ย 1.75 และ 2.03 ตามลำดับ ค่า Sig .012) โดยผู้ที่เพิ่มผู้ปกครองเป็นเพื่อนจะมีการโพสต์ถ้อยคำหยาบคายน้อยกว่าผู้ที่ไม่ได้เพิ่มผู้ปกครองเป็นเพื่อน แสดงให้เห็นว่าผู้ปกครองมีผลต่อการควบคุมความประพฤติจากการแสดงออก

ทางคำพูดและการสื่อสารของวัยรุ่นให้อยู่ในกรอบของค่านิยมอันดีงามในสังคม หรืออาจเป็นไปได้ว่าวัยรุ่นมีความวิตกกังวลว่าตนเองจะถูกกล่าวหาจากการกระทำที่ไม่เหมาะสมต่อหน้าผู้ปกครอง จึงมีการคัดกรองทางคำพูดมากกว่า

**ตารางที่ 4** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านค่านิยมในสังคม

การสร้างคุณค่าในตนเองผ่านค่านิยมในสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการสร้างคุณค่า
ให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น	2.83	1.10	ปานกลาง
เช็คอินสถานที่สวยหรู แปลกใหม่	2.83	1.27	ปานกลาง
แชร์ภาพอาหารที่จัดจานสวยงาม แปลกใหม่	2.64	1.29	ปานกลาง
ให้ความสนใจเกี่ยวกับประเด็นทางสถาบันพระมหากษัตริย์	2.54	1.09	ปานกลาง
ให้ความสนใจเกี่ยวกับประเด็นทางศาสนา	2.50	1.22	ปานกลาง
โพสต์ภาพที่เป็นการแสดงออกอย่างสนิทสนมระหว่างคนรักหรือเพื่อนต่างเพศ	1.78	1.12	น้อยที่สุด
โพสต์ภาพเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	1.73	1.06	น้อยที่สุด
<b>รวม</b>	<b>2.77</b>	<b>0.80</b>	<b>น้อย</b>

กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านทางค่านิยมในสังคมที่แสดงออกมาผ่าน **เฟซบุ๊กอยู่ในระดับน้อย** ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Coopersmith ที่สรุปว่าคุณค่าในตนเองส่วนหนึ่งจะได้รับผลมาจากค่านิยมของสังคม ซึ่งในสังคมแต่ละแห่งจะมีค่านิยมที่แตกต่างกันไป โดยจากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นใช้เฟซบุ๊กเพิ่มคุณค่าในตนเองได้ด้วยการให้ความสนใจกับประเด็นที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น การระบุสถานที่สวยงาม หูหว่าที่ตนเองไปเยือนให้ผู้อื่นรับรู้ในเฟซบุ๊ก การมีส่วนร่วมให้ความสนใจเกี่ยวกับประเด็นสถาบันต่าง ๆ การถ่ายภาพอาหารที่มีการจัดจานสวยงาม การมีส่วนร่วมในประเด็นทางสถาบันต่าง ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิ่งที่วัยรุ่นให้ความสำคัญในระดับแรก ๆ ยังคงอิงไปกับค่านิยมของการตามกระแส ความหรูหรา อันเป็นค่านิยมประเภทวัตถุนิยมและการบริโภค (พรพรรณ อาทิตยตั้ง, 2555) ที่ส่งผลให้วัยรุ่นรู้สึกภูมิใจและอยากนำเสนอตนเองในจุดนี้ว่าตนเองได้ตามสินค้าใหม่ตามเรื่องราวที่กำลังเป็นที่นิยม ได้กินอาหารร้านที่มีชื่อเสียง ไปสถานที่สวยงาม ซึ่งหากมากเกินไปก็จะกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อเกินตัวจนละเลยคุณค่าในตนเองด้านอื่น ๆ ไป จึงต้องระมัดระวัง และควรมีวิจรณ์ญาณในการรับชมสิ่งต่าง ๆ ผ่านสื่อ

ทั้งนี้จากงานวิจัยพบว่า เพศชายมีการโพสต์ภาพเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ที่ค่าเฉลี่ย 1.96 และ 1.55 ตามลำดับ ค่าSig .000) อาจเป็นเพราะในสังคมของเพศชายมีค่านิยมต่อการแสดงออกเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าจะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ตนเองดูเท่ ดูดีได้ (จารุวรรณ พลสมยมและคณะ, 2551: 51) นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชายมีการโพสต์ภาพที่แสดงออกถึงความสนิทสนม ถูกเนื้อต้องตัวระหว่างกัน อาทิ การโอบกอด หอมแก้ม ระหว่างเพื่อนต่างเพศ ไม่ว่าจะในฐานะคนรักหรือเพื่อนมากกว่าเพศหญิง (ที่ค่าเฉลี่ย

1.96 และ 1.63 ตามลำดับ ค่า Sig .003) อาจเพราะว่าค่านิยมในสังคมไทยยังคงให้อิสรระกับการแสดงออกทางเพศของเพศชายมากกว่าเพศหญิง เพศหญิงจะถูกคาดหวังจากสังคมให้ต้องรักษานวลสงวนตัว เป็นกุลสตรี มีกิริยามารยาทที่เหมาะสมในเรื่องเพศ ขณะที่เพศชายจะไม่ถูกคาดหวังมากนักในเรื่องดังกล่าว ทำให้สามารถแสดงออกมาได้มากกว่า (สุพัตรา บุญญาภานุกาพพงศ์, 2548: 38) แต่ในภาพรวมแล้ว การแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมผ่านทางเฟซบุ๊กยังคงปรากฏอยู่ในระดับน้อยที่สุด

**ตารางที่ 5** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กผ่านความสามารถ ความรู้ทั่วไป

การสร้างคุณค่าในตนเองผ่านความสามารถ ความรู้ทั่วไป	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการสร้างคุณค่า
ใช้เฟซบุ๊กในการแสวงหาความรู้รอบตัว ข้อเท็จจริงเพื่อความรู้อื่นๆ และเผยแพร่ต่อ	3.04	1.05	ปานกลาง
โพสต์รูปภาพสวย ๆ ที่ทำถ่ายเองให้เพื่อน ๆ ชม	3.01	1.25	ปานกลาง
โพสต์คำคม ข้อความจุกคิดเพื่อเป็นแง่คิดดี ๆ ให้แก่ผู้อื่น	2.91	1.19	ปานกลาง
ใช้เฟซบุ๊กโพสต์นำเสนอเกี่ยวกับความสำเร็จของตน	2.82	1.18	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.71</b>	<b>0.81</b>	<b>ปานกลาง</b>

**กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านทางความสามารถ ความรู้ทั่วไป แสดงออกผ่านเฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง** ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Coopersmith ที่สรุปว่าความสามารถ สมรรถภาพมีความสัมพันธ์ที่จะสามารถส่งเสริมบุคคลให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่าได้ โดยจากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การนำสื่อออนไลน์แสดงออกถึงสิ่งที่ตนสามารถกระทำได้เพื่อให้ผู้อื่นได้ประจักษ์ และให้ความสำคัญกับสิ่งที่เป็นความรู้ ข้อคิด เพื่อเป็นประโยชน์แก่ทั้งตนเองและเผยแพร่แก่ผู้อื่น อันจะทำให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่า

โดยเพศชายมีการให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์วิจารณ์ต่อเหตุการณ์ข่าวสารทั่วไป และความรู้รอบตัว การนำเสนอข้อเท็จจริงเพื่อเผยแพร่ความรู้ในแง่มุมของการสร้างคุณค่าผ่านทางความสามารถ ความรู้ทั่วไปมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ที่ค่าเฉลี่ย 3.19 และ 2.91 ตามลำดับ ค่า Sig .012) อาจเพราะเพศชายมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเวปไซด์ ไลน์ ต่าง ๆ มากกว่าเพศหญิง เพื่อประโยชน์ในการผ่อนคลาย สร้างความบันเทิง ทำให้สื่อออนไลน์กลายเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นหรือการมีส่วนร่วมในการนำข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการพูดคุยกับเพื่อน ๆ หรือแบ่งปันข้อมูลให้เพื่อนได้รับรู้สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ และเพศชายอาจเกิดความรู้สึกว่าการเป็นคนติดตามข่าวสาร ใฝ่ใจกับเหตุการณ์ทั่วไป และมีความรอบรู้ในเรื่องรอบตัว ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของตนดูดีขึ้นในสายตาผู้อื่น (มนกาจ สิงห์พันธ์, 2546: 142) ซึ่งสอดคล้องกับข้อคำถามที่ว่า บทบาททางเพศมีผลต่อการแสดงออกของการโพสต์สิ่งต่าง ๆ ลงเฟซบุ๊กหรือไม่ พบว่า เพศชายมีความรู้สึกว่าการเป็นบทบาททางเพศของตนเองมีผลต่อภาพลักษณ์ที่จะแสดงออกมาให้ผู้อื่นรับรู้มากกว่าผู้หญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญใฝ่ใจกับเรื่องความสวยงามและลักษณะทางกายภาพมากกว่า

### 3. เปรียบเทียบการประเมินคุณค่าในตนเองเปรียบเทียบระหว่างสังคมออนไลน์และชีวิตจริง

**ตารางที่ 6** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบการประเมินคุณค่าในตนเองระหว่างสังคมออนไลน์และชีวิตจริง

การประเมินการเห็นคุณค่าในตนเอง	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง
สังคมออนไลน์	3.43	.56	5.692	.000	ปานกลาง
สังคมในชีวิตจริง	3.56	.57			ปานกลาง

ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนรวมแบบประเมินคุณค่าในตนเองระหว่างสังคมในชีวิตจริงและสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ การเห็นคุณค่าในตนเองในสังคมจริง มีมากกว่าการเห็นคุณค่าในตนเองผ่านโลกออนไลน์หรือสังคมในเฟซบุ๊ก และเมื่อพิจารณาค่าตัวเลขควบคู่กับเกณฑ์การตีความหมายแล้ว พบว่า ทั้งสังคมออนไลน์และสังคมในชีวิตจริงมีการเห็นคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน ทั้งนี้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อาจไม่สามารถเพิ่มความเชื่อมั่นหรือมั่นใจในตนเองได้ และกลับกันอาจทำให้เกิดการลดคุณค่าในตนเอง โดยเรียกว่าปรากฏการณ์ “ภาวะซึมเศร้าจากเฟซบุ๊ก” อันหมายถึงภาวะซึมเศร้าที่พัฒนาขึ้นในช่วงเด็กก่อนวัยรุ่นและวัยรุ่นที่ได้ใช้เวลาอย่างมากบนโลกออนไลน์และเริ่มมีการแสดงอาการของภาวะซึมเศร้าออกมา การได้รับการยอมรับและการได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในโรงเรียนนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของวัยรุ่น บ่อยครั้งที่อินเทอร์เน็ตและบล็อก (Blog) ทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะส่งเสริมการปฏิบัติตัวไม่เหมาะสมทางเพศ การมีพฤติกรรมก้าวร้าว และการแยกตัวออกจากสังคม (Gwenn Schurgin O'Keeffe และคณะ, 2011)

ในสังคมจริงการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลจะมีความชัดเจนและได้รับการตอบสนองมากกว่า ดังเช่นการที่บุคคลเข้าไปหาผองเพื่อนที่สนิทสนม พูดคุยสัพเพเหระในหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ตั้งแต่เรื่องของตนเอง เพื่อน คนรัก ครอบครัว ชาวสารรอบตัว ฯลฯ ซึ่งผู้ที่มีความมั่นใจในตนเองก็จะกล้าที่จะพูดถึงเรื่องราวดี ๆ ของตน ทั้งในแง่มุมมองของความสำเร็จ สิ่งที่ดีในภาคภูมิใจ เพราะการมีปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้าสร้างความมั่นใจได้ไว้อีกฝ่ายหนึ่งสนใจฟังในสิ่งที่ฝ่ายตรงข้ามกำลังนำเสนออย่างแน่นอน แม้อาจเป็นไปด้วยเพราะความสนิทสนมหรือเพราะมารยาททางสังคมก็ตาม ยังมีมุมมองของปฏิกิริยาจากภาษากาย อาทิ การพยักหน้า สายหัว ยิ้ม หัวเราะ ตบไหล่ ลูบหลัง กอด ฯลฯ ที่ทำให้ผู้พูดรู้สึกว่าการได้รับความสนใจเต็มที่ และช่วยเพิ่มความรู้สึที่ดี ๆ ระหว่างบุคคลได้ สร้างความรู้สึกดีแก่ผู้พูดได้มากกว่าการสนทนาหรือโพสต์สิ่งต่าง ๆ ลงบนสังคมออนไลน์ ที่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้เพียงข้อจำกัดที่ผ่านหน้าจอเท่านั้น

นอกจากนี้แล้วยามเมื่อมนุษย์เรารู้สึกไม่สบายใจ เครียด วิตกกังวล วิธีการหนึ่งที่ได้รับการยอมรับคือการระบายออกถึงปัญหาเหล่านั้น ไม่ว่าจะในรูปแบบของการพูดให้ใครสักคนฟัง การเขียนลงไปบนกระดาษ ฉะนั้น การพูดกับทุกขระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นเสมอ ซึ่งแต่ละคนจะมีการเลือกคนที่พูดคุยแตกต่างกันไปทั้งคุยกับครอบครัว กับเพื่อน กับคนรัก กระทั่งกับคนแปลกหน้า และวัยรุ่นมักจะมีเลือก

ปรึกษาปัญหาชีวิต ความคับข้องใจกับเพื่อนมากที่สุด (แพง ชินพงศ์, 2555) และโดยทั่วไปเมื่อมีใครมาปรึกษาหารือหรือระบายปัญหาระหว่างกัน ฝ่ายที่รับฟังมักจะแสดงกริยาท่าทางฟังอย่างตั้งใจ สนใจ ปลอดภัยและให้คำแนะนำตามสมควร ทำให้ผู้ที่เป็นฝ่ายระบายออกรู้สึกว่าคุณค่าตนเองมีความสำคัญ ได้รับความสนใจ และรู้สึกดีกว่าการโพสต์ระบายในเฟซบุ๊ก เพราะมีเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกร่วมที่เกิดขึ้นจริง หรือบางครั้งผู้ที่มีปัญหาไม่ได้กล่าวถึงปัญหาของตนเองกับใคร แต่เพื่อนที่สนิทกันอาจจะสามารถดูลักษณะท่าทางออก ดังเช่น อาการซึม ไม่ร่าเริง ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ็บขริม ฯลฯ และเพื่อนจะให้ความใส่ใจ ซักถามเป็นห่วงมากกว่าปกติ ส่งผลให้บุคคลรู้สึกว่าคุณค่าตนเองมีความสำคัญและเพื่อน ๆ สามารถรับรู้ได้ว่าตนกำลังไม่สบายใจอยู่ นอกจากนี้แล้วการเลือกปรึกษาปัญหาทำกับอีกฝ่าย ย่อมหมายถึงตัวบุคคลมีความไว้วางใจเชื่อใจฝ่ายตรงข้ามอยู่พอสมควร จึงมักส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยิ่งมีความแนบแน่นใกล้ชิดมากขึ้น

ในส่วนของการทำตามค่านิยมประเพณี ที่ปรากฏว่ามีกรกระทำในสังคมจริงมากกว่าสังคมออนไลน์อาจเป็นเพราะว่าในสังคมจริง กฎเกณฑ์ต่าง ๆ มีลักษณะที่จับต้องได้ อยู่ในสายตาของผู้หลักผู้ใหญ่ที่มีการสอดส่องดูแลอย่างใกล้ชิด และสามารถถูกลงโทษได้หลายระดับจากทางสังคมมากกว่า ทั้งการแสดงกริยาไม่พึงพอใจ การถูกเขม่นมอง การว่ากล่าวตักเตือน ฯลฯ แต่ในสังคมออนไลน์ผู้ใช้สามารถควบคุมการแสดงออกเหล่านี้ได้ ว่าสิ่งที่โพสต์ลงไปสามารถจำกัดผู้เข้าชมได้ว่าจะให้ใครเห็นบ้าง อีกทั้งยังพบว่าในสังคมออนไลน์วัยรุ่นมักไม่ค่อยรับเป็นเพื่อนกับผู้ใหญ่ให้เข้ามาอยู่ในสังคมของตนเอง จึงทำให้มีอิสระที่จะแสดงออกในการกระทำที่ไม่เป็นไปตามค่านิยมของสังคม ประเพณีได้มากกว่า ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าสังคมออนไลน์จะไร้ประโยชน์ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพียงแต่สังคมออนไลน์ถูกนำมาเป็นบท “เสริม” ในการสร้างปฏิสัมพันธ์และคุณค่าในตนเองมากกว่าจะเป็นบท “หลัก” อาจเนื่องมาจากคนเรายังคงต้องการการตอบสนองระหว่างเพื่อนมนุษย์จากสังคมจริง ๆ อยู่เพื่ออรรถประโยชน์ในแง่ของความรู้สึกเชิงลึกนั่นเอง

## ข้อเสนอแนะต่อการสร้างคุณค่าในตนเองผ่านสังคมออนไลน์

จากผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นให้ความสนใจกับสิ่งที่อยู่ในกระแส ข่าวสารทั่วไป ข้อความสนุกสนานตลกต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง และนิยมการติดตามแฟนเพจที่ตนเองสนใจ ฉะนั้น ตัววัยรุ่นเองสามารถสร้างสรรคแฟนเพจด้วยตนเองและจับเอาความสนใจของตนเองมาก่อให้เกิดประโยชน์ได้ด้วย การค้นหาข้อมูลมาสร้างแฟนเพจที่ทำให้เกิดการกระตุ้นการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ส่งต่อความรู้ที่น่าสนใจ นำเสนอความคิดสร้างสรรค์หรือผลงานของตนเองที่จะสามารถต่อยอดให้เกิดการจุดประกายทางสังคม หรือกระทั่งเกิดความเคลื่อนไหวทางสังคมได้ โดยมีสิ่งสำคัญคือความมุ่งมั่นที่จะเผยแพร่ข้อมูลออกไปยังโลกกว้าง

นอกจากนี้ทางองค์การมหาวิทยาลัย รวมทั้งครูอาจารย์ก็สามารถสร้างแฟนเพจ หรือสมัครเป็นสมาชิกสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงตัวนิสิตนักศึกษาได้ ด้วยการ “สอน” หรือ “แนะนำ” ถึงแง่มุมความรู้ ข้อคิด “ตักเตือน” ในมายาคติบางอย่างที่ถูกให้ความสำคัญมากเกินไปอย่างลักษณะรูปลักษณ์ทาง

กายภาพ ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าเด็กวัยรุ่นให้ความสำคัญกับความสวยงาม หน้าตา รูปร่าง อยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ เช่น ค่านิยม การมีความสามารถ อารมณ์ความรู้สึก ซึ่งการให้ความสำคัญสวยงามกับสิ่งที่เป็นเพียงเปลือกนอกเช่นนี้ อาจส่งผลให้วัยรุ่นเติบโตมาโดยกลายเป็นคนที่ถูกชักจูงได้ง่ายกับแนวทางของวัตถุนิยม กระแสของการคลั่งความฟอม ชาว ที่ผู้คนตัดสินกันเพียงภายนอกและละเลยความดีงามอันอยู่ภายใน ส่งผลให้กลายเป็นผู้ใหญ่ที่หมกมุ่นแต่กับเรื่องของตัวเอง และไม่เปิดใจรับความแตกต่างอย่างมีสติ

## ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลกับนิสิตนักศึกษาทั่วไป ซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายของบุคลิกภาพ หากผู้สนใจอยากศึกษาในแง่มุมดังกล่าวเพิ่มเติม ควรทำการระบุเป้าหมายเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำ เพื่อพิจารณาได้อย่างชัดเจนว่าสังคมออนไลน์สามารถสร้างการเห็นคุณค่าในตนเองเพิ่มขึ้นได้ในระดับใด
2. การตั้งคำถามถูกตั้งบนพื้นฐานของการสังเกตพฤติกรรมทั่วไปในการใช้เฟซบุ๊ก ประกอบกับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ฉะนั้นแล้ว แนวคำถามสามารถเปลี่ยนไปได้ตามพฤติกรรมของผู้ใช้ตามยุคสมัย ช่วงอายุ ความสนใจส่วนบุคคล ฯลฯ ผู้ที่จะศึกษาต่อไปประเด็นที่เกี่ยวข้องจึงควรพิจารณาแนวคำถามใหม่ให้เหมาะสม

## บรรณานุกรม

- จาวรธรณ พลสยัมและคณะ. 2551. **พฤติกรรมและทัศนคติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม**. คณะวิทยาการจัดการ. สาขาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ประวีณา ธาดาพรหม. 2550. **ภาพลักษณ์ทางร่างกาย และการเห็นคุณค่าในตนเองของวัยรุ่นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ อาทิตย์ตั้ง. (2555). **ลักษณะค่านิยมของสังคมไทยในปัจจุบัน**. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : [http://luck507.blogspot.com/2012/07/blog-post\\_12.html](http://luck507.blogspot.com/2012/07/blog-post_12.html). (วันที่เข้าถึง 20 สิงหาคม 2556).
- พิมพ์พิสาข์ จอมศรี. 2553. **ความเครียดและความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองของนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาลัยเชียงใหม่**. สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แพง ชินพงศ์. 2555. **7 วิธีกำจัดความเครียด...ศัตรูตัวร้ายทำลายความสุข**. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <http://www.manager.co.th/family/ViewNews.aspx?NewsID=9550000069066>. (วันที่เข้าถึง 20 ธันวาคม 2556).

- มนกาจ ลิงหพันธ์. 2546. **พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารผ่านเวปไซด์ ไรต์ เว็บ (WWW) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในภาคใต้.** วารสาร ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต(การบริหารสื่อสารมวลชน). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนา แแดงประเสริฐ. 2545. **อิทธิพลของการเห็นคุณค่าในตนเอง การคุกคามต่อการนิยามตนเองและความใกล้ชิดระหว่างบุคคลที่มีต่อความอิจฉา.** ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาจิตวิทยาสังคม. คณะจิตวิทยา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. 2552. **ทำความเข้าใจธรรมชาติของหญิงและชาย.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ou93mLRy5V8J:old.women-family.go.th/family/document/ทำความเข้าใจธรรมชาติของหญิงและชาย. \(วันที่เข้าถึง 26 สิงหาคม 2556\).](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ou93mLRy5V8J:old.women-family.go.th/family/document/ทำความเข้าใจธรรมชาติของหญิงและชาย. (วันที่เข้าถึง 26 สิงหาคม 2556).)
- สุทธิพล อุดมพันธุ์รัก และ จุฬารัตน์ พลูเอี่ยม. 2548. **การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://hpe.anamai.moph.go.th/Surveillance/data/yamane.pdf>. (เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 24 ธันวาคม 2555).
- สุพัตรา บุญญาภาพพงศ์. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อค่านิยมทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเพศศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทัยวรรณ พิทักษ์วรรณ. (2545). **ความสำนึกในคุณค่าแห่งตนของวัยรุ่น.** พยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาสุขาภพจิตและการพยาบาลจิตเวช. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Gwenn Schurgin O'Keeffe and Kathleen Clarke-Pearson and Council. 2011. **The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families.** (Online). Available:<http://pediatrics.aappublications.aappublications.org/content/127/4/800.full.pdf>. (Access 15 Aug.2013).