

ชื่อโครงการ	การสำรวจระดับความสำคัญของจริยธรรมในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จากมุมมองของผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ Important Level of Ethics in Using Social Media as Perceived by Users
ชื่อผู้วิจัย	ร้อยตำรวจเอกหญิง ดร.มัลลิกา ผลอนันต์
ระยะเวลาที่ทำวิจัย	กุมภาพันธ์ 2554 - กุมภาพันธ์ 2556
ผู้สนับสนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1) เพื่อสำรวจระดับความสำคัญของจริยธรรมในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จากมุมมองของผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแบ่งตามลักษณะความแตกต่างด้านประชากร เพศดิกรรรม และเป้าหมายในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ และ 2) เพื่อสำรวจระดับการปฏิบัติด้านจริยธรรมในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จากมุมมองของผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยแบ่งตามลักษณะความแตกต่างด้านประชากร เพศดิกรรรม และเป้าหมายในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ คณาจารย์และพนักงานมหาวิทยาลัยกรุงเทพ นักศึกษาปริญญาโทและนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 356 คน โดยใช้สถิติความแปรปรวนร่วมพหุคูณ (MANCOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อระดับความสำคัญด้านจริยธรรมในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับจริยธรรมดังกล่าวสูงกว่าเพศชาย และจำนวนเป้าหมายในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อระดับความสำคัญและระดับการปฏิบัติด้านจริยธรรมในการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

Abstract

The purposes of this research were to explore 1) level of the importance of ethics when using social media from the perspectives of social media users divided according to the different demographics, behaviors, and objectives for using social media and 2) level of ethical practices when using social media from perspectives of social media users divided according to the different demographics, behaviors, and objectives for using social media. The study population was three-hundred and fifty six faculties and staffs, graduate students, and undergraduate students. Multivariate analysis of covariance (MANCOVA) was used to analyze the data.

According to statistical findings, the results indicate the following: (1) Males and females are different in term of using social media. Females value level of the importance of ethics when using social media more than males. (2) The difference between the numbers of objectives when using social media affects level of the importance of ethics and level of ethical practices when using social media.