

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีต่อเฟซบุ๊ก
 ในฐานะสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร
 The Expectations and Satisfaction on Facebook as a Social Network
 among Visually Impaired People in Bangkok

บัญญัติรัตน์ สังข์น้อย^{1*} และ ดร.สหภาพ พอค้าทอง²
 Babjarat sangnoi^{1*} and Sahaparp Porkatong²

^{1,2} สาขาวิชาการสื่อสารสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Digital Media Communication Program, Faculty of Communication Arts, Sripatum University, Chonbubi Campus

* Corresponding author e-mail: somsoda_z@hotmai.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงพฤติกรรมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 2) ศึกษาถึงความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ เพื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบทฤษฎี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและวิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวน การทดสอบ t-Test รวมทั้งการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.00 และเพศชาย ร้อยละ 48.00 มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 51.80 และมีความบกพร่องทางการมองเห็นมาตั้งแต่กำเนิด ร้อยละ 61.00 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่ต้องการหากิจกรรมทำยามว่าง มีค่าเฉลี่ย 3.84 ความพึงพอใจที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ง่าย และสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.61 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และความบกพร่องทางการมองเห็นแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่มีอายุ 15-20 ปี ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.

คำสำคัญ: ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ผู้บกพร่องทางการมองเห็น สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

Abstract

The purposes of this research were to 1) study Facebook communication behaviors among visually impaired people in Bangkok, 2) study expectations, utilizations, and satisfaction on Facebook among visually impaired people in Bangkok, and 3) study the relationship between the expectations, utilizations and satisfaction on Facebook and Facebook communication behaviors among visually impaired people in Bangkok. This quantitative research was conducted by collecting data with a survey method to analyze and test the theory with a multi-stage sampling method. The samples of the research were visually impaired people in Bangkok who use Facebook in a total of 400 people. A questionnaire was used as a research tool. And the data obtained from the questionnaire were analyzed to find out percentage, mean, ANOVA, t-Test, and Pearson Product Moment. The research results showed that 52% of the samples were females and the remaining 48% were males. The samples consisted of the visually impaired people aged between 21-30 years (51.8%) and the visually impaired people with congenital visual impairment (61%). The samples expected to find leisure activities on Facebook with a mean of 3.84 and satisfied on receiving information and news easily and conveniently with a mean of 3.61. The hypothesis test results indicated that the visually impaired people in Bangkok at different genders, ages, occupations, education levels and visual impairments had different Facebook communication behaviors. The visually impaired people at the age of 21-30 years used Facebook more frequently than the visually impaired people at the age of 15-20 years. In addition, the visually impaired people at different educational levels also had different Facebook communication behaviors. The visually impaired people who obtained a Bachelor's degree used Facebook more frequently than those who obtained a High Vocational Certificate/Vocational Diploma.

Keywords: Expectation, Satisfaction, Visually Impaired People, Facebook

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งสังคมข่าวสาร ทำให้การสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความสำคัญมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมโยงไปได้ทั่วโลก โดยเรียกการเชื่อมโยงนี้ว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือได้ว่าเป็นเครือข่ายที่มีบทบาทที่สำคัญอย่างมากในยุคของสังคมข่าวสารเช่นนี้ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้วิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันเกิดความเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ที่จะพบว่า ผู้คนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นจำนวนมาก โดยใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น และไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนทั่วไป คิดเป็น 10% จากทั่วประเทศที่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน และโดยเฉพาะคนกรุงเทพฯ คิดเป็น 25% ของคนกรุงเทพฯ และ 20% ของคนต่างจังหวัดที่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน (นคร ธนเศรษฐ์, 2533) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความหลากหลายในการใช้งานที่ทุกคนสามารถเลือกที่จะใช้ได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องงาน เรื่องเรียน และเพื่อการบันเทิง เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นโลกกำลังเปลี่ยนไปสู่ยุคข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายนั่นเอง

ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องความสะดวกสบายลดระยะเวลาในการค้นหาข้อมูล ซึ่งจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตมากขึ้น และได้รับการพัฒนาขึ้นทุกวัน ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่ผู้คนยังไม่ให้ความสำคัญกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากนัก แต่ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ตอาจเป็นสิ่งที่เราต้องการในชีวิตก็เป็นได้ และสังคมไทย ในปัจจุบันยังเป็นยุคของการสื่อสารที่เรียกว่า “การสื่อสารไร้พรมแดน (Borderless Communications)” ซึ่งเป็นยุคที่มนุษย์สามารถที่จะข้ามประเทศไปพบปะพูดคุยกับใครก็ได้ ทั่วโลกได้ โดยการใช้เพียงเครื่องมือสื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน (Smartphone) หรือเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ ผ่านระบบเครือข่ายความเร็วสูง และสามารถส่งข้อมูลข่าวสารในลักษณะข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีทัศน์ ฯลฯ ได้ปริมาณมากตามที่ต้องการ และปัจจุบันมีอีกหนึ่งสื่อที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในหมู่นักสื่อสารผ่านเครือข่ายคือ “สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)” เกิดเป็นชุมชนสังคมออนไลน์หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) (จริยา ปันทวงกูร, 2559) ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารของระบบอินเทอร์เน็ตอย่างมาก สำหรับการพัฒนาการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยในยุค 1.0 ที่กำลังพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จนเข้าไปสู่ยุคเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบของ Web 3.0 ซึ่ง Web 3.0 เป็นเทคโนโลยีหรือแนวความคิดที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลใน Web ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกันทั้งภายใน Web หรือภายในเครือข่ายของโลก ซึ่งก็จะมีรูปแบบ (Format) ข้อมูลในการติดต่อสื่อสารกันในยุคของ Web 3.0 นั้น มีความฉลาดล้ำหน้าไปอย่างมาก ด้วยความฉลาดของ Web 3.0 จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ และทำลายเหล่าผู้พัฒนาเว็บไซต์ และผู้จัดทำเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต (อนุชิต ชบาเหนือจ, 2555)

จากการพัฒนาของยุคอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดคำว่า Social Network ขึ้น โดย Social Network เป็นสื่อประเภทใหม่ที่ได้เข้ามามีบทบาทกับสังคมอย่างมากในตอนนี้ ทำให้ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้คนในสังคม อาจกล่าวได้ว่าการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นกิจกรรมประจำวันของผู้คนทั่วโลก ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีเว็บในยุค 2.0 ที่ก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มคนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเป็นแหล่งรวมกลุ่มของผู้คนในลักษณะเครือข่ายหรือสังคมเสมือนที่มีความสนใจในสิ่งต่างๆ เหมือนกัน และในโลกไร้พรมแดนนี้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถผลิตเนื้อหาข้อมูลเพื่อนำเสนอผ่านเว็บได้เอง ดังนั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นแหล่งสารสนเทศขนาดใหญ่ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยผู้ใช้เครือข่ายสามารถที่จะสร้างหรือระบุรายละเอียดส่วนตัวขึ้นภายในระบบ และเผยแพร่ข้อมูลได้แบบสาธารณะหรือกึ่งสาธารณะ สามารถท่องไปยังพื้นที่ผู้ใช้รายอื่นที่ได้ทำการเชื่อมโยงกันไว้เพื่อเข้าเยี่ยมชมหรือติดตามรายการข้อมูลที่สมาชิกรายนั้นมืออยู่ รวมถึงท่องไปตามรายการเชื่อมโยงที่ถูกสร้างขึ้นโดยสมาชิกรายอื่นในระบบหน่วยงานต่างๆ ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ จึงให้ความสนใจในการพัฒนาเครือข่ายสังคมออนไลน์สำหรับนำไปใช้สนับสนุนการทำงานภายในหน่วยงาน เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ภายในองค์กร (Corporate Social Network) โดยสร้างเป็นชุมชนออนไลน์ขององค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้กับพนักงานและธุรกิจ (พิชฎะภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ และกุลธิดา ท้วมสุข, 2559)

ปัจจุบันเฟซบุ๊กได้เข้ามาเป็นสิ่งที่จำเป็นหนึ่งในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเฟซบุ๊กกลายเป็น Web 2.0 ชั้นนำอันดับต้นๆ ของโลก และเป็นเว็บไซต์ที่ใหญ่ที่สุด เรียกได้ว่ามีอิทธิพลต่อผู้คนจำนวนหลายล้านคนทั่วโลก สามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นความต้องการการเผยแพร่ตัวตน (Identity Network) การเผยแพร่ผลงาน (Interesting Network) หรือเป็นการค้นหาข้อมูลที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่มจนกลายเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตทางการกระจายข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาที่เข้าถึงได้ง่าย โดยไม่มีอุปสรรคทางด้านภาษา จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมเฟซบุ๊กถึงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการข่าวสารต่างๆ การใช้เฟซบุ๊กในเชิงการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการโฆษณาที่ปัจจุบันเริ่มได้รับความนิยมอย่างมาก จนเกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่มีต่อวงการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในโลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ระวีวรรณ แก้ววิทย์, 2553) และปัจจัยที่ทำให้เฟซบุ๊กไม่เหมือนเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ บนอินเทอร์เน็ตที่มีมาก่อนจนทำให้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายคือ หลักการใช้งานของเฟซบุ๊กมีพื้นฐานมาจากตัวตนที่แท้จริง เพราะเมื่อมีการสร้างตัวตนใหม่

ขึ้นมาในการสมัครเข้าใช้งานเครือข่ายนั้น เพื่อนในชีวิตจริงอาจจะจำไม่ได้ และปฏิเสธคำร้องขอในการเป็นเพื่อนร่วมกันในเฟซบุ๊ก อีกทั้งเฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้ความสำคัญในการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยให้อ่านจควบคุมจากผู้ใช้งานเอง อีกทั้งผู้ใช้งานสามารถกำหนดได้ว่าจะให้ใครเห็นข้อมูลอะไรได้บ้างผ่านการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว (ขวัญชนก กมลสุภจินดา, 2557)

ความครอบคลุมดังกล่าว สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กจึงเปรียบเสมือนแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ช่วยเปิดกว้างให้กับผู้คนปัจจุบันสามารถศึกษาหาความรู้ได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลจำนวนมากมหาศาล ที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารกับทุกคน ยิ่งจำนวนผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นเท่าไร ปริมาณข้อมูลที่หมุนเวียนในระบบก็เพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ ด้วยช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารเพื่อการส่งผ่านข้อความไปยังผู้รับส่วนมาจากการโพสต์ การส่งต่อ การนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่เพียงแสดงความสัมพันธ์ของคนในเครือข่าย แต่ยังบ่งชี้ให้เห็นถึงศักยภาพการส่งผ่านข้อมูลที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึงอีกด้วย (สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง, 2559) ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงไม่ใช่เพียงแต่มีความสำคัญเฉพาะนักเรียน/นักศึกษา และบุคคลทั่วไปเท่านั้นที่ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก แต่ยังมีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อความต้องการที่จะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดังกล่าว คือ “กลุ่มผู้บกพร่องทางการมองเห็น” ที่มีจำนวน 87,393 คน หากเทียบผู้บกพร่องทางการมองเห็นกับจำนวนประชากรของประเทศแล้ว อาจดูเหมือนว่าพวกเขาเป็นเพียงคนกลุ่มน้อยในสังคม แต่ในฐานะคนไทยที่อยู่ร่วมสังคมเดียวกัน พวกเขาต่างมีสิทธิเท่าเทียมกันกับคนปกติ เพราะพวกเขาก็เป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถในการเปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความรู้ความสามารถที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่ตนเองและสังคม แต่พวกเขาเหล่านี้ถูกมองเป็นคนกลุ่มน้อยที่ถูกสังคมลืมเลือน จึงส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างพวกเขาและคนอื่นๆ ในสังคมค่อยๆ ห่างหาย และเลือนรางลงไปทั้งๆ ที่สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้นสามารถเชื่อมโยงโลกของผู้บกพร่องทางการมองเห็นกับโลกของคนปกติเข้าด้วยกัน ซึ่งผู้บกพร่องทางการมองเห็นนั้นถือว่าเป็นผู้ที่มีอุปสรรคในการสื่อสารมากที่สุด ในบรรดาผู้ที่มีความบกพร่องทางการมองเห็นด้วยกัน (ศศโสฬส จิตรวานิชกุล, 2542) จะเห็นได้จากการติดต่อสื่อสารของผู้บกพร่องทางการมองเห็นจะต้องใช้ความพยายามเป็นอย่างมากที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในแต่ละครั้ง เพราะการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บกพร่องทางการมองเห็นได้เข้าใจถึงความทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวมากขึ้น รวดเร็ว และถ้ายังสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากเท่าไร รวดเร็วเท่าไร ก็ยิ่งจะเป็นการเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้และการสร้างความเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การพัฒนาเทคโนโลยีด้านนวัตกรรมการสื่อสารจึงได้พัฒนาอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่มีคุณสมบัติพิเศษ ที่รองรับการเข้าถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของผู้บกพร่องทางการมองเห็น เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการสืบค้นข้อมูล ความบันเทิง และที่สำคัญคือ การสื่อสารซึ่งมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันมาก การใช้งานอินเทอร์เน็ตและการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการสื่อสารสำหรับผู้คนในยุคปัจจุบัน ดังนั้นผู้ที่เข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีข้อมูลข่าวสารย่อมได้เปรียบมากกว่าผู้อื่น ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วแล้วเหมาะสมกับผู้ที่มีความพร้อมที่จะใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความพร้อมของร่างกาย การใช้อุปกรณ์ต่างๆ ความรู้ในการใช้งาน เครือข่ายโทรคมนาคม รายได้ และการศึกษา ฯลฯ จึงทำให้เกิด “ความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยี” ที่เกิดช่องว่างของ “ผู้มีข่าวสาร” และ “ผู้ไร้ข่าวสาร” ระหว่างประชากรกลุ่มต่างๆ ในสังคมก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2537) ซึ่งมีประชากรกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้ เนื่องจากอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากข้อบกพร่องทางร่างกายคือ “ผู้พิการ” นั่นเอง

ผู้บกพร่องทางการมองเห็น คือ คนปกติธรรมดาที่ขาดแค่เพียงดวงตา แต่ไม่ได้ขาดสมอง และยังมีประสาทส่วนอื่นๆ ซึ่งหากได้รับการพัฒนาจนมีความรู้ความสามารถช่วยเหลือตนเองได้ ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา อาจจะเป็นการลดอุปสรรคของความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีได้ เพราะปัจจุบันก็มีผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีงานประจำทำ เช่น เป็นครูและเจ้าหน้าที่ในโรงเรียนที่เป็นผู้บกพร่องทางการมองเห็น พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานพิมพ์ดีด และพนักงานคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (วิรัช ตูลยานนท์, 2524) ซึ่งการที่ผู้บกพร่องทางการมองเห็นสามารถทำงานได้ก็เพราะได้รับการศึกษามากขึ้น ตรวจจับที่คนปกติคิดว่าการใช้เฟซบุ๊กให้มีความคาดหวังให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ให้ความรู้ และทักษะต่างๆ ผู้บกพร่องทางการมองเห็นก็เช่นเดียวกัน พวกเขาก็มีความต้องการในการแสวงหาความรู้ และความบันเทิงจากการใช้เฟซบุ๊ก แต่เนื่องจากข้อจำกัดทำให้ช่องทางการแสวงหาความรู้ หรือการรับรู้ของผู้บกพร่องทางการมองเห็นเปลี่ยนไป ดังนั้น เฟซบุ๊กจึงเปรียบเสมือนสื่อแห่งใหม่ของผู้บกพร่องทางการมองเห็น และระบบสื่อที่เปิดกว้างให้โอกาสกับผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่จะมีสิทธิได้รับข่าวสารความรู้เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้

ดังนั้น จากความสำคัญ ศักยภาพ และคุณประโยชน์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการใช้อย่างไร และความพึงพอใจ รวมถึงความคาดหวังของผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายสำหรับคนปกติในปัจจุบัน ที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันระหว่างผู้บกพร่องทางการมองเห็นกับคนปกติที่มีข้อจำกัดทางด้านร่างกายที่ทำให้เกิดความแตกต่างของการใช้เทคโนโลยีต่างๆ หรือการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างเปิดกว้างในสังคมของผู้บกพร่องทางการมองเห็นกับคนปกติ ว่าผู้บกพร่องทางการมองเห็นนั้นมีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจ รวมถึงมีความคาดหวังกับสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอย่างไร อีกทั้งภาคเอกชนก็ยังสามารถนำเอาข้อมูลไปปรับปรุงวางแผนใน

เชิงการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด และการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด กลุ่มใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้บกพร่องทางการมองเห็นได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับพฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร

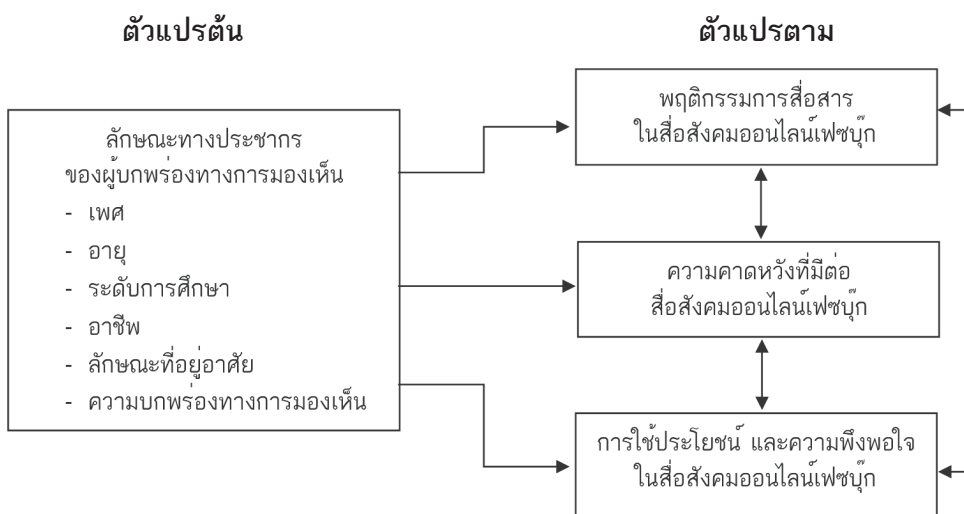
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ วิทยาลัยสารพัดช่างนครหลวง วิทยาลัยราชสุดา มหาวิทยาลัยมหิดล มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย มูลนิธิส่งเสริมอาชีพคนตาบอด โรงเรียนบ้านเด็กรามอินทรา สังกัดมูลนิธิธรรมิกชนเพื่อคนตาบอดในประเทศไทย สมาคมศิษย์เก่าโรงเรียนสอนคนตาบอดกรุงเทพ และมูลนิธิคอลฟิลด์เพื่อคนตาบอด ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ เป็นต้น ซึ่งเป็นพื้นที่ของผู้บกพร่องทางการมองเห็นอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม พร้อมทั้งแบบสอบถามที่เป็นอักษรเบลล์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการอยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น รวมถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการอยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

สมมติฐานที่ 2 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการอยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น

ตัวแปรตาม คือ ความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

สมมติฐานที่ 3 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการอยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

สมมติฐานที่ 4 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการอยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ตัวแปรต้น คือ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เนื่องจากประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มพิเศษและส่วนใหญ่อาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร ที่เป็นจังหวัดที่มีจำนวนประชากรหนาแน่น และมีความหลากหลายมากที่สุด นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นศูนย์กลางของประเทศในทุกๆ ด้าน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) พร้อมทั้งแบบสอบถามที่เป็นอักษรเบลล์ โดยแบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) และคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions)

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม พูดคุย และเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง พร้อมใช้แบบสอบถามที่เป็นอักษรเบลล์ในการเก็บข้อมูลด้วย โดยการลงพื้นที่จัดเก็บในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรที่ต้องการศึกษาแตกต่างกันออกไป คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น ซึ่งการเก็บแบบสอบถามด้วยวิธีดังกล่าวจะช่วยลดความโน้มเอียงของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายถึงลักษณะของข้อมูลตามความแตกต่างกันในลักษณะต่างๆ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร

การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t-Test และ One-way ANOVA ในการทดสอบความแตกต่างตามลักษณะทางประชากรกับความคาดหวังการใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

3. ผลการวิจัย

3.1 ข้อมูลทางประชากรของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15-40 ปี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 51.80) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 15-20 ปี (ร้อยละ 34.03) และน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 4.00) โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 36.00) รองลงมา คือ อนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 21.80) และน้อยที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 7.50) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 32.50) รองลงมา คือ คำชาย (ร้อยละ 18.00) รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 14.80) และน้อยที่สุด คือ รับราชการ (ร้อยละ 5.00) โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ร่วมกับคนปกติ (ร้อยละ 45.80) รองลงมา คือ อยู่ร่วมกับผู้บกพร่องทางการมองเห็นด้วยกัน (ร้อยละ 30.30) และน้อยที่สุด คือ อยู่คนเดียวลำพัง (ร้อยละ 24.00)

3.2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 45.50 หรือคิดเป็น 182 คน มากที่สุด มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 41.00 หรือคิดเป็น 164 คน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมงในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.50 หรือคิดเป็น 194 คน และมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ด้านการหาเพื่อนและคนรู้จัก (\bar{X} =3.80) ถัดไป การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน (\bar{X} =3.77) และน้อยที่สุด คือ การเขียนความคิดเห็นในกระดานข้อความ (Wall) (\bar{X} =2.85)

3.3 ความคาดหวังจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลถึงความคาดหวังที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อต้องการทราบเหตุการณ์ข้อมูลข่าวสาร และความเป็นไปต่างๆ (\bar{X} =3.76) มากที่สุด ความคาดหวังที่สามารถสนทนากับกลุ่มเพื่อนและผู้อื่น (\bar{X} =3.74) ต้องการที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราว และแสดงความคิดเห็นของตนเองได้ (\bar{X} =3.71) ถัดไป ความคาดหวังที่ต้องการหาคำแนะนำความคิดเห็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (\bar{X} =3.61) และความคาดหวังที่มีต่อความต้องการสร้างความเป็นตัวตนของตนเอง (\bar{X} =3.56) ตามลำดับ

3.4 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลถึงการได้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพื่อประโยชน์ด้านการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจมากที่สุด (\bar{X} =3.79) เพื่อการใช้ประโยชน์เพื่อโพสต์รูป และเรื่องราวของตนเอง (\bar{X} =3.76) การใช้ประโยชน์ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม (\bar{X} =3.75) การใช้ประโยชน์ในการสนทนากับเพื่อนและคนอื่นๆ (\bar{X} =3.72) ถัดไป การใช้ประโยชน์เพื่อการแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง (\bar{X} =3.66) และน้อยที่สุดคือ การใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิงและสนุกสนาน (\bar{X} =2.95) ตามลำดับ

3.5 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลถึงความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่สามารถสื่อสารแสดงออกถึงความคิดเห็นต่างๆ ของตนเอง โดยมีความพึงพอใจที่สามารถสร้างสรรค์ความเป็นตัวตนได้ (\bar{X} =3.75) มีความพึงพอใจที่ได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนาน (\bar{X} =3.63) ถัดไป มีความพึงพอใจต่อการรับความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ง่าย และสะดวกรวดเร็ว (\bar{X} =3.61) และที่น้อยที่สุดคือ มีความพึงพอใจที่สามารถสื่อสารแสดงออกถึงความคิดเห็นต่างๆ ของตนเองได้ (\bar{X} =3.40)

3.6 พฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลถึงพฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กว่า เพื่อที่จะสามารถยกระดับตนเองให้เป็นคนทันสมัยในด้านของการ Tag รูปให้เพื่อนและคนรู้จัก (\bar{X} =4.31) รองลงมาคือ เพื่อการสื่อสารกับบุคคลทั่วไปที่รู้จัก (\bar{X} =4.26) เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ กับบุคคลอื่นๆ ได้อย่างง่ายมากยิ่งขึ้น (\bar{X} =4.14) เพื่อการสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ (\bar{X} =4.10) เพื่อหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ชอบหรือสนใจ เช่น กลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ (Fan pang) และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (\bar{X} =4.10) และน้อยที่สุดคือ เพื่อสื่อสารกับเพื่อนสนิท (\bar{X} =4.09)

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็นแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็นแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 3 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็นแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 4 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็นแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

5. อภิปรายผลและสรุปผลการศึกษา

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถูกพัฒนาขึ้นมาหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้คนในปัจจุบันที่มีความต้องการแสดงตัวตนและมีบทบาทในสังคมมากขึ้น โดยมีลักษณะการใช้งานเป็นแบบสร้างพื้นที่ส่วนตัวบนเว็บไซต์ เป็นจุดโยงระหว่างบุคคลแต่ละบุคคลเข้าด้วยกัน เพื่อแบ่งปันเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่ผู้ที่ติดตาม และสามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกันได้อย่างทำให้การสื่อสารระหว่างเพื่อนเก่าหรือเพื่อนใหม่และคนที่ไม่รู้จักกันเกิดขึ้นได้อย่างง่าย ซึ่งในโลกของความเป็นจริงอาจจะไม่ได้มีโอกาสที่จะเจอกันเลยก็ตาม เช่น ไฮไฟฟ์ (Hi5) มายสเปซ (Myspace) และเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น การพัฒนาเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์เหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อคนปกติ แต่เทคโนโลยีเหล่านี้สามารถเอื้อประโยชน์ในด้านการสื่อสารให้แก่บุคคลอีกกลุ่มหนึ่งของสังคมที่กำลังเป็นผู้บริโภค และใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้คือ “ผู้บกพร่องทางการมองเห็น”

สมมติฐานที่ 1 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

จากแนวคิดของของ Bourne (2014) ที่กล่าวว่า เพศหญิงมีแนวโน้มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมเป็นอันดับต้นๆ คือ เฟซบุ๊ก ที่กล่าวไว้ว่า เพศหญิงจะใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยที่พบว่า การศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้บกพร่องทางการมองเห็น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน จึงสอดคล้องกับงานวิจัยวิภาวี จันทรแก้ว (2559) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดั่งตฤณแฟนคลับ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 มากกว่าเพศชาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 โดยมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดด้านประชากรที่เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้นให้เกิดเป็นความเชื่อว่ามีมนุษย์สามารถดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ ดังนั้นพฤติกรรมของคนที่มีความอายุในวัยเดียวกันหรือใกล้เคียงกันจะมีพฤติกรรมเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้กำหนดแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้นๆ

สมมติฐานที่ 2 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาข้างต้น พบว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น มีความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นไม่สามารถรับรู้ด้วยการมองเห็นเหมือนกับคนปกติ ทำให้ผู้บกพร่องทางการมองเห็นคาดหวังแค่เพียงต้องการหากิจกรรมยามว่างเพื่อผ่อนคลายความเหงา และรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ซึ่งผู้บกพร่องทางการมองเห็นไม่สามารถสร้างตัวตนของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้ เนื่องจากผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีความบกพร่องทางการมองเห็น จึงไม่สามารถใช้คุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้อย่างเต็มประสิทธิภาพที่มีทั้งวิดีโอ รูปภาพ การแชร์เพื่อเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับตนเอง เพื่อสร้างความเป็นตัวตนอีกหนึ่งตัวตนบนโลกของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้ แต่เนื่องจากผู้บกพร่องทางการมองเห็น ไม่สามารถใช้คุณสมบัติตรงนี้ของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้ ทำให้ไม่เป็นไปตามงานวิจัยของกายกาญจน์ เสนแก้ว (2558) เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชน Gen-X ในเขตกรุงเทพมหานครที่ต้องการเป็นที่รู้จัก และมีตัวตนในสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่มีค่าร้อยละ 3.98 ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะทุกคนมีความต้องการที่จะเป็นที่รู้จัก มีตัวตนในสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในสังคม ถ้าย้อนไปในอดีตที่การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของคนปกติ ยังเป็นวิธีการดำเนินชีวิตในรูปแบบที่เรียบง่ายจะมีตัวตนแค่ในโลกของความเป็นจริงเท่านั้น ต่อมาสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทุกคน รวมทั้งผู้บกพร่องทางการมองเห็นด้วย ทำให้การดำเนินชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงจนมีความรู้สึกที่มีความเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น แต่ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่มีการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การสนทนา (Chat) การแชร์ (Share) การคอมเมนต์ (Comment) ที่ปรากฏคุณสมบัติในการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก จึงทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเอง

กำลังสร้างให้มีตัวตนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กจึงได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถช่วยให้คนปกติมีคุณค่าและมีตัวตนบนโลกอีกใบหนึ่ง

สมมติฐานที่ 3 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาข้างต้นพบว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน แสดงให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันตามความต้องการของตนเองคือ การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ จากตัวเลขวาค่าเฉลี่ยรวม 3.79 อยู่ในระดับมาก จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ด้วงมณฑน์ ตั้งกิจถาวร (2557) เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ผ่านเฟซบุ๊ก พบว่า การใช้ประโยชน์ส่วนมากนิยมใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ผ่านเฟซบุ๊กในด้านนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากเฟซบุ๊กไปช่วยตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 และข้อมูลข่าวสารที่ได้จากเฟซบุ๊กทำให้ทันต่อเหตุการณ์ ได้รับแรงบันดาลใจ ข้อคิดต่างๆ จากข้อมูลข่าวสารในเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย 4.24 จะเห็นได้ว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นก็มีการใช้ประโยชน์จากการนำข้อมูลที่ได้ จากการค้นคว้าจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก มาใช้ในการช่วยตัดสินใจในด้านต่างๆ เช่นเดียวกับคนปกติ ซึ่งข้อมูลที่ผู้บกพร่องทางการมองเห็นได้รับมานั้น จะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจที่ให้ผู้บกพร่องทางการมองเห็นสามารถที่จะเลือกเปิดรับสื่อในรูปแบบต่างๆ ตามความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของตนเอง

สมมติฐานที่ 4 ผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาข้างต้น พบว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความบกพร่องทางการมองเห็น มีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่าเมื่อผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีพฤติกรรมการสื่อสารจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองจนนำไปสู่ความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เมื่อเปรียบเทียบกับในส่วนลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีความพึงพอใจต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้ถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้นมาสำหรับคนปกติ เมื่อผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อาจทำให้ยังไม่เกิดความพึงพอใจมากนัก ในด้านของการติดต่อสื่อสาร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน กล่าวได้ว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีความบกพร่องทางสรีระทางร่างกายที่แตกต่างจากคนปกติทำให้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กไม่สะดวกและรวดเร็วอย่างที่ต้องการ

แต่อย่างไรก็ตามคนปกติและผู้บกพร่องทางการมองเห็นต่างก็มีความแตกต่างกันในเรื่องของความบกพร่องทางร่างกายที่ทำให้คนปกติมีความพึงพอใจที่มากกว่าสำหรับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก แต่ในส่วนของผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่ไม่สามารถรับรู้ด้วยการมองเห็นแต่ใช้การรับรู้ด้วย “การฟัง” และ “การสัมผัส” แทน ทำให้ผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีอุปสรรคในด้านของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเมื่อเปรียบเทียบกับคนปกติกับผู้บกพร่องทางการมองเห็น จึงมีความพอใจในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือคนรู้จักที่เป็นคนปกติ หรือกลุ่มผู้บกพร่องทางการมองเห็น เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ ได้ สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กจึงเป็นสื่อที่สร้างโลกอีกโลกหนึ่งของการสื่อสารที่สามารถค้นหาเพื่อนใหม่ได้อยู่ตลอดเวลา ผู้บกพร่องทางการมองเห็นจึงลดความเหงาในสังคมลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของผู้บกพร่องทางการมองเห็น คือ ผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีความพึงพอใจที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 อยู่ในระดับที่มาก จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลพรรณ อาภาเวท สาวิตรี ชีวะสาธน์ และชาญ เดชอัศวณ (2554) เรื่อง พฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คือกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ ได้ ที่มีค่าเฉลี่ย 4.08 สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บกพร่องทางการมองเห็นมีความพึงพอใจกับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่มากในระดับการรับรู้ด้วยการฟังของผู้บกพร่องทางการมองเห็นที่แตกต่างกับคนปกติที่ใช้การรับรู้ด้วยการมองเห็น

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากกับพฤติกรรมสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรกับความคาดหวังต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ($r=0.256$) การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์

เฟซบุ๊ก โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูงมาก ($r=0.980$) และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ($r=0.109$) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก พบว่า ความคาดหวังและการใช้ประโยชน์ของผู้ปกครองทางการมองเห็นที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์ระดับมาก ในขณะที่ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ปกครองทางการมองเห็นที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความแตกต่างกันตามอาชีพ และระดับการศึกษา โดยผู้ปกครองทางการมองเห็นที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ และไม่ได้รับการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากระดับการศึกษาของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมของคน ซึ่งผู้ปกครองทางการมองเห็นที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในปริมาณที่มาก เพื่อนำข้อมูลที่ต้องการศึกษานั้นมาเพิ่มความรู้ และนำความรู้ที่ตนเองได้ไปใช้ในการประกอบการศึกษา และการใช้งานของตนเองต่อไป หรือนำไปเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ดีกว่าและเหมาะสมกับความต้องการของตนเอง ซึ่งทางด้านของประมะ สตะเวทิน (2541, น.108) ได้กล่าวไว้ว่า สำหรับสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในปัจจุบันจะเน้นหนักไปในทางการติดต่อสื่อสาร และความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ อาจเนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่มากกว่า และสามารถเข้าถึงการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้เข้าใจมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า และคนที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในด้านของการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูล ข่าวสารที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์มากกว่าด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทางสังคม

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ปกครองทางการมองเห็นที่มีต่อเฟซบุ๊กในฐานะสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการศึกษาเชิงลึกยิ่งขึ้น อาจจะมีแนวโน้มการศึกษาทางการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองทางการมองเห็น

1) การพัฒนาเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกของซอฟต์แวร์ทางด้านของ “เสียง” เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของผู้ปกครองทางการมองเห็นมาก เพราะสามารถช่วยให้ผู้ปกครองทางการมองเห็นสามารถใช้งานได้สะดวกต่อวิถีการดำเนินชีวิตได้อย่างใกล้เคียงกับคนตาดี

2) การพัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารให้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้ปกครองทางการมองเห็นไม่สามารถมองเห็นทำให้การใช้งานเป็นไปอย่างเชื่องช้า จึงควรมีการพัฒนาอักษรเบลล์บนเครื่องมือการสื่อสารที่เป็นโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนโดยตรงสำหรับผู้ปกครองทางการมองเห็น ที่จะช่วยให้รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการสื่อสารของผู้ปกครองทางการมองเห็นเป็นไปในทางที่ดีขึ้น

6. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ตลอดจนกำลังใจที่ดีเยี่ยม จากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณท่าน ดร.สหภาพ พ้อคำทอง ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งคอยชี้แนะแนวทางให้คำปรึกษา และพร้อมที่จะคอยให้ความช่วยเหลือตลอดเวลาที่ต้องการ และขอขอบคุณผู้ปกครองทางการมองเห็นที่น่ารักทุกๆ ท่าน ในความกรุณาตอบแบบสอบถามอย่างตั้งใจและเต็มใจ เพราะถ้าขาดพวกท่าน งานวิจัยฉบับนี้คงไม่สามารถสำเร็จลงได้ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย มูลนิธิคนตาบอดแห่งประเทศไทยที่ให้ข้อมูล คำชี้แนะอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้

7. เอกสารอ้างอิง

กายกาญจน์ เสนแก้ว. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระการศึกษิตตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ขวัญชนก กมลศุภจินดา. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเอเรชั่นวาย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จรรยา ปันทวังกูร. (2559). “เครือข่ายสังคมออนไลน์”. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 : 51-61.

ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2557). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก.

- การค้นคว้าอิสระการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. นคร ธนเสรีชัย. (2533). [ออนไลน์]. *อินเทอร์เน็ตกับโลกยุคปัจจุบัน*. สืบค้นจาก http://nakhon019.blogspot.com/p/blog-page_7776.html.
- ประมะ สดะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.
- พิชญะภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ และ กุศลธิดา ท่วมสุข. (2559). "การพัฒนาเทคโนโลยีเว็บในยุค 2.0." *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย* ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 : 1-22.
- ระวีวรรณ แก้ววิทย์. (2553). [ออนไลน์]. *เทคโนโลยีการพัฒนาการของเว็บไซต์ web 2.0*. สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/30_2/pdf/aw31.pdf.
- วิภาวี จันทร์แก้ว. (2559). "พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ ทศนคติ และการใช้ประโยชน์ กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจดังตฤณแฟนคลับ." *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* งด้า. ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 : 134-152.
- วิมลพรรณ อภาเวท สาวิตรี ชิวะสาธน์ และชาญ เดชอัศวง. (2554). *พฤติกรรมกาสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิรัช ตุลยานนท์. (2524). [ออนไลน์]. *ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของคนพิการ*. สืบค้นจาก http://www.mol.go.th/employee/information_disabilitie.
- ศศิสเฟส จิตรวานิชกุล. (2542). *การศึกษาพฤติกรรม ความสนใจ และความต้องการในการเปิดรับสื่อของคนตาบอดในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาระนารู้ประจำสัปดาห์. (2553). [ออนไลน์]. *ยุคอินเทอร์เน็ต Social Network*. สืบค้นจาก <http://kunlathonstory.blogspot.com/2013/12/social-network.html>.
- สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง. (2559). "พฤติกรรมกาใช้สื่อสังคมออนไลน์กระจายข้อมูลในกลุ่มเยาวชน." *วารสารร่วมพฤษ*. ปีที่ 34 ฉบับที่ 2 : 12-32.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ. (2537). [ออนไลน์]. *เทคโนโลยีกาสื่อสาร*. สืบค้นจาก <https://thanetsupong.wordpress.com>.
- อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2553). *สื่อสังคมออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/saowaluk571031476/khwam-hmay-khxng-sux-sangkham-xxnlin-social-media>.
- อนูจิต ชาบาเหน็จ. (2555). *การจัดการความรู้ สำนักคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- Bourne, L. (2014). *Women are driving the growth of social media, new report says*. Available from : <http://stylecaster.com/women-socialmedia/#ixzz3i0NZTwmO>

ผู้เขียน



น.ส.บุญจรัตน์ สังข์น้อย

นักศึกษาปริญญาโท: สาขาวิชาการสื่อสารสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
การศึกษา : ปริญญาตรี: สาขาวิชามัธยมศึกษาแอนิเมชัน คณะคอมพิวเตอร์บริหารธุรกิจ

ดร.สหภาพ พอค้าทอง

อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
การศึกษา : ปริญญาเอก: สาขาวิชาการจัดการสื่อสาร