

การตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเครือข่ายสังคมออนไลน์
ของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก *

Awareness of information privacy on online social networking sites of students at the
Faculty of Arts, Silpakorn University: Case study of Facebook.

ผุสดี ดอกพรม (Phussadee Dokphrom)**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก โดยศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ รูปแบบการใช้งาน ข้อมูลที่เปิดเผย การจำกัดการมองเห็นและกลยุทธ์ความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศที่ใช้ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 329 ชุด แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 288 ชุด คิดเป็นร้อยละ 87.54 ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยมากที่สุดคือข้อมูลสถาบันการศึกษา ข้อมูลวันเดือนปีเกิด และความสนใจ โดยข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเพิ่มเพื่อนหรือยอมรับคำร้องขอเพิ่มเป็นเพื่อน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นการมองเห็นข้อมูลจากผู้ไม่พึงประสงค์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การส่งข้อความส่วนตัวแทนการโพสต์บนไทม์ไลน์เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยตระหนักถึงนโยบายความเป็นส่วนตัวและการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการนำข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานเฟซบุ๊กไปใช้ประโยชน์ทางการตลาด

คำสำคัญ 1. ความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ 2. เฟซบุ๊ก 3. เครือข่ายสังคมออนไลน์

Abstract

This study investigates an awareness of information privacy on online social networking sites of undergraduate students in the Faculty of Arts, Silpakorn University by exploring the uses of Facebook, information disclosure, information visibility as well as privacy

* บทความนี้เขียนจากรายงานการวิจัยเรื่องการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก ได้รับทุนสนับสนุนจากคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

This Article is derived from research on Awareness of information privacy on online social networking sites of students at the Faculty of Arts, Silpakorn University: Case of Facebook. The research was funded by Faculty of Arts, Silpakorn University.

**

อาจารย์ประจำภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Lecturer, Department of Library Science, Faculty of Arts, Silpakorn University.

protection strategies that students employed. This study employs quantitative research using questionnaire as research tool for data collection; 288 survey responses giving a response rate of 87.54. The results indicate that information that most respondents reveal on Facebook are information about their school/university, date of birth and their interests. The study reveals that respondents use this information for their friend practices i.e. sending and accepting friend requests. The results of this study also illustrate that most of respondents are aware of information privacy, particularly the visibility of their information to unwanted audience. Most of respondents employ private messaging as a mean to communicate with their Facebook friends. However, respondents are not too well aware of Facebook's privacy policy and the term of use, particularly the use of their personal information and online behavior for commercial purposes.

Keyword: 1. information privacy 2. Facebook 3. online social network

บทนำ

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Site: SNS) ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เฟซบุ๊กถือกำเนิดเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 โดยมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ซึ่งในตอนแรกเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น ต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกา ในเดือนกันยายนปี พ.ศ. 2549 ได้เปิดให้โรงเรียนในระดับมัธยมปลายเข้าร่วมใช้งานได้ และในปี พ.ศ. 2550 เฟซบุ๊กได้เปิดให้บุคคลที่มีอีเมลได้เข้าใช้งาน ซึ่งทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าไปใช้งาน เฟซบุ๊กได้

เฟซบุ๊กได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้นเนื่องจากผู้ใช้งานสามารถนำเสนอตัวตน เผยแพร่ประวัติส่วนตัว ความเป็นตัวเองและเรื่องราวของตนผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว นอกจากนี้ยังสามารถเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายเพื่อพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น โพสต์รูปภาพหรือคลิปวิดีโอ เล่นเกมส์แบบเป็นกลุ่ม รวมทั้งยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริมที่มีอยู่อย่างมากมาย ผลการสำรวจสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งจัดทำโดยบริษัทโซเซียลเอ็ม จำกัด ได้เผยผลการสำรวจเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2557 พบว่าปัจจุบันมีผู้ใช้เฟซบุ๊กทั่วโลกกว่า 1,251 ล้านราย การเติบโตของผู้ใช้เฟซบุ๊กทั่วโลก เมื่อเทียบกับปี 2013 แล้ว เฟซบุ๊ก มีผู้ใช้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 (สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม, 2557)

สำหรับประเทศไทยเฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด จากสถิติผู้ใช้งานเฟซบุ๊กประมาณ 28 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 42 ของประชากรทั้งประเทศ โตขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 53 นับเป็นประเทศที่เฟซบุ๊กเติบโตเร็วที่สุดเป็นอันดับ 3 ของโลก มีผู้ใช้งานเป็นอันดับที่ 9 ของโลก และอันดับ 3 ของกลุ่มประเทศอาเซียน สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ซึ่งพบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊ก ร้อยละ 93.7 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือไลน์ (Line) และ กูเกิ้ลพลัส (Google +) ร้อยละ 86.8 และ 34.6 ตามลำดับ

การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กนั้น มีข้อดีคือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่การสนทนาซึ่งกันและกันเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ลดช่องว่างทางระยะทางและเวลาเพราะทำให้เราได้พบเพื่อนใหม่รวมถึงเพื่อนเก่า ๆ ที่ไม่ได้ติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็วมากขึ้นโดยไม่ใช่แค่การรู้จักกันในกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น แต่ยังทำให้เกิดการสื่อสารกันครอบคลุมทั่วโลก นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านธุรกิจ ด้านการศึกษาและด้านบันเทิง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แบบเฟซบุ๊กสามารถสร้างผลกระทบให้แก่ผู้ใช้ได้เช่นกัน การแสดงออกซึ่งตัวตน รวมถึงข้อมูลส่วนตัวอาจมีการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว การโจรกรรมข้อมูลหรือรูปภาพ การเปิดเผยข้อมูลที่ปราศจากการกลั่นกรองอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งต่าง ๆ หรือบุคคลที่อาจถึง หรือมีส่วนเกี่ยวข้องได้รับความเสียหายได้ เป็นต้น

ความเป็นส่วนตัว (privacy) เป็นปัญหาใหญ่ที่ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญ คณะทำงานร่างมาตรฐาน ISO SC27 ได้ลงมติให้มีการพัฒนามาตรฐาน “PIMS” หรือ “Personal Management System” โดยนำมาใช้ร่วมกับมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISMS (Information Security Management System) แสดงให้เห็นว่า คณะทำงานร่างมาตรฐาน ISO SC27 ในระดับนานาชาติยังเห็นถึงความสำคัญของเรื่อง การป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy Protection)

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มวัยรุ่นอายุ 18-24 ปี เป็นกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด (22 กุมภาพันธ์ 2556) งานวิจัยในต่างประเทศหลายชิ้นศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาผู้ใช้เฟซบุ๊ก พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่มีการใช้งานเฟซบุ๊กตลอดเวลา (Active users) ผู้ใช้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะในปริมาณมากโดยไม่ได้ตระหนักว่าข้อมูลเหล่านี้ถูกมองเห็นโดยบุคคลอื่นที่ไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้พบว่านักศึกษาผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่ไม่รู้และไม่เข้าใจนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy policy) และข้อกำหนดในการใช้งาน (Terms of use) ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Tuunainen, Pitkanen and Hovi, 2009; Young and Quan-Haase, 2009; Govani and Pashley, 2009)

อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทยยังไม่มีผู้วิจัยที่ศึกษาถึงการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศในการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทั้งนี้เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ออกแบบปรับปรุงและวางแผนการเรียนการสอน เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและความเข้มแข็งให้กับนักศึกษา ซึ่งเป็นเยาวชนที่สำคัญของประเทศ ให้เป็นผู้ที่สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัย รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อพัฒนาตนเองให้กลายเป็นบุคคลากรที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบของสารสนเทศที่เปิดเผยบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศและการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศในการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยศึกษาเปรียบเทียบถึงการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจในการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว รูปแบบการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว และสารสนเทศที่นักศึกษาเปิดเผยบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประชากรในการวิจัยคือนักศึกษาชั้นปีที่ 1- 4 คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 1,908 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ตัวแทนนักศึกษา ภาคปกติ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรครอบคลุมทุกชั้นปี ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ชั้นปีที่ 1 – 4 จำนวน 330 คนโดยวิธีคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของ Taro Yamane

3. ขั้นตอนและวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. วิเคราะห์รูปแบบสารสนเทศที่เปิดเผย การตระหนักถึงความเป็นส่วนตัว รูปแบบการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 329 ชุด แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 288 ชุด คิดเป็นร้อยละ 87.54 ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามอยู่ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS ซึ่งมีลำดับผลการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประกอบด้วย เพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 และเพศชายจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 27.7 ชั้นปีที่ 2 จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 28.0 ชั้นปีที่ 3 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และชั้นปีที่ 4 จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2

2. รูปแบบการใช้งานเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กมาเป็นระยะเวลา 3 – 4 ปี มากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ 4 – 5 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ 2 – 3 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้เพื่อเข้าใช้งานโปรแกรมเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เฟซบุ๊กผ่านสมาร์ทโฟนมากที่สุด จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 และ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1

จำนวนเพื่อนของกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ 251 – 500 คน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาคือ 751 – 1000 คน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และ 501 – 750 คน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ประเภทของบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างส่งคำร้องขอเพิ่มเป็นเพื่อนเป็นจำนวนมากที่สุดคือ เพื่อน จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 94.1 รองลงมาคือเพื่อนสนิท จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 88.2 และ คนที่เพิ่งรู้จัก จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 59 อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่ส่งคำร้องขอเพิ่มเป็นเพื่อนให้กับคนที่เจอกันเพียงครั้งเดียวจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และคนที่ไม่เคยรู้จัก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ประเภทของบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างยอมรับคำร้องขอเพิ่มเป็นเพื่อนคือ เพื่อนมีจำนวน 278 คน หรือร้อยละ 96.5 และเพื่อนสนิทมีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 88.9 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ยอมรับคำร้องจากคนที่เพิ่งรู้จักและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 รับคำร้องจากคนที่เคยเจอกันเพียงครั้งเดียว และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ยอมรับคำร้องจากคนที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน

การดำเนินการหากมีคำร้องของบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยรู้จักมาก่อนขอเพิ่มเป็นเพื่อน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สนใจต่อคำร้อง โดยไม่สนใจในคำร้องจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 และกดปุ่มเพิกเฉยเพื่อลบคำร้อง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8 เพิ่มเป็นเพื่อนเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบุคคลนั้น และจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 เข้าไปหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนยอมรับเป็นเพื่อน โดยหากมีความสัมพันธ์กันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอาจรับคำร้อง เช่น ความสนใจหรือศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ยอมรับคำร้องและเพิ่มเป็นเพื่อน

กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานเฟซบุ๊กโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 265 คน คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมาคือการใช้เฟซบุ๊กเพื่อแสดงความคิดเห็นและความรู้สึก จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 74 เพื่อใช้เก็บและเข้าถึงรูปภาพและวิดีโอ จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 และการอัปเดตข้อมูลทางสังคม จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละของวัตถุประสงค์ในการใช้งานเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการใช้งานเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
แสดงข้อมูลส่วนตัว/แนะนำตัว	58	20.1
แสดงความคิดเห็น/ความรู้สึก	213	74
เก็บ/เข้าถึงรูปภาพ หรือวิดีโอ	205	71.2
บันทึกกิจกรรม เหตุการณ์ สถานที่	94	32.6
อัปเดตข้อมูลทางสังคม	201	69.8
ติดต่อกับเพื่อน	265	92
ค้นหาเพื่อนเก่า	68	23.6
ค้นหาเพื่อนร่วมชั้นเรียน/วิชาเรียน	102	35.4
หาเพื่อนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน	50	17.4
หาคู่	8	2.8
อื่น ๆ	20	6.9

กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมกระทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุด คือการติดต่อสื่อสารโดยการส่งข้อความส่วนตัว (แชต) จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 93.4 รองลงมาคือกลุ่มกิจกรรมเพื่อการนำเสนอตัวตนโดยกิจกรรมที่นิยมกระทำคือการโพสต์ลิงค์ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8 การเช็คอินสถานที่ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 การอัปโหลดรูปภาพหรือวิดีโอ จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 และการโพสต์สถานะ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 อย่างไรก็ตาม กลุ่มกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมกระทำรองลงมาคือการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในเครือข่าย โดยการโพสต์คอมเมนต์ จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 การส่งข้อความอวยพรวันเกิดเพื่อนจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และ การกดไลค์ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำน้อยที่สุดคือ การสร้างเหตุการณ์และเชิญชวนเพื่อนเข้าร่วม และการเล่นเกมส์หรือการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ ผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 10.4 และ 56 คน หรือร้อยละ 19.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของกิจกรรมที่ทำบนเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรมที่ทำ	จำนวน	ร้อยละ
อัปโหลดรูปภาพ/วิดีโอ	235	81.6
โพสต์สถานะ	220	76.4
โพสต์คอมเมนต์	193	67.0
เช็คอินสถานที่	236	81.9
กดไลค์	186	64.6
ส่งข้อความส่วนตัว/แชต	269	93.4
โพสต์ลิงค์	253	87.8
สร้างเหตุการณ์	30	10.4
ส่งข้อความอวยพรวันเกิด	190	66.0
เกมส์/แอปพลิเคชัน	56	19.4
อื่น ๆ	6	2.1

3. ข้อมูลที่เปิดเผยบนเฟซบุ๊ก

จากผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุดคือสถาบันการศึกษา จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 รองลงมาคือ ข้อมูลวันเดือนปีเกิด จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 84 และข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยชื่อนามสกุลจริง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 66.6 ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยน้อยที่สุดคือ เบอร์โทรศัพท์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และที่อยู่ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลที่เปิดเผยบนเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลที่เปิดเผยบนเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อ-นามสกุล	192	66.6
วันเดือนปีเกิด	242	84.0
ที่อยู่	47	16.3
อีเมลล์	137	47.6
ทักษะที่เชี่ยวชาญ	55	19.1
สถานภาพความสัมพันธ์	95	32.9
สถาบันการศึกษา	270	93.8
เบอร์โทรศัพท์	15	5.2
ทักษะทางการเมือง	30	10.4
ทักษะทางศาสนา	47	16.3
ความสนใจ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์	217	75.3
อื่น ๆ	2	0.7

4. การควบคุมและการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 286 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีการควบคุมและการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ โดย

1. กลุ่มตัวอย่างมีการจำกัดการมองเห็นข้อมูลส่วนตัว ให้สามารถเห็นได้เฉพาะกลุ่มหรือบุคคลที่ต้องการให้เห็น จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 ให้เห็นได้ทุกคน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 ไม่ทราบว่าข้อมูลส่วนตัวของตนมีใครบ้างที่สามารถมองเห็นได้

2. ข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ตั้งค่าการมองเห็นข้อมูลเพื่อน โดยจำกัดการมองเห็นเฉพาะกลุ่มบุคคลที่พึงประสงค์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 อนุญาตให้ทุกคนสามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อนของตนได้ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อน

3. โปสต์ รูปภาพ และวิดีโอที่กลุ่มตัวอย่างถูกแท็กนั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 มีการตั้งค่าให้สามารถเห็นได้เฉพาะคน/กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างอนุญาตให้บุคคลทุกคนสามารถมองเห็นได้จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับโปสต์ รูปภาพ และวิดีโอที่ตนถูกแท็ก

4. การโพสต์สถานะ รูปภาพ และการเช็คอินสถานที่ กลุ่มตัวอย่างมีการตั้งค่าเพื่อจำกัดให้เฉพาะคน/กลุ่มมองเห็นได้ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 อนุญาตให้ทุกคนเห็นข้อมูลเหล่านี้ได้จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับโปสต์ รูปภาพ และวิดีโอที่ตนโพสต์จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

5. ข้อมูลบนไทม์ไลน์ กลุ่มตัวอย่างจำกัดการมองเห็นข้อมูลบนไทม์ไลน์ของตนเฉพาะคน/กลุ่มจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 อนุญาตให้ทุกคนเห็นข้อมูลบนไทม์ไลน์ได้จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลบนไทม์ไลน์ของตน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

6. ฟีดข่าว หรือกิจกรรมที่ทำบนเฟซบุ๊ก เช่น การกดปุ่มไลค์ การคอมเมนต์และการส่งข้อความอวยพรวันเกิด เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีการจำกัดการมองเห็นข้อมูลฟีดข่าวเฉพาะคน/กลุ่ม จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 อนุญาตให้ทุกคนสามารถมองเห็นข้อมูลได้จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลฟีดข่าวจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละของการจำกัดการมองเห็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล/กิจกรรม	การจำกัดการมองเห็นข้อมูล					
	เฉพาะคน/กลุ่ม		ทุกคน		ไม่ทราบ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้อมูลส่วนตัว	214	74.8	68	23.8	4	1.4
ข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อน	173	60.5	102	35.7	11	3.8
โปสต์/รูปภาพ/วิดีโอที่ตนถูกแท็ก	202	70.6	80	25.0	4	1.4
การโพสต์สถานะ/รูปภาพ/เช็คอิน	199	69.6	84	29.3	3	1.1
ข้อมูลบนไทม์ไลน์	214	74.8	68	23.8	4	1.4
ฟีดข่าว (การกดปุ่มไลค์/คอมเมนต์/อวยพรวันเกิด เป็นต้น)	173	60.5	100	35	13	4.5

จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก โดยการส่งข้อความส่วนตัว (แชต) แทนการโพสต์บนไทม์ไลน์เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูลเป็นกลยุทธ์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.6 รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนตัว (Profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 93.8 และการใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 86.8 ตามลำดับ กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊กที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยที่สุดคือ การปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้ผู้ที่ตนไม่รู้จัก

ทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวของตน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และ การบล็อก (Block) เพื่อไม่ให้บุคคลที่เคยติดต่อนมองเห็นข้อมูลของตน คิดเป็นร้อยละ 57.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของการใช้กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก

กลยุทธ์	เคย		ไม่เคย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การส่งข้อความส่วนตัว (แชต) แทนการโพสต์บนไทม์ไลน์ เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล	281	97.6	7	2.4
การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูลส่วนตัว (Profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก	270	93.8	18	6.3
การใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล	250	86.8	38	13.2
การกรองโพสต์/รูปภาพที่ท่านถูกแท็กก่อนปรากฏบนไทม์ไลน์	221	76.7	67	23.3
การสร้างกลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มย่อยเพื่อให้สามารถมองเห็นข้อมูลบนไทม์ไลน์ของท่านในระดับที่ต่างกัน	213	74.0	75	26.0
การกำหนดค่าปิดข่าวเพื่อจำกัดการมองเห็นข้อมูลของท่าน ป้องกันไม่ให้บุคคลไม่พึงประสงค์เห็นความเคลื่อนไหว	231	80.2	57	19.8
การลบออกจากความเป็นเพื่อน (Unfriend)	246	85.4	42	14.6
การบล็อก (Block) เพื่อไม่ให้บุคคลที่เคยติดต่อนมองเห็นข้อมูลของท่าน	166	57.6	122	42.4
การปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้ผู้ที่ท่านไม่รู้จักรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน	68	33.6	220	76.4

การตระหนักถึงความสำคัญของกลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านนี้ ได้แก่ การส่งข้อความส่วนตัว (แชต) แทนการโพสต์บนไทม์ไลน์เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนตัว (Profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก ($\bar{X} = 4.17$) และ การใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล ($\bar{X} = 4.13$) ตามลำดับ และที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้ผู้ที่ท่านไม่รู้จักรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน ($\bar{X} = 3.04$)

**ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตระหนักถึงความสำคัญของกลยุทธ์การตั้งค่า
ความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของกลุ่มตัวอย่าง**

กลยุทธ์	MEAN	SD	แปลความหมาย
การส่งข้อความส่วนตัว(แชต)แทนการโพสต์บนโซเชียลเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล	4.40	0.76	มาก
การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูลส่วนตัว(Profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก	4.17	0.81	มาก
การใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล	4.13	0.86	มาก
การกรองโพสต์/รูปภาพที่ท่านถูกแท็กก่อนปรากฏบนโซเชียล	4.10	0.86	มาก
การสร้างกลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มย่อยเพื่อให้สามารถมองเห็นข้อมูลบนโซเชียลของท่านในระดับที่ต่างกัน	3.76	0.91	มาก
การกำหนดค่าปิดข่าวเพื่อจำกัดการมองเห็นข้อมูลของท่าน ป้องกันไม่ให้บุคคลไม่พึงประสงค์เห็นความเคลื่อนไหว	3.95	0.93	มาก
การลบออกจากความเป็นเพื่อน (Unfriend)	3.79	1.03	มาก
การบล็อก(Block) เพื่อไม่ให้บุคคลที่เคยติดต่อมองเห็นข้อมูลของท่าน	3.68	1.25	มาก
การปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้ผู้ที่ท่านไม่รู้จักทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน	3.04	1.34	ปานกลาง
รวม	4.00	1.06	มาก

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักถึงนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งยังไม่ตระหนักถึงนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบของเฟซบุ๊ก (เงื่อนไขที่ท่านต้องยอมรับเมื่อใช้งานเฟซบุ๊ก) มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 กลุ่มตัวอย่างที่เคยอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก (ข้อมูลส่วนตัวของท่านที่เฟซบุ๊กนำไปใช้) มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และกลุ่มตัวอย่างที่ทราบว่าเฟซบุ๊กได้นำข้อมูลส่วนตัวของตนไปให้กับบุคคล/กลุ่มบุคคลภายนอกใช้เพื่อวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าเมื่อดาวน์โหลดเกมส์/แอปพลิเคชันต่าง ๆ ผ่านเฟซบุ๊ก เป็นการอนุญาตให้หน่วยงานผู้ให้บริการเหล่านั้นเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวในเฟซบุ๊กของตน จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 73.6 นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทราบว่าข้อมูลส่วนตัวของตนในเฟซบุ๊กสามารถสืบค้นได้จากเสิร์ชเอนจินได้มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 แต่ไม่ทราบว่าสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศจากการสืบค้นโดยเสิร์ชเอนจินได้ มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1

ตารางที่ 7 จำนวนและค่าร้อยละของการตระหนักถึงนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

นโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านเคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบของเฟซบุ๊ก (เงื่อนไขที่ท่านต้องยอมรับเมื่อใช้งานเฟซบุ๊ก)	140	49.3	144	50.7
ท่านอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก (ข้อมูลของท่านที่เฟซบุ๊กนำไปใช้)	125	44.0	159	56.0
ท่านทราบหรือไม่ว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านในเฟซบุ๊กสามารถสืบค้นได้จากเสิร์ชเอนจิน	177	62.3	107	37.7
ท่านทราบหรือไม่ว่าท่านสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศจากการสืบค้นโดยเสิร์ชเอนจินได้	128	45.1	156	54.9
ท่านทราบหรือไม่ว่าเมื่อท่านดาวน์โหลดเกมส์/แอปพลิเคชันต่าง ๆ ผ่านเฟซบุ๊ก ท่านได้อนุญาตให้หน่วยงานผู้ให้บริการเหล่านั้นเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวในเฟซบุ๊กของท่าน	209	73.6	75	26.4
ท่านทราบหรือไม่ว่าเฟซบุ๊กได้นำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปให้กับบุคคล/กลุ่มบุคคลภายนอกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด	134	47.2	150	52.8

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตระหนักถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวบนเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านนี้ ได้แก่ บุคคลไม่พึงประสงค์นำข้อมูลของท่านไปใช้เพื่อทำให้เสื่อมเสีย/ในทางที่ผิดกฎหมาย ($\bar{X}$ = 4.24) และที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ บุคคลที่ไม่พึงประสงค์เห็นข้อมูลของท่าน ($\bar{X}$ = 4.13) และข้อมูลส่วนตัวของท่านถูกเปิดเผย/บุคคลทั่วไปสามารถสืบค้นข้อมูลส่วนตัวของท่านได้จากเสิร์ชเอนจิน ($\bar{X}$ = 4.05) และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ไม่สามารถควบคุมได้ว่าใครจะโพสต์หรือแท็กท่านได้ ($\bar{X}$ = 3.79)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตระหนักถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

กลยุทธ์	MEAN	SD	แปลความหมาย
บุคคลที่ไม่พึงประสงค์เห็นข้อมูลของท่าน	4.13	0.92	มาก
ไม่สามารถควบคุมได้ว่าใครจะโพสต์หรือแท็กท่านได้	3.79	0.99	มาก
บุคคลไม่พึงประสงค์นำข้อมูลของท่านไปใช้เพื่อทำให้ท่านเสื่อมเสีย/ในทางที่ผิดกฎหมาย	4.24	1.05	มาก
ข้อมูลส่วนตัวของท่านถูกเปิดเผย/บุคคลทั่วไปสามารถสืบค้นข้อมูลส่วนตัวของท่านได้จากเสิร์ชเอนจิน	4.05	0.97	มาก
หน่วยงานหรือผู้ผลิตแอปพลิเคชัน/เกมส์นำข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่านไปใช้	3.91	1.03	มาก
เพชบุ๊กนำข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมการใช้งานของท่านไปใช้ประโยชน์ทางการตลาด	3.96	1.01	มาก
รวม	4.00	1.00	มาก

นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ด้านความเป็นส่วนตัว มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 โดยส่วนใหญ่เป็นประสบการณ์ทางอ้อมคือ คนใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน เป็นผู้ประสบปัญหาความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ เป็นต้น โดยประเด็นปัญหาส่วนใหญ่ที่พบเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย เป็นดังนี้

1. บุคคลไม่พึงประสงค์นำข้อมูลไปใช้ในทางที่ทำให้เสื่อมเสียหรือผิดกฎหมาย
2. ไม่สามารถควบคุมได้ว่าใครจะโพสต์หรือแท็กตนได้ โดยอาจมีผลกระทบทางสังคมตามมา เช่น เพื่อนโกรธที่เห็นภาพตนไปเที่ยวโดยไม่ได้ออกให้ทราบ เป็นต้น
3. การถูกรบกวนจากการแท็กเพื่อโฆษณาขายสินค้า
4. ถูกรบกวนจากบุคคลที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การส่งคำร้องขอเพิ่มเพื่อนหรือการส่งข้อความสนทนา ทำให้รู้สึกรำคาญ เป็นต้น

อภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้งานเฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กเป็นระยะเวลา 3 – 4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ 4 – 5 ปี ร้อยละ 31.0 และ 2 – 3 ปี ร้อยละ 14.4 ระยะเวลาในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเฉลี่ยต่อวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งาน มากกว่า 4 ชั่วโมง และ 2 – 4 ชั่วโมงเท่ากัน ร้อยละ 29.2 และใช้เวลาในการใช้งานเฟซบุ๊ก 1 – 2 ชั่วโมง ร้อยละ 25.3 ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา โอฬารักษ์ (2554) ที่พบว่า ระยะเวลาที่นักศึกษาใช้บริการในแต่ละครั้งใช้เวลา 1 – 2 ชั่วโมง และ อะฟีฟี ลาเต๊ะ และคณะ (2555) ซึ่งพบว่ากลุ่ม กลุ่ม

ตัวอย่างอายุ 18 ปี ใช้เฟซบุ๊กแต่ละครั้งมากกว่า 3 ชั่วโมง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอายุ 19 – 20 ปี ใช้เฟซบุ๊กเพียง 1 – 2 ชั่วโมง

อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้เพื่อเข้าใช้งานโปรแกรมเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้ เฟซบุ๊กผ่านสมาร์ตโฟน ร้อยละ 83.3 รองลงมาคือเข้าใช้จากคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 78.5 และคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ร้อยละ 53.1 ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจสถิติการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคนไทย ในปี 2556 ที่พบว่า การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์มือถือมีมากกว่าคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โดยมีอัตราส่วน 64 ต่อ 36 เปอร์เซนต์ (www.zocialinc.com, 2556)

ขนาดของเครือข่ายซึ่งพิจารณาจากจำนวนเพื่อนนั้น พบว่าจำนวนเพื่อนของกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ 251 – 500 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาคือ 751 – 1000 คน ร้อยละ 18.4 และ 501 – 750 คน ร้อยละ 17.8 เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ อะฟีฟิ ลาเต๊ะ และคณะ (2555) ซึ่งพบว่านักศึกษามีจำนวนเพื่อนเฉลี่ยระหว่าง 151 – 300 คน ขนาดของเครือข่ายสังคมของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรมีขนาดใหญ่กว่า ซึ่งขนาดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใหญ่ขึ้นอาจเป็นผลมาจากระยะเวลาในการใช้งานเฟซบุ๊กที่นานขึ้น

กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานเฟซบุ๊กโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 92 รองลงมาคือการใช้เฟซบุ๊กเพื่อแสดงความคิดเห็นและความรู้สึก ร้อยละ 74 ใช้เพื่อเก็บและเข้าถึงรูปภาพและวิดีโอ ร้อยละ 71.2 และเพื่ออัปเดตข้อมูลทางสังคม ร้อยละ 69.8 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาดังกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมกระทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมกระทำบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุดคือ การส่งข้อความส่วนตัว (chat) การแสดงออกหรือนำเสนอตัวตน และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ตามลำดับ โดยกิจกรรมที่นิยมกระทำมากที่สุดคือการส่งข้อความส่วนตัว (chat) ร้อยละ 93.4 กิจกรรมที่นิยมกระทำรองลงมาอยู่ในกลุ่มของการแสดงออกหรือการนำเสนอตัวตน เช่น การโพสต์ลิงค์ ร้อยละ 87.8 การเช็คอินสถานที่ ร้อยละ 81.9 และ การอัปโหลดรูปภาพหรือวิดีโอ ร้อยละ 81.6 และการโพสต์สถานะ ร้อยละ 76.4 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมนำน้อยที่สุดคือ การสร้างเหตุการณ์และเชิญชวนเพื่อนเข้าร่วม และการเล่นเกมส์หรือการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ ผ่านทางเฟซบุ๊ก ร้อยละ 10.4 และ ร้อยละ 19.4 ตามลำดับ ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัตนา โอพาฤกษ์ (2554) และผลการศึกษาของ อีราพร ต้นทีปธรรม (2555) ซึ่งพบว่า กิจกรรมที่นักศึกษานิยมทำมากที่สุดคือการสนทนากับเพื่อน

2. การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและการจัดการเกี่ยวกับเพื่อนของนักศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

จากผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุดคือข้อมูลสถาบันการศึกษา ร้อยละ 93.8 รองลงมาคือ ข้อมูลวันเดือนปีเกิด ร้อยละ 84 และข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจ ร้อยละ 75.3 กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยชื่อ - นามสกุลจริง ร้อยละ 66.6 ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยน้อยที่สุดคือ เบอร์โทรศัพท์ และที่อยู่ ร้อยละ 5.2 และ ร้อยละ 16.3 ตามลำดับ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อะฟีฟิ ลาเต๊ะ และคณะ (2555) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดเผยข้อมูลจริงและแสดงไว้บนหน้าข้อมูลส่วนตัว โดยแสดงวัน เดือน ปีเกิด ข้อมูลสถานศึกษาปัจจุบัน สถานศึกษาเดิม เป็นร้อยละ 92.0 82.0 และ 78.6

ตามลำดับ แต่แสดงเบอร์โทรศัพท์บนหน้าข้อมูลส่วนตัวเพียงร้อยละ 13.3 เท่านั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ellison et. al. (2007) และ Young and Quan-Haase (2009) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงข้อมูลสถานศึกษามากที่สุด ในขณะที่แสดงข้อมูลเบอร์โทรศัพท์น้อยที่สุด

3. การควบคุมการมองเห็นและการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของนักศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการควบคุมและตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ โดยมีการจำกัดการมองเห็นข้อมูลส่วนตัว ให้สามารถเห็นได้เฉพาะกลุ่มหรือบุคคลที่ต้องการให้เห็น ร้อยละ 74.8 อนุญาตให้ทุกคนเห็นได้ทุกคน ร้อยละ 23.8 อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 1.4 ไม่ทราบว่าข้อมูลส่วนตัวของตนมีใครบ้างที่สามารถมองเห็นได้

ข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.5 ตั้งค่าการมองเห็นข้อมูลเพื่อน โดยจำกัดการมองเห็นเฉพาะกลุ่มบุคคลที่พึงประสงค์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 35.7 อนุญาตให้ทุกคนสามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อนของตนได้ และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 3.8 ไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อน

โพสต์ รูปภาพ และวิดีโอที่กลุ่มตัวอย่างถูกแท็กนั้น กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.6 มีการตั้งค่าให้สามารถเห็นได้เฉพาะคน/กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างอนุญาตให้บุคคลทุกคนสามารถมองเห็น ร้อยละ 25 และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 1.4 ไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลเกี่ยวกับโพสต์ รูปภาพ และวิดีโอที่ตนถูกแท็ก

การโพสต์สถานะ รูปภาพ และการเช็คอินสถานที่ กลุ่มตัวอย่างมีการตั้งค่าเพื่อจำกัดให้เฉพาะคน/กลุ่มมองเห็น ร้อยละ 69.6 อนุญาตให้ทุกคนเห็นข้อมูลเหล่านี้ได้ ร้อยละ 29.3 และไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูล ร้อยละ 1.1

ข้อมูลบนโซเชียลมีเดีย กลุ่มตัวอย่างจำกัดการมองเห็นข้อมูลบนโซเชียลมีเดียของตนเฉพาะคน/กลุ่ม ร้อยละ 74.8 อนุญาตให้ทุกคนเห็นข้อมูลบนโซเชียลมีเดียได้ ร้อยละ 23.8 และไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลบนโซเชียลมีเดียของตน ร้อยละ 1.4

ฟีดข่าวหรือกิจกรรมที่ทำบนเฟซบุ๊ก เช่น การกดปุ่มไลค์ การคอมเมนต์และการส่งข้อความอวยพรวันเกิด เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีการจำกัดการมองเห็นข้อมูลฟีดข่าวเฉพาะคน/กลุ่ม ร้อยละ 60.5 อนุญาตให้ทุกคนสามารถมองเห็นข้อมูลได้ ร้อยละ 35 และไม่ทราบว่าใครบ้างที่สามารถมองเห็นข้อมูลฟีดข่าว ร้อยละ 4.5

จากผลการวิจัยข้างต้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการควบคุมและตั้งค่าการมองเห็นข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างตั้งค่าให้สามารถมองเห็นข้อมูลหรือกิจกรรมที่ตนเองกระทำได้เฉพาะกลุ่มหรือบุคคลมากที่สุดในทุกกิจกรรม รองลงมาคือการอนุญาตให้สาธารณะมองเห็นข้อมูลส่วนตัวและกิจกรรมได้ อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ไม่ทราบเกี่ยวกับการตั้งค่าและการควบคุมความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ อะฟีฟี ลาเต๊ะ (2555) Joinson (2008) และ Young and Quan-Haase (2009) ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ปรับค่าความเป็นส่วนตัวจากที่เว็บไซต์เฟซบุ๊กกำหนดเป็นค่าเริ่มต้น โดยให้สามารถมองเห็นได้โดยเพื่อนเท่านั้น

4. กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก กลยุทธ์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุดคือ การส่งข้อความส่วนตัว (chat) แทนการโพสต์บนไทม์ไลน์เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูลร้อยละ 97.6 รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูลส่วนตัว (profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก ร้อยละ 93.8 และการใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล ร้อยละ 86.8 ตามลำดับ กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊กที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยที่สุดคือ การปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้ผู้ที่ท่านไม่รู้จักรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตน ร้อยละ 33.6

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านนี้ได้แก่ การส่งข้อความส่วนตัว (chat) แทนการโพสต์บนไทม์ไลน์เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวด้านข้อมูลส่วนตัว(Profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก ($\bar{X} = 4.17$) และ การใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุดเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่ประสงค์เห็นข้อมูล ($\bar{X} = 4.13$) ตามลำดับ กลยุทธ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับปานกลางและมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือการปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้ผู้ที่ท่านไม่รู้จักรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน ($\bar{X} = 3.04$)

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Young and Quan-Haase (2009) ซึ่งพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับการใช้กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว โดยกลยุทธ์หลักที่นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุดคือ การส่งเมลแทนการโพสต์ข้อความบนเฟซบุ๊กเพื่อไม่ให้บุคคลไม่พึงประสงค์เห็นข้อมูล รองลงมาคือการใช้กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของข้อมูลส่วนตัว (profile) จากค่าเริ่มต้นที่กำหนดโดยเฟซบุ๊ก และกลยุทธ์การใส่ข้อมูลส่วนตัวให้น้อยที่สุด เพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่พึงประสงค์เห็นข้อมูล การบล็อก (block) เพื่อไม่ให้บุคคลที่เคยติดต่องานเห็นข้อมูล และการปลอมแปลงข้อมูลหรือใส่ข้อมูลเท็จเพื่อไม่ให้บุคคลที่ไม่รู้จักรับทราบข้อมูล เป็นกลยุทธ์ที่นักศึกษาเห็นด้วยน้อยที่สุดตามลำดับ

จากผลการวิจัยเมื่อเปรียบเทียบการตระหนักถึงความสำคัญของกลยุทธ์ความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของกลุ่มตัวอย่างสอดคล้องกับการใช้กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ นอกจากนี้ยังพบว่าสอดคล้องกับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำ โดยกลยุทธ์หลักที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุดและตระหนักว่าสำคัญที่สุด คือการส่งข้อความส่วนตัวเพื่อไม่ให้บุคคลไม่พึงประสงค์เห็นข้อมูล ซึ่งพบว่าเป็นกิจกรรมหลักที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้

5. การตระหนักถึงนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊กของนักศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 50 ไม่ตระหนักถึงนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.3 เคยอ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบของเฟซบุ๊ก (Term of use) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 44.0 เคยอ่านนโยบายของเฟซบุ๊กต่อการใช้ข้อมูลของสมาชิกผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Privacy policy) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.2 ทราบว่าเฟซบุ๊กได้นำข้อมูลส่วนตัวของตนไปให้กับบุคคล/กลุ่มบุคคลภายนอกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Pitkanen and Tuunainen (2012) ที่พบว่า นักศึกษามากกว่าครึ่งไม่ตระหนักและไม่รับรู้เกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวจากเฟซบุ๊ก และนักศึกษาร้อยละ 73 ไม่ได้ตระหนักว่าเฟซบุ๊กมีนโยบายนำข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกผู้ใช้เฟซบุ๊กให้บุคคล/กลุ่มบุคคลภายนอกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด นักศึกษาเพียงร้อยละ 15 ที่เคยอ่านเงื่อนไขการใช้เฟซบุ๊ก และนักศึกษา ร้อยละ 21 ที่เคยอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก

เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าเมื่อตนดาวน์โหลดเกมส์/แอปพลิเคชันต่าง ๆ ผ่าน เฟซบุ๊ก ได้อนุญาตให้หน่วยงานผู้ให้บริการเกมส์/แอปพลิเคชันเหล่านั้นเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวในเฟซบุ๊กของตน (ร้อยละ 73.6) และกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 62.3 ทราบว่าข้อมูลส่วนตัวของตนที่ปรากฏในเฟซบุ๊กนั้นสามารถสืบค้นได้จากเสิร์ชเอนจิน อย่างไรก็ตามมีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 45.1 ที่ทราบว่าสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศจากการสืบค้นโดยเครื่องมือช่วยค้น (search engines)

6. การตระหนักถึงความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของนักศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านนี้ได้แก่ บุคคลไม่พึงประสงค์นำข้อมูลของท่านไปใช้เพื่อทำให้ท่านเสื่อมเสียหรือในทางที่ผิดกฎหมาย รองลงมาคือบุคคลที่ไม่พึงประสงค์เห็นข้อมูลของท่าน และข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผยหรือบุคคลทั่วไปสามารถสืบค้นข้อมูลส่วนตัวของท่านได้จากเครื่องมือช่วยค้น (search engines)

ผลการวิจัยการตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเฟซบุ๊กนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาถึงประสบการณ์เกี่ยวกับความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 18.4 มีประสบการณ์ทางอ้อมเกี่ยวกับปัญหาด้านความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ กล่าวคือบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อนเป็นผู้ประสบปัญหาด้านความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศ โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือ บุคคลไม่พึงประสงค์นำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิดกฎหมายหรือทำให้เสื่อมเสีย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2012) ซึ่งพบว่าวัยรุ่นรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลมาจากการแสดงออกของตัวตนและอิทธิพลทางสังคม โดยกลุ่มวัยรุ่นรับรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการที่ได้แสดงออกทางข้อมูล รูปภาพ ความคิดเห็น ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นมีขอบเขตในการแสดงออกเพื่อป้องกันปัญหาที่จะตามมาและไม่ให้เป็นปัญหาสังคม

สรุป

1. จากการศึกษารูปแบบของสารสนเทศที่เปิดเผยบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ข้อมูลส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดเผยมากที่สุดคือข้อมูลสถาบันการศึกษา ข้อมูลวันเดือนปีเกิด และข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจ โดยเมื่อสำรวจพบว่าสอดคล้องกับผลสำรวจรูปแบบการเพิ่มเพื่อน โดยพบว่า ข้อมูลเหล่านี้ เป็นข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพิจารณาเพิ่มเพื่อน และข้อมูลที่นักศึกษาส่วนใหญ่เปิดเผยน้อยที่สุด คือข้อมูลเบอร์โทรศัพท์และที่อยู่

2. จากการศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศบนเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นการมองเห็นข้อมูลจากผู้ไม่พึงประสงค์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตั้งคำถามมองเห็นข้อมูลให้จำกัดเฉพาะกลุ่มหรือบุคคลที่ตนพึงประสงค์ให้เห็นได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ตระหนักถึงนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊กและบุคคล/กลุ่มบุคคลที่สาม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบรวมทั้งนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการนำข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมการใช้งานของตนไปใช้ประโยชน์ทางการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่าถึงแม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับรู้ว่ามีข้อมูลส่วนตัวในเฟซบุ๊กสามารถสืบค้นได้จากเครื่องมือช่วยค้น ซึ่งถูกตั้งเป็นค่าเริ่มต้นโดยเฟซบุ๊ก แต่กลับไม่ทราบว่าสามารถปรับตั้งค่าความเป็นส่วนตัวจากการสืบค้นโดยเครื่องมือช่วยค้นได้ ทั้งนี้ อาจเนื่องจากผลกระทบเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลของ เฟซบุ๊กและ บุคคล/กลุ่มบุคคลที่สามอาจไม่รุนแรงเปรียบเทียบกับผลกระทบจากการมองเห็นโดยบุคคลไม่พึงประสงค์ และกลุ่มตัวอย่างอาจยินยอมให้เฟซบุ๊กและบุคคล/กลุ่มบุคคลที่สามเข้าถึงข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันเหล่านั้น

3. จากการศึกษาเปรียบเทียบการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศกับรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศในประเด็นของการมองเห็นข้อมูลของบุคคลไม่พึงประสงค์ในระดับมาก สอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดเผยน้อยที่สุดและการใช้กลยุทธ์การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศที่จำกัดเฉพาะบุคคลที่ต้องการให้เห็นข้อมูลเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ทั้งในด้านการนำผลวิจัยไปใช้งานและการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านเนื้อหา

1. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่ารูปแบบการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนักศึกษาสอดคล้องกับการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของนักศึกษา นักศึกษาให้ความสำคัญในประเด็นด้านการมองเห็นข้อมูลจากบุคคลไม่พึงประสงค์มากกว่าการตระหนักถึงการนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้งานทางการตลาดจากเงื่อนไขและนโยบายการใช้ข้อมูลของเฟซบุ๊ก ดังนั้นควรมีการจัดการเรียนการสอนหรืออบรมในประเด็นดังกล่าวเพื่อให้ นักศึกษาตระหนักถึงนโยบายความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น

2. จากการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศและมีการควบคุมและตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้สามารถมองเห็นข้อมูลได้เฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่พึงประสงค์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม มีนักศึกษาจำนวนหนึ่งที่ยังเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวสู่สาธารณะและนักศึกษาอีกจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ทราบว่าใครบ้างที่เห็นข้อมูลส่วนตัวของตน ซึ่งควรมีการจัดการเรียนการสอนหรืออบรมให้นักศึกษาตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศให้มากขึ้น

3. จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้นำไปวางแผนพัฒนาและเสริมสร้างให้นักศึกษาสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ โดยสามารถนำไปวางแผนการจัดการเรียนการสอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ให้เน้นประเด็นจริยธรรมด้านสารสนเทศและ

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านนักศึกษาระดับปริญญาตรี ควรมีการศึกษาการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวด้านสารสนเทศของนักศึกษาคณะวิชาและ/หรือมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่สามารถเป็นตัวแทนในการอธิบายข้อค้นพบในการวิจัยได้อย่างน่าเชื่อถือ

2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายปิด ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำวิธีวิจัยแบบอื่นมาใช้ประกอบผลการวิจัย เช่นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อขยายผลการวิจัยและนำข้อมูลมาประกอบประกอบการอภิปรายผล

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

เครือข่ายพลเมืองเน็ต (2556). **คู่มือพลเมืองเน็ต: เข้าใจเน็ต และใช้เน็ตให้ปลอดภัย**. เข้าถึงเมื่อ 16

พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <https://thainetizen.org/wp-content/uploads/2013/05/netizen-handbook-201304.pdf>

จุฑามณี คายนันทน์. (2554). “พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม (www.facebook.com).” วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรพร ตันทีปธรรม. (2555). “การใช้เฟซบุ๊กที่มีผลกระทบต่อสัณยคติของนักศึกษา มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.” ศิษยาภิบาลมหาบัณฑิต (การส่งเสริมสุขภาพ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พนิดา พานิชกุล. (2553). **จริยธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ**. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.

ภาณุวัฒน์ กองราช. (2556). “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย กรณีศึกษา Facebook.” วิทยาสตรมหาบัณฑิต การบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รัตนา โอพาฤกษ์. (2554). การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในสถานศึกษา. ครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

วิมลพรรณ อภาเวช และคณะ. (2554). “พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.” รายงานวิจัย. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2557). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ. ศ. 2557. เข้าถึงเมื่อ 16 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

https://www.etda.or.th/etda_website/files/system/IUP-pocketA5-050814.pdf

สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม. (2557). Thailand Zocial Awards 2014 เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้ Social Network ของไทย. เข้าถึงเมื่อ 16 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

[http://www.m-culture.go.th/surveillance/index.php/2013-08-02-17-09-](http://www.m-culture.go.th/surveillance/index.php/2013-08-02-17-09-28/item/thailand-zocial-awards-2014-เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้-social-network-ของไทย)

[28/item/thailand-zocial-awards-2014-เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้-social-network-ของไทย](http://www.m-culture.go.th/surveillance/index.php/2013-08-02-17-09-28/item/thailand-zocial-awards-2014-เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้-social-network-ของไทย)

อาฟีฟี ลาเต๊ะ และคณะ. (2555). “ทัศนคติที่มีผลต่อการใช้ Facebook ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา.”

วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี 23, 3(ก.ย.- ธ.ค.): 81-97.

ภาษาต่างประเทศ

Afifi Lateh, et. al. (2013). Students attitudes towards Facebook usage in Burapha University.

Journal of the Faculty of Education, Prince of Songkla University (Pattani Campus).

23, 3 (Sep -Dec): 81-97.

Brandtzæg, P. B., Lüders, M., & Skjetne, J. H. (2010). Too many Facebook “friends”? Content sharing and sociability versus the need for privacy in social network sites. *Intl.*

Journal of Human-Computer Interaction, 26(11-12): 1006-1030.

Brien, O, Deirdre., and Ann M. Torres. (2012). “Social networking and online privacy: Facebook users’ perceptions.” **Irish journal of management**. 16(14): 63-97.

Butler, E., E. McCann, and J. Thomas. (2011). "Privacy setting awareness on Facebook and its effect on user-posted content." **Human Communication** 14(1): 39-55.

Culture Surveillance Bureau. (2014). Thailand zocial award 2014. [online]. Accessed November, 16. Available from <http://www.m-culture.go.th/surveillance/index.php/2013-08-02-17-09-28/item/thailand-zocial-awards-2014-เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้-social-network-ของไทย>

Debatin, B. and others. (2009). “Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences.” **Journal of Computer-Mediated Communication**. 15, 1 (October): 83-108.

Electronic Transactions Development Agency. (2014). **Internet user profile 2014**. [Online]. Accessed November, 16. Available from https://www.etda.or.th/etda_website/files/system/IUP-pocketA5-050814.pdf

Govani, T. And Harriet Pashley. (2009) “Student awareness of the privacy implications when

- using facebook.” [Online] Accessed May,30 2013. Available from <http://lorrie.cranor.org/courses/fa05/tubzhlp.pdf>
- Hargittai, Eszter. (2010). "Facebook privacy settings: Who cares?." **First Monday** 15.8.
- Hoadley, C. M., Xu, H., Lee, J. J., & Rosson, M. B. (2010). Privacy as information access and illusory control: The case of the Facebook News Feed privacy outcry. **Electronic commerce research and applications**, 9(1) :50-60.
- Joinson, Adam N. (2008). "Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of facebook." In **Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems**. ACM.
- Juthamane Kayanan. (2011). "Behavior and the impact of using social network site: (www.facebook.com)." Master of Arts, Program in Mass Communication Administration, Faculty of Tourism and Mass Communication, Thammasat University.
- Kolek, E. A., & Saunders, D. (2008). Online disclosure: An empirical examination of undergraduate Facebook profiles. **NASPA Journal**, 45(1).
- Lakshminarasimha, A. and Vijayan, Ajay. (2008). Value Chain Analysis: Social Networking Communities. **ICFAI Journal of Marketing Management**, 7(3)
- Lipford, Heather Richter, Andrew Besmer, and Jason Watson. (2008). "Understanding privacy settings in Facebook with an audience view." **UPSEC**, 8: 1-8.
- Liu, Yabing, et al. (2011). "Analyzing facebook privacy settings: user expectations vs. reality." In **Proceedings of the 2011 ACM SIGCOMM conference on Internet measurement conference**. ACM.
- Pitkanen, O. and Virpi Kristiina Tuunainen. (2012). Disclosing personal data socially- an empirical study on Facebook users' privacy awareness. **Journal of information privacy security**, 8(1): 3-29.
- Rattana Oralerk. (2011). "The study of life style and using social network behaviors of the teenager in college." Master of Science in Industrial Education, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi.
- Strater, K., and Heather Lipford. (2008). "Strategies and struggles with privacy in an online social networking community". In **Proceedings of the 22nd British HCI Group Annual Conference on People and Computers: Culture, Creativity, Interaction**. 111-119. Accessed May, 30 2013. Available from <http://delivery.acm.org/10.1145/1540000/1531530/p111-strater.pdf?ip=202.44.135.34&acc=ACTIVE%20SERVICE&key=C2716FEBFA981EF193C6ED4A45250D2F7BA6AB9E62646A02&>

- CFID=221603816&CFTOKEN=30932980&__acm__=1370249022_9c273256036ddf812da
d15a8e9bee0f1
- Tarasow, T., Aristodemou, E., Shitta, G., Laouris, Y., & Arsoy, A. (2010). Disclosure of personal and contact information by young people in social networking sites: An analysis using Facebook profiles as an example. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 6(1): 81-101.
- Thai Net Citizen Network. (2014). **Netizen handbook**. [online]. Accessed November, 16. Available from <https://thainetizen.org/wp-content/uploads/2013/05/netizen-handbook-201304.pdf>
- The White House. (2012). Consumer Data Privacy in a Network World: A Framework For Protecting Privacy and Promoting Innovation in the Global Digital Economy. Accessed November, 16 2014. Available from <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/privacy-final.pdf>
- Teeraporn Tontheeptam. (2012). “Using Facebook that affected Chiang Mai University students’ life style.” Master of Education (Health Promotion), Chiangmai University.
- Tuunainen, V. K, Olli Pitkänen, and Marjaana Hovi. (2009). “Users’ Awareness of Privacy on Online Social Networking sites –Case Facebook.” Paper presented at **22nd Bled eConference eEnablement: Facilitating an Open, Effective and Representative eSociety**. June 14 - 17, Bled, Slovenia. Accessed May, 30 2013. Available from [https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/9b675b5e811394f0c125760000390664/\\$FILE/1_Tuunainen.pdf](https://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/0/9b675b5e811394f0c125760000390664/$FILE/1_Tuunainen.pdf)
- Panida Panichkul. (2553). **Ethics in information technology**. Bangkok : KTP Com and Consult.
- Wang, N., Xu, H., & Grossklags, J. (2011). Third-party apps on Facebook: privacy and the illusion of control. In **Proceedings of the 5th ACM Symposium on Computer Human Interaction for Management of Information Technology** (p. 4). ACM.
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3): 203-220.
- Wimonpan Arpavate, et al. (2011). “Communication behavior on Facebook of students at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon”. Research Report. Faculty of Mass Communication Technology.
- Young, A. L., & Quan-Haase, A. (2009). Information revelation and internet privacy concerns on social network sites: a case study of Facebook. In **Proceedings of the fourth international conference on Communities and technologies** (pp. 265-274). ACM.