

พฤติกรรมกาารเสพติดอินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต
ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

นางสาว ธนิกานต์ มาชะศิริานนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-3041-1

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INTERNET ADDICTING BEHAVIOR
AND FACTORS RELATED TO INTERNET ADDICTION

Miss Thanikarn Makasiranonth



A Thesis submitted in Partial fulfillment of the Requirement
for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism
Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2002

ISBN 974-17-3041-1

ธนิกันต์ มาชะศิริานนท์ : พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (INTERNET ADDICTING BEHAVIOR AND FACTORS RELATED TO INTERNET ADDICTION) อ.ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ , หน้า 185 หน้า. ISBN 974-17-3041-1.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อ การประเมินความสัมพันธ์ของตนเองกับอินเทอร์เน็ต ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัญหาทางด้านจิตวิทยา และปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างผู้ที่เสพติด 217 คนและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต 697 คน

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ผู้ที่เสพติดจะมีการใช้บริการและประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองของความต้องการทางด้านอารมณ์ สังคม และจิตใจสูงกว่า แต่จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ในส่วนของการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับสื่อ นั้น ผู้ที่เสพติดจะประเมินว่าตนเองมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต รู้สึกถูกดึงดูใจจากสื่ออินเทอร์เน็ต ได้รับผลกระทบจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดเช่นเดียวกัน และผู้ที่เสพติดจะตระหนักรู้ถึงภาวะการเสพติด แต่ไม่สามารถลดหรือหยุดใช้ได้

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางจิตวิทยานั้นเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเสพติด เมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด พบว่าผู้ที่เสพติดนั้นจะประสบกับปัญหาทางจิตใจ ปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม และมีแนวโน้มที่จะเสพติดสิ่งอื่น ๆ มาก่อนมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด

เมื่อพิจารณาในเรื่องปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดก็พบว่า ลักษณะทางอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นจะส่งผลให้ผู้เสพติดและไม่เสพติดมีความแตกต่างกันในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ต และการประเมินตนเองกับสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย

โดยผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัย และเสนอข้อแนะนำสำหรับงานวิจัยต่อไป

ภาควิชา วารสารสนเทศ
สาขาวิชา วารสารสนเทศ
ปีการศึกษา 2545

ลายมือชื่อนิติ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4485072728 : MAJOR JOURNALISM

KEYWORD : INTERNET ADDICTING/ BEHAVIOR/ FACTORS RELATED

THANIKARN MAKASIRANONTH : INTERNET ADDICTING BEHAVIOR
AND FACTORS RELATED TO INTERNET ADDICTION. THESIS ADVISOR :
DUANG-KAMOL CHARTPRASERT , Ph.D. 185 pp. ISBN 974-17-3041-1.

This survey research aims to study internet addicting behavior and factors relating to internet addictions of users in Thailand. The study compared the internet usage, the perceived relationship of self and internet, the demographic variables, the psychological problems and the social relation problems of 217 internet addicted users with those of 697 non-addicted users.

Results indicate that the addicted internet users spend more time on the Internet than the non-addicted users. They use the Internet to serve psychological and social needs more than the non-addicted users but use the internet less for information seeking. The addicted users rate their internet skills, the extent to which they are attracted by the Internet and the effects of the internet higher than the non addicted users. The addicted users are aware of the fact that they are addicted to the internet, its effects but cannot reduce their usage.

Results also indicate that psychological factors are primary causes of internet addiction. Compared to the non-addicted users, the addicted users have more psychological problems, social relation problems and tend to be more addicted to other things.

Among demographics factors, age, educational level and occupation are found to relate to internet addiction. Also, demographic factors relate to internet usage and the assessment of self and the internet differently in the addicted and the non-addicted group.

The researcher discussed the results and offers suggestions for further studies.

Department.....Journalism.....
Field of study.....Journalism.....
Academic year.....2002.....

Student's signature.....
Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากปราศจากความช่วยเหลือของบุคคลดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ซึ่งให้ทั้งแนวคิดและมุมมองที่เป็นประโยชน์อย่างสูงในงานวิจัย รวมทั้งทุ่มเททั้งเวลา แรงกายและแรงใจให้แก่ศิษย์มาโดยตลอด ซึ่งหากปราศจากท่าน วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ก็คงไม่สามารถสำเร็จได้อย่างแน่นอน ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.พิงรอง รามสูต อดิเรกนันทน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการทำให้วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ คณะนิเทศศาสตร์ และพี่นาย ที่คอยให้กำลังใจและความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอบคุณ นายณัฐพงศ์ เกศมาริช และครอบครัวเกศมาริช สำหรับความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล และเป็นกำลังใจอันยิ่งใหญ่ของผู้วิจัย

สุดท้าย ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่ให้ความรัก ความห่วงใย และสนับสนุนในเรื่องการเรียนมาโดยตลอด จนทำให้ลูกประสบความสำเร็จในที่สุด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
คำนิยามของการเสพติด.....	5
สาเหตุของการเสพติด.....	8
ผลกระทบจากการเสพติด.....	16
แนวคิดการเสพติดสื่อ.....	16
นิยามการเสพติดสื่อ.....	16
สาเหตุของการเสพติดสื่อ.....	18
ผลกระทบจากการเสพติดสื่อ.....	20
แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่.....	21
ความดึงดูดใจของสื่ออินเทอร์เน็ต.....	24
แนวคิดการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	25
นิยามการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	25
ลักษณะพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	26
สาเหตุของการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	29
ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ.....	31
การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ.....	34
ลักษณะของอินเทอร์เน็ตกับการตอบสนองความต้องการ.....	39
ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ.....	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลกระทบจากการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	52
ทฤษฎีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวกำหนด.....	55
สมมติฐานการวิจัย.....	58
นิยามตัวแปร.....	58
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	59
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	60
ขอบเขตการวิจัย.....	60
ประชากร.....	60
กลุ่มตัวอย่าง.....	60
ตัวแปรและวิธีวัดตัวแปร.....	61
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
การประมวลผลข้อมูล.....	72
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	73
คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	78
เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต.....	79
สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	80
บริการที่ใช้อินเทอร์เน็ต.....	80
การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ.....	82
การประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต.....	84
การประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	86
การประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต.....	88
การประเมินผลกระทบในด้านต่างๆจากการใช้อินเทอร์เน็ต.....	90
ความรู้สึกเมื่อได้เข้าใช้และไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต.....	91
การประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเอง.....	95

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
คุณลักษณะทางประชากรและการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	95
ลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจและการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	99
ลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมและการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	100
ประวัติการเสพติดของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต.....	102
การทดสอบผลเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางประชากรศาสตร์ และการใช้อินเทอร์เน็ต ในกลุ่มผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด.....	103
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	144
สรุปผล.....	145
ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด ในด้านพฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ตและวัตถุประสงค์ในการใช้.....	150
ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด ในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสื่อ.....	151
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	155
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับการใช้อินเทอร์เน็ต ระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	159
การอภิปรายผล.....	167
ข้อเสนอแนะ.....	170
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	171
รายการอ้างอิง.....	173
ภาคผนวก.....	178
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	185

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	จำนวนและร้อยละตามเพศของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตารางที่ 2	จำนวนและร้อยละตามอายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตารางที่ 3	จำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละตามอาชีพของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม.....	75
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละจำแนกตามเกณฑ์การเสพติดอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	76
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตและการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	79
ตารางที่ 7	ค่าเฉลี่ยเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	79
ตารางที่ 8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่และการเสพติดอินเทอร์เน็ต.....	80
ตารางที่ 9	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	81
ตารางที่ 10	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติด และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	82
ตารางที่ 11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	85
ตารางที่ 12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	87
ตารางที่ 13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	89
ตารางที่ 14	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	90
ตารางที่ 15	จำนวนและร้อยละตามความรู้สึกเมื่อได้ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	92
ตารางที่ 16	จำนวนและร้อยละตามความรู้สึกเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละตามการประเมินเกี่ยวกับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ของผู้ที่เสพติด และผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	95
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต... ..	95
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต... ..	96
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	97
ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต..	98
ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะปัญหาทางจิตใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	99
ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	100
ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละตามประวัติการใช้สารเสพติด หรือการยึดติดสิ่งใดสิ่งหนึ่งของผู้ที่เสพติดและผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต.....	102
ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดเพศชาย และหญิง.....	103
ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดที่อายุต่างกัน.....	105
ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติด และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	108
ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน.....	111
ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตเพศชาย และหญิง.....	114
ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่างกัน.....	116
ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน..	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่าง.....	122
ตารางที่ 33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตเพศชาย และหญิง.....	125
ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่อายุต่างกัน.....	127
ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน..	130
ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน.....	133
ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตเพศชาย และหญิง.....	137
ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่างกัน.....	138
ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน..	140
ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน.....	142
ตารางที่ 41 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	145

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประโยชน์ เป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่ใช้งานสะดวก ง่าย สามารถแสดงข้อมูลตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหว และเสียงออกมาได้ในคราวเดียวกัน ผู้สื่อสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด ทำให้คู่สนทนาที่อยู่ไกลกันในสถานที่ต่างกันสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือส่งข้อความติดต่อกันได้อย่างทันทีทันใด ทำให้ความแตกต่างในด้านสถานที่ (space) และเวลา (Time) หดสั้นไป

สื่ออินเทอร์เน็ตนี้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้มีอิสระในการใช้สูง เนื่องจากผู้ใช้สามารถใช้สื่อได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนในโลก ทั้งยังสามารถเลือกเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความบันเทิงได้ตามที่ตนเองต้องการอีกด้วย และด้วยการรวบรวมคุณสมบัติ ข้อดีของสื่ออื่นๆ เช่น โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ เข้ามาไว้ในตัว ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างดียิ่ง

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยตอบสนองต่อความต้องการให้แก่ผู้ใช้ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น ทางด้านการเรียนรู้ การศึกษา ธุรกิจหรือเพื่อความบันเทิง โดยผ่านการให้บริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นสื่อ เป็นเครื่องมือที่มีอำนาจ ซึ่งได้แพร่กระจายเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของประชากรทุกกลุ่ม จากข้อมูลของ www.internet.com เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2002 ระบุว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกปัจจุบันถึง 445.9 ล้านคนแล้ว และเมื่อดูอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยก็พบว่าจากปี 2540 นั้นมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 220,000 คน แต่ในปัจจุบันมีผู้ใช้มากถึง 4,800,000 คน (ตามการประมาณการผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2545 ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, NECTEC) ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูง

ในแง่มุมมองของการพัฒนาสังคมนั้น อินเทอร์เน็ตก็เป็นเทคโนโลยีที่เป็นความหวังในการพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เน็ตเพื่อพัฒนาทางการศึกษา (SchoolNet) ทางด้านการเมือง โดยใช้อำนวยให้มีรูปแบบการเมืองแบบประชาธิปไตยโดยตรง (Direct

Democracy) เช่น การแสดงความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะหรือการจัดตั้งอินเทอร์เน็ตตำบล รวมทั้งการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ จะเห็นว่าอินเทอร์เน็ตนี้มีประโยชน์มากมาย แต่ท่ามกลางประโยชน์ที่กล่าวมา ก็มีปัญหาเกิดขึ้นในสังคม เนื่องจากธรรมชาติของสื่อทำให้ไม่สามารถรู้ได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคือใคร ทำให้บุคคลไม่เปิดเผยตัวตนที่แท้จริง บุคคลจะรู้สึกสะดวกสบายใจกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเปิดโอกาสให้คนแสดงความรู้สึก แสดงออกในสิ่งที่ไม่สามารถกระทำได้ในชีวิตจริงในอินเทอร์เน็ต ทำให้บางคนเกิดความรู้สึกยึดติดและพึ่งพิงกับการใช้สื่อ

ผู้จะใช้สื่อนี้ในปริมาณที่มาก จนทำให้เกิดผลเสียต่อชีวิตของผู้ใช้และบุคคลรอบข้างในระดับที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเราเรียกพฤติกรรมการใช้ลักษณะนี้ว่า **“การเสพติดอินเทอร์เน็ต”** จากผลการสำรวจของ Jupiter Communication, Inc (New York), 2002 พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 116 ล้านคนในสหรัฐอเมริกา มีผู้ใช้จำนวน 5-10% ที่แสดงลักษณะว่ามีการเสพติดอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังได้มีการศึกษาพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยโดย ชัชพงศ์ ตั้งมณี และสามารถ สี่จำปี (2544) โดยพบว่า นิสิตปริญญาตรีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มี 10% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในขั้นเสพติด

ในปัจจุบันปัญหาเรื่องการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเริ่มทวีความรุนแรงและได้รับความสนใจกันมากขึ้นจากหน่วยงานของภาครัฐ เช่น สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น กรมสุขภาพจิต ที่ได้จัดให้มีแบบทดสอบการติดอินเทอร์เน็ตของตนเองผ่านทาง www.thaimental.com พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและวิธีแก้ไขพฤติกรรมเสพติด (หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน ฉบับวันที่ 7 มกราคม 2546) รวมทั้งในปัจจุบัน ปัญหาการเสพติดอินเทอร์เน็ตที่เป็นประเด็นทางสังคม ก็คือ การเล่นเกมส์ของเด็ก จากความแพร่หลายของเกมส์ Ragnarok ในหมู่เด็กและวัยรุ่นไทย ทำให้เกิดพฤติกรรมการเล่นเกมที่มาก จนกระทั่งส่งผลกระทบต่อทั้งด้านการเรียน การเงิน ความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง ซึ่งทำให้สังคมไทยเกิดการตื่นตัวกับปัญหานี้และได้มีการวางมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันมิให้เด็กเล่นเกมมากจนเกินไป (หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก ฉบับวันที่ 10 กุมภาพันธ์, 11 มีนาคม, 17 มีนาคม 2546)

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ ดังนั้นการจะแก้ปัญหามันโดยไม่ส่งเสริมให้ใช้เทคโนโลยีจึงไม่น่าจะเป็นทางออก แต่ควรจะเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ การเสพติดอินเทอร์เน็ตเพื่อหามาตรการแทรกแซงเพื่อป้องกัน หรือบรรเทาปัญหา ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการวิจัยในต่างประเทศเกี่ยวกับพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตและผลกระทบต่างๆ โดยพบว่า

การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะส่งผลกระทบต่อชีวิตผู้เสพติด และบุคคลรอบข้าง รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการเสพติดนั้นจะมีความสัมพันธ์กับลักษณะปัญหาทางจิตใจและอารมณ์ของผู้เสพติดด้วย Young (1996), Loytsker และ Aiello (1997), Mukopadyay และ Scherlis (1998)

ในประเทศไทยซึ่งมีสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างออกไปนั้นอาจจะส่งผลถึงสภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างออกไปด้วย ซึ่งยังไม่มีใครวิจัยเรื่องนี้อย่างชัดเจน ดังนั้นในการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการเสพติดอินเทอร์เน็ตและผลกระทบของการเสพติดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยเน้นศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมต่อการเสพติดอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อนำไปสู่การกำหนดมาตรการในการป้องกันหรือบำบัดต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามดังต่อไปนี้

1. ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีลักษณะพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไร และต่างจากพฤติกรรมกรรมการใช้ของผู้ที่ไม่เสพติดอย่างไร
2. ผู้เสพติดและไม่เสพติดประเมินความสัมพันธ์ของตนเองกับอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างไร โดยดูจากการประเมินความดึงดูดใจของอินเทอร์เน็ต ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต และการเสพติดอินเทอร์เน็ต
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะปัญหาทางจิตใจและปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตหรือไม่
4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความดึงดูดใจของอินเทอร์เน็ต และการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต จะเป็นไปในลักษณะเดียวกันหรือไม่ระหว่างกลุ่มผู้เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้สังคมได้ตระหนักถึงลักษณะของปัญหา และได้นำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมได้ต่อไป
2. ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลให้แก่ครอบครัว สถานศึกษา รวมทั้งภาครัฐและเอกชน ในการประกอบการหามาตรการเพื่อลดการเสพติดอินเทอร์เน็ตในสังคมไทย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเสพติดอินเทอร์เน็ตถือเป็นการเสพติดประเภทหนึ่ง ซึ่งการเข้าใจการเสพติดทั่วไป จะทำให้เราเข้าใจการเสพติดอินเทอร์เน็ตได้ดีขึ้นด้วย

คำนิยามของการเสพติด

คำนิยามการเสพติดนั้นได้มีผู้ให้ความหมายอยู่หลาย

คน(Fingarette,1988:Nakken,1988:Mednick,1989:Wilbanks,1989:Carnes,1992:Truan,1993) ซึ่งมีความสอดคล้องกันว่าพฤติกรรมที่เรียกว่าเสพติดนั้น บุคคลจะมีความหมกมุ่น ถูกครอบงำ ทั้งเรื่องเวลา พลังงาน สูญเสียการควบคุมจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การเสพติดนั้นเป็นพฤติกรรมที่ให้ความรู้สึกดีกับคนที่ถูกดึงดูดให้มีรูปแบบพฤติกรรมซ้ำ ๆ ทำให้คนขาดความรับผิดชอบในผลการกระทำ จากพฤติกรรมของเขาและให้ความพึงพอใจกับชีวิตของบุคคลนั้น

ในวงวิชาการแพทย์นั้นได้มีการเอ่ยถึงการเสพติดอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรก ใน Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder (DSM – 1) โดยสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน : American Psychiatric Association (APA) , 1952 ได้บรรจุอาการเสพติดแอลกอฮอล์ และยา ไว้ในกลุ่มพฤติกรรมที่เป็นปัญหาสังคม ต่อมาก็ได้ให้ความสำคัญกับการเสพติดมากขึ้น โดยได้แยกออกเป็นกลุ่มอาการต่างหาก ใน DSM 3 (APA) , 1980 นั้นได้ระบุรายละเอียดมากขึ้น ว่า สารเสพติดจะแบ่งออกเป็น แอลกอฮอล์ กัญชา ฝิ่น โคเคน แอมเฟตามีน บาบิเวเรต เพนซิลิดีน โดยระบุว่าพฤติกรรมการเสพติดนั้น เป็นพฤติกรรมการใช้สารในทางที่ผิด และยึดติดกับสารนั้น เป็นรูปแบบการใช้ที่ทำให้เกิดโรค เกิดความเสียหายให้กับระบบสังคม และอาชีพการงาน และเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะทนทาน (tolerance) มีการใช้อย่างต่อเนื่อง และมีลักษณะอาการอยากยาเมื่อหยุดใช้

จนกระทั่งถึงใน DSM – 4 ,1994 ก็ได้มีการกำหนดวิธีการวินิจฉัยผู้ที่มีอาการเสพติด ซึ่ง
เป็นหลักเกณฑ์ที่นิยมใช้ทั่วไป โดยผู้เสพติดจะมีพฤติกรรมหรืออาการอย่างน้อย 3 ข้อจากรายการ
ต่อไปนี้

- 1). เมื่อบุคคลไม่ได้ใช้หรือเสพก็จะคิดคำนึงถึงการใช้ หรือพยายามหาเวลา หาวิธีทางที่จะเสพ
- 2). บุคคลจะใช้เวลากับมันมากกว่าที่ตั้งใจเอาไว้
- 3). บุคคลต้องการเพิ่มเวลาใช้ เพื่อเข้าถึงหรือสนองความต้องการทางด้านอารมณ์และจิตใจ หรือ
ผลตามที่ต้องการ และไม่สามารถดำรงเวลาใช้เท่าเดิมได้อีกต่อไป
- 4). มีอาการกระวนกระวาย กระสับกระส่าย ถูกรบกวนทางจิตใจ เมื่อไม่ได้ใช้
- 5). มีความต้องการที่จะหยุด หรือควบคุมการใช้ครั้งแล้วครั้งเล่า แต่ก็ไม่สามารถทำได้สำเร็จ
- 6). มีความรู้สึกเคลิบเคลิ้ม มีความสุข ถูกครอบงำจากการใช้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ
- 7). กิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ ในชีวิตจะถูกละทิ้ง หรือลดลงเพราะมันเข้ากันไม่ได้กับการใช้
- 8). บุคคลดำรงการใช้อย่างต่อเนื่อง แม้จะได้รับผลกระทบ หรือทำให้เกิดปัญหาจากสังคม หน้าที่
การทำงาน ปัญหาทางจิตและร่างกาย
- 9). การใช้นั้นจะช่วยผ่อนคลายเป็นระยะ ระบายอารมณ์ ความกระวนกระวายได้

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอื่น ๆ ได้เอ่ยถึงอาการของผู้เสพติดในทำนองเดียวกัน เช่น

Lesieur และ Blume (1987) ก็ได้กำหนดลักษณะพฤติกรรมการเสพติดที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์
ดังกล่าวไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

- 1). บุคคลจะมีความหมกมุ่นกับการใช้ ละทิ้งทุกสิ่งทุกอย่าง มีการใช้เวลามากขึ้นในพฤติกรรม
- 2). บุคคลจะถูกครอบงำหรือใช้เวลาส่วนใหญ่ในกิจกรรมที่เสพติด หรือในพฤติกรรมที่สนับสนุนกิจ
กรรมนั้น
- 3). สูญเสียการควบคุมตนเอง ผู้เสพติดจะมีพฤติกรรมการใช้เวลานานกว่าที่ตั้งใจ ล้มเหลวในการลด
หยุด หรือเปลี่ยนแปลงความเกี่ยวพันกับกิจกรรมเสพติดนั้น
- 4). ได้รับผลกระทบทางลบจากการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเสพติด ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม ภาวะ
หน้าที่การงาน กิจกรรมอื่น ๆ และปัญหาทางด้านร่างกายและจิตใจ

ซึ่ง Walters (1996) ก็ได้สนับสนุนความคิดนี้ และเสนอไว้ว่า การเสพติดนั้นเป็นรูปแบบการปฏิบัติพฤติกรรมที่ซ้ำซาก บ่อย ๆ เพื่อยืนยันการกระทำใน 1 ข้อ หรือมากกว่า ใน 4 หลักเกณฑ์ที่กล่าวมาแล้ว

ในระยะแรกเมื่อเอ่ยถึงยาเสพติดนั้น นักวิชาการมักจะเน้นไปที่การเสพยา แอลกอฮอล์ และสารเสพติด ต่อมาได้มีการกล่าวถึงการเสพติดที่ครอบคลุมถึงพฤติกรรมการใช้ที่ผิดปกติ ซึ่งเป็นการเสพติดกิจกรรมต่างๆ (Activity Addiction) โดยพฤติกรรมนั้นมีได้เป็นการเสพยาเข้าไปในร่างกาย (เช่น การดื่ม การเสพ) เป็นประเภทการเสพติดที่ไม่ได้ใช้ยา หรือสารเคมี (non-chemical) , (nondrug activities and behavior) เช่น การติดการพนัน การเสพติดเกม คอมพิวเตอร์ การออกกำลังการที่มากเกินไป ความผิดปกติในการกิน หรือ การเสพติดเพศสัมพันธ์ ฯลฯ

ต่อมาใน DSM – 4 (APA) ,1994 นั้นก็ได้เพิ่มเติมหลักเกณฑ์ และขยายลักษณะของการเสพติด โดยรวมถึงพฤติกรรมการใช้ที่ไม่ปกติ เช่น การมีเพศสัมพันธ์ที่ผิดปกติ การเล่นเกมพนัน ฯลฯ อาการทางจิตไม่ปกติ เช่น ประสาทหลอน ไม่สามารถรับรู้ความเป็นจริงได้ ฯลฯ เหล่านี้เข้าใจด้วย

ใน DSM – 4 ได้ระบุหลักเกณฑ์การวินิจฉัยผู้ที่ติดการพนันว่าบุคคลจะต้องมีลักษณะตามที่กล่าวดังต่อไปนี้ 5 ข้อ หรือมากกว่า ในหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 1). ถูกครอบงำ มีความหมกมุ่นอยู่กับการพนัน
- 2). เพิ่มเงินลงทุนในการเล่นการพนัน เพื่อให้บรรลุผลตามที่ต้องการ
- 3). ไม่สามารถหยุด หรือลดปริมาณการเล่นการพนัน ได้บ่อยครั้ง
- 4). กระสับกระส่าย ถูกกระตุ้นทางอารมณ์ เช่น โกรธ โมโหง่าย ถ้าไม่ได้เล่นการพนัน
- 5). การพนันนั้นเป็นหนทางหลบหนีจากปัญหา และภาวะอารมณ์ที่ไม่ปกติ
- 6). การเล่นการพนันนั้นเป็นการชดเชยความสูญเสียของบุคคล
- 7). โทก癖 ปิดบังครอบครัวเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นพนัน

- 8). มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ผิดกฎหมาย เพื่อสนับสนุนการเล่นการพนัน
- 9). ได้รับผลกระทบจากการเล่นการพนัน ทั้งการสูญเสียความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น อาชีพการงาน การเรียน
- 10). มีการขอยืมเงินจากบุคคลอื่น เพื่อแก้ปัญหาภาวะทางการเงิน ซึ่งเป็นผลมาจากการพนัน

ต่อมานักจิตวิทยาได้นำหลักเกณฑ์ของการเสพติดการพนันนี้เอง มาเป็นต้นแบบของการศึกษาลักษณะพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต ดังจะได้กล่าวถึงต่อไปในหัวข้อการเสพติดอินเทอร์เน็ต

สาเหตุของการเสพติด

สาเหตุของการเสพติดอาจแบ่งออกได้เป็นสามกลุ่มใหญ่ ๆ คือ เกิดจากปัจจัยที่เกิดจากสิ่งเร้า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตอบสนองของสิ่งเร้าและปัจจัยทางสังคมวิทยา

1. ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งเร้า

การศึกษาเกี่ยวกับการเสพติดพบว่า สิ่งเร้าบางอย่างมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดอาการเสพติดได้มากกว่าสิ่งเร้าอื่น ๆ โดยสามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย โดยจากการศึกษาสารเคมีในสมอง พบว่า การหลั่งสารที่ทำให้คนเรารู้สึกพอใจ รู้สึกสงบ เช่น การหลั่งสารโดปามีน และเซโรโตนินเมื่อได้ใช้สารเสพติดนั้น จะก่อให้เกิดการยึดติดกับความรู้สึกและการใช้ ทำให้เกิดการกระทำพฤติกรรมนั้นอย่างสม่ำเสมอเพื่อหลีกเลี่ยงความรู้สึกเจ็บปวด หลบหนีจากความเบื่อหน่าย ความไม่สบายใจ (Cloninger, 1987) ,(Walters, 1994)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการเสพติดนั้นได้แก่

2.1 ปัจจัยทางร่างกาย : ลักษณะทางร่างกายส่วนบุคคล เช่น โครโมโซมนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการเสพติด โดยการศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างพันธุกรรมกับพฤติกรรมเสพติดนั้นได้มีการศึกษาใน 3 รูปแบบ คือ ศึกษาเกี่ยวกับครอบครัว ฝาแฝด และบุตรบุญธรรม

ในการศึกษาในครอบครัวนั้น นักวิจัยเชื่อว่าพฤติกรรมเสพติดนั้นจะถูกถ่ายทอดจากพ่อแม่สู่ลูก Cotton (1979) ได้สรุปว่า ประมาณ 1 ใน 3 ของผู้ติดแอลกอฮอล์นั้น จะมีผู้ปกครองอย่างน้อย 1 คน ที่มีปัญหาการเสพติดแอลกอฮอล์ เช่นเดียวกันนักวิจัยก็ได้พบหลักฐานที่ว่า ปัญหาการติดการพนัน (Lesieur , Blume & Zoppa) (1986) ความเป็ยเบนทางเพศ (Liakos) (1967) และการกินที่ผิดปกติ (Strober , Morrell , Burroughs , Salkin & Jacobs) (1985) นั้น อาจจะมีความเกี่ยวข้องกัพันธุกรรม โดยพ่อแม่จะส่งผ่านพันธุกรรม และประสบการณ์สู่ทายาท

ในการศึกษาเปรียบเทียบคู่แฝดเหมือนซึ่งมีโครโมโซมเหมือนกันทั้งหมด และแฝดพี่น้องซึ่งมีโครโมโซมเหมือนกันบางส่วน พบว่าฝาแฝดเหมือนจะมีสัดส่วนการแสดงพฤติกรรมเสพติดทั้งคู่มากกว่าฝาแฝดพี่น้องเกือบเท่าตัว (Dalgard & Kringlen ,1976) ,(Lester ,1988)

ในทำนองเดียวกัน การศึกษาเปรียบเทียบบุตรบุญธรรม ที่พ่อแม่จริงมีประวัติเสพติดและไม่เสพติด พบว่าบุตรบุญธรรมที่มีหลักฐานว่าพ่อแม่ที่แท้จริงมีภาวะการเสพติดแอลกอฮอล์นั้น จะเสพติดแอลกอฮอล์ 49 % และเสพติดยา 26 % ซึ่งมากกว่าบุตรบุญธรรมที่พ่อแม่ที่แท้จริง มิได้มีความเกี่ยวข้องกับการเสพติดใด โดยกลุ่มนี้มีการเสพติดแอลกอฮอล์เพียงแค่ 14 % และเสพติดยาเพียง 7 % เท่านั้น (Goodwin , Schulsinger , Hermansen , Guze , Winokur ,1973) , (Coderet, Troughton , O'Gorman และ Heywood ,1986) ซึ่งในประเด็นนี้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเสพติดของพ่อแม่จริงกับลูก เป็นผลมาจากร่างกามากกว่าสภาพแวดล้อม เนื่องจากการเสพติดนั้นไม่ได้เกิดจากการเลี้ยงดู

2.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา :จากงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าบางงานนั้นจะบอกถึงสาเหตุทางด้านจิตวิทยาอย่างชัดเจน ในขณะที่บางงานจะบอกถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิตวิทยากับการเสพติด

2.2.1 ลักษณะทางจิต

การเสพติดนั้นเกิดจากการใช้ยา หรือกิจกรรม เพื่อระบาย บรรเทา บำบัดลักษณะอาการทางจิต และภาวะความเจ็บป่วยทางอารมณ์ (Wurmser) (1974) บุคคลนั้นจะใช้ยา หรือกิจกรรมที่แตกต่างกันไป เพื่อบรรเทาอารมณ์ และปัญหาต่าง ๆ (Khantzian) (1985)

นักจิตวิทยานั้นเชื่อว่าความบกพร่องทางจิตใจนั้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมเสพติดได้ง่ายขึ้น การติดสิ่งเสพติดนั้น มีความเกี่ยวข้องกับความบกพร่องทางอารมณ์ ความอ่อนไหวทางอารมณ์ บุคคลที่มีแนวโน้มเสพติดได้ง่ายนั้น จะเป็นบุคคลที่ขาดความมั่นใจในตนเอง ไม่พอใจในตนเอง และขาดความนับถือในตนเอง ซึ่งบุคคลที่มีลักษณะผิดปกติทางอารมณ์ มีความวิตกกังวล และความเศร้าซึมสูง (Davidson & Ritson) (1993) นั้นจะมีความเสี่ยงที่จะเสพติดแอลกอฮอล์ และปัญหาการเสพติดอื่น

ความรู้สึกในทางลบนี้ ถูกตัดสินว่าเป็นสาเหตุของภาวะการเสพติด บุคคลนั้นจะเริ่มดื่ม ใช้สารเสพติด หรือทำกิจกรรมที่เสพติด เพื่อเป็นหนทางระบายความวิตกกังวลเหล่านี้ (Bibb & Chambliss) (1986) บุคคลจะใช้ยา หรือมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเสพติด ก็เพื่อพยายามที่จะปลดปล่อยความรู้สึก อารมณ์โกรธ วิตกกังวล ความซึมเศร้า

ผู้เสพติดจะใช้สิ่งเสพติดเพื่อลดความรู้สึกคับข้องในชีวิต หรือความรู้สึกกดดันจากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตที่เขาควบคุมไม่ได้ เช่น ปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว ปัญหาการเรียน การงาน ปัญหาการเงิน ซึ่งทำให้พวกเขาอยากหลบหนีจากความรู้สึกกดดันเหล่านี้ จนต้องใช้สิ่งเสพติดเพื่อลดความรู้สึกดังกล่าว

พฤติกรรมการเสพติดนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลต้องการ และพยายามจะเติมเต็มความว่างเปล่า หรือสิ่งที่ขาดหายไปในชีวิต Newcomb & Harlow (1986) , De la Flor (1997) ศึกษาพบว่า บุคคลนั้นเสพติดเพื่อที่จะลดความรู้สึกว่าตนไร้ความหมายในชีวิต ลดความรู้สึกไม่พึงพอใจในชีวิตของตน หรือลดภาวะไร้ความสุข เพื่อให้ชีวิตสามารถดำเนินต่อไปได้

ส่วนในงานวิจัยนั้นอาจไม่ได้บอกถึงสาเหตุทางจิตวิทยาโดยตรง แต่ก็อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางจิตกับการเสพติด โดยพบว่าบุคคลที่เสพติดนั้นจะมีลักษณะที่แสดงออกถึงความวิตกกังวล (Clark & Sayette) (1993) และความหงอยเหงาเศร้าซึม (Mayfield) (1985) สูงกว่าบุคคลที่มีได้เสพติด

ลักษณะทางจิตที่ต่างกันอาจวัดได้โดยตรง หรืออนุมานจากตัวแปรด้านที่เกี่ยวข้อง เช่น บุคลิก และความสัมพันธ์ทางสังคมที่ก่อให้เกิดลักษณะทางจิตวิทยาที่ต่างกัน

2.2.2 บุคลิก

โดยในการศึกษาเรื่องบุคลิกภาพกับการเสพติดนั้น Nathan (1998) ได้สรุปว่าพฤติกรรมต่อต้านสังคมของบุคคลนั้นส่งผลให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะยึดติดกับแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ Labouvie และ McGee (1986) ยังได้ทำการศึกษาวัยรุ่นในรัฐ New Jersey ถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกของบุคคลกับการใช้ยาเสพติด พบว่า บุคคลที่มีบุคลิกระวังและป้องกันตนเอง จะมีแนวโน้มการใช้ยาเสพติดน้อยกว่าบุคคลที่มีบุคลิกยึดติด ฟังฟัง

พฤติกรรมการแสวงหาความตื่นเต้น เร้าใจ นั้นก็เป็นปัจจัยสาเหตุหลักในปัญหาการติดการพนัน (Anderson & Brown) (1984) ซึ่ง Coventry & Brown (1993) นั้นก็ได้ทำการศึกษา และสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการแสวงหาความตื่นเต้นกับการเสพติด

Roy , Custer , Lorenz และ Linnoila (1989) ได้ทำการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของบุคคล นั้นมีความสัมพันธ์กับปัญหาการติดการพนัน โดยผู้ที่ติดการพนันนั้นจะมีบุคลิกภาพที่หมกมุ่น มีอาการของจิต และมีความไม่เป็นมิตร

นอกจากนี้ Rozin และ Stoess (1993) ยังได้พบว่า บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการเสพติดสาร หรือพฤติกรรมที่เสพติดนั้น อาจเพิ่มโอกาสและความเสี่ยงในการเสพติดสาร หรือกิจกรรมที่เสพติดอื่นด้วย

2.2.3 ลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคม

ในด้านความสัมพันธ์ทางสังคมพบว่า บรรยากาศในครอบครัวนั้นสามารถส่งผลต่อการเสพติดของบุคคลได้ โดย Walters (1999) สรุปว่า ผู้ปกครองของผู้ติดยาเสพติดนั้นอาจจะมีปัญหาในการควบคุมตนเอง และมักมีการแสดงอารมณ์รุนแรงกับพวกเขาเสมอ นอกจากนี้ Lesieur , Blume และ Zoppa (1986) ยังได้พบว่าผู้ติดการพนันนั้นส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาความสัมพันธ์ในครอบครัวมาก่อน

ความผูกพันในครอบครัวก็เป็นตัวบ่งชี้ภาวะการเสพติดได้ หากครอบครัวมีความรัก ความผูกพันซึ่งกันและกัน ก็จะสามารถป้องกันมิให้บุคคลเข้าไปข้องเกี่ยวกับการเสพติดได้ (Brook , Gordon , Whiteman & Cohen) (1990) และ Lesieur , Blume & Zoppa (1986) นั้นยังได้ระบุว่า ความสัมพันธ์ที่ไม่ดีในครอบครัวนั้น เพิ่มโอกาสเสี่ยงให้กับบุคคลในการมีพฤติกรรมติดการพนันได้

รูปแบบการอบรมเลี้ยงดูบุตรนั้นก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเสพติด โดยการเลี้ยงดูแบบเผด็จการ หรือการดูแลที่มากเกินไปนั้น จะส่งผลให้เด็กมีความเสี่ยงที่จะมีพฤติกรรมเสพติดได้สูง และการอบรมเลี้ยงดูด้วยความรัก ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนก็สามารถลดความเสี่ยงนี้ลงได้ (Barnes , Farrell & Cairns) (1986)

3. ปัจจัยทางสังคมวิทยา

มุมมองทางด้านสังคมนั้นมองว่า พฤติกรรมการเสพติดนั้นเป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่งบุคคลจะได้รับทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อมาจากกลุ่มสังคม หรือวัฒนธรรมในสังคม จากมุมมองของทฤษฎีสังคมวิทยานั้นกล่าวว่า พฤติกรรมการเสพติดนั้นแสดงให้เห็นถึงความล้มเหลว หรือความเปราะบางของบุคคลในการดำรงอยู่ในสังคม และบุคคลนั้นไม่สามารถต้านทานอิทธิพลจากภายนอกได้ ทำให้บุคคลสูญเสียการควบคุมตนเอง

อิทธิพลจากครอบครัว และกลุ่มเพื่อน นั้นจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเสพติด เช่นการใช้ยาเสพติด การติดการพนัน และปฏิเสธกิจกรรม หน้าที่ประจำวันของพวกเขา เช่น ทางด้านการเรียน การงาน หน้าที่ในครอบครัว ฯลฯ ในการศึกษาทางสังคมวิทยานี้ ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของครอบครัว กลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการเสพติดของบุคคล

3.1) ความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับพฤติกรรมการเสพติดของบุคคล

นักวิจัยได้มุ่งประเด็นศึกษาในด้านโครงสร้างของครอบครัว ความสัมพันธ์ในครอบครัว พฤติกรรมการเสพติดของบุคคลในครอบครัว ความผูกพันในครอบครัว และรูปแบบการเลี้ยงดู

จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างของครอบครัวนั้นมีผลต่อความเสี่ยงที่บุคคลจะเสพยาเสพติดน้อยมาก (Glynn) (1984) และงานวิจัยส่วนใหญ่ล้มเหลวในการระบุความสัมพันธ์ ระหว่างโครงสร้างครอบครัวกับความข้องเกี่ยวในการใช้สารเสพติด (Combs & Paulson) (1988) ,(Piercy , Volk , Trepper , Sprenkle & Lewis) (1991)

พฤติกรรมการเสพติดของบุคคลในครอบครัวก็ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสพติดของบุคคลเช่นกัน โดยมีรายงานว่า พฤติกรรมการติดแอลกอฮอล์ การพนัน และการกินที่ผิดปกตินั้น สามารถเกิดขึ้นกับบุคคลที่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน โดยบุคคลนั้นจะเลียนแบบลักษณะนิสัยการเสพติดจากบุคคลในครอบครัว

3.2) ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนกับพฤติกรรมการเสพติดของบุคคล

เป็นการศึกษาบทบาทของกลุ่มเพื่อนในการชักนำ และคงสภาพความเกี่ยวข้องกับการเสพติดของบุคคล ซึ่งก็ได้พบว่ากลุ่มเพื่อนนั้นมีอิทธิพลสูงในการชักนำบุคคลให้เกิดการเสพติด โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่ม ดังนั้นถ้าเพื่อนมีพฤติกรรมการเสพติด บุคคลนั้นก็อาจมีภาวะความเสี่ยงสูงในการเสพติดด้วย

จากการศึกษาของ Johnson , Marcos และ Bahr (1987) โดยได้สำรวจวัยรุ่น 768 คนพบว่า ส่วนใหญ่แล้วพฤติกรรมการเสพยาจะเกิดจากการมีเพื่อนที่เสพติด มากกว่าการมีบุคคลในครอบครัวที่เสพติด Swadi (1988) รายงานว่า เมื่อเพื่อนสนิทเสพยา แต่สมาชิกในครอบครัวมิได้เสยตานั้น 60 % ของบุคคลจะมีพฤติกรรมการเสพยา ในทางกลับกันหากสมาชิกในครอบครัวเสยตติ แต่เพื่อนสนิทนั้นไม่เสยตติ 35 % ของบุคคลนั้นจะมีพฤติกรรมการเสยตติ

3.3) ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพฤติกรรมการเสพติดของบุคคล

สื่อมวลชนนั้นได้เข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลมากขึ้น Comstock (1980) กล่าวว่า บุคคลที่ใช้เวลานาน ๆ อยู่หน้าจอโทรทัศน์ มากกว่าใช้เวลาอยู่กับครอบครัวนั้น มีแนวโน้มที่จะเสยตติได้มาก เนื่องจากข้อความ หรือสาร ที่ถูกส่งออกมาจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องของความรุนแรง การใช้สารเสยตติ ฯลฯ (Whitaker) (1989)

สื่อนั้นได้นำเสนอข้อความ หรือเนื้อหาที่สนับสนุนการเสยตติต่าง ๆ เช่น การนำเสนอในเรื่องเพศ การพนัน การดื่มแอลกอฮอล์ หรือการสูบบุหรี่ ฯลฯ ซึ่งสามารถชักจูงให้ผู้รับสารเกิดการคล้อยตามทางความคิด และการกระทำ มีการเลียนแบบตามพฤติกรรมที่สื่อนำเสนอ จนกลายเป็นพฤติกรรมการเสยตติได้

Encore (1987) ได้กล่าวว่า สาเหตุที่บุคคลต้องการใช้สิ่งเสพติดนั้น เกิดจากหลายเหตุผล ดังนี้

1. เหตุผลด้านอารมณ์ (Emotional Reasons) เป็นการที่ใช้สิ่งเสพติด เนื่องจากการเกิดความต้องการภายในจิตใจ เช่น ความต้องการเพิ่มคุณค่าในตนเอง ความเชื่อมั่นในตนเอง เพื่อหนีจากความผิดหวัง ความวิตกกังวล ความกระวนกระวายใจ ความไม่มั่นคงในชีวิต หลบหนีจากปัญหา ความกดดันในชีวิต
2. เหตุผลด้านร่างกาย (Physical Reasons) เป็นการที่ใช้สิ่งเสพติดเพื่อให้ร่างกายผ่อนคลาย ระวังความเจ็บปวด เพื่อความรู้สึกที่รุนแรง หรือเพื่อความอดทน
3. อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อม (Environment Reasons) เป็นผลจากสังคมรอบข้าง ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการที่ใช้สิ่งเสพติด บุคคลที่มีปัญหาทางครอบครัว ขาดความรัก ความอบอุ่น ความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว จะหันหาสิ่งเสพติดเพื่อหลีกเลี่ยงจากภาวะความเป็นจริง
4. เหตุผลด้านสังคม (Social Reasons) เมื่อบุคคลมีความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม หรือหลีกเลี่ยงจากความรู้สึกโดดเดี่ยว เมื่อกลุ่มมีการใช้สิ่งเสพติด บุคคลก็จะใช้ตามเพื่อเข้าสังคม
5. เหตุผลด้านสติปัญญา (Intellectual Reasons) เป็นการที่ใช้สิ่งเสพติดเพื่อบรรเทาความเครียดในสมอง

พฤติกรรมที่เสพติดนั้นจะให้ความพึงพอใจในระยะสั้น มันจะสร้างความพึงพอใจให้กับบุคคลที่ไม่สนใจผลกระทบในระยะยาว จากการพฤติกรรมที่ข้องเกี่ยวกับการใช้ยาเสพติด การพนัน เพศสัมพันธ์ หรือการกินที่ผิดปกติของพวกเขา บุคคลนั้นจะเพิ่มเวลาที่ใช้กับมัน เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายความพึงพอใจ และคาดหวังผลจากการใช้สารหรือกิจกรรมเสพติดเหล่านี้ซึ่งพฤติกรรมนี้จะพัฒนาจนเป็นนิสัย

Barth & Kinder (1987) เห็นว่า บุคคลจะเสพติดกับยา การพนัน เพศสัมพันธ์ การออกกำลังกาย หรือการซื้อของ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้บุคคลได้ ดังนั้น

พฤติกรรมกาเสพติดจึงเป็นพฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นให้หน้าตั้งดูด มากกว่าจะเป็นพฤติกรรมที่ถูกบีบบังคับ

ผลกระทบจากการเสพติด

กาเสพติดเป็นอาการที่ถูกครอบงำ และหมกมุ่น เป็นพฤติกรรมย้ำคิดย้ำทำ (Obsessive – Compulsive Disorder) โดยภาวะที่หมกมุ่นและถูกครอบงำนี้ เป็นการที่บุคคลถูกครอบงำทางความคิด และการกระทำจากพฤติกรรมกาเสพติด ทำให้บุคคลสูญเสียเวลาในชีวิต เกิดความระทมทุกข์ และมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของบุคคล (APA) (1994)

กาใช้สิ่งเสพติดนั้นก่อให้เกิดผลกระทบในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านสุขภาพร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ความสัมพันธ์ในสังคม การเรียน อาชีพการงาน การเงิน และส่งผลต่อบุคคลรอบข้าง การเสพติดนั้นทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกแปลกแยก ขาดสิ่งยึดเหนี่ยวในชีวิต เกิดความกดดันที่มากขึ้น ซึ่งการเสพติดนั้นจะส่งผลกระทบต่อปัญหาทางด้านอารมณ์และจิตใจของผู้เสติดรุนแรงยิ่งขึ้น

แนวคิดกาเสพติดสื่อ (Media Addiction)

นิยามกาเสพติดสื่อ

คำว่า “เสพติด” นั้นเริ่มแรกมาจากการเกี่ยวพันกับการเสพติดแอลกอฮอล์ และยา แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดกาเสพติดนั้นได้ครอบคลุมถึงเรื่องอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวกับปัญหาการติดกาพนัน ปัญหาเรื่องกากรกิน การจับจ่ายซื้อของ อารมณ์ที่รุนแรง การเสพติดกาดูโทรทัศน์ การเสพติดกาเล่นเกมคอมพิวเตอร์ หรือแม้กระทั่งกาหมกมุ่นในเรื่องเพศ

จากผลงานวิจัยของ Griffith (1998) และ Young (1998) ได้พบว่าพฤติกรรมอื่น ๆ ดังกล่าวนี้ก็สามารถก่อให้เกิดกาเสพติดได้เช่นเดียวกัน ซึ่งบุคคลที่เข้าไปข้องเกี่ยวและมีประสบ

การณ้กับสิ่งเหล่านี้มาก ๆ ก็จะถูกจัดว่าพฤติกรรมเหล่านี้เสพติดได้เช่นเดียวกับการเสพติดยาและ แอลกอฮอล์

ในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 นั้น สื่อโทรทัศน์ได้เริ่มแพร่หลายเข้ามาสู่ผู้คนมากที่สุด นักวิจัยหลายคนเริ่มมองว่า สื่อโทรทัศน์นั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ไม่ว่าจะป็นเนื้อหาจากโทรทัศน์ที่แสดงถึงความรุนแรง หรือเรื่องเพศต่างๆ นอกจากนี้โทรทัศน์ยังถูกตัดสินว่าเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเสพติดด้วย

สื่อวิดีโอเกม เกมคอมพิวเตอร์และสื่อคอมพิวเตอร์นั้น ได้ถูกจัดว่าเป็นสิ่งเสพติดด้วย Soper และ Millere (1983) ระบุว่า วิดีโอเกมนั้นดึงดูดให้ผู้เล่นหมกมุ่น คำว่า “เสพติด” นั้น ถูกใช้เพื่ออธิบายศักยภาพของวิดีโอเกมที่ผู้เล่นใช้ในทางที่ผิด

ส่วนการเสพติดคอมพิวเตอร์นั้น Staarker (1984) ได้รวมถึงการใช้เวลาในเก็บรวบรวมข่าวสารข้อมูลทีมากเกินไป การใช้คอมพิวเตอร์ในการติดต่อสื่อสารที่ไม่เหมาะสม การละทิ้งสังคมรอบตัวเนื่องมาจากการใช้คอมพิวเตอร์ การเปลี่ยนแปลงเวลานอน การประสบกับปัญหาในชีวิตเนื่องจากการใช้ทีมากเกินไป การสูญเสียเงินจำนวนมากไปกับการใช้ และเกิดอาการกระวนกระวายเมื่อไม่ได้ใช้

การเสพติดสื่อและความบันเทิงนั้น มีพื้นฐานมาจากพฤติกรรมที่บีบบังคับ และคลังค์ไคล์ มีความหมกมุ่น ถูกครอบงำทางจิตใจจากประเภทของสื่อและสิ่งบันเทิงต่าง ๆ ซึ่ง Derrick Mueller (1996) ได้นำเสนอพฤติกรรมการเสพติดสื่อดังต่อไปนี้

- 1). บุคคลจะถูกครอบงำจากสื่อ มีการใช้เวลามากขึ้นในสื่อรูปแบบต่าง ๆ
- 2). ได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อทีมากเกินไป เช่น ละทิ้งเพื่อน ครอบครัวและสังคมรอบตัว
- 3). พยายามหาโอกาสในการใช้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง
- 4). เป็นพฤติกรรมที่ยากจะบังคับหรือควบคุม
- 5). มีความหมกมุ่นและจินตนาการเพื่อฝันเกี่ยวกับสื่อ หรือแสดงลักษณะนี้ในสื่อ

- 6). มีความหมกมุ่น มีการใช้อย่างต่อเนื่อง มีความปรารถนา ความตื่นเต้นที่จะใช้สื่อและมีการแสดงออกซึ่งความรุนแรงและเรื่องทางเพศ
- 7). จากการใช้สื่อทำให้เกิดอารมณ์แปรปรวน สื่อบางรูปแบบนั้นเสนอให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมมาก และสร้างความรู้สึกเสมือนจริงให้กับบุคคล
- 8). มีพฤติกรรมการใช้สื่อที่มากเกินไป ไม่สามารถควบคุมเวลาที่ใช้ มีความต้องการติดต่อหรือเป็นส่วนหนึ่งในรูปแบบของความบันเทิง
- 9). ละทิ้งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านหน้าที่การงาน การเรียน หรือครอบครัว
- 10). เมื่อได้รับคำตักเตือนเกี่ยวกับการใช้ที่มากเกินไป ก็จะทำให้รู้สึกไม่พอใจ
- 11). มีการลงทุนในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสื่อที่มากเกินไป

สาเหตุของการเสพติดสื่อ

ในการศึกษาเรื่องสาเหตุของพฤติกรรมกาเสพติดสื่อ นั้น พบว่าคล้ายกับการเสพติดทั่วไป โดยลักษณะทางจิตใจนั้นเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากสื่อช่วยให้นักศึกษารู้สึกผ่อนคลายจากความกังวล ความกดดันและปัญหาต่างๆ ในชีวิตของพวกเขาได้ และเป็นหนทางให้พวกเขาสามารถหลบหนีจากความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิต

นักวิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาเรื่องธรรมชาติการเสพติดโทรทัศน์ว่า การเสพติดโทรทัศน์นั้นเป็นรูปแบบการหลบหนีจากชีวิตจริงสู่โลกแห่งจินตนาการ และมันสามารถช่วยผ่อนคลายอารมณ์ของบุคคลได้ (Greenberg , 1974 : Murray & Kippax ,1979) โทรทัศน์นั้นกลายเป็นสื่อเสพติด เนื่องจากมันสามารถกระตุ้นเร้าประสาทสัมผัส อารมณ์และความรู้สึก ในขณะที่บุคคลดูโทรทัศน์นั้น เขาจะรู้สึกผ่อนคลาย ลดความเครียด ซึ่งความรู้สึกกดดันเหล่านี้จะกลับมาเมื่อปิดโทรทัศน์ ดังนั้นบุคคลจึงต้องการใช้เวลามาก ๆ กับโทรทัศน์ (Zillmann , Hazel และ Medoff ,1983)

การเสพติดการดูโทรทัศน์นั้นก็จะส่งผลให้ผู้เสพติดรู้สึกสงบ คลายความเครียด ความวิตกกังวลจากปัญหาในชีวิต (Brown, 1980) ผู้เสพติดจะใช้โทรทัศน์เพื่อลดความกดดัน ความตึงเครียด คนส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้เสพติดบอกว่า โทรทัศน์นั้นจะช่วยให้เขาหลบหนีจากปัญหา

วิดีโอเกมและเกมคอมพิวเตอร์นั้นก็ช่วยให้บุคคลผ่อนคลาย และให้บุคคลได้หลบหนีจากชีวิตจริงได้เช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์ มันจะแตกต่างกับโทรทัศน์ตรงที่มันสามารถให้การโต้ตอบแบบ 2 ทางแก่บุคคล ซึ่งจะสามารถสร้างความพึงพอใจทางจิตใจแก่บุคคลได้มากขึ้น

ปัจจัยทางด้านจิตใจ อารมณ์และบุคลิกภาพของบุคคล ก็มีส่วนสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมกรรมการเสพติดสื่อได้ Robert D. McIlwraith (2002) ยังได้รายงานผลการวิจัยว่า ผู้ที่เสพติดโทรทัศน์นั้น ส่วนมากจะเป็นผู้ที่มีภาวะอารมณ์ไม่ปกติ เบื่อง่าย จิตใจว้าวุ่น และควบคุมตัวเองได้น้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และผู้เสพติดยังได้กล่าวว่าการดูโทรทัศน์นั้นจะช่วยดึงพวกเขาออกจากความคิดที่ไม่น่าพึงพอใจ และมันก็จะช่วยฆ่าเวลาด้วย

นอกจากนี้ยังพบว่า เด็กนั้นเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเสพติดมากที่สุด เนื่องจากเด็กเป็นกลุ่มที่ไม่มีความมั่นคงทางด้านสังคมและจิตใจ Merlo (1954) ได้นำเสนอว่า เด็กผู้หญิงนั้นเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเสพติดโทรทัศน์ และไม่สามารถจัดการควบคุมการใช้ หรือรู้ถึงข้อแตกต่างระหว่างโลกจินตนาการในโทรทัศน์ และโลกแห่งความเป็นจริง ส่วน Murray (1972) นั้นมีความเห็นที่ต่างกัน โดยเขาพบว่าเด็กชายอายุ 5 - 6 ปี จะมีแนวโน้มการเสพติดโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากจะมีปัญหาในการเข้าสังคม ขี้อาย และอารมณ์ไม่มั่นคง

Schramm (1961) นั้นก็ได้สนับสนุนว่า ปัจจัยทางจิตของบุคคลนั้นเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมกรรมการเสพติด โดยเขากล่าวว่า ปัญหาการเสพติดโทรทัศน์นั้นจะเกิดขึ้นกับเด็กเป็นส่วนมาก โดยเฉพาะกับเด็กที่มีปัญหาทางจิต เด็กที่มีพฤติกรรมกรรมการเสพติดโทรทัศน์นั้นจะเป็นผู้ที่ขาดพื้นฐานที่ดีในโลกแห่งความเป็นจริงจะไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างโลกจริง และโลกแห่งจินตนาการ เด็กที่เสพติดจะยึดติดกับโลกแห่งความฝันในโทรทัศน์

รวมทั้งความสัมพันธ์ในสังคมนั้นก็อาจก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการเสพติดสื่อด้วย เมื่อบุคคลนั้นไม่ได้รับความพึงพอใจในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นทางด้านจิตใจหรือทางสังคม พวกเขาก็จะแสวงหา

สิ่งที่จะช่วยชดเชยความต้องการที่ขาดแคลนเหล่านี้ ซึ่งสื่อนั้นก็สามารทำให้พวกเขาได้ ทำให้บุคคล ยึดติดและใช้มันบ่อย ๆ จนเป็นพฤติกรรมเสพติด

นักวิจัยได้ค้นพบว่า การเสพติดโทรทัศน์นั้นเป็นผลมาจากความไม่พอใจในความสัมพันธ์ ของบุคคล (Freedman & Schramm, 1961) ซึ่งทำให้เด็กที่เสติดมีบุคลิกที่แปลกแยก และมันก็ เกิดจากการที่เด็กไม่ได้รับความสัมพันธ์ในสังคมที่พึงพอใจ ไม่ว่าจะ เป็นจากในครอบครัว กลุ่ม เพื่อน หรือกลุ่มสังคม

นอกจากนี้ Brown และ Robertson (1993) ก็ได้ศึกษาพบว่า เวลาที่ผู้เล่นใช้ในกิจกรรม เล่นเกมคอมพิวเตอร์นั้น จะทำให้พวกเขาารู้สึกว่าได้รับการตอบสนองของความต้องการทางสังคมที่ขาด หายไป ผู้เสติดนั้นจะได้รับความพึงพอใจจากการเล่นเกม การได้รับความประสบความสำเร็จ และชัยชนะในเกมนั้นจะให้ความเป็นตัวตน การได้รับการยอมรับแก่ผู้เล่น และในผู้ที่มีความเหงา เปล่าเปลี่ยว การเล่นเกมก็ช่วยชดเชยความต้องการทางสังคมได้

ผลกระทบจากการเสติดสื่อ

การเสติดสื่อจะส่งผลกระทบต่อบุคคลในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านสุขภาพร่างกาย และ ทางด้านสังคม ในปี 1997 ผลกระทบจากการดูโทรทัศน์นั้นก็กลายเป็นข่าวดังไปทั่วโลก เมื่อเด็ก ญี่ปุ่นกว่า 700 คน ต้องเข้าโรงพยาบาล เนื่องจากเป็นโรคลมชัก เหตุเพราะการจ้องมองแสงไฟระ ปริบในวิดีโอเกมไปเกมอนที่แพร่ภาพในโทรทัศน์ที่ญี่ปุ่น นอกจากนี้ Robert D. McIlwraith (200) ยังได้พบว่า ผู้เสติดโทรทัศน์นั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นโรคอ้วน และสายตาเสียมากกว่าผู้ที่ดูโทรทัศน์ ปกติ หรือผู้ที่ไม่ดูโทรทัศน์

หลาย ๆ รายงานยังได้นำเสนอว่า ผู้ที่เสติดการดูโทรทัศน์นั้น จะมีปัญหากับครอบครัว และไม่ค่อยมีเพื่อน การเสติดนั้นจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นของผู้เสติด McIlwraith (2002) นั้นพบว่า การเสติดโทรทัศน์ของบุคคลนั้น จะส่งผลกระทบทางด้านสังคม

ของผู้เสพติด โดยเขากล่าวว่า ผู้ที่ดูโทรทัศน์มาก ๆ นั้น จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมน้อยลง และขาดความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างในชีวิต

นอกจากนี้อาการเสพติดคอมพิวเตอร์ ยังอาจทำให้เกิดปัญหาในครอบครัว (Dutton, 1985) มีความขัดแย้งกับบุคคลในครอบครัว ส่งผลให้บุคคลไม่ยอมรับประทานอาหาร หรือพักผ่อน เนื่องจากต้องการใช้เวลามาก ๆ ในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อร่างกายของบุคคลนั้น

แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสารนั้นได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนั้น ก่อให้เกิดการพัฒนาารูปแบบการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลเกิดขึ้นมากมาย เราเรียกว่าเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่หรือสื่อใหม่ (new media) ซึ่งเป็นสื่อที่ผสมผสาน “ระบบโทรคมนาคม” เข้ากับ “ระบบสารสนเทศ”

Alvin Toffler ผู้เขียนเรื่อง “The Third wave” ได้ทำนายผลกระทบที่จะเกิดจากเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือคอมพิวเตอร์ ที่จะสร้างผลกระทบต่อทั้งวิถีชีวิต และวิถีคิดของบุคคล สถาบันต่าง ๆ ของสังคม ความสัมพันธ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ครอบครัว ที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนรูปแบบใหม่ ชุมชนแบบใหม่

ในปัจจุบันซึ่งเราเรียกว่ายุคสารสนเทศนี้ ข้อมูลข่าวสารได้มีบทบาทกับชีวิตของเรามากมาย เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อช่วยจัดการกับข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น คอมพิวเตอร์นั้นก็เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและจัดการเก็บข้อมูล

คอมพิวเตอร์ได้มีบทบาทในการพัฒนาระบบเครือข่ายสารสนเทศ (information networks) ทำให้คอมพิวเตอร์นั้นสามารถส่งข้อมูลไปได้ทั่วโลก สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลา ทุกทิศทาง โดยไม่ต้องคำนึงถึงอุปสรรคด้านเวลาและสถานที่ และ อินเทอร์เน็ต (Internet) ก็เป็นส่วนหนึ่งในระบบเครือข่ายสารสนเทศนี้ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2512 โดยโครงการป้องกันประเทศของสหรัฐอเมริกา (US Department of Defence) หรือที่เรียกว่า ARPA (Advanced Research Project Agency) ซึ่งได้สร้างเครือข่ายทดลองชื่อ "ARPAnet" เพื่อสนับสนุนการพัฒนาของระบบคอมพิวเตอร์ เครือข่ายของกองทัพสหรัฐอเมริกา เรียกได้ว่าอินเทอร์เน็ตในยุคนั้นเจริญก้าวหน้าภายใต้ภาวะสงคราม และถูกนำไปใช้ในกิจการทหารเป็นหลัก ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 อินเทอร์เน็ตก็เริ่มเข้าสู่วงการศึกษาและวงการธุรกิจ อินเทอร์เน็ตนั้นแพร่หลายอย่างรวดเร็ว เป็นสื่อที่ไร้พรมแดน ดังนั้นปริมาณผู้ใช้จึงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อินเทอร์เน็ตนั้นกำลังได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน และมันได้กลายเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เชื่อมทั้งโลกไว้ด้วยกัน

ผลของเทคโนโลยีการสื่อสารอันทันสมัย ส่งผลให้โลกแคบลงด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer - mediated communication) โดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยงนั้น เป็นที่แพร่หลายอย่างมาก เนื่องจากสามารถสื่อสารได้ฉับไว สะดวกในการใช้แสดงข้อมูลในรูปแบบตัวอักษร ภาพและเสียง มีศักยภาพสูงในการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ใช้สามารถสื่อสารกันในลักษณะโต้ตอบกันได้ มีการเชื่อมโยงเครือข่ายถึงกันหมด ซึ่งผู้ใช้นั้นสามารถติดต่อสื่อสารได้ทั่วโลก รวมทั้งมีอิสระในการใช้สูง เพราะว่ามีมาตรการในการควบคุมน้อยมาก ผู้ใช้จึงมีอิสระในการใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่ อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นช่องทางการสื่อสาร เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้คนนิยมเข้าไปใช้บริการ เป็นการติดต่อสื่อสารข้ามโลกโดยไม่ต้องสนใจความแตกต่างของเวลาและสถานที่

บริการของอินเทอร์เน็ตนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การค้นหาข้อมูลบน World Wide Web (WWW) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mails) ซึ่งเป็นการรับส่งข้อความกับบุคคลอื่นทั่วโลก ใช้เพื่อสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว การติดต่อธุรกิจการงาน การบริการออนไลน์เพิ่มข้อมูล

ต่าง ๆ และบริการด้านจดหมายข่าวสาร (Messaging and Bulletin Board Services) asynchronous discussion forum เป็นการแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวต่าง ๆ (News Group) ซึ่งเป็นการเข้าร่วมออกความเห็นในหัวข้อต่าง ๆ โดยไม่ต้องสนใจเรื่องของเวลา เพราะเราสามารถอภิปราย รับส่งความคิดได้ตลอดเวลา และเราก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่มีความเห็น ความสนใจในเรื่องเดียวกัน synchronous chats เป็นการสนทนาผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถออนไลน์เข้าไปคุยในห้องสนทนาในเวลาเดียวกันกับคนอื่น ๆ ได้ตลอดเวลา เป็นเครื่องมือที่ให้คนตั้งแต่ 2 คน สื่อสารกันได้ทันที ทั่วโลก ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนในโลก MUD (Multi Users Domain) เป็นการที่ผู้ใช้หลายคนสามารถเข้ามาใช้ร่วมกัน ในรูปแบบสังคม เช่น การสนทนาข้อความในชุมชนเสมือนจริง (Virtual reality) หรือในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual environment) ซึ่งมีการผสมผสานเทคโนโลยีเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกว่าอยู่ในสถานที่และชุมชนนั้นจริง ผู้ใช้สามารถที่จะคุยและสร้างตัวละครหรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้

เนื่องด้วยความสะดวกและประโยชน์อันมากมายมหาศาลของอินเทอร์เน็ต จึงทำให้อินเทอร์เน็ตนั้น ได้รับการกล่าวขานว่าเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีศักยภาพสูงที่สุดในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเครือข่ายข้อมูลระดับโลก ที่ผู้ใช้สามารถแสวงหาข้อมูลจากแหล่งหนึ่งไปอีกแหล่งได้โดยง่าย เพราะมีเครือข่ายเชื่อมโยงกันไว้หมด ผู้ใช้นั้นสามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารเองได้ สามารถเลือกรับข่าวสารที่น่าสนใจและปฏิเสธข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้เอง ทำให้ผู้ใช้นั้นสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารเองตามความพอใจของตน (Information on Demand)

Hoffman and Novak (1995) พบว่า อินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ ซึ่งต่างจากสื่อประเภทอื่นที่ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทางเดียวสู่ผู้รับ จึงกล่าวได้ว่าในสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ ผู้ใช้นั้นมีอำนาจควบคุมข่าวสารเองได้ ในอินเทอร์เน็ตนั้นผู้ใช้นั้นจะมีพลัง มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมได้มากกว่าที่เคยได้รับจากสื่อในรูปแบบเดิม เพราะในสื่อนี้ผู้ใช้นั้นจะเป็นผู้ผลิต ผู้กระทำ และผู้ใช้ในเวลาเดียวกัน

Amy Harmon (1998) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตนั้นมีศักยภาพมากกว่าโทรทัศน์ หรือสื่อที่ส่งผ่านข้อมูลทางเดียว (Passive) อื่น ๆ เพราะมันทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกชนิดของข้อมูล ข่าวสาร ที่เขาต้องการได้รับและสามารถตอบสนอง มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับมันได้ จากงานวิจัยในอดีตที่พบว่า ผลจากการดูโทรทัศน์นั้น ส่งผลให้ผู้ใช้ปลีกตัวออกจากสังคม ลดความข้องเกี่ยวกับกิจกรรมอื่น ๆ เนื่องจากถูกคุณลักษณะสื่อโทรทัศน์ดึงดูดจิตใจนั้น เมื่อนักวิจัยได้ทำการศึกษาสื่อใหม่นี้ ก็พบว่าสื่อที่ทำให้คนได้มีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์นั้นยิ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรม และจิตใจของผู้ใช้มากกว่าเดิมมากมาย

ความน่าดึงดูดใจของสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนความต้องการ ความปรารถนา อัจฉริยะภาพและความสร้างสรรค์ของมนุษย์ได้มากกว่าเทคโนโลยีอื่น ๆ การนำเสนอรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในอินเทอร์เน็ตนั้น ทำให้อินเทอร์เน็ตก้าวล้ำนำหน้าสื่ออื่น ๆ ความเชื่อและความคิดของบุคคลนั้นสามารถแสดงออก และแบ่งปันกันข้ามโลกได้ในชั่วพริบตา คุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตที่สำคัญก็คือ เป็นเทคโนโลยีการสื่อสาร 2 ทาง ทำให้ข้อมูลนั้นมีได้ถูกกำหนดจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอย่างเดียว ทำให้คนมีความเท่าเทียมกัน เสมอเหมือนกันและช่วยกระตุ้นให้บุคคลสนใจที่จะติดต่อกับผู้อื่น

อินเทอร์เน็ตนั้นนำเสนอเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีคุณลักษณะพิเศษ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อม 3 มิติ สภาพแวดล้อมเสมือนจริง นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่จำกัด เปิดโอกาสให้คนเข้าไปใช้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ซึ่งทำให้การสื่อสารไม่ถูกจำกัด ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตนั้นจะถูกส่งและรับกลับด้วยเวลาอันรวดเร็ว ทำให้อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ดึงดูดใจผู้ใช้ (Greenfield, 1999)

นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตนั้นยังเป็นสื่อที่ดึงดูดใจให้ผู้ใช้อยากเข้าไปใช้ เนื่องจากมันมีการนำเสนอข้อมูลแบบตัวอักษร รูปภาพ เสียง และยังได้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าสู่สื่ออื่น ๆ ทำให้ผู้ใช้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น มันง่ายและรวดเร็วในการเข้าถึง มีราคาไม่แพง อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อสำหรับการสื่อสารใหม่ที่ได้รวบรวมคุณสมบัติของสื่อรูปแบบเก่า เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ วิทยุ ฯลฯ เข้าไว้ในตัว ทำให้มันสามารถสร้างความน่าสนใจได้

สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสนองตอบความต้องการของมนุษย์ได้ตลอดเวลา มันสามารถกระตุ้น เปลี่ยนแปลงอารมณ์ของคุณให้รู้สึกดีขึ้น ซึ่งเรียกได้ว่าอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเข้าถึงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ใช้ได้ ด้วยประโยชน์ที่หลากหลาย และรูปแบบที่สามารถเข้าถึงความต้องการของมนุษย์ได้มากกว่าทำให้อินเทอร์เน็ตนั้นกลายเป็นสื่อใหม่ที่น่าสนใจ และดึงดูดใจ

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสิ่งแวดล่อมใหม่ ซึ่งมีพลังอำนาจสร้างผลกระทบกับพฤติกรรมของบุคคลได้ มันเป็นสถานที่ซึ่งคนสามารถแสดงออก มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้อย่างน่าอัศจรรย์ บางครั้งก็ดูจะเป็นผลดี แต่บางทีสิ่งที่เรากระทำในออนไลน์นั้น ก็เป็นสิ่งที่เราไม่ทำในสิ่งแวดล้อมอื่น การยึดติดยึดมั่นกับกิจกรรมในออนไลน์มากเกินไปนั้น จะก่อให้เกิดผลกระทบกับชีวิตของเราอย่างมาก โดยที่เราอาจคาดไม่ถึง เราเรียกพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปนี้ว่า **“การเสพติดอินเทอร์เน็ต”**

แนวคิดการเสพติดอินเทอร์เน็ต (Internet Addiction)

นิยามการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ในปี 1995 Griffiths ได้นำเสนอแนวคิด “การเสพติดเทคโนโลยี” (Technological Addiction) ขึ้น โดยได้ระบุว่า การเสพติดเทคโนโลยีนั้นเป็นการเสพติดทางพฤติกรรม คือเสพติดที่การกระทำ (Behavioral Addiction) เช่นเดียวกับการติดการพนัน โดยมิได้เป็นการเสพติดทางสารเคมี (non-chemical) มันเกี่ยวข้องกับคนที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับเครื่องมือ ซึ่งอาจจะเป็นในลักษณะทางเดียว (Passive) เช่น การดูโทรทัศน์ หรือลักษณะโต้ตอบ 2 ทาง (Active) เช่น การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ สิ่งที่เขาสนใจศึกษาก็คือ อะไรคือพฤติกรรมที่คนปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ และตกย้ำทำให้คนเกิดการเสพติดกับมัน และได้ระบุว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นก็เป็นหนึ่งในการเสพติดเทคโนโลยี

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่มีพลังดึงดูดให้บุคคลอยากเข้าไปใช้มาก ๆ ได้ ในช่วงกลาง ค.ศ. 1990 นั้น แนวคิดการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นยังไม่ได้รับการยอมรับเท่าที่ควร เนื่องจากนักวิชาการ

ส่วนใหญ่มองไม่เห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปนั้น จะเป็นปัญหาต่อผู้ใช้ได้อย่างไรและยังไม่มีหลักเกณฑ์ใดที่จะระบุลักษณะของการเสพติดได้ แต่ต่อมาเมื่อได้มีการศึกษาในเรื่องนี้มากขึ้น ก็พบว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จริง

นักวิจัยได้พบว่าบุคคลบางคนนั้นจะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ผิดปกติ ซึ่งเหมือนกับพฤติกรรมเสพติด บุคคลนั้นจะใช้เวลาทั้งวันออนไลน์เข้าอินเทอร์เน็ต โดยไม่ยอมหยุดหรือออกจากการใช้อินเทอร์เน็ต บุคคลจะละทิ้งกิจกรรมในชีวิตจริง ทำให้ความสัมพันธ์ในสังคมรอบข้างของบุคคลนั้นเริ่มลดน้อยลง เราเรียกว่า **"พฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต"** (Internet addiction disorder, IAD)

การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะอาการเช่นเดียวกับการเสพติดยา แอลกอฮอล์และการพนัน ซึ่งจะมีลักษณะหมกมุ่น ถูกครอบงำ สูญเสียการควบคุม มีความต้องการใช้มากขึ้น และจะมีอาการกระวนกระวาย ถูกกระทบทางด้านความรู้สึกและอารมณ์เมื่อต้องหยุดหรือเลิกใช้ และผลจากการเสพติดนี้จะส่งผลกระทบต่อการทำงาน การเรียน ชีวิตส่วนตัวและบุคคลรอบข้าง

การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นครอบคลุมถึงพฤติกรรมและปัญหาจากการที่ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การเสพติดอินเทอร์เน็ตถูกจัดอยู่ในประเภทการเสพติดพฤติกรรม เช่นเดียวกับการติดการพนัน เป็นการเสพติดในสิ่งที่พวกเขากระทำ (เช่น กิจกรรมในอินเทอร์เน็ต) และความรู้สึกที่พวกเขาได้รับจากการกระทำ Brenner (1996) ระบุว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการเสพติดทางจิต โดยไม่เกี่ยวข้องกับการใช้สารเสพติด

ลักษณะพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต

Young (1996) และ Young and Rogers ได้ทำการศึกษาลักษณะของการเสพติดอินเทอร์เน็ต พบว่ามันมีลักษณะพื้นฐานเหมือนกับลักษณะการติดการพนัน ซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยไม่เกี่ยวข้องกับการใช้สารมึนเมา และได้ใช้คำถามที่มีพื้นฐานมาจากการวัดระดับพฤติกรรมติดการพนันของบุคคล เพื่อทำการวัดพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่ง

จากคำถามต่อไปนี้ บุคคลใดที่ตอบว่า “ใช่” 5 ข้อขึ้นไป จะถูกจัดว่าเข้าข่ายมีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต

1. คุณรู้สึกถูกรบกวนงาโดยอินเทอร์เน็ตหรือไม่ (มีการคิดคำนึงถึงเรื่องที่ผ่านมาในกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต และคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอินเทอร์เน็ต)
2. คุณรู้สึกต้องการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น (ใช้เวลา) เพื่อให้บรรลุถึงความพึงพอใจหรือไม่
3. คุณไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ หรือหยุดการใช้อินเทอร์เน็ตได้บ่อยครั้งหรือไม่
4. คุณรู้สึกหมดหวัง โมโห โกรธ รู้สึกกดดัน กระสับกระส่าย เมื่อต้องหยุดใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่
5. คุณมักใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตมากกว่าที่ตั้งใจเอาไว้หรือไม่
6. คุณสูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียนหรือโอกาสต่าง ๆ เพราะการใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่
7. คุณโกหกหรือปกปิดครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต คุณหรือไม่
8. คุณใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นหนทางหลีกเลี่ยงปัญหา หรือบรรเทาผ่อนคลาย อารมณ์ ความรู้สึกกดดัน หมดหวังหรือไม่

Ivan Goldberg (1996) นั้นก็ได้ระบุลักษณะพฤติกรรมที่เรียกว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยมีความคล้ายคลึงกับหลักเกณฑ์ของ Young ไว้ดังนี้

1. มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต เพื่อที่จะได้ใช้เวลามากขึ้นในอินเทอร์เน็ต
2. ลดกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตลง เพื่อที่จะได้ใช้อินเทอร์เน็ต
3. ไม่สนใจสุขภาพร่างกายของตนเอง ที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต
4. หลีกเลี่ยงกิจกรรมในชีวิตที่สำคัญ เพื่อใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต
5. เลื่อนเวลาพักผ่อนออกไป หรือเปลี่ยนแปลงเวลานอนเพื่อที่จะได้มีเวลาใช้อินเทอร์เน็ต
6. ลดกิจกรรมทางสังคม ทำให้สูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่น
7. ละทิ้ง ละเลยครอบครัว และเพื่อน
8. ปฏิเสธที่จะใช้เวลากับกิจกรรมอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต
9. แสวงหาเวลามากขึ้น เพื่อใช้อินเทอร์เน็ต

10. ภาระงาน การเรียน ภาระหน้าที่ของตน

กลุ่มนักจิตวิทยานั้นได้ปรับหลักเกณฑ์ของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน American Psychiatric Association (APA) (1994) ที่กล่าวถึงลักษณะพฤติกรรมการเสพติดการพนัน ใน Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder : Fourth Edition เพื่อพัฒนาการวัดพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยได้สรุปลักษณะของการเสพติดอินเทอร์เน็ตไว้ดังนี้

1. มีความต้องการใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น

- มีความต้องการเพิ่มเวลาในอินเทอร์เน็ต เพื่อสนองต่อความต้องการให้บรรลุถึงความพึงพอใจ

- ไม่สามารถคงเวลาใช้อินเทอร์เน็ตได้เท่าเดิมอีกต่อไป (ต้องการใช้นานขึ้น)

2. มีปฏิกิริยาต่อร่างกายและจิตใจเมื่อไม่ได้ใช้

2.1 ลักษณะอาการที่เกิดขึ้นเมื่อต้องหยุดใช้ (2 ข้อเป็นอย่างน้อย)

- การหยุดใช้หรือเวลาที่จะหยุดใช้อินเทอร์เน็ตจะถูกขยายเวลาออกไป

- มีลักษณะความกระวนกระวายทางจิตใจ

- เกิดความวิตกกังวล

- มักจะคิดถึงเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ต

- มีความคิดจินตนาการ ความเพ้อฝันเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

ซึ่งลักษณะที่กล่าวมานี้จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อความสัมพันธ์ในสังคมของผู้ใช้

2.2 การใช้อินเทอร์เน็ตหรือการเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ จะช่วยลดปดปล่อยระบายนอาการในข้อ 2.1 ได้

3. มีการใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจเอาไว้

4. มีความต้องการใช้อย่างสม่ำเสมอ และไม่สามารถหยุดหรือควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตได้

5. ใช้เวลานานในกิจกรรมที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

6. การใช้เน็ตทำให้บุคคลละทิ้งสังคมรอบตัว ทำให้กิจกรรมอื่นในชีวิตจริงลดลง

7. การใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไป ก่อให้เกิดปัญหาทางร่างกาย สังคม ฯลฯ (ปัญหาครอบครัว สุขภาพ การงาน สิ่งแวดล้อมรอบตัว)

Young (1996) ศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 396 คนนั้น มี 80% ที่จัดว่ามีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้เสพติด 54% นั้นไม่ต้องการที่จะลดเวลาในการใช้ หรือหยุดอินเทอร์เน็ต ส่วนอีก 46% นั้นบอกว่าพวกเขาประสบกับการที่ไม่สามารถหยุด หรือลดเวลาในการใช้ได้ ในหลาย ๆ ครั้ง

นอกจากนี้จากการศึกษาและวิจัยที่ผ่านมาในอดีต ยังพบว่าจะมีผู้ที่เสพติดการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ อัตราประมาณ 5 – 10 % ของผู้ใช้ทั้งหมด ในรายงานการประชุมของ Psychological Association (24 เมษายน 1999) ระบุว่า ได้ทำการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 1,700 คน และพบว่า มี 6 % ที่มีลักษณะของการเสพติด

Kathleen Scherer ก็ได้ศึกษานักศึกษาปริญญาตรี 531 คน ใน University of Texas at Austin พบว่า มีนักศึกษา 13 % หรือ 49 คน ที่มีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต และ Keith J. Anderson ก็พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 1,078 คน มี 106 คน หรือ 9.8 % ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต

สาเหตุของการเสพติดอินเทอร์เน็ต

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องของการเสพติดและการเสพติดสื่อว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสพติด อาจจำแนกได้เป็นกลุ่มใหญ่ๆ 2 ด้าน คือ ด้านสรีระ และด้านจิตวิทยา ซึ่งการเสพติดอินเทอร์เน็ตก็เข้าไปในทำนองเดียวกันดังนี้

1. ด้านสรีระ

ลักษณะทางสรีรวิทยาของบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการเสพติดอินเทอร์เน็ตได้ โดยมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ว่า สารเคมีในร่างกายของเรานั้นจะมีปฏิกิริยาได้ตอบกับพฤติกรรมบางอย่าง ในลักษณะเช่นเดียวกับการใช้ยาเสพติด นักวิทยาศาสตร์ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการเสพติดกับการทำงานของระบบสมอง พบว่า สารเคมีโดปามีนในสมองนั้นมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกพึงพอใจ และความอึดอึดใจ โดยระดับโดปามีนจะเพิ่มสูงขึ้น ไม่เพียงแต่

จากการดื่มแอลกอฮอล์ และการใช้ยาเสพติดเท่านั้น แต่รวมถึงจากการพนัน การรับประทานช็อคโกแลต การกอด การได้รับคำชมเชยยกย่อง และจากการใช้สื่อที่สามารถสร้างความพึงพอใจ เช่น โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตด้วย และเมื่อพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้ระดับโดปามีนสูงขึ้น เราก็จะรู้สึกพึงพอใจ และต้องการที่จะทำสิ่งนั้นเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งทำให้บุคคลเข้าสู่ภาวะการเสพติด (ข้อมูลจาก www.truma-pages.com)

นอกจากนี้ลักษณะของสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหว แสงไฟสว่าง เช่น สื่อโทรทัศน์ วิดีโอเกม คอมพิวเตอร์เกม และอินเทอร์เน็ต ก็อาจทำให้เกิดการทำงานของสมองที่ผิดปกติ ซึ่งอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมเสพติดได้ โดยจากงานวิจัยของ Thomas Mulholland พบว่า เพียงแค่ 30 วินาทีหลังจากบุคคลได้เริ่มดูโทรทัศน์ สมองก็จะเริ่มสร้างคลื่นอัลฟา ทำให้บุคคลรู้สึกเหมือนถูกสะกดจิต มีผลให้กิจกรรมที่ทำอื่น ๆ อ่อนแรงลง เกิดภาวะที่บุคคลไม่รู้สึกรู้ตัว เปิดรับความคิดอื่นได้โดยง่าย และเกิดภาวะการเสพติดได้ง่ายขึ้น

ในทำนองเดียวกันอินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อที่รวบรวมลักษณะของสื่อโทรทัศน์เช่นนี้ไว้ด้วย โดยเมื่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต สมองซีกขวาจะถูกกระตุ้นโดยภาพเคลื่อนไหวของคอมพิวเตอร์ แสงไฟ กระพริบ เช่นจากป้ายโฆษณาในอินเทอร์เน็ต และแสงสว่างจากจอคอมพิวเตอร์ เมื่อคุณนั่งอยู่หน้าจอนาน ๆ สมองซีกซ้ายจะอ่อนเพลียจากภาพเคลื่อนไหว ไฟกระพริบ และความสว่างเหล่านี้ ทำให้การทำงานของสมองซีกซ้ายซึ่งทำหน้าที่ควบคุมการรับรู้ที่เป็นเหตุเป็นผลลดลง สมองซีกขวานั้นจะถูกกระตุ้นอย่างต่อเนื่องจากอินเทอร์เน็ต โดยที่สมองซีกซ้ายไม่ได้ช่วยส่งข้อมูลเกี่ยวกับการมองเห็น ทำให้กระบวนการรับรู้ไม่ประสานงานกันกับสมองซีกขวา บุคคลจะใช้แต่สมองซีกขวาในการรับรู้ ซึ่งโดยปกติแล้วสมองซีกขวาจะเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจต่าง ๆ เมื่อมันถูกกระตุ้นจากคอมพิวเตอร์ จะทำให้บุคคลเกิดภาวะอารมณ์ที่สับสน ไร้เหตุผล เกิดภาพลวงตา และจมอยู่กับความเพ้อฝัน เกิดความหมกมุ่น มีความวิตกกังวล ถูกครอบงำทางจิตใจ จนเกิดเป็นภาวะการเสพติดอินเทอร์เน็ต (McPeck , 2003) (Scientific American article)

2. ด้านจิตวิทยา

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อ พบว่า การสนองความต้องการ หรือการเติมเต็มความต้องการ เป็นสาเหตุสำคัญของการเสพติดสื่อ การวิจัยเรื่องการเสพติดอินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน โดยในกระบวนการวิจัยทั้งหลาย การตอบสนองหรือการเติมเต็มความต้องการ ก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นเดียวกัน (Young , 1996, 1997 : Cooper , 1998 : Orzack , 1999)

เพื่อให้เข้าใจชัดเจนว่าปัจจัยทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนการสนองความต้องการ จะส่งผลต่อการเสพติดอินเทอร์เน็ตอย่างไร และในลักษณะใด จึงจะขบพุดถึง แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ และดูว่าลักษณะเฉพาะของสื่ออินเทอร์เน็ตจะสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้อย่างไร

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ

มีกลุ่มทฤษฎีที่เอ่ยถึงความต้องการของมนุษย์หลายทฤษฎี ที่นักวิชาการด้านสื่อนำมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับสื่อ ดังนี้

ซิกมัน ฟรอยด์ ที่ได้อธิบายถึงกระบวนการทำงานของจิตมนุษย์ที่ว่า โดยความเป็นจริงแล้วมนุษย์เราเกิดมาพร้อมกับความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์ หรือ อิด (Id) แต่เราก็ไม่สามารถแสดงออกมาได้อย่างอิสระ เนื่องจากสังคมได้คอยกล่อมเกล่าให้มนุษย์อยู่ในกรอบมากขึ้นตามคำกล่าวของฟรอยด์ที่ว่า “มนุษย์เราที่ทำทุกอย่างด้วยความมีเหตุผลนั้น แท้จริงแล้วมีเบื้องหลังอันถูกครอบงำด้วยความรู้สึก และอารมณ์อันไร้เหตุผลเสียทั้งสิ้น คนเราทำทุกอย่างเพื่อระบายแรงผลักดันทางอารมณ์ออกมาภายนอก และได้พยายามทำอย่างมีเหตุผล ก็เพียงเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐานทางสังคมเท่านั้น”

ตามแนวคิดของพรอยด์นี้สามารถนำมาอธิบายปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสพติดได้ เนื่องจากว่าธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางซึ่งเปิดโอกาสให้มนุษย์แสดงอิทธิพลหรือความต้องการพื้นฐานที่อยู่ในตัวเรา บุคคลจึงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตระบายอิทธิพลได้อย่างไร้ขีดจำกัด และยังเป็นการชดเชยหรือทดแทนการแสดงออกของอิทธิพลในทางที่ปลอดภัย สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถแสดงความคิด ความต้องการ และการกระทำออกมาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีเงื่อนไข และมาตรฐานทางสังคมที่กำหนดอยู่ ซึ่งทำให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ และยึดติดกับการใช้อินเทอร์เน็ต

อับราฮัม มาสโลว์ ก็ได้พูดถึงความต้องการของมนุษย์ (Human Needs) ที่ต้องการการตอบสนองเช่นเดียวกัน แต่มาสโลว์ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้น โดยมนุษย์จะสนองความต้องการตามลำดับก่อนหลัง ซึ่งลำดับต่าง ๆ นั้นได้แก่

1. **Physiological needs** ความต้องการด้านสรีระ เป็นความต้องการทางร่างกาย การที่มนุษย์จะทำการใดสิ่งหนึ่งนั้นก็เพราะความต้องการอาหาร น้ำ เรื่องทางเพศ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานขั้นแรกของมนุษย์
2. **Safety needs** ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นความต้องการความปลอดภัย มั่นคง ต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ปราศจากอันตรายและสิ่งกีดขวางในชีวิต ซึ่งสังคมที่ดีนั้นจะทำให้บุคคลรู้สึกปลอดภัยจากสิ่งที่น่ากลัว
3. **Social needs** เป็นความต้องการทางสังคม ความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่รัก เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่มนุษย์ได้เข้าร่วมสังคมกับบุคคลอื่น ๆ มนุษย์จะต้องการเป็นที่รักของครอบครัว เพื่อน และสังคม ต้องการมีความรู้สึกว่าเป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์กร หรือสถาบันที่ตนสังกัดอยู่ มนุษย์นั้นจะรู้สึกเจ็บปวดและได้รับผลกระทบจากการขาดเพื่อน คู่รัก ดังนั้นมนุษย์จึงอยากมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น อยากจะเข้าถึงสถานที่หรือสถานการณ์ที่ได้รับความสัมพันธ์มากกว่าสิ่งอื่นใดในโลก เพื่อลืมความเจ็บปวดนั้น และสังคมที่ดีนั้นสามารถให้ความพึงพอใจแก่ความต้องการนี้ได้

4. **Esteem needs** ความต้องการที่จะเปลี่ยนเป็นที่นับถือยกย่องในวงสังคม มนุษย์ชอบที่จะมีความเคารพในตนเอง ให้เกียรติตนเอง และในขณะเดียวกันเขาก็ต้องการได้รับเกียรติ และความยกย่องในตัวเขาจากบุคคลอื่นด้วย มนุษย์นั้นต้องการสถานภาพและต้องการให้คนอื่นตระหนักในความสำคัญของเขา บุคคลในสังคมนั้นต้องการความมั่นคง ความนับถือตนเอง ต้องการความแข็งแกร่งเพื่อชัยชนะ เพื่อความมั่นใจในการเผชิญกับโลก บุคคลต้องการที่จะมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น มีความเป็นอิสระและได้รับสถานะที่ต้องการ การได้รับความพึงพอใจในความต้องการนี้จะนำมาซึ่งความรู้สึกมั่นใจในตัวเอง การมีคุณค่าในตัวเอง และความสามารถนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นในโลกแห่งความเป็นจริง

5. **Self-actualization needs** ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้ หรือความพึงพอใจส่วนตัว (Self – fulfillment) มนุษย์จะมีความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่ท่านเองได้ใฝ่ฝันไว้ การเข้าถึงตนเองในสิ่งที่ต้องการจะเป็น ตัวตนในอุดมคตินี้เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์

ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการกับการใช้สื่อมากที่สุด ก็ได้แก่ ทฤษฎีการใช้สื่อ และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงความต้องการ และแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร โดยได้จำแนกความต้องการ(Needs) ข่าวสารตามลักษณะจิตวิทยา ได้ดังนี้

1. Cognitive Need คือ ความต้องการในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เข้าใจสิ่งต่าง ๆ รอบตัว
2. Affective Need คือ ความต้องการในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อได้รับความพึงพอใจทางอารมณ์
3. Integrative Need คือ ความต้องการข่าวสาร เพื่อตอกย้ำความคิด ความมั่นใจ ความมั่นคงทางอารมณ์และความคิด ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับในสังคม
4. Escape Need คือ ความต้องการเปิดรับสื่อเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา ลืมความเจ็บปวด ปัญหาในชีวิต เป็นความต้องการใช้สื่อเพื่อผ่อนคลาย และหลีกเลี่ยงหนีจากความเป็นจริง

Katz ได้อธิบายว่าบุคคลนั้นจะเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลจะต่างกัน ทำให้การเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อนั้นแตกต่างกันด้วย

สื่ออินเทอร์เน็ตก็อยู่ในข่ายที่เป็นตัวเลือกของผู้ใช้สื่อเช่นเดียวกัน ขึ้นอยู่กับว่ามีลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ได้มากน้อยเพียงใด โดยเปรียบเทียบกับสื่ออื่น

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ

John Suler (1997) นั้นได้ทำการศึกษาถึงการเสพติดอินเทอร์เน็ตว่า มันเติมเต็มความต้องการในลำดับความต้องการของมนุษย์ของ Maslow ได้อย่างไร โดยได้พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้ และช่วยเติมเต็มชดเชยความต้องการที่ขาดหายไปของบุคคลในลำดับขั้นความต้องการได้ ดังนี้

1. Sexual needs ความต้องการในด้านเพศ

พรอยด์กล่าวว่า เรื่องเพศ (sex) นี้เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นความต้องการลำดับขั้นแรกของ Maslow ซึ่งในปัจจุบันเรื่องของเพศนั้นเป็นหัวข้อที่นิยมมากในสื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อบุคคลถูกครอบงำจากกิจกรรมทางเพศในออนไลน์ หรือ Cybersex นี้ จะทำให้เขาได้รับความพึงพอใจ ซึ่งกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องทางเพศในอินเทอร์เน็ตนี้เป็นสิ่งที่เสพติดกันได้ เพราะมันง่ายในการเข้าถึง ลักษณะของสื่อที่ผู้ใช้ไม่ต้องระบุชื่อนั้นก็เป็นหนทางที่ปลอดภัย ในการสนองความพึงพอใจของบุคคล บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมตามจินตนาการของตน มีทางเลือกสร้างอัตลักษณ์ใหม่และเปลี่ยนเพศใหม่ ซึ่งทำให้อินเทอร์เน็ตนี้สามารถเติมเต็มพลังความต้องการได้ และการที่บุคคลสามารถเข้าไปหาคู่ได้ตามความต้องการของตน cybersex นั้นเป็นการชดเชยการแสดงออกในเรื่องเพศทางกายภาพ เมื่อบุคคลนั้นยังไม่ได้รับความพึงพอใจในเรื่องเพศจากชีวิตจริง เขาก็จะมองหาสิ่งทดแทนในอินเทอร์เน็ต

2. Need for an Altered State of Consciousness ความต้องการเข้าสู่จินตนาการ ความเพื่อฝัน

บุคคลนั้นมีแนวโน้มต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงความมีสติรู้สำนึกของตน เพื่อที่จะได้รับประสบการณ์ความเป็นจริงจากแง่มุมที่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการนี้อาจถูกแสดงผ่านหลายพฤติกรรม เช่นทางด้านสร้างสรรค์ศิลปะ ทางด้านเพศ การเสพติดยาและสื่อมวลชน เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้คุณหลุดจากโลกแห่งความจริงเข้าสู่โลกแห่งจินตนาการ ความเพื่อฝัน อินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้คุณแสดงออกซึ่งความไร้สติ มันให้ทางเลือกเพื่อเปลี่ยนแปลงความมีสติ โดยอนุญาตให้คุณแสดงจินตนาการเพื่อปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น และสำรวจโลก และเนื่องจากเวลาสถานที่และอัตลักษณ์ของคนนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทำให้ cyberspace นั้นกลายมาเป็นโลกแห่งความฝัน เช่น โลกแห่งจินตนาการใน MUD และ multimedia environment

บุคคลจะถูกดึงดูดให้เข้าไปในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual Environment) เพราะ “มันเหมือนความฝัน” เขาจะได้รับความต้องการที่น่าพึงพอใจโดยจะถูกดึงสู่ความไร้สติ ที่ซึ่งเขาสามารถแสดงออกได้ถึงจินตนาการ ซึ่งก็อาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเพศ (sexuality) ความรุนแรง (aggression) และการจินตนาการในบทบาทสมมติ (Role playing) ในอินเทอร์เน็ต

3. Need for Achievement and Mastery ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ และเป็นผู้เชี่ยวชาญ

บุคคลนั้นมีความต้องการพื้นฐานในการเรียนรู้ ได้รับการประสบความสำเร็จ เป็นผู้ควบคุมสถานการณ์ มีอำนาจ และความนับถือในตนเองก็เป็นหนึ่งในความต้องการนี้ บุคคลจะเข้าไปเรียนรู้กับการใช้โปรแกรมต่าง ๆ การค้นหาข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาช่วยแก้ปัญหาและตัดสินใจ อินเทอร์เน็ตนั้นทำให้บุคคลได้เรียนรู้สังคม วัฒนธรรมต่าง ๆ ให้การยอมรับกับความสำเร็จของบุคคล แต่ชุมชนในอินเทอร์เน็ตนั้นก็เปลี่ยนแปลงเร็วมาก ดังนั้น ในการที่จะควบคุมสิ่งต่าง ๆ ได้บุคคลจึงต้องใช้เวลาบ่อย ๆ กับมัน

4. Need to Belong ความต้องการมีส่วนร่วม เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

บุคคลจะต้องการการติดต่อระหว่างบุคคล การได้รับการยอมรับทางสังคม การมีส่วนร่วม ความรู้สึกในการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยให้คุณได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนที่เขาพึงพอใจได้ เมื่อบุคคลรู้สึกกดดันจากสังคมจริง รู้สึกแปลกแยกเข้ากันไม่ได้กับสังคมที่ดำเนินอยู่ เขาก็จะหันหาสังคมในอินเทอร์เน็ตที่จะช่วยชดเชยความรู้สึกนี้ได้ และต้องการที่จะคงไว้ในสังคมเสมือนจริงแห่งนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ชีวิต

อินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้คุณเข้ามาอยู่ในสังคมร่วมกัน เมื่อมีผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น ชุมชนก็จะเปลี่ยนเร็วมากกว่าในชีวิตจริง ซึ่งถ้าบุคคลต้องการติดต่อกับชุมชน เขาก็ต้องหมั่นเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต ยิ่งใช้เวลามากเท่าไรในโลกออนไลน์ คนอื่นก็จะรู้จักเรามากขึ้นเท่านั้น ถ้าเราต้องการไม่ให้ถูกลืมหรือสูญเสียสังคมนี้ไป เราก็จึงต้องหมั่นเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้ตัวเรายังคงอยู่ในสังคมออนไลน์ได้

5. Need for Relationship ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

เป็นความต้องการติดต่อระหว่างบุคคล อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสังคมที่มีพลังและให้โอกาสในการมีสังคมแก่บุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลที่สุดของอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยสนองความต้องการให้กับบุคคลที่ไม่ได้รับความสัมพันธ์ทางสังคมที่เพียงพอ สำหรับคนช้ำอายุหรือคนที่หวาดกลัวที่จะติดต่อกับบุคคลอื่นในชีวิตจริงนั้น อินเทอร์เน็ตจะช่วยชดเชยให้คนเข้าไปมีความสัมพันธ์ในออนไลน์ได้ และด้วยความที่ไม่มีใครรู้ว่าเราคือใครในสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นจะช่วยให้คุณสามารถแสดงออกมากขึ้น รู้สึกมั่นคงและมั่นใจมากขึ้น

นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังช่วยให้คุณสามารถพบปะกับเพื่อนใหม่หรือแสวงหาความสัมพันธ์แบบคู่รักได้ ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็จะสร้างความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้มากกว่าในชีวิตจริง ทำให้บุคคลนั้นละทิ้งชีวิตจริงเพื่อเข้ามาติดต่อกับเพื่อนในอินเทอร์เน็ต

Grohlo (1996) นั้นเห็นว่า ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น หรือความต้องการทางสังคมนี้ เป็นความต้องการที่สำคัญ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการเสพติด ผู้เสพติดนั้นจะแสวงหาความต้องการนี้โดยผ่านการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E- mail) ห้องสนทนา (Chat room) หรือในเกมออนไลน์

6. Need for Self - Actualization and the Trancendence of Self

เป็นความต้องการเข้าถึงความต้องการภายใน ทัศนคติและบุคลิกภาพ ซึ่งก่อนหน้านี้ถูกปิดบังเอาไว้ อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยให้บุคคลได้แสวงหาตัวตนในอุดมคติของเขา เข้าถึงสิ่งที่เขาอยากจะทำ สิ่งที่เขาจะเป็นได้อย่างแท้จริง

อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเข้าถึงและสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้ในทุกด้าน และมันก็ทำให้บุคคลสามารถเสพติดมันได้ง่าย เนื่องจากความต้องการที่หลากหลายของแต่ละบุคคลสามารถชดเชยได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต

ผู้เสพติดนั้นยึดติดการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถตอบสนอง และเติมเต็มความต้องการที่ขาดหายของพวกเขาได้ และช่วยให้พวกเขาสามารถหลบหนีจากปัญหาในชีวิตจริง Cooper (1998) นั้นได้แสดงความคิดสนับสนุนสาเหตุของการเสพติดนี้ โดยระบุว่า การที่บุคคลเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นก็เพราะว่า อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเติมเต็มความต้องการของบุคคล และช่วยให้บุคคลหลบหนีจากปัญหา และความเป็นจริงได้

Maressa Hecht Orzack (1999) นั้นกล่าวว่า ในสังคมปัจจุบันนี้คนได้ยึดติดกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นทุกที ๆ ไม่เพียงแต่การเข้าไปหาข้อมูลข่าวสาร แต่ก็เพื่อความบันเทิงด้วย การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเกิดได้กับคนทุกเพศทุกวัย เด็กนั้นอาจถูกดึงดูดจากเกมในอินเทอร์เน็ต วัยรุ่นนั้นอาจถูกดึงดูดจากการสนทนาในอินเทอร์เน็ต พวกเขาเหล่านั้นจะหาอินเทอร์เน็ตเพื่อสนองความต้องการของเขา เพื่อจัดการกับความกระวนกระวาย เพื่อปรับเปลี่ยนอารมณ์ของบุคคล หรือเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต

เช่นเดียวกัน Fanning และ O' Neil (1996) ก็ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการเสพติดนั้นเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกว่าการต้องการของเขานั้นยังมิได้รับการตอบสนอง ซึ่งอาจเกิดจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจในชีวิตจริง พฤติกรรมการเสพติดจะถูกใช้เพื่อแสวงหาความต้องการและหลบหนีจากสถานการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจนั้นจะช่วยให้บุคคลได้ปลดปล่อยทางอารมณ์และจิตใจ และเป็นหนทางให้บุคคลได้หลบหนีจากปัญหา

จากผลการสำรวจของ Center for On-Line Addiction พบว่า 6% ของผู้ตอบแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ 17,251 ชุด นั้น มีพฤติกรรมที่แสดงว่ามีการเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ต และ 30% ของผู้เสพติดนั้นกล่าวว่า พวกเขาเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหลบหนีจากความรู้สึกทางลบจากปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง เขาจะหันหาอินเทอร์เน็ตเมื่อเขารู้สึกไม่สบายใจ เคร้าเสียใจกับสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เขาจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อระบายความเจ็บปวดนั้น

Young (1998) นั้นได้ระบุถึงปัญหาที่ทำให้บุคคลหลบหนีจากชีวิตจริง เข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ไว้ดังนี้

- | | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. ความเหงา เปล่าเปลี่ยว | 6. ปัญหาทางการเงิน |
| 2. ชีวิตสมรสที่ไม่น่าพึงพอใจ | 7. ความรู้สึกไม่ปลอดภัยในการดำรงชีวิต |
| 3. การทำงานที่เคร่งเครียด | 8. ความวิตกกังวล |
| 4. ความเบื่อหน่าย | 9. การหลบหนีจากการเสพติดอื่น |
| 5. ความเคร้าซึม | 10. การมีชีวิตในสังคมที่จำกัด |

Young (1996) ก็ได้อธิบายพฤติกรรมการเสพติดนี้ว่า อินเทอร์เน็ตจะเติมเต็มความต้องการทางจิตวิทยาให้กับคนที่ต้องการหลบหนีเข้าสู่โลกเสมือนจริง และโลกที่ไม่ต้องระบุตัวตน ปัญหาก็คือ โลกเสมือนจริงในอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสร้างความรู้สึกเสมือนจริงได้ และสนองความต้องการ ให้ความพึงพอใจกับผู้ใช้ได้มากกว่าโลกแห่งความเป็นจริง และเนื่องจากอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลได้ ดังนั้นมันจึงมีความเป็นไปได้ที่คนจะเสพติดมัน เมื่อเขารู้สึกว่าชีวิตไม่ได้รับอำนาจ ความพึงพอใจ ฯลฯ เขาก็จะหันหาพฤติกรรมการเสพติด

ลักษณะของอินเทอร์เน็ตกับการตอบสนองความต้องการ

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่มีความพิเศษ ที่สามารถดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาเยี่ยมชม หรือเสพติดได้ ก็เนื่องมาจากการที่มันสามารถเข้าถึง และตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ไม่มีการควบคุม ไม่มีกฎระเบียบหรือมาตรฐานสังคมมาคอยควบคุม ผู้ใช้สามารถจินตนาการตัวเองเป็นใครก็ได้ เพราะไม่มีใครรู้จักตัวตนจริงซึ่งกันและกัน ดังนั้นการแสดงความรู้สึก การแสดงออกจึงสามารถกระทำได้อย่างอิสระเสรี ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นมนุษย์ต้องเก็บกดไว้ เนื่องจากเงื่อนไขทางสังคมได้คอยกำหนดอยู่ แต่ในโลกเสมือนจริงหรือโลกออนไลน์นี้ มนุษย์สามารถปลดปล่อยความต้องการได้อย่างเต็มที่

จะเห็นได้ว่าด้วยประโยชน์และรูปแบบที่หลากหลายของอินเทอร์เน็ต ทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อที่ความพิเศษเหนือสื่ออื่น ๆ ที่เคยมีมา ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถตอบสนองความต้องการ ซึ่งดึงดูดให้บุคคลเข้าใช้และยึดมั่นในพฤติกรรมนั้นมีดังต่อไปนี้

1. ความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา อินเทอร์เน็ตนั้นนำเสนอบริการ ที่ช่วยยืดหยุ่นอุปสรรคในเรื่องเวลาให้กับผู้ใช้ กล่าวคือ ทั้งการสื่อสารในทันทีทันใดในเวลาจริง(Synchronous Communication) คือ การที่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ออนไลน์เข้าไปในเวลาเดียวกัน ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งตัวอย่างก็ได้แก่ การสนทนาในห้องสนทนา (Chat room) ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และกลุ่มข่าวสาร (New groups) ก็เป็นการสื่อสารในเวลาที่แตกต่างกัน (Asynchronous communication) ซึ่งผู้ใช้นั้นไม่จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์สื่อสารกันในเวลาเดียวกัน

ลักษณะทั้ง 2 อย่างนี้ ทำให้เราสามารถยืดหยุ่นในเรื่องของเวลา อินเทอร์เน็ตช่วยให้เวลาการติดต่อสื่อสารยืดออกไป มันให้ความสะดวกในการติดต่อเมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ทำให้เรามีเวลาในการไตร่ตรองสิ่งต่าง ๆ และโต้ตอบกลับได้อย่างรอบคอบ มันทำให้บุคคลสามารถตอบการสนทนาเมื่อต้องการ และเมื่อสะดวกที่สามารถทำได้ ซึ่งมันก็ช่วยให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น อินเทอร์เน็ตยังช่วยให้บุคคลที่อยู่ในสถานที่และเวลาที่

แตกต่างกันได้เข้ามาอยู่ในเวลาเดียวกันในอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกัน มีประสบการณ์ร่วมกันในเวลาเดียวกัน

2. ความยืดหยุ่นในเรื่องของสถานที่ ผู้ใช้นั้นสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ทั่วโลก สามารถติดต่อ พบปะกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลกัน โดยไม่ต้องคำนึงถึงสถานที่ที่อยู่จริง ช่วยให้เกิดความรวดเร็วและสะดวกสบายแก่ผู้ใช้ บุคคลจะรู้สึกเหมือนกับว่าได้พูดคุยสนทนาเสมือนอยู่ในที่เดียวกัน บุคคลจะสามารถแสดงความคิดเห็นหรือความต้องการในอินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่ต้องสนใจปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ผู้ใช้สามารถเคลื่อนย้ายจากสถานที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งได้ โดยไม่ต้องเคลื่อนย้ายทางกายภาพ ในอินเทอร์เน็ตนั้นผู้ใช้สามารถอยู่เหนือกฎของสถานที่และกายภาพได้

ลักษณะสื่อทางด้านนี้ช่วยชดเชยความต้องการทางสังคมให้แก่บุคคลเพราะในชีวิตจริงเมื่อบุคคลไม่สามารถหาคนรอบข้างเพื่อแบ่งปันความคิด ความสนใจหรือความต้องการได้ เขาก็จะสามารถแสวงหาได้จากอินเทอร์เน็ต และด้วยความง่ายในการค้นหาบุคคลที่เหมือนกับเรา หรืออย่างที่เราต้องการ ทำให้บุคคลสามารถสร้างกลุ่มที่จะคอยยอมรับความคิดเห็น หรือช่วยแก้ปัญหาซึ่งอาจจะมาจากสถานที่ต่าง ๆ กันไป อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยให้เราสามารถขยายประสบการณ์ในการพบปะบุคคลที่ในชีวิตนั้น หากไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตบุคคลก็อาจจะไม่มีโอกาสได้พบ ซึ่งสำหรับบุคคลที่มีบุคลิกเข้ากับผู้อื่นไม่ได้ เข้าสังคมไม่ได้ หรือไม่ได้รับความสัมพันธ์ทางสังคมที่เพียงพอ ไม่ได้รับการยอมรับทางสังคม อินเทอร์เน็ตก็สามารถช่วยชดเชย และทดแทนความต้องการทางสังคมที่ขาดหายนี้ได้

3. การใช้สื่อโดยไม่ต้องระบุชื่อ (Anonymity) ในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น บุคคลสามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กันโดยไม่มีใครมองเห็นซึ่งกันและกัน ด้วยธรรมชาติของสื่อที่ไม่สามารถรู้ว่าผู้ใช้สื่อคือใคร ผู้ใช้จึงไม่เปิดเผยชื่อจริงและที่อยู่จริง บุคคลนั้นจะรู้สึกสะดวกสบายใจกับการใช้สื่อนี้ ทำให้เปิดโอกาสให้คนได้แสดงออกถึงความต้องการที่แท้จริง แสดงตัวตนที่แท้จริง หรือสร้างสรรค์ความคิดต่างๆ และแสดงออกได้โดยอิสระ ดังนั้น ผู้ใช้จึงสามารถเปิดเผยความลับของตัวเอง ถกเถียงเรื่องปัญหา หรือแสดงอัตลักษณ์ความต้องการของตัวเองที่ไม่กล้าทำในโลกแห่งความเป็นจริง หรือ

ไม่เคยคิดจะทำได้ บุคคลที่กลัวในการเปิดเผยตัวตนจริงในโลกจริง เช่น กลุ่มที่มีความผิดปกติของทางด้านร่างกาย หรือทางเพศ ก็สามารถเปิดเผยตัวเองได้ โดยรู้สึกว่าคุณอินเทอร์เน็ตนั้นปลอดภัยในการแสดงออกถึงตัวตนที่แท้จริง

ในอีกด้านหนึ่ง การที่ไม่สามารถระบุชื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้นั้น ทำให้บุคคลสามารถสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเองได้ บุคคลสามารถที่จะเป็นได้ทุกอย่างอย่างที่เขายากจะเป็น ทำให้บุคคลสามารถมีตัวตนที่หลากหลาย สื่ออินเทอร์เน็ตนี้เปิดโอกาสให้บุคคลปลอมตัว เช่น การเปลี่ยนเพศ เปลี่ยนรูปลักษณ์ได้

จากการที่ไม่ต้องระบุชื่อผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าคุณอยู่ในสภาพที่ไร้การขัดขวาง และควบคุม ทำให้บุคคลปลอมตัวและหลอกลวงได้ ก่อให้เกิดจินตนาการ ความเพ้อฝัน และสามารถแสดงพฤติกรรมที่ตรงข้ามกับความเป็นจริงได้ ผู้ใช้จะรู้สึกเป็นอิสระที่จะแสดงออกถึงความคิด และพฤติกรรมที่ไม่ต้องควบคุม ทำให้เปิดโอกาสในการเข้าถึงความต้องการข้างใน ซึ่งสามารถตอบสนองให้คนรู้สึกดี มีความสุขที่ได้อยู่ในโลกออนไลน์ และยึดติดกับอินเทอร์เน็ตมากจนเกินไป

ลักษณะการใช้สื่อโดยไม่ต้องระบุชื่อนี้ทำให้บุคคลที่ต้องการเติมเต็มความต้องการทางจิตใจและสังคม มีอิสระในการแสดงออกได้อย่างเต็มที่ สามารถเติมเต็มจินตนาการของตนเองได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเพศสัมพันธ์ ความรุนแรง การสมมติเป็นบุคคลอื่น ก่อให้เกิดความมั่นใจในการแสดงออกโดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีผู้อื่นรู้จักตัวตนที่แท้จริงของเรา ลักษณะของสื่อนี้ทำให้ผู้ที่มีภาวะทางจิตอ่อนแอ หรือผู้ที่มีปัญหาทางด้านสังคมได้รับความพึงพอใจ และกล้าที่จะแสดงออกซึ่งความต้องการที่แท้จริงได้ในอินเทอร์เน็ต

4. ลักษณะการใช้สื่อโดยไม่เห็นซึ่งกันและกัน ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นการมองเห็นผู้สนทนาอื่น หรือการได้ยินเสียงกันยังถูกจำกัดอยู่ ถึงแม้จะมีเทคโนโลยีภาพและเสียงของผู้สนทนาเข้ามาอำนวยความสะดวกบ้างแล้วก็ตาม โดยส่วนใหญ่ผู้สนทนาในอินเทอร์เน็ตจะติดต่อกันโดยการพิมพ์ภาษา พิมพ์ข้อความ เนื่องจากการไม่เห็นฝ่ายตรงข้าม ทำให้การพิมพ์นั้นพยายามใส่

อารมณ์และความรู้สึกมากขึ้น ซึ่งจากการสื่อสารผ่านตัวอักษรที่ใส่ความรู้สึกนี้ทำให้ผู้ใช้เกิดจินตนาการ ความเพ้อฝันได้ ผู้ใช้นั้นจะไม่สามารถติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นทางกายภาพได้ ทำให้บุคคลรู้สึกปลอดภัย และกล้าเข้ามาใช้โดยไม่ประหมา

สภาพแวดล้อมในอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นใน เว็บเพจ กระดานข่าว หรือในห้องสนทนา ผู้ใช้จะไม่สามารถมองเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้บุคคลกล้าเข้าไปใช้บริการ หรือทำกิจกรรมที่แตกต่างไม่เคยทำ หรือไม่กล้าทำได้ในชีวิตจริง ซึ่งลักษณะการใช้สื่อโดยไม่เห็นซึ่งกันและกันนี้มีความสัมพันธ์กับลักษณะการใช้สื่อโดยไม่ต้องระบุชื่อ ซึ่งจะช่วยปกปิดตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้ เป็นลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่ และมีอิสระ มีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

5. ลักษณะที่สนับสนุนให้ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเอง เนื่องจากลักษณะของการขาดการมองเห็นซึ่งกันและกัน และการติดต่อสื่อสารนั้นก็ทำได้เพียงแค่จากการพิมพ์ข้อความ บุคคลจึงสามารถเลือกตัวตนที่จะเป็นได้ โดยอาจจะแสดงบางส่วนของตัวเอง จินตนาการถึงสิ่งที่อยากจะเป็น หรือเป็นในสิ่งที่ไม่ใช่ตนเอง บุคคลจะสามารถแสดงออก ระบายความต้องการหรืออารมณ์ และสนทนาในสิ่งที่เขาไม่กล้า หรือไม่สามารทำได้ในชีวิตจริง บุคคลจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสดงออก และได้รับประสบการณ์ในแง่มุมที่ต่างไปจากอัตลักษณ์ของตนเอง บางคนจะสร้างบุคลิกในออนไลน์ของตนเองโดยเฉพาะ เพื่อเติมเต็มความต้องการและความฝันของตน

ผู้คนมีแนวโน้มที่จะมีชีวิตในออนไลน์ที่แตกต่างจากชีวิตจริง บุคคลจะมีกลุ่มออนไลน์ มีเพื่อน และกิจกรรมที่ต่างจากที่ทำในชีวิตจริง และในท่ามกลางกลุ่มและกิจกรรมที่หลากหลายในออนไลน์ บุคคลจะสามารถเลือกที่จะเข้าร่วมได้ บุคคลจะได้รับโอกาสในการได้รับการสนับสนุนความคิด และอัตลักษณ์จากคนในกลุ่ม

ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตนเองในออนไลน์นี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์และความปรารถนาของผู้ใช้ ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถหลบหนีจากปัญหาทางอารมณ์ (ความเครียด ความกดดัน

ความวิตกกังวล) จากสถานการณ์ที่เป็นปัญหา หรือความทุกข์ทรมานของตนเอง เช่น ผลการวิจัยที่ตกต่ำ การถูกไล่ออกจากงาน ปัญหาในชีวิตสมรส ฯลฯ

6. ลักษณะที่สามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้ใช้ การใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ หรือการมีสติสัมปชัญญะของบุคคลได้ ในขณะที่บุคคลใช้บริการในอินเทอร์เน็ต เขาจะผสมกลมกลืนความคิดและจิตใจเข้ากับสภาพแวดล้อมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้เกิดสภาวะที่เหมือนกับความฝัน ดึงดูดให้ผู้คนสนใจ เป็นการเปลี่ยนแปลงสติการรับรู้ให้บุคคลเข้าสู่ภาวะความฝัน ทำให้บุคคลเกิดจินตนาการ อินเทอร์เน็ตนั้นสนับสนุนให้บุคคลสร้างจินตนาการโดยให้ความปลอดภัย และความเสมือนจริง โดยได้ขยายประสบการณ์ขอบเขตของความจริงให้กับผู้ใช้ ซึ่งจินตนาการเหล่านี้สามารถช่วยสนองความต้องการของบุคคลที่ถูกชุกชอนไว้ได้ ไม่ว่าจะเป็นจินตนาการในเรื่องเพศ หรือความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

ความฝันและจินตนาการจะตอกย้ำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่หมกมุ่น และในผู้ที่มีภาวะทางจิตอ่อนแอ มีปัญหาด้านบุคลิกภาพ และขาดความสัมพันธ์ในสังคมนี้ ความเพ้อฝันและจินตนาการเสมือนจริงก็จะช่วยชดเชยความต้องการที่ขาดหาย และดึงดูดให้ผู้ใช้รู้สึกเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงได้

7. ลักษณะการโต้ตอบสื่อสาร 2 ทาง อินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะที่โดดเด่นกว่าสื่ออื่นในอดีต เนื่องจากมันมีคุณสมบัติของการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้ โดยปกติแล้วบุคคลนั้นมีความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และสิ่งรอบตัวเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว และกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต เช่น การสนทนาในห้องสนทนา การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ บริการที่ให้ผู้ใช้งานสามารถเข้ามาใช้พร้อมกัน เช่นการเล่นเกมส์ออนไลน์ ก็มีลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ ผู้เล่นนั้นสามารถที่จะติดต่อสื่อสารกันในขณะที่เล่นได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้กระตุ้นให้บุคคลรู้สึกมีส่วนร่วม และเสมือนจริง บุคคลสามารถเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และชุมชนในอินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่กดดันเหมือนในชีวิตจริง ทำให้พวกเขาารู้สึกพึงพอใจ และยึดติดกับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในอินเทอร์เน็ตมากกว่าในชีวิตจริง

8. ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกควบคุมโดยสถาบันต่าง ๆ การค้นหาข้อมูลข่าวสารนี้สามารถให้ความพึงพอใจแก่ผู้ใช้ได้ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตนี้เป็นสื่อที่อิสระ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารโดยไม่จำกัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศ หรือเรื่องอื่นใดที่บุคคลมีความสนใจ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถแสวงหาข่าวสารได้ตามความต้องการของตนเอง และในผู้ที่ไม่มีความมั่นใจในตนเอง ไม่ยอมรับคุณค่าของตนเอง การแสวงหาความรู้ในอินเทอร์เน็ตก็ช่วยเพิ่มความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทำให้บุคคลเกิดความยอมรับในตนเองได้

9. การให้สถานภาพที่เท่าเทียมกันแก่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตนั้นให้สถานภาพที่เท่าเทียมกันแก่ผู้ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น ทุกคนในอินเทอร์เน็ตจะได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันในการแสดงตนเอง โดยไม่สนใจฐานะทางสังคม เชื้อชาติ เพศ ฯลฯ ซึ่งในชีวิตจริงนั้นบุคคลอาจไม่กล้า หรือไม่คิดที่จะแสดงความคิดเห็นออกมา ลักษณะของสื่อในข้อนี้ทำให้บุคคลรู้สึกมีอำนาจในการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ทำให้บุคคลรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และยอมรับความสามารถของตนเองได้ ซึ่งมันก็ช่วยชดเชยความรู้สึกให้แก่บุคคลที่รู้สึกต่ำกว่า ต้อยและไม่มีคุณค่า ดังนั้นพวกเขาจึงพยายามคงอยู่ในสภาพแวดล้อมในอินเทอร์เน็ตนาน ๆ เพื่อให้ได้รับการยอมรับทั้งจากตนเองและบุคคลอื่น

10. ความสามารถในการเข้าถึงความต้องการทางจิตใจ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ช่วยชดเชยและสนองความต้องการที่หลากหลายให้แก่ผู้ใช้ได้ อินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่ที่ช่วยให้บุคคลสามารถหลบหนีจากชีวิต และผ่อนคลาย บุคคลจะได้รับความพึงพอใจทั้งจากเรื่องงาน ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความรัก จากกิจกรรมทางใดทางหนึ่งในอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้บุคคลยึดติดกับความพึงพอใจที่ได้รับนี้ บุคคลจะเข้าใช้อินเทอร์เน็ตเรื่อย ๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ ลักษณะเช่นนี้ของอินเทอร์เน็ตจะดึงดูดให้บุคคลที่มีภาวะทางจิตที่อ่อนแอ ผู้ที่ไม่ได้รับความต้องการทางสังคมที่เพียงพอ ผู้ที่มีปัญหาด้านบุคลิกภาพให้เข้ามาใช้ เพื่อชดเชยความต้องการที่ขาดหายไปของตนในอินเทอร์เน็ต

จะเห็นได้ว่าลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลเหล่านี้

ล้วนแล้วแต่มีส่วนสนับสนุนให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตได้ทั้งสิ้น

จากผลการวิจัยของ Young (1996) ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น ได้ระบุลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดให้พวกเขาเข้าใช้ดังนี้ 86% บอกว่า การที่ไม่ต้องระบุชื่อผู้ใช้ ไม่รู้จักตัวตนนั้นทำให้พวกเขาอยากใช้สื่อนี้ 63 % เป็นเพราะความสามารถในการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสาร ความต้องการต่างๆ ของพวกเขา 58 % บอกว่าเป็นเพราะความปลอดภัยในการใช้ 37 % ระบุว่า เป็นสื่อที่ใช้ง่าย และสะดวกในการใช้

อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่แพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว เพราะมันเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงต่าง ๆ ด้วยบริการที่หลากหลายของอินเทอร์เน็ตนั้น ทำให้อินเทอร์เน็ตสามารถเติมเต็มความต้องการแก่บุคคลได้ ทำให้บุคคลใช้สื่อนี้เพื่อแสวงหาความต้องการ และหลบหนีจากความกดดัน หรือปัญหาในชีวิตจริง การเสพติดอินเทอร์เน็ตนี้ไม่ได้เป็นการเสพติดที่ตัวสื่อ แต่เป็นการเสพติดที่กิจกรรม หรือสิ่งที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นก็เปิดช่องทางให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้อย่างอิสระ รวมทั้งสามารถเปิดช่องทางให้บุคคลเสพติดสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเสพติดการพนันออนไลน์ การเสพติดเกมคอมพิวเตอร์ การเสพติดเรื่องเพศในอินเทอร์เน็ต ฯลฯ

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องอินเทอร์เน็ตในการตอบสนองความต้องการนี้ก็สอดคล้องกับงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางจิตวิทยานั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยตัวแปรทางจิตวิทยานั้นจะแยกมองใน 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ลักษณะทางจิตใจส่วนบุคคล : บุคลิก อารมณ์ ปัญหาทางจิตใจ

ปัจจัยทางด้านความต้องการภายในจิตใจ อารมณ์ และบุคลิกภาพนั้นมีความสัมพันธ์กับภาวะการเสพติด โดยบุคคลที่มีสภาวะทางจิตใจที่อ่อนแอ เช่น มีอารมณ์รุนแรง วิตกกังวล เบื่อหน่าย หงอยเหงาเศร้าซึมและมีบุคลิกยึดติดหรือพึ่งพิงนั้น มีแนวโน้มที่จะเสพติดสิ่งต่าง ๆ ได้ง่าย บุคคลจะเข้าหาสิ่งเสพติดต่างๆ ก็เพื่อระบายปัญหาในจิตใจ ระบายความรู้สึกเหล่านี้ บุคคลจะใช้สิ่งเสพ

ติดเพื่อลดความรู้สึกคับข้อง ความกดดันและปัญหาในชีวิต ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตก็ได้ช่วยบรรเทาความคับข้องในจิตใจ และเปิดโอกาสให้บุคคลได้หลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตได้

จากการศึกษานั้นพบว่าผู้ที่มีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีลักษณะทางด้านบุคลิกภาพ อารมณ์และจิตใจแตกต่างจากผู้ที่ไม่เสพติด โดยการศึกษาวิจัยของ Young (1996) พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตหลายคนจะมีปัญหาทางจิตใจและอารมณ์มากกว่าบุคคลปกติ ทั้งด้านความกดดัน ซึมเศร้า ความวิตกกังวลและการไม่นับถือในตนเอง

เช่นกัน Loytsker และ Aiello (1997) ก็พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีระดับความหงอยเหงา เปล่าเปลี่ยว เบื่อหน่ายและวิตกกังวลสูง จากการศึกษาโดยใช้แบบประเมิน Sixteen Personality Factor Inventory (16PF) พบว่าผู้เสพติดจะมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ชอบกิจกรรมที่เป็นส่วนตัว ปรับตัวให้อยู่ในสังคมได้ยาก และมีการแสดงออก ได้ตอบโดยใช้อารมณ์กับบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มมีความอ่อนไหวสูง และมีการตื่นตัวอยู่เสมออีกด้วย

ในทางเดียวกัน Janet Morahan – Martin และ Phyllis Schumaker (1997) ก็พบว่าผู้ใช้ที่เสพติดนั้นจะมีระดับความหงอยเหงาเศร้าซึมมากกว่าผู้ใช้ธรรมดา นอกจากนี้จากการศึกษาของ Mukopadhyay และ Scherlis (1998) ซึ่งได้ศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 173 คน ก็พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีบุคลิกภาพแปลกแยกจากสังคม และรู้สึกหงอยเหงา ท้อแท้ ไม่มีคุณค่าในตนเองมากกว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตธรรมดา

Nathan Shpira จาก University of Cincinnati College of Medicine (1998) พบว่าบุคคลที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีลักษณะปัญหาทางจิตเกี่ยวข้องด้วย เช่น การมีอารมณ์ที่รุนแรง ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็สามารถช่วยบรรเทาอาการของพวกเขาได้ โดยจากผลการวิจัยพบว่า ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ต 9 จาก 14 คน จะมีภาวะอารมณ์ที่รุนแรง 7 คน มีปัญหาจิตกังวล เช่น มีความกลัวในการเข้าสังคม 3 คน มีอาการหิวที่ผิดปกติ 6 คน มีปัญหาในเรื่องการรับประทานอาหาร 4 คน ไม่สามารถควบคุมอารมณ์โกรธได้ 5 คน ไม่สามารถควบคุมตนเองในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ 8 คน มีปัญหาติดแอลกอฮอล์หรือสารเสพติดในบางครั้ง บุคคลจะถูกกระตุ้นและเกิดความวิตกกังวลใน

พฤติกรรมเหล่านี้ จนกระทั่งพวกเขาได้ทำกิจกรรมใดที่ความวิตกกังวลนี้จางหายไป ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็ช่วยสร้างความพึงพอใจ และปลดปล่อยสิ่งเหล่านี้

ความรู้สึกในทางลบ ความวิตกกังวล ความหงอยเหงาเศร้าซึม และความรู้สึกเบื่อหน่ายของบุคคลนั้นก็สาเหตุหนึ่งของการเสพติด เมื่อบุคคลรู้สึกไม่พึงพอใจในชีวิต วิตกกังวลกับเรื่องต่าง ๆ พวกเขาก็จะแสวงหาสิ่งที่จะช่วยให้เขาได้ระบาย และทำให้เขารู้สึกดีขึ้น อินเทอร์เน็ตเองก็เป็นทั้งแหล่งข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงที่ครบครัน ที่จะช่วยตอบสนองให้พวกเขาได้ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ช่วยให้เขามีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ทั่วโลก ทำให้เขารู้สึกไม่โดดเดี่ยว ไม่เหงา และในโลกอินเทอร์เน็ตยังมีชุมชนกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลสามารถแลกเปลี่ยนความคิด ความสนใจกัน และช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้บุคคลรู้สึกได้รับการยอมรับและรู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่า ซึ่งบุคคลเหล่านี้อาจจะหาไม่ได้ในสังคมชีวิตจริง และที่สำคัญบุคคลจะใช้อินเทอร์เน็ตระบายความรู้สึกทางลบในจิตใจรูปแบบใดก็ได้ ไม่ว่าจะ เป็น เรื่องทางเพศหรือความรุนแรง โดยที่ไม่มีใครรู้ตัวตนของเรา ทำให้เราไม่ต้องกังวลกับสังคมรอบข้าง ความเปลี่ยวเหงา และความสนุกสนานไปกับกิจกรรมต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต จะทำให้บุคคลรู้สึกว่าอินเทอร์เน็ตนี้เป็นโลกที่เขาต้องการ ทำให้เกิดพฤติกรรมการเสพติดขึ้น

บุคคลที่มักจะแสวงหาความตื่นเต้นและเร้าใจ ก็มีแนวโน้มที่จะเสพติดได้มาก พวกเขาจะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ที่จะสร้างความสนใจแก่พวกเขาได้ ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเช่นนี้ อย่างครบถ้วน อินเทอร์เน็ตนับเป็นโลกใบใหญ่ที่มีเรื่องราวต่าง ๆ ให้ค้นหามากมาย ด้วยลักษณะของโลกแห่งจินตนาการและความเพ้อฝัน ทำให้บุคคลได้รับความตื่นเต้นและเร้าใจในทางที่ปลอดภัย อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยตอบสนองจินตนาการที่อยู่ภายในของแต่ละบุคคลได้ ไม่ว่าจะ เป็น เรื่องเพศ ความรุนแรงหรือการแสดงบทบาทสมมติต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยดึงดูดให้บุคคลยึดติดกับความตื่นเต้น สนุกสนานในอินเทอร์เน็ต

บุคคลที่มีอารมณ์รุนแรง ควบคุมตัวเองไม่ค่อยได้ นั้นก็สามารถปลดปล่อย ระบายอารมณ์ในโลกอินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระ โดยไม่ต้องสนใจสังคมรอบข้าง ไม่ว่าจะ เป็นการแสดงออกทางบท

บาทสมมติในเกม เว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องเพศ การสนทนาเรื่องเพศ บุคคลสามารถแสดงออกซึ่งอารมณ์ที่แท้จริงได้ โดยไม่ต้องเก็บกดไว้เหมือนในโลกแห่งความจริง

Kraut และคณะ (1998) นั้นก็ได้สนับสนุนความคิดที่ว่า บุคคลที่เสี่ยงต่อการเสพติดอินเทอร์เน็ตได้ง่ายนั้น จะมีความเกี่ยวข้องกับภาวะซึมเศร้า ความวิตกกังวล Riendan (1999) ได้สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาทางจิตกับการเสพติดว่า ภาวะทางจิตอ่อนแอ นั้นเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสพติด บุคคลที่เสพติดจะมีปัญหาทางด้านอารมณ์ จิตใจและบุคลิกภาพมาก่อน ซึ่ง Young (1996) ก็ได้สนับสนุนว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ นั้น จะประสบกับปัญหาจากการนับถือตัวเองต่ำ และความเปราะบางในชีวิตมาก่อน

จากการวิจัยของ Young (1998) นั้นพบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตหลายคน มีปัญหาทางจิต และอารมณ์ ก่อนที่จะเริ่มเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต 54% ของผู้เสพติดบอกว่าก่อนที่จะเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตนั้น พวกเขาารู้สึกเหงาหงอย เศร้าซึม ส่วน 34% บอกว่าพวกเขาประสบกับความวิตกกังวล และส่วนที่เหลือกล่าวว่า พวกเขาารู้สึกไม่นับถือคุณค่าในตัวเอง

Orzack (1998) เชื่อว่า ทุกคนที่ใช้คอมพิวเตอร์นั้นมีความเสี่ยงที่จะเสพติดด้วยกันทั้งนั้น แต่บุคคลที่ซื่อๆ มีความซึมเศร้า ซ้ำเหงา เบื่อง่าย หรือมีพฤติกรรมการเสพติดอื่นอยู่ นั้น จะมีความเสี่ยงสูง เพราะพวกเขาจะยึดติดกับกิจกรรมในออนไลน์เพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิต และตอบสนองความพอใจของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นการได้ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น การมีปฏิสัมพันธ์ หรือความต้องการทางเพศ

ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นอาจจะมีการเสพติดอื่น ๆ มาก่อนหน้านี้ Kraut และคณะ (1998) ได้พบว่า บุคคลที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีภาวะการยึดติดกับสิ่งเสพติด เป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพพึ่งพิงผู้อื่น หรือยึดมั่นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นบุคคลที่ไม่มีความมั่นใจในตนเอง

เช่นเดียวกัน Young ก็ได้พบว่าผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตหลายคนนั้น มีการเสพติด แอลกอฮอล์ หรือสิ่งเสพติดอื่น ๆ มาก่อน 52% บอกว่าพวกเขามีอาการเสพติดแอลกอฮอล์ การพนัน หรือสิ่งเสพติดอื่นมาก่อน และอินเทอร์เน็ตก็สามารถช่วยเขาผ่อนคลาย ได้เช่นเดียวกับการเสพติดอื่นก่อนหน้านี้ และเห็นว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ใช่ปัญหาร้ายแรงเท่าการเสพติดอื่น

Peele (1991) นั้นกล่าวว่าบุคคลที่เสี่ยงต่อพฤติกรรมการเสพติดคือ บุคคลที่รู้สึกขาดความพึงพอใจในชีวิต ขาดสัมพันธภาพที่มั่นคงกับบุคคลอื่น ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง หมดหวัง ฯลฯ เช่นเดียวกันบุคคลที่รู้สึกไม่ได้รับความพึงพอใจในชีวิตนั้น จะมีความเป็นไปได้ที่จะมีพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต เนื่องจากพวกเขาจะใช้อินเทอร์เน็ตบรรเทาและหลีกเลี่ยงปัญหาที่แท้จริง

2. ลักษณะประชากรที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางจิตใจ

เพศและวัยที่ต่างกันนั้นก็อาจก่อให้เกิดการเสพติดการใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน เพราะความต้องการของบุคคลนั้นอาจแตกต่างกันไป โดยเพศชายจะแสวงหาอำนาจ สถานภาพ การครอบครอง พวกเขาจะแสวงหาแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มากมาย การเล่นเกมที่รุนแรง การแสดงออกในเรื่องเพศผ่านทางสนทนา (Chat) และมีการเข้าใช้เว็บไซต์เกี่ยวกับเรื่องทางเพศ ในขณะที่เพศหญิงจะใช้การสนทนา (Chat) เพื่อแสวงหาการได้รับการสนับสนุน การยอมรับ ความสัมพันธ์กับเพื่อนหรือคู่รัก ความรู้สึกเป็นเจ้าของในสภาพแวดล้อมที่ไม่กดดัน ส่วนวัยรุ่นนั้นก็อาจจะมองหาความมั่นใจในตนเอง ต้องการได้รับการยอมรับ

จากงานวิจัยของ Young (1996) , Loytsker และ Aiello (1997) , David Greenfield (1999) ยังพบว่า ผู้ที่เสพติดส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมปลาย – ปริญญาตรี โดยจะเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งอาจมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการต่าง ๆ สูง และด้วยวุฒิภาวะที่ยังไม่มากพอ ทำให้เกิดการยึดติดการใช้อินเทอร์เน็ต

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อลักษณะทางจิตใจ

ลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสพติด การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น มีความเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมของบุคคล การขาดการ

สนับสนุนทางสังคม จากครอบครัว เพื่อน หรือการไม่ได้รับการยอมรับในสังคม การถูกโดดเดี่ยวทางสังคม การประสบปัญหาทางด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนั้นจะส่งผลสนับสนุนต่อพฤติกรรมเสพติดได้

อัลวิน ทอฟฟเลอร์ (1992) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถช่วยชดเชยความต้องการทางสังคมแก่บุคคลได้เป็นอย่างดี สำหรับคนที่ขี้อาย หลีกเลี่ยงการพบปะ พูดคุยกับคนอื่นในชีวิตจริง ก็สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารกับคนอื่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์ได้โดยไม่รู้สึกลำบากใจ

บุคคลที่ไม่นับถือในตนเอง ไม่พึงพอใจ หรือไม่เห็นคุณค่าของตนเองนั้นก็มีความเสี่ยงต่อการเสพติด โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์ทุกคนนั้นต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือทั้งจากตนเอง และสังคมรอบข้าง ต้องการที่จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จต่าง ๆ เมื่อเขาารู้สึกว่าตนเองนั้นด้อยค่า และไม่มีจุดหมายแล้ว พวกเขาก็จะแสวงหาสถานที่ที่ให้การยอมรับแก่เขา ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นก็ให้สังคมที่ให้การยอมรับนับถือในตัวบุคคลได้ กลุ่มสังคมในอินเทอร์เน็ตจะช่วยแลกเปลี่ยนและรับฟังความคิดเห็นของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลรู้สึกได้รับการยอมรับมากกว่าในชีวิตจริง อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ให้ความเท่าเทียมกันกับผู้ใช้ในการเข้าถึงข้อมูล และความรู้ต่าง ๆ โดยไม่จำกัด เปิดโอกาสให้บุคคลแสวงหาความรู้เพื่อมาเพิ่มพูนความสามารถของตนเอง ซึ่งทำให้บุคคลรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า มีความสามารถ

Young (1996) นั้นได้ระบุว่า ผู้เสพติดส่วนใหญ่ นั้นจะขาดการสนับสนุนจากสังคม การไม่ได้รับการยอมรับนับถือ และมักจะไม่พึงพอใจในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น งานวิจัยส่วนใหญ่ นั้นพบว่า กลุ่มวัยรุ่นชาย นั้นเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ในการเสพติดเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่ง Griffith (1996) ได้รายงานผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เสี่ยงต่อการเสพติดอินเทอร์เน็ตคือ กลุ่มวัยรุ่นชาย ที่ไม่ค่อยมีสังคม หรือไม่มีความมั่นใจในตนเอง

บุคคลจะรู้สึกไม่ได้รับความพึงพอใจในสังคมชีวิตจริง และเนื่องจากมนุษย์นั้นเป็นสัตว์สังคม พวกเราจึงได้ต้องการแสวงหาความสัมพันธ์ที่ดีอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสังคม เป็นสถานที่แห่งใหม่ที่พวกเขาจะสามารถสร้างกลุ่ม / ชุมชน มีส่วนร่วมในกลุ่ม มีสังคมและได้รับการยอมรับได้ ผู้เสพติดจึงต้องการคงสภาพอยู่ในชุมชนในอินเทอร์เน็ต และสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนในโลกออนไลน์ ซึ่งมันก็สามารถชดเชยความต้องการทางสังคมให้แก่พวกเขาได้

Peele (1991) อธิบายถึงปัจจัยทางจิตวิทยาเกี่ยวกับการเสพติดว่า อินเทอร์เน็ตนั้นจะให้ความรู้สึกและตอบสนองอารมณ์ ซึ่งเราไม่สามารถได้รับจากทางอื่น มันจะสกัดกั้นความรู้สึกเจ็บปวด ความไม่มั่นคง ไม่สะดวกสบาย มันจะสร้างพลังต่อสู้กับอารมณ์ ทำให้บุคคลนั้นสามารถลืมปัญหา และรู้สึกยอมรับกับปัญหานั้นได้ มันจะให้ความปลอดภัย การมีคุณค่าในตัวเอง การได้รับการยอมรับ การมีพลังอำนาจควบคุม การได้เป็นเจ้าของ แต่อินเทอร์เน็ตนั้นก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงความเป็นจริงในโลกได้ มันจะให้แค่ความรู้สึกชั่วคราวเท่านั้น ดังนั้นมันจึงอธิบายได้ว่าทำไมบุคคลถึงกลับมาใช้อินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นพฤติกรรมการเสพติด

พฤติกรรมการเสพติดของมนุษย์นั้น สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ (Operant Conditioning) ซึ่งเมื่อบุคคลได้ประพฤติปฏิบัติสิ่งใดที่ได้ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่เขาแล้ว บุคคลก็จะหันกลับมาทำพฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่อง

ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ (Operant Conditioning)

เบอรัส สกินเนอร์ได้นำเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมมนุษย์ การวางเงื่อนไขแบบการกระทำนั้นกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสิ่งแวดล้อม โดยสิ่งเร้าทำให้เกิดพฤติกรรม และผลของพฤติกรรมนั้น และสิ่งที่สำคัญของการวางเงื่อนไขแบบการกระทำก็คือ จะเน้นที่ผลของพฤติกรรม ในสิ่งแวดล้อมที่เราอาศัยอยู่จะมีสิ่งเร้าที่ทำให้อินทรีย์ (Organism) แสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งพฤติกรรมนั้นจะมีผลตามมา และผลนั้นมีผลทำให้พฤติกรรมที่แสดงอินทรีย์ออกมาเพิ่ม

ขึ้น ถ้าผู้แสดงพฤติกรรมพอใจในผลของพฤติกรรมนั้น หรือบุคคลจะแสดงพฤติกรรมลดลง ถ้าผู้แสดงพฤติกรรมไม่พอใจในผลของพฤติกรรมนั้น

บุคคลจะสร้างพฤติกรรมซ้ำ ๆ ปฏิบัติในสิ่งที่ได้รับความพอใจ ได้รับรางวัล เช่น บุคคลที่ชื้ออายุ มีความฉลาดกลัวที่จะพบกับบุคคลใหม่ ๆ จึงหลีกเลี่ยงการพบปะ พูดคุยกับคนอื่น ซึ่งการได้หลีกเลี่ยงความประหม่าตื่นเต้นนี้จึงเป็นรางวัลซึ่งจะตอกย้ำพฤติกรรม (หลีกเลี่ยงปัญหา) เสพติด เช่นเดียวกับการใช้ยาเสพติด แอลกอฮอล์และการพนัน อินเทอร์เน็ตนั้นช่วยสนองความต้องการความพึงพอใจให้บุคคลได้ ซึ่งคนจะได้รับความรัก ความตื่นเต้น ความสัมพันธ์ที่พึงพอใจ ความสะดวกสบาย ข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย หรือแม้กระทั่งการหลีกเลี่ยงจากความเป็นจริงจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นรางวัลในการใช้สื่อนี้ และถ้าบุคคลต้องการรางวัลนี้ และเรียนรู้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถทำให้เขาได้รับรางวัลดังกล่าว เขาก็จะหันหาอินเทอร์เน็ตต่อไปเรื่อย ๆ เมื่อเขารู้สึกต้องการ จนกลายเป็นพฤติกรรมการเสพติด

ผลกระทบจากการเสพติดอินเทอร์เน็ต

การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นครอบคลุมถึงพฤติกรรมและปัญหาจากการที่ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต Young และนักจิตวิทยาคนอื่น ๆ นั้นระบุว่า การใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปนั้น จะเป็นอันตรายและส่งผลกระทบต่อจิตใจ สุขภาพร่างกาย และสังคม

บุคคลที่มีลักษณะพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะได้รับผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างไปจากบุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป เช่น ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ได้ มีการคิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตและรอคอยที่จะใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป รู้สึกโมโห หงุดหงิดเมื่อถูกขัดจังหวะการใช้ ไม่ว่าจะจากบุคคลรอบกวน หรือระบบอินเทอร์เน็ตมีปัญหา ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหลบหลีกเลี่ยงปัญหา ระบายอารมณ์ ฯลฯ โดยจากการศึกษาของ ชัชพงศ์ ตั้งมณี และสามารถ สีจำปี (2544) พบว่า กลุ่มผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตจะได้รับผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตทุกประการในปริมาณที่สูงกว่ากลุ่มผู้ที่ไม่เสพติด

การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะส่งผลกระทบต่อสังคม หน้าที่การงาน การเรียน การเงิน ชีวิตของบุคคล และบุคลิกภาพ ได้เช่นเดียวกับการเสพติดการพนัน แอลกอฮอล์ ยาเสพติด มันจะส่งผลให้บุคคลละทิ้งสังคม รวมทั้งรู้สึกกดดัน และเปล่าเปลี่ยวมากยิ่งขึ้น

Ivan Goldberg (1997) ระบุว่า การใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปจะส่งผลให้เกิดปัญหาต่อร่างกาย สังคมและภาวะจิตใจ เช่น การพักผ่อนไม่เพียงพอ ปัญหาชีวิตสมรส การละทิ้งภาระหน้าที่ การงาน การเรียน

จากผลการวิจัยของ Young (1996) พบว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น จะทำให้ผู้เสพติดรู้สึกถูกละเลย มันส่งผลให้ผู้เสพเกิดภาวะซึมเศร้าที่รุนแรงยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาในครอบครัว การไม่ลงรอยกัน ปัญหาการหย่าร้าง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเรียนและการทำงาน สูญเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก และสูญเสียอาชีพ โดย Young นั้นได้แบ่งปัญหาที่เกิดจากการเสพติดอินเทอร์เน็ตเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. **ปัญหาทางการเรียน** การใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตมาก ๆ จะทำให้นักเรียน นักศึกษา ละทิ้งเวลาทำการบ้าน ศึกษาหาความรู้ และไม่สนใจการเรียน
2. **ปัญหาทางด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น** ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนั้น จะได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปของบุคคลอย่างรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์กับ คู่รัก ครอบครัว หรือเพื่อนสนิท ผู้เสพติดจะละทิ้งครอบครัว หน้าที่ประจำวัน เพื่อที่จะเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต ผู้เสพติดจะใช้เวลาน้อยลงกับบุคคลรอบข้างในชีวิต เพื่อที่จะมีเวลาเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น

Tom Keenan นักวิชาการสาขา Computer Science, University of calgary ได้กล่าวไว้ว่าถึงผลกระทบในด้านนี้ไว้ว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นส่งผลให้คนปลีกตัวจากสังคม และบางคนก็เสพติดมันเหมือนกับยาเสพติด

นอกจากนี้ Robert Kraut และคณะ (1998) พบว่า คนที่เสพติดนั้นจะเพิ่มเวลาที่เขาใช้ออนไลน์ และจะลดความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับครอบครัว หรือแม้แต่สังคมรอบตัว

3. ปัญหาทางการเงิน ผู้เสพติดนั้นจะสูญเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากไปกับกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นค่าบริการการใช้อินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ การจับจ่ายซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต การพนันออนไลน์

4. ปัญหาทางด้านอาชีพการงาน การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง การพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ ทำให้บุคคลไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ หรือการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานโดยไม่เกี่ยวกับเรื่องงานก็ตาม

จากผลการวิจัยของ Robert Half International (1996) ที่ได้สำรวจบริษัท Top 1000 บริษัทของรัฐ ในสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้บริหาร 55 % นั้นเชื่อว่าการใช้เวลาที่มากเกินไปในอินเทอร์เน็ตในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับธุรกิจนั้น ทำให้ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพผลของพนักงานลดลง

5. ปัญหาทางด้านร่างกาย การใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปนั้น ทำให้เกิดการพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ การเสียสายตาจากการจ้องจอคอมพิวเตอร์นานๆ ฯลฯ

Young (1998) พบว่าจากปัญหา 5 กลุ่มนี้ ผู้เสพติด 58% ได้เห็นว่า ปัญหาทางด้านการศึกษา นั้นถูกกระทบรุนแรงที่สุด รองลงมาก็เป็น ปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ 53% ปัญหาทางด้านการเงิน 52% ปัญหาทางด้านอาชีพการงาน 51% และปัญหาทางด้านร่างกาย 0%

Young (1998) นั้นได้จัดลำดับ 10 อันดับ กิจกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปดังนี้ (เรียงจากมากไปน้อย)

- | | |
|------------------------------------|---------------------------|
| 1. เวลาที่ใช้กับคูรัก หรือครอบครัว | 6. เวลาที่ใช้กับเพื่อน |
| 2. ภารกิจ หน้าที่ประจำวัน | 7. การออกกำลังกาย |
| 3. เวลาพักผ่อน | 8. กิจกรรมงานอดิเรก |
| 4. การอ่านหนังสือ | 9. กิจกรรมเพศสัมพันธ์ |
| 5. การดูโทรทัศน์ | 10. กิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ |

นักวิจัยนั้นได้ทำการศึกษา และได้ผลวิจัยที่สนับสนุนการเกิดผลเสีย ในผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตดังนี้ Steve Thompson (1996) นั้นได้สำรวจกลุ่มตัวอย่าง 104 คน พบว่า 72% นั้นมีพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และ 33%ของผู้เสพติดนั้นบอกว่า การใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไปนั้นส่งผลกระทบต่อทางลบกับชีวิตของพวกเขา และในกลุ่มนี้ 47% บอกว่าได้รับผลกระทบทางกาย เช่น การมองเห็นที่ไม่ชัดเจน เสียสายตา พักผ่อนไม่เพียงพอ ฯลฯ

Janet Marahn – Martin (1997) ศึกษา นักศึกษาใน Bryant College พบว่า 72% ของผู้เสพติดรายงานว่า พวกเขาได้รับผลกระทบกับการเรียน ปัญหาความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ประสบกับความกดดัน ได้รับผลกระทบทางอารมณ์ ทำให้อารมณ์แปรปรวน

นอกจากนี้ Brenner และ Scherer (1997) ยังได้ทำการศึกษาผลกระทบจากการติดอินเทอร์เน็ตในนักศึกษา University of Texas พบว่า พวกเขาเห็นว่าการติดอินเทอร์เน็ตนั้น ส่งผลให้เกิดปัญหาต่อประสิทธิผลทางการเรียน และความสัมพันธ์ทางสังคมของพวกเขา

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด

กลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) นี้ ให้ความสนใจในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม โดยมีแนวคิดที่ว่า เทคโนโลยีนั้นเป็นตัวสาเหตุหลักในการสร้างผลกระทบ สร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดกับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคล McLuhan ซึ่งเป็นนักทฤษฎีในกลุ่มนี้มิได้มองผลกระทบที่เกิดแก่ ธุรกิจ การเมืองและสังคมเท่านั้น แต่ยังมองที่ผลกระทบต่อตัวบุคคลในด้านความรู้สึก การรับรู้ทางประสาทสัมผัสด้วย ซึ่งเป็นผลกระทบทางด้าน

จิตวิทยาต่อบุคคล และเป็นพื้นฐานของผลกระทบทางสังคมส่วนใหญ่ เขาได้ให้ความสนใจเรื่องเทคโนโลยีกับประสบการณ์ของปัจเจกบุคคล โดยมองว่าเทคโนโลยีสื่อสารนั้นได้ช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างออกไป

สื่อทุกชนิดจะขยายผัสสะหรือประสบการณ์ของมนุษย์ ซึ่งสื่อในยุคอิเล็กทรอนิกส์นั้นก็ได้ช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมาก จนทำให้คนจำนวนมากจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (Space) ภายในเวลาที่รวดเร็ว (Time) ในการขยายประสบการณ์ของมนุษย์ McLuhan นั้นสนใจในรูปแบบของสื่อ มิใช่ที่ตัวเนื้อหาในสื่อ แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธว่าเนื้อหาในสื่อสามารถส่งผลกระทบต่อบุคคล เขาเชื่อว่าสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงบุคคลได้อย่างมากนั้น มิใช่ที่ตัวสารที่ส่งผ่านสื่อ แต่เป็นที่ตัวสื่อเอง ดังที่ได้กล่าวไว้ว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว” (Medium is the Message) ซึ่งเมื่อสื่อมีการพัฒนา มีการเปลี่ยนแปลง ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์ (อ้างใน Digital McLuhan : a guide to the information millennium, 1999)

สื่อมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง จากสื่อสิ่งพิมพ์มาสู่สื่อในยุคอิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์ก็เป็นสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญ ที่ McLuhan มักจะใช้เปรียบเทียบและอธิบายแนวคิดของเขา โทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดและโน้มน้าวใจผู้ใช้ได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ใช้จะมีลักษณะผูกพันกับเรื่องราวในสื่อสูงมาก เนื่องจากโทรทัศน์จะให้ทั้งภาพและเสียง เข้าถึงอารมณ์ของผู้ใช้ ดึงเขาให้เกิดอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาในสื่อได้สูง

สื่อโทรทัศน์นั้นมีลักษณะที่สามารถสะกดจิต เนื่องจากการตอบสนองของระบบประสาทสัมผัสและสมองต่อแสงที่กระพริบจากโทรทัศน์ ทำให้เกิดการกระตุ้นเร้าและดึงดูดอารมณ์และความรู้สึก ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นไม่สามารถทำได้ เมื่อสื่อได้พัฒนามาเป็นคอมพิวเตอร์ มันก็ได้รวบรวมคุณประโยชน์ของหนังสือไว้ ในขณะที่คงความดึงดูดใจของโทรทัศน์ด้วย

อินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อใหม่ในยุคสังคมสารสนเทศนี้ ก็ได้รวบรวมข้อดีของทั้งโทรทัศน์ หนังสือ และโทรศัพท์เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งสร้างความแตกต่างจากสื่อในยุคก่อนด้วยลักษณะของสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความยืดหยุ่นในเรื่องสถานที่และเวลา มีลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กัน สามารถเข้าถึงความต้องการและความรู้สึกภายในจิตใจของบุคคลได้อย่างเต็มที่ บุคคลสามารถขยายประสบการณ์ของตนเอง โดยสามารถเข้าไปรู้เรื่องราวต่างๆในโลกได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดหรือเวลาใด บุคคลสามารถเข้าไปกำหนดตัวตนได้ใหม่อย่างอิสระ ติดต่อกับบุคคลทั่วโลกได้ทันที มีสังคมที่ตนเองต้องการได้ เรียกได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถดึงดูดและเข้าถึงอารมณ์ของบุคคลได้มากอย่างไม่เคยมีสื่อใดทำได้มาก่อน แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อ นั้น ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลโดยสามารถขยายประสบการณ์ของบุคคลได้

ในงานวิจัยนี้มุ่งที่จะสำรวจพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในประเทศไทย เพื่อหารูปแบบของการเสพติดสื่ออินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสพติด แม้ว่าจะมีงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องนี้มากพอสมควร แต่ก็ยังไม่มีการศึกษาเรื่องนี้โดยตรง ซึ่งในประเทศไทยด้วยสภาพสังคม วัฒนธรรมนั้นอาจส่งผลต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสนองความต้องการทางจิตใจ แตกต่างจากในต่างประเทศ และจากงานในประเทศไทยที่เคยได้ศึกษามากก็ยังไม่ได้ตอบปัญหาที่ชัดเจน

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาเพื่อดูพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความดึงดูดใจของสื่อ ความสามารถในการใช้ ผลกระทบ และการเสพติดอินเทอร์เน็ต ตลอดจนดูความสัมพันธ์ของปัจจัยทางจิตวิทยากับการเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยดูจากตัวแปรลักษณะทางจิตวิทยา และลักษณะทางประชากรศาสตร์ และความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางจิตวิทยา

สมมติฐานการวิจัย

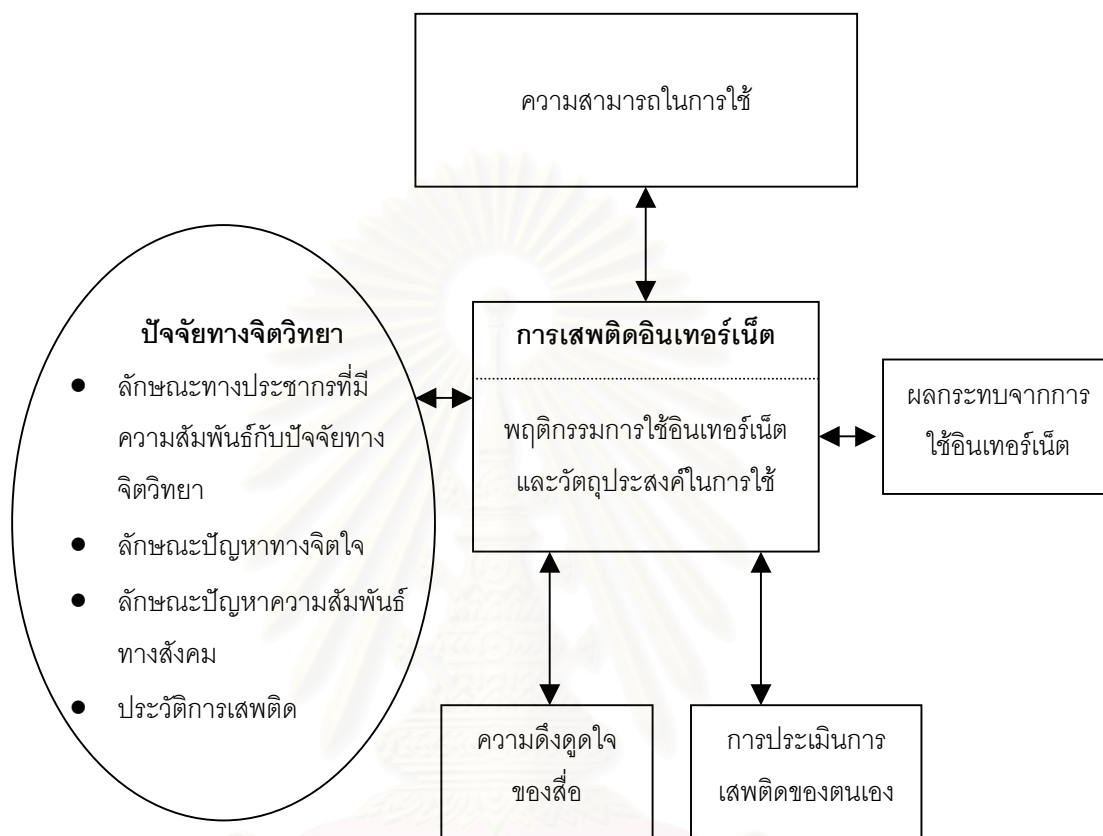
1. ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต
2. ปัญหาทางจิตใจมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต
3. ปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต
4. ประวัติการเสพติดมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

นิยามตัวแปร

1. **พฤติกรรมกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต** หมายถึง การยึดมั่นกับกิจกรรมในอินเทอร์เน็ตมากเกินไป เป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้ไม่สามารถควบคุมเวลาใช้อินเทอร์เน็ตของตนเองได้ ส่งผลกระทบต่อและมีปฏิริยาต่อร่างกาย และจิตใจเมื่อไม่ได้ใช้ มีการใช้อินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจไว้ พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตนี้จะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในชีวิต ก่อให้เกิดปัญหาทางร่างกาย จิตใจและสังคมต่อผู้ใช้
2. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต** หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะปัญหาทางจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคม ที่เป็นแรงผลักดันและเป็นความต้องการที่ผู้ใช้แสวงหา และต้องการได้จากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต
3. **ความต้องการทางจิตวิทยา** หมายถึง ความต้องการในจิตใจของบุคคล ทั้งด้านความต้องการความรู้ความสามารถ ความผ่อนคลาย ระบายอารมณ์ การหลีกเลี่ยงปัญหา ความต้องการทางสังคม ความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ต้องการประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับนับถือ ทั้งจากตนเองและบุคคลรอบข้าง ต้องการแสวงหาตัวตนที่แท้จริง ตัวตนในอุดมคติ ซึ่งเหล่านี้เป็นความต้องการภายใน ที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสวงหาสิ่งที่จะช่วยเติมเต็มความต้องการเหล่านี้
4. **พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต** หมายถึง ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของบุคคล เช่น ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต บริการที่ใช้อินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

มีวิธีการศึกษาและวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” นี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และแบบสอบถามกระดาษ (Hard Copy) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546

ประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้มีประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น ประมาณ 4,800,000 คน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ : NECTEC, 2545)

กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดขนาดตัวอย่าง ณ ระดับความคลาดเคลื่อน 5% และกำหนดความเชื่อถือได้ 95% โดยคำนวณได้จากสูตรดังนี้¹

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	ขนาดของประชากร
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

¹ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพมหานคร : สามเจริญพานิช, 2531, น.51

กำหนดให้เท่ากับ 0.05

โดยที่จำนวนขนาดของประชากรในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 4,800,000 คน เมื่อนำมาคำนวณตามสูตรจะได้ดังนี้

$$n = \frac{4,800,000}{\left(1 + 4,800,000 (0.05)^2\right)}$$

$$n = 399.96$$

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 4,800,000 คน จะต้องได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 914 คน โดยมาจากแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ 474 คน และแบบสอบถามกระดาษ 440 คน ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้คำนวณไว้ เพื่อช่วยลดความผิดพลาด และค่าสถิติที่ใกล้เคียงค่าที่ควรจะได้จากประชากร และในการเลือกตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ตัวแปรและวิธีวัดตัวแปร

ตัวแปร ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

การใช้อินเทอร์เน็ต

1. การเสพติดอินเทอร์เน็ต
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ต เวลาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต
3. วัตถุประสงค์ในการใช้ ได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับสื่อ

1. ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต
2. ความตั้งใจของสื่ออินเทอร์เน็ต
3. ผลกระทบของสื่อ ได้แก่ ผลกระทบทางด้านจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต ผลกระทบในด้านต่างๆ และความรู้สึกเมื่อได้ใช้และไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต
4. การประเมินการเสพติดของตนเอง

ปัจจัยทางจิตวิทยา

ทางตรง : ลักษณะทางจิตวิทยา

ทางอ้อม : ลักษณะทางประชากรศาสตร์

: ความสัมพันธ์ทางสังคม

: ประวัติการเสพติด

(ตัวแปรทางอ้อมนี้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ลักษณะประชากรต่างกัน อาจมีความต้องการต่างกัน มีความมั่นคงทางจิตใจต่างกัน ความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น บุคคลที่ความสัมพันธ์ทางสังคมไม่ราบรื่น อาจมีความต้องการได้รับการชดเชยทางจิตใจสูง)

วิธีวัดตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ภาษาไทย โดยประกอบไปด้วย คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และปลายปิด (Close-ended Question) 19 ข้อ รวมทั้งแบบประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่วัดตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต เวลาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเพื่อประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 8 ข้อย่อย โดยได้อ้างอิงจากแบบทดสอบพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตของ Kimberly S. Young (1998) ซึ่งได้ระบุถึง ลักษณะของการเสพติดอินเทอร์เน็ต เช่น การคิดคำนึงและคาดการณ์ถึงสิ่งที่เกิดในอินเทอร์เน็ต ความต้องการใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ การไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตได้ ถูกกระทบทางอารมณ์เมื่อต้องหยุดใช้อินเทอร์เน็ต มีการใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจ ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต ปกปิดบุคคลรอบข้างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเอง มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา บรรเทาผ่อนคลายความเครียด โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่าเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกสบายใจในการตอบมากกว่า และเป็นวิธีวัดที่ซ้ซงพงส์ ตั้งมณี และสามารถ สิจำปี (2544)

ได้ใช้ทำการวิจัย ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต คือ หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบในช่องเห็นด้วย หรือเห็นด้วยอย่างยิ่ง ตั้งแต่ 5 ข้อขึ้นไป ถือว่ามีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต ส่วนในข้อที่ตอบว่าไม่แน่ใจก็จะไม่นับเช่นกัน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเพื่อประเมินผลกระทบด้านต่างๆที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 5 ข้อย่อย ได้แก่ ผลกระทบทางด้านการเรียน สังคม การเงิน อาชีพการงาน และสุขภาพร่างกาย

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินลักษณะทางด้านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจให้ผู้ใช้เข้าใช้ จำนวน 10 ข้อย่อย ได้แก่ ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ทำให้มีการโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระ การไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย เป็นสื่อที่ปลอดภัย ง่ายและสะดวกต่อการใช้ มีอิสระในการเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารได้เอง เปิดโอกาสให้สร้างสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ง่าย เปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตนตามต้องการ แสดงออกได้อย่างอิสระ นำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามแสดงถึงปัญหาทางด้านจิตใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งหมด 16 ข้อย่อย โดยแบ่งเป็น

ข้อ 1 – 2	จะระบุถึง	ลักษณะความไม่มั่นใจในตนเอง
ข้อ 3 – 4	“	ลักษณะความไม่พึงพอใจในตนเอง
ข้อ 5 – 6	“	ลักษณะความรู้สึกลึบในทางลบ
ข้อ 7 – 8	“	ลักษณะความหงอยเหงาเศร้าซึม
ข้อ 9 – 10	“	ลักษณะความรู้สึกลึบเบื่อหน่ายง่าย
ข้อ 11 – 12	“	ลักษณะความแปรปรวน ความรุนแรงของอารมณ์
ข้อ 13 – 14	“	ลักษณะการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ
ข้อ 15 – 16	“	ลักษณะความวิตกกังวล

ส่วนที่ 7 เป็นคำถามแสดงถึงปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งหมด 6 ข้อย่อย โดยแบ่งเป็น

ข้อ 1	จะระบุถึง	ความลำบากในการปรับตัวให้อยู่ในสังคม
ข้อ 2	“	การหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น
ข้อ 3	“	ความลำบากใจในการติดต่อ พบปะบุคคลอื่น

- | | | |
|-------|---|---|
| ข้อ 4 | “ | การขาดความสัมพันธ์ที่อบอุ่นในครอบครัว |
| ข้อ 5 | “ | การไม่ได้รับการยอมรับจากเพื่อนและครอบครัว |
| ข้อ 6 | “ | การขาดความสัมพันธ์ทางสังคมที่เพียงพอ |

ส่วนที่ 8 เป็นคำถามเพื่อประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต และการประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเอง จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 9 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความรู้สึกเมื่อได้ใช้ และไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับประวัติการเสพติดของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งหมด 1 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม แบบสอบถามนี้ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือในการวิจัย ทั้งในแง่ความครบถ้วนทางด้านเนื้อหา และความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง แต่มีคุณลักษณะตรงตามลักษณะของกลุ่มประชากรที่ใช้จริงในการวิจัย กล่าวคือ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่า คำถามของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และมีความเหมาะสม หลังจากนั้นได้นำค่าที่ได้มาหาความน่าเชื่อถือ ดังนี้

- การคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ในลักษณะของมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ที่ประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต และลักษณะทางด้านจิตวิทยา ใช้วิธีการวัดความน่าเชื่อถือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient alpha) ของ Cronbach (อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

เมื่อ	α	คือ	ความเชื่อถือได้
	k	คือ	จำนวนข้อ
	V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการทดสอบ

ค่าความน่าเชื่อถือในส่วนของการประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต = 0.80

ค่าความน่าเชื่อถือในส่วนของลักษณะทางจิตวิทยาด้านความไม่มั่นใจในตนเอง = 0.65

“	ด้านความไม่พึงพอใจในตนเอง = 0.76
“	ด้านความรู้สึกในทางลบ = 0.87
“	ด้านความหงอยเหงามเศร้าซึม = 0.81
“	ด้านความรู้สึกเบื่อหน่าย = 0.70
“	ด้านความแปรปรวน ความรุนแรงของ อารมณ์ = 0.79
“	ด้านการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ = 0.70
“	ด้านความวิตกกังวล = 0.93

ค่าความน่าเชื่อถือที่ได้รับจากแบบสอบถามดังกล่าว ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ และหลังจากทำการทดสอบแบบสอบถามแล้ว จึงได้มีการปรับปรุงคำถามบางส่วนเพื่อให้สมบูรณ์มากขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเก็บข้อมูลเป็นสองส่วน ดังนี้

1. เก็บข้อมูลโดยผ่านออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้เขียนข้อความเชิญชวนให้ผู้เล่นอินเทอร์เน็ตเข้าไปทำแบบสอบถาม โดยประกาศไว้ตามกระดานข่าวของเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมสูงได้แก่ www.pantip.com, www.sanook.com, www.catcha.co.th, www.hunsa.com, www.108-1009.com, www.thaimail.com

ผู้ที่สนใจตอบแบบสอบถามสามารถคลิกที่ข้อความเหล่านั้น เพื่อเข้าสู่แบบสอบถามใน www.Expernetbooks.com/questionnaire.htm แบบสอบถามจะเป็นภาษาไทย ซึ่งประกอบด้วย คำอธิบายในการทำแบบสอบถาม และวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีรางวัลผลตอบแทนเพื่อดึงดูดใจแก่ผู้ที่เข้ามาตอบแบบสอบถามอีกด้วย โดยรางวัลจะเป็น หนังสือที่ระลึก และชั่วโมงอินเทอร์เน็ต

เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามเสร็จสิ้นแล้ว ผู้ตอบสามารถคลิกปุ่ม Submit เพื่อส่งคำตอบของแบบสอบถามนั้นได้ทันที ซึ่งข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูล (Database) เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลต่อไป

ระยะเวลาในการประกาศข้อความในกระดานข่าวของเว็บไซต์ต่าง ๆ นี้ ประมาณ 30 วัน โดยเริ่มจากวันที่ 13 มกราคม 2546 – วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2546 ทั้งนี้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 474 ชุด

2. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกระดาษ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในส่วนนี้ด้วยตนเอง จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในหลายกลุ่ม ซึ่งมีความแตกต่างกันทางเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ โดยวิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยได้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 440 คน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์จากการออนไลน์ และการเก็บข้อมูลปกติเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งสิ้น 914 ชุด

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. การวัดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

- การวัดพฤติกรรมการใช้บริการต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต มีคะแนนดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการใช้บริการต่าง ๆ ดัง

คะแนนระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีพฤติกรรมการใช้ต่ำมาก
คะแนนระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีพฤติกรรมการใช้ต่ำ
คะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีพฤติกรรมการใช้ปานกลาง
คะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีพฤติกรรมการใช้สูง
คะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีพฤติกรรมการใช้สูงมาก

- การวัดการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ มีคะแนนดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ มีดังต่อไปนี้

คะแนนระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหา ความต้องการนั้นในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหา ความต้องการนั้นในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหา ความต้องการนั้นในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหา ความต้องการนั้นในระดับสูง
คะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึงมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหา ความต้องการนั้นในระดับสูงมาก

2. การวัดผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต

- การวัดผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต มีคะแนนดังนี้

รุนแรง	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
ไม่รุนแรง	=	2	คะแนน
ไม่มี	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต มีดังต่อไปนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.75	หมายถึง	ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 1.76 – 2.50	หมายถึง	ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 2.51 – 3.25	หมายถึง	ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 3.26 – 4.00	หมายถึง	ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับสูงมาก

3. การวัดลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

- การวัดลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีคะแนนดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีดังต่อไปนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึงลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจผู้ใช้ในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึงลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจผู้ใช้ในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึงลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ผู้ใช้ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึงลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ผู้ใช้ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึงลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ผู้ใช้ในระดับสูงมาก

4. การวัดลักษณะปัญหาทางจิตใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

- การวัดลักษณะปัญหาทางจิตใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนลักษณะปัญหาทางจิตใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีดังต่อไปนี้

คะแนนระหว่าง	1.00 – 1.80	หมายถึง มีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง	1.81 – 2.60	หมายถึง มีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง	2.61 – 3.40	หมายถึง มีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	3.41 – 4.20	หมายถึง มีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจในระดับสูง
คะแนนระหว่าง	4.21 – 5.00	หมายถึง มีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจในระดับสูงมาก

5. การวัดลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

- การวัดลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปรความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีดังต่อไปนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึงมีลักษณะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึงมีลักษณะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึงมีลักษณะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึงมีลักษณะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึงมีลักษณะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับสูงมาก

6. การวัดความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

- การวัดความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต มีคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปรความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต มีดังต่อไปนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสามารถในการใช้ อินเทอร์เน็ตในระดับสูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามการตอบคำถาม โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเสพติดอินเทอร์เน็ต

2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ ระหว่างผู้เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต ในด้าน

- ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ใช้การทดสอบค่า Chi-Square
- ปริมาณเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test
- สถานที่ในการใช้ ใช้การทดสอบค่า Chi-Square
- บริการที่ใช้ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test
- การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test

◆ กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

3. การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับสื่อ ระหว่างผู้เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต ในด้าน

- ความสามารถในการใช้สื่อ
- ความดึงดูดใจของสื่อ
- ผลกระทบจากการใช้สื่อ
- การเสพติดของตนเอง

◆ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และพรรณนาในส่วนของคำถามปลายเปิด

4. การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

- ลักษณะประชากร ใช้การทดสอบค่า Chi-Square
- ปัญหาทางจิตใจ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test
- ปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-test
- ประวัติการเสพติด ใช้การทดสอบค่า Chi-Square

◆ กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

5. การทดสอบผลเชิงปฏิสัมพันธ์

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเสพติดมีผลเชิงปฏิสัมพันธ์ต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางประชากรศาสตร์และการใช้อินเทอร์เน็ต ในกลุ่มผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด)

◆ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ตัวแปร โดยใช้ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างในข้อใด จะทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด หรือ LSD (Least Significant Difference) เพื่อดูว่าตัวแปรคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน

◆ กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากได้เก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับแล้ว จะนำมาทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) แล้วจึงนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 10.0

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในครั้งนี้ ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 914 คน จากการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ 474 คน และแบบสอบถามกระดาษ 440 คน เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน พบว่ามีผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจำนวน 217 คน และผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจำนวน 697 คน โดยใช้เกณฑ์ในการประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต ของ Kimberly S.Young เพื่อจำแนกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีพฤติกรรมเสพติด ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับคำถามประเมินในส่วนนี้ 5 ข้อขึ้นไป ถือว่ามีพฤติกรรมเสพติด โดยในการวิเคราะห์จะแบ่งเป็น 5 ส่วน ใน**ส่วนแรก** จะวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม **ส่วนที่สอง** จะวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีพฤติกรรมเสพติด และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่มีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตในลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อ และวัตถุประสงค์ในการใช้ **ส่วนที่สาม** จะวิเคราะห์การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสื่อ ระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด **ส่วนที่สี่** เป็นการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติด และใน**ส่วนที่ห้า** จะเป็นการทดสอบผลเชิงปฏิสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรทางประชากรศาสตร์และการใช้อินเทอร์เน็ต ในกลุ่มผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด ซึ่งการวิเคราะห์ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

ส่วนที่หนึ่ง : การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเสพติดอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. เพศ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 914 คน พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย 463 คน (50.7%) และเพศหญิง 451 คน (49.3%) ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละตามเพศของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	เพศ				จำนวน (ร้อยละ)
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	
ผู้ตอบแบบสอบถาม	463	(50.7%)	451	(49.3%)	914 (100%)

2. อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นจะมีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี มากที่สุด (51.1%), รองลงมาคือ อายุระหว่าง 26 – 35 ปี (29.2%) 36 ปีขึ้นไป (10.8%) และ ต่ำกว่า 18 ปี (8.9%)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละตามอายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	อายุ				จำนวน (ร้อยละ)
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-25 ปี	26-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ผู้ตอบแบบสอบถาม	81 (8.9%)	467 (51.1%)	267 (29.2%)	99 (10.8%)	914 (100%)

3. ระดับการศึกษา

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะมีการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรีมากที่สุด (52%) รองลงมาจะจบปริญญาตรี (36%) และจบปริญญาโท (11.7%) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ระดับการศึกษา			จำนวน (ร้อยละ)
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	จบ ปริญญาตรี	จบ ปริญญาโท	
ผู้ตอบแบบสอบถาม	475 (52%)	332 (36.3%)	107 (11.7%)	914 (100%)

4. อาชีพ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (51.0%) รองลงมาจะเป็น ผู้ที่ทำงานระดับพนักงาน (31.9%), ทำงานระดับผู้บริหาร หรือเทียบเท่า (13.1%) ส่วนผู้ที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน หรือไม่ได้ทำงานนอกบ้านนั้นจะมีจำนวนน้อยที่สุด (3.9%)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละตามอาชีพของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม	อาชีพ				จำนวน (ร้อยละ)
	ว่างงาน/ ไม่ได้ ทำงาน หรือไม่ได้ ทำงาน นอกบ้าน	นักเรียน/นัก ศึกษา	ทำงาน ระดับ พนักงาน	ทำงาน ระดับผู้ บริหาร หรือเทียบ เท่า	
ผู้ตอบแบบสอบถาม	36 (3.9%)	466 (51.0%)	292 (31.9%)	120 (13.1%)	914 (100%)

5. การเสพติดอินเทอร์เน็ต

เมื่อใช้เกณฑ์ในการทดสอบเพื่อจำแนกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีพฤติกรรมเสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต พบว่าจากผลตอบแบบสอบถาม 914 คน มีผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจำนวน 217 คน และผู้ที่ไม่เสพติดจำนวน 697 คน ซึ่งจำแนกได้ตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (ดังตารางที่ 5)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเกณฑ์การเสพติดอินเทอร์เน็ตระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบทางจิตใจ และสังคม จากการใช้อินเทอร์เน็ต	ประ เภท	การประเมินผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้ อินเทอร์เน็ต					รวม
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
1. บ่อยครั้งที่คุณจะคิดคำนึงถึง เรื่องที่ผ่านมาในกิจกรรมในอิน เทอร์เน็ต และคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะ เกิดขึ้นต่อไปในอินเทอร์เน็ต	ติด	45 (20.7%)	136 (62.7%)	31 (14.3%)	3 (1.4%)	2 (0.9%)	217 (100%)
	ไม่ติด	28 (4.0%)	182 (26.1%)	349 (50.1%)	110 (15.8%)	28 (4.0%)	697 (100%)
2. คุณรู้สึกต้องการใช้ เวลากับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ ๗	ติด	79 (36.4%)	102 (47.0%)	26 (12.0%)	10 (4.6%)	-	217 (100%)
	ไม่ติด	51 (7.3%)	239 (34.3%)	173 (24.8%)	203 (29.1%)	31 (4.4%)	697 (100%)
3. บ่อยครั้งที่คุณไม่สามารถควบ คุมพฤติกรรมการใช้ หรือหยุดการ ใช้อินเทอร์เน็ตได้	ติด	83 (38.2%)	107 (49.3%)	20 (9.2%)	2 (0.9%)	5 (2.3%)	217 (100%)
	ไม่ติด	19 (2.7%)	120 (17.2%)	146 (20.9%)	305 (43.8%)	107 (15.4%)	697 (100%)
4. คุณรู้สึกหมดหวัง โมโห โกรธ รู้ สึกกดดัน กระสับกระส่าย เมื่อต้อง หยุดใช้อินเทอร์เน็ต	ติด	53 (24.4%)	98 (45.2%)	26 (12.0%)	33 (15.2%)	7 (3.2%)	217 (100%)
	ไม่ติด	2 (0.3%)	58 (8.3%)	126 (18.1%)	298 (42.8%)	213 (30.6%)	697 (100%)
5. คุณมักใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต นานกว่าที่ตั้งใจไว้	ติด	97 (44.7%)	104 (47.9)	9 (4.1%)	6 (2.8%)	1 (0.5%)	217 (100%)
	ไม่ติด	48 (6.9%)	281 (40.3%)	197 (28.3%)	148 (21.2%)	23 (3.3%)	697 (100%)
6. คุณรู้สึกว่ากาใช้อินเทอร์เน็ต ของคุณส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ ทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียน หรือโอกาสต่าง ๆ ในชีวิต	ติด	26 (12.0%)	88 (40.6%)	38 (17.5%)	43 (19.8%)	22 (10.1%)	217 (100%)
	ไม่ติด	11 (1.6%)	39 (5.6%)	126 (18.1%)	332 (47.6%)	189 (27.1%)	697 (100%)
7. คุณหลีกเลี่ยงที่จะพูดความ จริง หรือปกปิดครอบครัว เพื่อนฝูง หรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับพฤติ กรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคุณ	ติด	24 (11.1%)	78 (35.9%)	37 (17.1%)	58 (26.7%)	20 (9.2%)	217 (100%)
	ไม่ติด	2 (0.3%)	42 (6.0%)	118 (16.9%)	297 (42.6%)	238 (34.1%)	697 (100%)

ผลกระทบทางจิตใจ และสังคม จากการใช้อินเทอร์เน็ต	ประ เภท	การประเมินผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้ อินเทอร์เน็ต					รวม
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
8. คุณใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นหน ทางหลีกเลี่ยงปัญหา และเพื่อ บรรเทา ผ่อนคลายความเครียด ความเบื่อหน่าย	ติด	77 (35.5%)	95 (43.8%)	18 (8.3%)	12 (5.5%)	15 (6.9%)	217 (100%)
	ไม่ติด	38 (5.5%)	197 (28.3%)	189 (27.1%)	155 (22.2%)	118 (16.9%)	697 (100%)

จากเกณฑ์ในการจำแนกพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นระบุว่า ผู้ที่จัดว่าอยู่ในกลุ่ม
เสพติดจะต้องตอบว่า เห็นด้วยหรือเห็นด้วยอย่างยิ่งรวมกันมากกว่า 5 ข้อขึ้นไป ซึ่งเมื่อจำแนก
ความถี่และร้อยละผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดตามการตอบคำถามในเกณฑ์พิจารณาการเสพติด พบ
ว่าผู้ที่เสพติดจะตอบว่าเห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วยตามเกณฑ์ดังกล่าวในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่ไม่
เสพติดอย่างเห็นได้ชัด และตอบว่าไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติดเช่นกัน
ส่วนในข้อที่ตอบว่าไม่แน่ใจก็จะจัดว่าอยู่ในกลุ่มที่ไม่เข้าเกณฑ์การเสพติดด้วย โดยผู้ที่เสพติดอิน
เทอร์เน็ตนั้นมักจะใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจไว้สูงที่สุด ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะรู้สึก
ต้องการใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ สูงที่สุด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่สอง : การวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีพฤติกรรมการเสพติด และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่มีพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตกับลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อ และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ

1. ลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1.1 ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่นั้นจะมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปีมากที่สุด (85.2%) รองลงมาจะมีประสบการณ์ 1 ปี – 2 ปี (10.6%) และ 6 เดือน – 1 ปี (4.1%) และไม่พบว่าผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำกว่า 6 เดือน

ซึ่งมีลำดับที่สอดคล้องกับผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตโดยจะมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปีมากที่สุด (84.9%) เช่นกันและมีจำนวนลดลงตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตดังนี้ 1 ปี – 2 ปี (8.6%), 6 เดือน – 1 ปี (4.5%) และต่ำกว่า 6 เดือน (1.8%)

เมื่อทำการทดสอบพบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะไม่มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต และการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต				จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig
	ต่ำกว่า 6 เดือน	6 เดือน - 1 ปี	1 ปี-2 ปี	2 ปีขึ้นไป			
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	-	9 (4.1%)	23 (10.6%)	185 (85.2%)	217 (100%)	4.84	0.18
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	13 (1.8%)	32 (4.5%)	60 (8.6%)	592 (84.9%)	697 (100%)		
รวม	13 (1.4%)	41 (4.5%)	83 (9.1%)	777 (85%)	914 (100%)		

P<0.05*

1.2 เวลาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติดโดยจะใช้เวลาเฉลี่ย 4.20 ชั่วโมงต่อวันในการใช้อินเทอร์เน็ต ในขณะที่ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะใช้เวลาเฉลี่ย 3.0 ชั่วโมงต่อวัน และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่อง เวลาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ที่ค่า $t = 6.01$ ($p < 0.01$) (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	ค่าเฉลี่ย จำนวนชั่วโมง/วัน	S.D.	ค่า t-test	ค่า Sig.
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	4.20	2.46		
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	3.00	2.36		

P<0.05*

1.3 สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น ส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านมากที่สุด (67.2%) เช่นกัน รองลงมาจะใช้ที่ทำงาน (13.3%) สถานศึกษา (11.0%) และสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด (8.3%) ในส่วนของผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตก็มีลำดับสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกันกับผู้เสพติด อย่างไรก็ตามผู้ที่ไม่เสพติดนั้นก็มีส่วนร่วมการใช้งานที่บ้านสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่และการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต				จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	บ้าน	ที่ทำงาน	สถานศึกษา	สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต			
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	146 (67.2%)	29 (13.3%)	24 (11.0%)	18 (8.3%)	217 (100%)	25.14	0.00*
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	380 (54.4%)	212 (30.4%)	65 (9.3%)	40 (5.7%)	697 (100%)		
รวม	526 (57.5%)	241 (26.4%)	89 (9.7%)	58 (6.3%)	914 (100%)		

P<0.05*

เมื่อทำการทดสอบพบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น จะมีความแตกต่างกันในด้านสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญ ที่ค่า Chi-Square 25.14

1.4 บริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

บริการที่ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตใช้มากที่สุดคือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) (ค่าเฉลี่ย 4.16) และบริการที่ใช้น้อยที่สุดคือ การใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 1.60) ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้น บริการที่ใช้มากที่สุดคือ การค้นหาข้อมูลบน www. (ค่าเฉลี่ย 4.14) และบริการที่ใช้น้อยที่สุดคือ บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเฉลี่ย 1.52)

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดอินเทอร์เน็ตและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

บริการในอินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับการใช้	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับการใช้		
1. การสนทนาในห้องสนทนา(Chat room)	3.10 (5)	1.41	ปานกลาง	1.89 (8)	1.09	ต่ำ	13.17	0.00*
2. การค้นหาข้อมูลบน www	3.66 (2)	1.27	สูง	4.14 (1)	0.83	สูง	-6.51	0.00*
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	4.16 (1)	0.96	สูง	4.00 (2)	1.03	สูง	2.03	0.04*
4. การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล	3.54 (4)	0.99	สูง	3.20 (3)	1.05	ปานกลาง	4.19	0.00*
5. การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร เช่น การใช้กระดานข่าว	3.62 (3)	1.14	สูง	3.07 (5)	1.13	ปานกลาง	6.22	0.00*
6. การเล่นเกม	3.09 (6)	1.53	ปานกลาง	1.96 (7)	1.13	ต่ำมาก	11.65	0.00*
7. การอ่านข่าว	2.66 (7)	1.29	ปานกลาง	3.12 (4)	1.04	ปานกลาง	-5.33	0.00*
8. ดูหนัง ฟังเพลง	2.65 (8)	1.22	ปานกลาง	2.39 (6)	1.08	ต่ำ	2.95	0.00*
9. ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	1.60 (9)	0.95	ต่ำมาก	1.52 (9)	0.83	ต่ำมาก	1.23	0.21

P<0.05*

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะใช้บริการในอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในบริการสนทนาในห้องสนทนา ($t = 13.17, p < 0.01$) การค้นหาข้อมูลบน www. ($t = -6.51, p < 0.01$) การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล ($t = 4.19, p < 0.01$) การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร ($t = 6.22, p < 0.01$) การเล่นเกม ($t = 11.65, p < 0.01$) การอ่านข่าว ($t = -5.33, p < 0.01$) การดูหนัง ฟังเพลง ($t = 2.95, p < 0.01$) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ($t = 2.03, p < 0.05$)

สังเกตได้ว่ากลุ่มที่ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีค่าเฉลี่ยในการใช้บริการทุกด้านสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต ยกเว้นการค้นหาข้อมูลบน www. และการอ่านข่าวที่ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะใช้มากกว่า แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ไม่เสพติดจะใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเพื่อหาความรู้มากกว่า ส่วนผู้เสพติดนั้นจะใช้บริการที่ให้ความบันเทิงทางอารมณ์ และสังคมมากกว่า

2. วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ

- การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีค่าเฉลี่ยความต้องการในทุกด้านสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ยกเว้นในด้านความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย ซึ่งผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) และมีความต้องการจินตนาการเพื่อฝันน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.25) ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) และมีความต้องการจินตนาการเพื่อฝันน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.52) ส่วนในเรื่องความต้องการในด้านอื่น ๆ นั้น พบว่าลำดับความต้องการระหว่างผู้ที่ไม่เสพติดและไม่เสพติดจะไม่แตกต่างกันนัก

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติด และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ความต้องการ	ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับการใช้	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับการใช้		
1. ความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย	4.17 (2)	0.83	สูง	4.28 (1)	0.76	สูงมาก	-1.74	0.08
2. การผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ	4.45 (1)	0.70	สูงมาก	3.73 (2)	0.90	สูง	10.82	0.00*
3. การหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต	3.19 (6)	1.22	ปานกลาง	2.03 (9)	1.00	ต่ำ	14.16	0.00*
4. ความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น	4.09 (3)	0.87	สูง	3.53 (3)	0.99	สูง	7.40	0.00*
5. ความต้องการในการแสดงออกเรื่องเพศ เช่น การหาคู่อรัก แสดงออกถึงความต้องการทางเพศต่าง ๆ	2.64 (10)	1.34	ปานกลาง	1.65 (10)	0.92	ต่ำมาก	12.14	0.00*

บริการในอินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับการใช้	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับการใช้		
6. ความต้องการจินตนาการเพื่อฝันในเรื่องต่าง ๆ เช่น การสมมติว่าตนเองเป็นผู้อื่น	2.25 (11)	1.22	ต่ำ	1.52 (11)	0.81	ต่ำมาก	10.13	0.00*
7. การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น	2.72 (9)	1.20	ปานกลาง	2.16 (8)	0.97	ต่ำ	6.99	0.00*
8. การเป็นส่วนหนึ่ง และการได้มีส่วนร่วมในกลุ่ม	3.35 (4)	1.09	ปานกลาง	2.62 (4)	1.12	ปานกลาง	8.35	0.00*
9. ความมีอำนาจ และความยอมรับนับถือในตนเอง	2.88 (7)	1.16	ปานกลาง	2.31 (6)	1.02	ต่ำ	6.87	0.00*
10. การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใต้สำนึกและบุคลิกภาพที่ต้องการจะเป็น	3.24 (5)	1.09	ปานกลาง	2.48 (5)	1.03	ต่ำ	9.29	0.00*
11. การได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ หรือความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง	2.86 (8)	1.24	ปานกลาง	2.24 (7)	1.08	ต่ำ	7.01	0.00*

$P < 0.05^*$

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความต้องการได้รับความพึงพอใจทางอารมณ์ และความต้องการหลีกเลี่ยง โดยผู้เสพติดจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ในด้านความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ($t = 7.40, p < 0.01$) ความต้องการแสดงออกเรื่องเพศ ($t = 12.14, p < 0.01$) ความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ($t = 10.13, p < 0.01$) การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใต้สำนึก ($t = 9.29, p < 0.01$) และการได้สร้างบุคลิก ลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ ($t = 7.01, p < 0.01$) การได้รับการยอมรับนับถือ ($t = 6.99, p < 0.01$) การเป็นส่วนหนึ่ง และมีส่วนร่วมในกลุ่ม ($t = 8.35, p < 0.01$) ความมีอำนาจ ความยอมรับนับถือในตนเอง ($t = 6.87, p < 0.01$) แต่ในด้านความต้องการข่าวสารข้อมูลนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ไม่เสพติดจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการทางจิตใต้สำนึกและสังคม แต่จะไม่ใช้เพื่อการแสวงหาความรู้

ส่วนที่สาม การวิเคราะห์การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสื่อ ระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด

3.1 การประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกข้อ โดยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ทำให้มีอิสระในการใช้เลือกข้อมูลข่าวสารได้เอง จะดึงดูดผู้เสพติดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาจะเป็นลักษณะของสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูล และความต้องการได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดจะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่อที่มีอิสระในการเลือกข้อมูลข่าวสารได้เองมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.39) และรองลงมาจะเป็นลักษณะของสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูล และความต้องการได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) เช่นเดียวกัน และในลักษณะของสื่อในด้านอื่นๆ ก็พบว่าทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดนั้นจะมีลำดับความดึงดูดใจไม่แตกต่างกันนัก

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับความดึงดูดใจ	\bar{X} (ลำดับ)	S.D.	ระดับความดึงดูดใจ		
1. การโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนเวลาใดก็ตาม	4.24 (4)	0.86	สูงมาก	3.76 (5)	1.06	สูง	6.09	0.00*
2. การที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริงในอินเทอร์เน็ต	3.50 (9)	1.15	สูง	3.02 (9)	1.07	ปานกลาง	5.66	0.00*
3. สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย	4.38 (2)	0.79	สูงมาก	4.33 (2)	0.80	สูงมาก	0.84	0.39
4. เป็นสื่อที่ปลอดภัย	3.31 (10)	1.05	ปานกลาง	3.10 (8)	0.96	ปานกลาง	2.77	0.00*
5. ง่าย และสะดวกต่อการใช้	4.36 (3)	0.68	สูงมาก	4.22 (3)	0.78	สูงมาก	2.40	0.01*
6. มีอิสระในการใช้ เลือกข้อมูลข่าวสารได้เองตามความสนใจ	4.43 (1)	0.68	สูงมาก	4.39 (1)	0.75	สูงมาก	0.59	0.55
7. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ง่าย	3.88 (6)	0.99	สูง	3.35 (6)	1.00	ปานกลาง	6.69	0.00*
8. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตนของตนเองได้ตามที่ต้องการ	3.54 (8)	1.17	สูง	2.81 (10)	1.07	ปานกลาง	8.54	0.00*
9. แสดงออกได้อย่างอิสระปราศจากการควบคุม	3.78 (7)	1.08	สูง	3.35 (7)	1.10	ปานกลาง	5.02	0.00*
10. นำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย	4.22 (5)	0.83	สูงมาก	3.88 (4)	0.93	สูง	4.75	0.00*

$P < 0.05^*$

นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความง่าย และสะดวกต่อการใช้ ($t = 2.40, p < 0.01$) ด้านการโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระ ($t = 6.09, p < 0.01$) การไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง ($t = 5.66, p < 0.01$) การเป็นสื่อที่

ปลอดภัย ($t = 2.77, p < 0.01$) การเปิดโอกาสให้ผู้สร้างความสัมพันธ์ได้ง่าย ($t = 6.69, p < 0.01$) การเปิดโอกาสให้ผู้กำหนดบุคลิก/ตัวตนตามต้องการ ($t = 8.54, p < 0.01$) การแสดงออกได้อย่างอิสระ ($t = 5.02, p < 0.01$) การนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย ($t = 4.75, p < 0.01$) ส่วนในด้านความสามารถเข้าถึงข้อมูล และความต้องการได้ง่าย และการมีอิสระในการใช้ เลือก ข้อมูลข่าวสารได้เอง พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า ลักษณะสื่อที่สามารถตอบสนองทางด้านจิตใจ อารมณ์ ความบันเทิง และสังคมนั้นจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งลักษณะของสื่อที่ช่วยในการเรียนรู้ สร้างปัญญานั้นจะไม่ทำให้เกิดการเสพติด

3.2 การประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยทัศนคติ และความสามารถ ในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกข้อ และผู้เสพติดจะรู้สึกสะดวกสบายในการ ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา จะมีความสามารถในการ เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) ส่วนในเรื่องความสามารถในการใช้ ความรู้ทางภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ตนั้น พบว่าผู้เสพติดจะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะประเมินว่าตนเองมีความสามารถในการใช้บริการในอินเทอร์เน็ต สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาจะมีความสะดวกสบายในเรื่องค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.80) อย่างไรก็ตามในเรื่องของความรู้สึกในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยชดเชยความ ต้องการนั้น ผู้ที่ไม่เสพติดจะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.94) (ตารางที่ 12)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ทัศนคติและความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X}	S.D.	ระดับความสามารถ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสามารถ		
1. ท่านมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	4.12 (2)	0.85	สูง	3.95 (1)	0.77	สูง	2.74	0.00*
2. ท่านรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ	4.23 (1)	0.88	สูงมาก	3.66 (3)	0.86	สูง	8.45	0.00*
3. ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยลดหย่อนความต้องการของท่านได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด	3.92 (4)	1.00	สูง	2.94 (7)	0.97	ปานกลาง	12.84	0.00*
4. ท่านไม่รู้สึกติดขัด เวลาต้องใช้ความรู้ทางภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต	3.58 (7)	1.08	สูง	3.36 (5)	1.03	ปานกลาง	2.65	0.00*
5. ถ้าท่านมีเวลาว่าง ท่านจะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่น	4.06 (3)	1.00	สูง	2.99 (6)	1.03	ปานกลาง	13.41	0.00*
6. ท่านไม่รู้สึกลำบากในเรื่องสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	3.60 (6)	1.17	สูง	3.51 (4)	1.01	สูง	1.15	0.24
7. ท่านมีเงินเพียงพอในการใช้จ่ายเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	3.91 (5)	0.96	สูง	3.80 (2)	0.93	สูง	1.47	0.14

$P < 0.05^*$

ในส่วนของการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านการมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี ($t = 2.74, p < 0.01$) ความสะดวกสบายใจในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ ($t = 8.45, p < 0.01$) ความรู้สึกที่อินเทอร์เน็ตช่วยลดหย่อนความต้องการได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด ($t = 12.84, p < 0.01$) การไม่รู้สึกติดขัดเวลาต้องใช้ภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต ($t = 2.65, p < 0.01$) และการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่นเมื่อมีเวลาว่าง ($t =$

13.41, $p < 0.01$) ส่วนในเรื่องสถานที่ในการใช้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

3.3 การประเมินผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะได้รับผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตทุกข้อสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมักจะใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจไว้ สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาจะรู้สึกไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้หรือหยุดการใช้อินเทอร์เน็ตได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และหลีกเลี่ยงที่จะพูดความจริง ปกปิดคนรอบข้างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.12) ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดก็มักจะใช้อินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจไว้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.26) เช่นเดียวกัน และจะหลีกเลี่ยงที่จะพูดความจริง ปกปิดคนรอบข้างเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.95) เช่นเดียวกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

การประเมินผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต		ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต		ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. บ่อยครั้งที่คุณจะคิดคำนึงถึงเรื่องที่ผ่านมาในกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต และคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอินเทอร์เน็ต	4.00 (4)	0.70	3.10 (2)	0.85	14.19	0.00*
2. คุณรู้สึกต้องการใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อย ๆ	4.15 (3)	0.80	3.10 (2)	1.04	13.49	0.00*
3. บ่อยครั้งที่คุณไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ หรือหยุดการใช้อินเทอร์เน็ตได้	4.20 (2)	0.82	2.48 (4)	1.03	22.41	0.00*
4. คุณรู้สึกหมดหวัง โมโห โกรธ รู้สึกกดดัน กระสับกระส่าย เมื่อต้องหยุดใช้อินเทอร์เน็ต	3.72 (6)	1.09	2.05 (6)	0.91	22.36	0.00*
5. คุณมักใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจไว้	4.33 (1)	0.72	3.26 (1)	0.97	14.94	0.00*
6. คุณรู้สึกว่า การใช้อินเทอร์เน็ตของคุณ ส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ทางสังคม หน้าที่การงาน การเรียน หรือโอกาสต่าง ๆ ในชีวิต	3.24 (7)	1.19	2.06 (5)	0.90	15.42	0.00*
7. คุณหลีกเลี่ยงที่จะพูดความจริง หรือปกปิดครอบครัว เพื่อนฝูง หรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ตของคุณ	3.12 (8)	1.19	1.95 (7)	0.88	15.62	0.00*
8. คุณใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นหนทางหลีกเลี่ยงจากปัญหา และเพื่อบรรเทา ผ่อนคลายความเครียด ความเบื่อหน่าย	3.95 (5)	1.13	2.83 (3)	1.17	12.42	0.00*

P<0.05*

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตกับผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องผลกระทบทางจิตใจ และสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตทุกข้อ

3.4 การประเมินผลกระทบในด้านต่างๆ จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกด้าน และจะได้รับผลกระทบด้านสุขภาพร่างกาย (ค่าเฉลี่ย 2.57) สูงที่สุด รองลงมาจะเป็นทางด้านการเรียน (ค่าเฉลี่ย 2.31) ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติด จะได้รับผลกระทบในด้านสุขภาพร่างกายสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.84) รองลงมาจะเป็นทางด้านการเงิน (ค่าเฉลี่ย 1.83)

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X}	S.D.	ระดับผลกระทบ	\bar{X}	S.D.	ระดับผลกระทบ		
1. ด้านการเรียน เช่น คะแนนตกลง ไม่ได้ทำการบ้าน หรือส่งงานไม่ทัน	2.31 (2)	0.97	ปานกลาง	1.47 (4)	0.68	ต่ำ	14.16	0.00*
2. ด้านสังคม สูญเสียความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัวและเพื่อน	1.94 (5)	0.85	ปานกลาง	1.36 (5)	0.62	ต่ำ	10.82	0.00*
3. ด้านการเงิน สูญเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากกับการใช้อินเทอร์เน็ต	2.20 (3)	0.90	ปานกลาง	1.83 (2)	0.77	ปานกลาง	5.87	0.00*
4. ด้านอาชีพการงาน เช่น ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง	2.16 (4)	0.84	ปานกลาง	1.54 (3)	0.70	ต่ำ	10.65	0.00*
5. ด้านสุขภาพร่างกาย เช่น พักผ่อนไม่เพียงพอ	2.57 (1)	0.92	สูง	1.84 (1)	0.81	ปานกลาง	11.08	0.00*

P<0.05*

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน

3.5 ความรู้สึกเมื่อได้เข้าใช้และไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต

3.5.1 ความรู้สึกเมื่อได้เข้าใช้อินเทอร์เน็ต

คำถามในข้อนี้เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยได้จัดกลุ่มประเภทของคำตอบออกเป็น 12 ประเภท ดังนี้

1. รู้สึกผ่อนคลายความเครียด สนุกสนาน เพลิดเพลิน
2. เป็นอิสระ รู้สึกปลดปล่อย หลุดออกจากโลกแห่งความจริง ได้ทำในสิ่งที่ไม่เคยกล้าและไม่เคยคิดที่จะทำ สามารถเลือกข้อมูลข่าวสารที่ต้องการได้เอง
3. ได้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารใหม่ด้วยความรวดเร็ว สะดวกสบายในการหาข้อมูล ได้รับข้อมูลที่ต้องการที่ไม่สามารถหาได้จากสื่ออื่น ๆ
4. มีความเป็นส่วนตัว
5. เฉย ๆ ไม่รู้สึกอะไรเป็นพิเศษ
6. รู้สึกทันสมัย ทันข่าว ทันเหตุการณ์ ทันโลก
7. มีความสุข อินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองความต้องการได้หลากหลาย ได้ตอบสนองอย่างที่เราต้องการ สามารถตอบสนองความต้องการตนเองได้อย่างเต็มที่
8. ได้ติดต่อสื่อสารกับคนอื่น พูดคุยกับคนอื่นได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว ได้พบกับคนที่เหมือน ๆ กับเรา
9. ตื่นเต้น อยากรู้อยากเห็น มีความสนใจในสิ่งที่เป็นไปในอินเทอร์เน็ตมาก
10. บางครั้งเบื่อ เนื่องจากมีข้อมูลข่าวสารมากเกินไป ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงในอินเทอร์เน็ตมากนัก ไม่ได้ความรู้ใหม่ เสียเวลา
11. คลายความเหงา ความเศร้า รู้สึกสบายใจมากขึ้น
12. เป็นสื่อที่สะดวกในการใช้งาน คล่องตัว ประหยัดเวลา อำนวยความสะดวก

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละตามความรู้สึกเมื่อได้เข้าใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ความรู้สึกเมื่อได้เข้าใช้อินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต		ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ่อนคลายความเครียด สนุกสนาน เพลิดเพลิน	66	30.4%	122	17.5%
2. เป็นอิสระ รู้สึกปลดปล่อย หลุดออกจากโลกความเป็นจริง	12	5.5%	37	5.3%
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่อย่างรวดเร็ว สะดวกในการค้นหาข้อมูล	27	12.4%	156	22.4%
4. มีความเป็นส่วนตัว	16	7.4%	24	3.4%
5. เฉย ๆ ไม่รู้สึกอะไรเป็นพิเศษ	27	12.4%	159	22.8%
6. รู้สึกทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก	11	5.1%	43	6.2%
7. มีความสุข สามารถตอบสนองความต้องการได้หลากหลายและอย่างเต็มที่	32	14.7%	28	4.0%
8. ได้ติดต่อพูดคุย พบปะกับคนอื่น ได้พบคนที่เหมือนๆ กับเรา	14	6.5%	28	4.0%
9. ตื่นเต้น อยากรู้อยากเห็น สนใจสิ่งที่เป็นไปในอินเทอร์เน็ต	8	3.7%	8	1.1%
10. บางครั้งเบื่อ ไม่ได้ข้อมูลใหม่ ๆ เสียเวลา	-	-	32	4.6%
11. คลายความเหงา ความเศร้า สบายใจมากขึ้น	4	1.8%	8	1.1%
12. เป็นสื่อที่สะดวกในการทำงาน คล่องตัว ประหยัดเวลา อำนวยความสะดวก	-	-	52	7.5%
รวม	217	100%	697	100%

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าเมื่อได้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ที่เสพติดจะรู้สึกผ่อนคลายความเครียด สนุกสนาน เพลิดเพลินมากที่สุด (30.4%) รองลงมาจะเป็นความรู้สึกมีความสุข สามารถตอบสนองความต้องการได้หลากหลายและเต็มที่ (14.7%) และในส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะรู้สึกเฉย ๆ ไม่รู้สึกอะไรเป็นพิเศษมากที่สุด (22.8%) และรองลงมาจะเป็นรู้สึกได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่อย่างรวดเร็ว สะดวกในการค้นหาข้อมูล (22.4%)

3.5.2 ความรู้สึกเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต

คำถามในข้อนี้เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยได้จัดกลุ่มประเภทของคำตอบออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. อยากรู้ว่าใช้อินเทอร์เน็ต อยากรู้อะไรจะเกิดขึ้นบ้างในอินเทอร์เน็ต
2. รู้สึกตกขาว ไม่ทันโลก ไม่ทันสมัย
3. ขาดการติดต่อกับเพื่อน อึดอัดเหมือนถูกตัดขาด
4. ขาดแหล่งข้อมูลข่าวสาร ไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ
5. เฉย ๆ ไม่กังวล ใช้ก็ได้ไม่ใช้ก็ได้ เพราะแหล่งข้อมูลข่าวสารสามารถหาได้จากสื่ออื่น ๆ ด้วย จะใช้เมื่อจำเป็นเท่านั้น
6. หงุดหงิด อารมณ์ไม่ดี กระทบกระสาย เปื่อหน่าย เป็นกังวล กระทบกระวาย หดหู่
7. เหงา เศ็ง ไม่รู้ว่าจะทำอะไรดี เหมือนขาดอะไรไปสักอย่าง ทำอะไรไม่ถูก เหมือนกับชีวิตไม่สมบูรณ์
8. ไม่ได้รับความสะดวกสบาย

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละตามความรู้สึกเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ความรู้สึกเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต		ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อยากรู้ว่าใช้อินเทอร์เน็ต อยากรู้อะไรจะเกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ตบ้าง	15	6.9%	34	4.9%
2. รู้สึกตกขาว ไม่ทันโลก ไม่ทันสมัย	13	6.0%	49	7.0%
3. ขาดการติดต่อกับเพื่อนๆ อึดอัดเหมือนถูกตัดขาด	23	10.6%	33	4.7%
4. ขาดแหล่งข้อมูลข่าวสาร ไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ	13	6.0%	35	5.0%
5. เฉย ๆ ไม่กังวล ใช้ก็ได้ไม่ใช้ก็ได้	46	21.2%	429	61.5%
6. หงุดหงิด อารมณ์ไม่ดี กระทบกระสาย เปื่อหน่าย เป็นกังวล หดหู่	52	24.9%	63	9.0%
7. เหงา เศ็ง ไม่รู้ว่าจะทำอะไรดี เหมือนขาดอะไรไปสักอย่าง	54	24.0%	30	4.3%
8. ไม่ได้รับความสะดวกสบาย	1	0.5%	24	3.4%
รวม	217	100%	697	100%

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ที่เสพติดจะรู้สึกหงุดหงิด อารมณ์ไม่ดี กระสับกระส่าย เบื่อหน่าย เป็นกังวล หดหู่มากที่สุด (24.9%) รองลงมาจะรู้สึกเหงา เซ็ง ไม่รู้ว่าจะทำอะไรดี (21.2%)

ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น จะรู้สึกเฉย ๆ ไม่กังวลมากที่สุด (61.5%) รองลงมาจะหงุดหงิด อารมณ์ไม่ดี กระสับกระส่าย เบื่อหน่าย เป็นกังวล หดหู่ (9.0%) และรู้สึกตกข่าว ไม่ทันโลก ไม่ทันสมัย (7.0%)

3.6 การประเมินเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเอง

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น จะคิดว่าตนเองเสพติดมากที่สุด (36.4%) รองลงมา จะไม่แน่ใจ (32.7%) และคิดว่าตนเองไม่เสพติด (30.9%) ตามลำดับ และผู้ที่ไม่เสพติดนั้น จะคิดว่าตนเองไม่เสพติดมากที่สุด (64.7%) รองลงมา จะไม่แน่ใจ (28.6%) และคิดว่าตนเองเสพติดน้อยที่สุด (6.7%) (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละตามการประเมินเกี่ยวกับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติด และผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	ทัศนคติเกี่ยวกับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ของตนเอง			จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	คิดว่าตนเอง เสพติด	ไม่แน่ใจ	คิดว่าตนเองไม่ เสพติด			
ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	79 (36.4%)	71 (32.7%)	67 (30.9%)	217 (100%)	140.00	0.00*
ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	47 (6.7%)	199 (28.6%)	451 (64.7%)	697 (100%)		
รวม	126 (13.8%)	270 (29.5%)	518 (56.7%)	914 (100%)		

$P < 0.05^*$

ผู้ที่เสพติดจะมีสัดส่วนผู้ที่คิดว่าตนเองเสพติดสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดอย่างเห็นได้ชัด ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะมีผู้ที่คิดว่าตนเองไม่เสพติดสูงกว่า และจากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างในด้านการประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า Chi-Square 140.00

ส่วนที่สี่ การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะทางประชากร ลักษณะปัญหาทางจิตใจ ปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมและประวัติการเสพติด ว่าปัจจัยใดมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ในผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด ดังนี้

4.1 คุณลักษณะทางประชากรและการเสพติดอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ดังนี้

4.1.1 เพศ

จากผลการวิจัยในเรื่องเพศพบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะเป็นเพศหญิง (50.2%) มากกว่าเพศชาย (49.8%) ในจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นเพศชาย (50.9%) จะมีจำนวนมากกว่าเพศหญิง (49.1%) ในจำนวนที่ใกล้เคียงกันเช่นเดียวกัน และผลการทดสอบความสัมพันธ์ในตารางที่ 18 ซึ่งให้เห็นว่า สัดส่วนระหว่างเพศชายและหญิงของผู้เสพติดจะไม่แตกต่างกันกับผู้ที่ไม่เสพติด แสดงว่าลักษณะประชากรในเรื่องเพศจะไม่สัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ				จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ			
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	108	(49.8%)	109	(50.2%)	217 (100%)	0.09	0.76
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	355	(50.9%)	342	(49.1%)	697 (100%)		
รวม	463	(50.7%)	451	(49.3%)	914 (100%)		

P<0.05*

4.1.2 อายุ

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีอายุระหว่าง 18 – 25 ปีมากที่สุด (49.8%) รองลงมาจะมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี (30.0%) ต่ำกว่า 18 ปี (13.8%) และอายุ 36 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด (6.5%) ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตก็จะมีอายุระหว่าง 18 – 25 ปีมากที่สุด (51.5%) และรองลงมาจะมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี (29.0%) 36 ปีขึ้นไป (12.2%) และ ต่ำกว่า 18 ปี น้อยที่สุด (7.3%) (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	อายุ				จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-25 ปี	26-35 ปี	36 ปีขึ้นไป			
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	30 (13.8%)	108 (49.8%)	65 (30.0%)	14 (6.5%)	217 (100%)	13.09	0.00*
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	51 (7.3%)	359 (51.5%)	202 (29.0%)	85 (12.2%)	697 (100%)		
รวม	81 (8.9%)	467 (51.1%)	267 (29.2%)	99 (10.8%)	914 (100%)		

$P < 0.05^*$

ผู้ที่เสพติดจะมีอายุต่ำกว่า 18 ปี มากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และมีอายุ 36 ปีขึ้นไปน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด แสดงว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีสัดส่วนผู้ที่มีอายุน้อยมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ส่วนในกลุ่มอายุ 18-25 ปี และ 26-35 ปี นั้นพบว่าผู้เสพติดและไม่เสพติดจะไม่ค่อยแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากว่า กลุ่มอายุดังกล่าวจะเป็นกลุ่มที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอยู่แล้ว ดังนั้นตัวเลขที่ได้จึงไม่ได้สะท้อนถึงความแตกต่างกันนัก และจากการทดสอบความสัมพันธ์ในตารางที่ 19 พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตและผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างในเรื่องอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า Chi-Square 13.09 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางด้านอายุนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

4.1.3 ระดับการศึกษา

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด (56.7%) รองลงมาจะจบปริญญาตรี (35.9%) และจบปริญญาโท (7.4%) ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเช่นกัน (50.5%) และรองลงมาจะจบปริญญาตรี (36.4%) และจบปริญญาโทน้อยที่สุด (13%) (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	ระดับการศึกษา			จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	จบ ปริญญาตรี	จบ ปริญญาโท			
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	123 (56.7%)	78 (35.9%)	16 (7.4%)	217 (100%)	5.79	0.05*
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	352 (50.5%)	254 (36.4%)	91 (13.1%)	697 (100%)		
รวม	475 (52%)	332 (36.3%)	107 (11.7%)	914 (100%)		

$P < 0.05^*$

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีสัดส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และจบปริญญาโทน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติดด้วย แสดงว่าผู้ที่เสพติดจะมีสัดส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากเรื่องของอายุที่แตกต่างกัน และจากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องระดับการศึกษา ที่ค่า Chi-Square 5.79

4.1.4 อาชีพ

ในผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตจะพบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาเป็นกลุ่มใหญ่ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต (67.7%) รองลงมาจะเป็นผู้ที่ทำงานระดับพนักงาน (23.5%) ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า (6.9%) และผู้ที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน หรือไม่ได้ทำงานนอกบ้านจะเป็นกลุ่มที่น้อยที่สุด (1.8%)

ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด ก็คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (45.7%) เช่นกัน รองลงมาจะเป็นผู้ที่ทำงานระดับพนักงาน (34.5%) ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า (15.0%) และเป็นผู้ที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน หรือไม่ได้ทำงานนอกบ้านน้อยที่สุด (4.4%)

(ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ				จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	ว่างงาน/ไม่ ได้ทำงาน หรือไม่ได้ ทำงาน นอกบ้าน	นักเรียน/ นัก ศึกษา	ทำงาน ระดับ พนักงาน	ทำงาน ระดับผู้ บริหาร หรือ เทียบ เท่า			
ผู้ใช้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	4 (1.8%)	147 (67.7%)	51 (23.5%)	15 (6.9%)	217 (100%)	33.57	0.00*
ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	31 (4.4%)	319 (45.7%)	241 (34.5%)	105 (15.0%)	697 (100%)		
รวม	36 (3.9%)	466 (51.0%)	292 (31.9%)	120 (13.1%)	914 (100%)		

P<0.05*

ถึงแม้ว่าทั้งผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดนั้นจะมีสัดส่วนตามลำดับอาชีพสอดคล้องกัน แต่ผู้ที่เสพติดนั้นก็จะเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ในระดับอาชีพที่สูงขึ้น ซึ่งได้แก่ ระดับพนักงานและผู้บริหารนั้น ผู้ที่เสพติดก็จะมีสัดส่วนที่ต่ำกว่าผู้ที่ไม่เสพติดด้วย และจากทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตและผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความแตกต่างทางด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า Chi-Square 33.57 แสดงว่า อาชีพนั้นมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2 ลักษณะทางปัญหาทางจิตใจและการเสพติดอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัญหาทางจิตใจมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีค่าเฉลี่ยลักษณะปัญหาทางจิตใจสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตในทุกด้าน โดยผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความหอยเหงาเศร้าซึมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีความไม่มั่นใจในตนเองน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.38) ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติด จะมีการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.05) และมีความไม่มั่นใจในตนเองน้อยที่สุดเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 2.22) (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะปัญหาทางจิตใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ลักษณะทางด้านจิตวิทยา	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหาทางด้านจิตใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหาทางด้านจิตใจ		
1. ความไม่มั่นใจในตนเอง	2.38 (7)	0.74	ต่ำ	2.22 (7)	0.67	ต่ำ	3.05	0.00*
2. ความไม่พึงพอใจในตนเอง	3.41 (6)	0.82	สูง	2.79 (3)	0.88	ปานกลาง	9.09	0.00*
3. ความรู้สึกในทางลบ	3.53 (4)	1.04	สูง	2.68 (5)	0.95	ปานกลาง	11.20	0.00*
4. ความหอยเหงาเศร้าซึม	3.72 (1)	0.94	สูง	2.92 (2)	0.87	ปานกลาง	11.46	0.00*
5. ความรู้สึกเบื่อหน่าย	3.53 (4)	0.91	สูง	2.78 (4)	0.85	ปานกลาง	11.11	0.00*
6. ความแปรปรวน ความรุนแรงของอารมณ์	3.42 (5)	0.97	สูง	2.68 (5)	0.83	ปานกลาง	10.98	0.00*
7. การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ	3.69 (2)	0.80	สูง	3.05 (1)	0.72	ปานกลาง	11.13	0.00*
8. ความวิตกกังวล	3.54 (3)	0.94	สูง	2.73 (6)	0.92	ปานกลาง	11.29	0.00*

P<0.05*

ซึ่งจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างในลักษณะปัญหาทางจิตใจทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความสัมพันธ์กับลักษณะลักษณะปัญหาทางจิตใจ

4.3 ลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมและการเสพติดอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตในทุกข้อ โดยผู้ที่เสพติดจะมีค่าเฉลี่ยในด้านที่อยากให้ครอบครัวมีความสัมพันธ์ที่อบอุ่นมากขึ้นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.19) รองลงมาจะมีความรู้สึกที่ ความสัมพันธ์ในสังคมที่มีอยู่นั้นไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ซึ่งทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดนั้นก็มียาเสพติดปัญหาทางสังคมที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ลักษณะทางด้าน ความสัมพันธ์ทางสังคม	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t-test	ค่า Sig.
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ปัญหา ความสัมพันธ์ ทางสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ปัญหา ความสัมพันธ์ ทางสังคม		
1. มีความลำบากในเรื่อง การปรับตัวให้อยู่ในสังคม ได้	2.83	1.18	ปานกลาง	2.36	0.94	ต่ำ	6.12	0.00*
2. มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น	2.69	1.13	ปานกลาง	2.25	0.91	ต่ำ	5.80	0.00*
3. มีความลำบากใจในการ ที่จะต้องติดต่อ พบปะกับ บุคคลอื่น	2.72	1.07	ปานกลาง	2.22	0.95	ต่ำ	6.47	0.00*
4. อยากให้ครอบครัวมี ความสัมพันธ์ที่อบอุ่นมาก กว่าที่เป็นอยู่ปัจจุบัน	3.19	1.20	ปานกลาง	2.87	1.17	ปานกลาง	3.43	0.00*

ลักษณะทางด้าน ความสัมพันธ์ทางสังคม	ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต			ค่า t- test	ค่า Sig.
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ปัญหา ความ สัมพันธ์ ทางสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ปัญหา ความ สัมพันธ์ ทางสังคม		
5. ไม่ได้รับการยอมรับจาก กลุ่มเพื่อน และบุคคลใน ครอบครัว	2.42	1.19	ปานกลาง	1.94	0.85	ต่ำ	6.49	0.00*
6. มีความรู้สึกรู้สึกว่าความ สัมพันธ์ในสังคมที่มีอยู่นั้น ยังไม่เพียงพอ	3.07	1.16	ปานกลาง	2.47	1.03	ต่ำ	7.15	0.00*

$P < 0.05^*$

อย่างไรก็ตามจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตกับผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างในเรื่องลักษณะทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความสัมพันธ์กับลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.4 ประวัติการเสพติดของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

สมมติฐานข้อที่ 4 ประวัติการเสพติดมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ (80.6%) จะไม่เคยใช้ยาเสพติดเช่นกัน และจะมีกลุ่มที่ เคยใช้ 19.4% และในส่วนของผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะเคยใช้ยาเสพติด หรือยึดติดสิ่งใดสิ่ง หนึ่งเพียงแค่ว่า 3% เท่านั้น (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละตามประวัติการใช้สารเสพติด หรือการยึดติดสิ่งใดสิ่งหนึ่งของผู้ที่เสพติด และผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

ประเภทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	ประวัติการใช้สารเสพติด หรือ การยึดติดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-Square	Sig
	เคยใช้	ไม่เคยใช้			
ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต	42 (19.4%)	175 (80.6%)	217 (100%)	68.86	0.00*
ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต	21 (3.0%)	676 (97.0%)	697 (100%)		
รวม	63 (6.9%)	851 (93.1%)	914 (100%)		

P<0.05*

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะเคยใช้ยาเสพติด หรือมีประวัติการยึดติดสิ่งใดสิ่งหนึ่งสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งจากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความแตกต่างในเรื่องประวัติการเสพติดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า Chi-Square 68.86

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ห้า การทดสอบผลเชิงปฏิสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรทางประชากรศาสตร์และการใช้อินเทอร์เน็ต ในกลุ่มผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด

ในการวิเคราะห์ส่วนนี้จะเป็นการเปรียบเทียบความต่างในตัวแปรลักษณะประชากรกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมถึง บริการที่ใช้ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการและลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ และลักษณะประชากรกับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อดูว่าผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีความแตกต่างเหมือนกันหรือไม่ ดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตกับบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

5.1.1 เพศกับบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

ความแตกต่างในด้านเพศจะส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดมีความแตกต่างกันในเรื่องบริการที่ใช้มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการใช้บริการดูหนัง ฟังเพลงเช่นเดียวกัน ($t = -2.77, p < 0.01$ และ $t = -3.97, p < 0.05$) ซึ่งเพศหญิงนั้นจะมีการใช้บริการดูหนังฟังเพลงมากกว่าเพศชาย (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดเพศชาย และหญิง

บริการในอินเทอร์เน็ต	ประเภท	ชาย (108 คน)		หญิง (109 คน)		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. การสนทนาในห้องสนทนา(Chat room)	ติด	3.21	1.40	3.00	1.42	1.10	0.27
	ไม่ติด	1.90	1.11	1.89	1.07	0.08	0.93
2. การค้นหาข้อมูลบน www	ติด	3.69	1.29	3.63	1.25	0.35	0.72
	ไม่ติด	4.14	0.87	4.15	0.79	-0.26	0.78
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	ติด	4.04	1.03	4.27	0.87	-1.76	0.07
	ไม่ติด	3.86	1.05	4.14	1.00	-3.60	0.00*
4. การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล	ติด	3.57	1.00	3.52	0.99	0.37	0.70
	ไม่ติด	3.25	1.06	3.16	1.03	1.05	0.29
5. การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร	ติด	3.73	1.17	3.51	1.10	1.40	0.16

เช่น การใช้กระดาน ข่าว	ไม่ติด	3.18	1.16	2.95	1.09	2.78	0.00*
บริการในอินเทอร์เน็ต	ประเภท	ชาย (108 คน)		หญิง (109 คน)		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
6. การเล่นเกม	ติด	2.94	1.58	3.24	1.48	-1.45	0.14
	ไม่ติด	1.88	1.15	2.05	1.11	-2.02	0.04*
7. การอ่านข่าว	ติด	2.70	1.24	2.63	1.35	0.40	0.68
	ไม่ติด	3.14	1.03	3.11	1.04	0.41	0.68
8. ดูหนัง ฟังเพลง	ติด	2.42	1.15	2.88	1.26	-2.77	0.00*
	ไม่ติด	2.23	1.02	2.56	1.12	-3.97	0.00*
9. ใช้บริการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	ติด	1.63	0.95	1.57	0.96	0.46	0.64
	ไม่ติด	1.59	0.89	1.45	0.77	2.31	0.02*

$P < 0.05^*$

นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เสพติดเพศชายและเพศหญิง ยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ดังนี้ การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร ($t = 2.78, p < 0.01$) การใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($t = 2.31, p < 0.05$) โดยเพศชายจะใช้มากกว่าเพศหญิง และในบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ($t = -3.60, p < 0.01$) การเล่นเกม ($t = -2.02, p < 0.05$) นั้น พังเพศหญิงจะใช้มากกว่า

5.1.2 อายุกับบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

ความแตกต่างในด้านอายุ จะส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดมีความแตกต่างกันในเรื่องบริการที่ใช้มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการใช้บริการสารสนเทศในห้องสนทนา ($f = 3.11, p < 0.05$ และ $f = 5.54, p < 0.01$) และการดูหนังฟังเพลง ($f = 7.74, p < 0.0$ และ $f = 25.84, p < 0.01$) นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เสพติดยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริการการค้นหาข้อมูลบน www ($f = 4.69, p < 0.01$) และการอ่านข่าว ($f = 5.69, p < 0.01$) ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่าผู้ที่เสพติด โดยมีความแตกต่างในบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ($f = 6.74, p < 0.01$) การเล่นเกม ($f = 13.20, p < 0.01$) และการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($f = 2.90, p < 0.05$) (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดที่อายุต่างกัน

บริการในอินเทอร์เน็ต	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป		
1. การสนทนาในห้องสนทนา(Chat room)	ติด	3.46	2.95	3.35	2.35	3.11	0.02*
	ไม่ติด	1.92	2.05	1.72	1.64	5.54	0.00*
2. การค้นหาข้อมูลบน www	ติด	3.66	3.95	3.24	3.35	4.69	0.00*
	ไม่ติด	4.00	4.14	4.14	4.25	1.02	0.38
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	ติด	3.86	4.27	4.12	4.07	1.55	0.20
	ไม่ติด	3.70	4.05	4.13	3.62	6.74	0.00*
4. การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล	ติด	3.23	3.58	3.70	3.21	2.14	0.09
	ไม่ติด	3.19	3.21	3.30	2.98	1.78	0.15
5. การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร เช่น การใช้กระดานข่าว	ติด	3.96	3.57	3.52	3.71	1.17	0.32
	ไม่ติด	3.15	3.10	3.11	2.77	2.22	0.08
6. การเล่นเกม	ติด	3.26	3.10	2.93	3.42	0.56	0.63
	ไม่ติด	2.33	2.15	1.76	1.47	13.20	0.00*
7. การอ่านข่าว	ติด	2.16	2.99	2.32	2.85	5.69	0.00*
	ไม่ติด	3.09	3.08	3.10	3.35	1.53	0.20
8. ดูหนัง ฟังเพลง	ติด	2.96	2.90	2.30	1.64	7.74	0.00*
	ไม่ติด	2.82	2.66	2.03	1.88	25.84	0.00*
9. ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ติด	1.43	1.56	1.73	1.71	0.86	0.46
	ไม่ติด	1.60	1.43	1.62	1.62	2.90	0.03*

P<0.05*

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้เสพติดที่มีอายุแตกต่างกันในบริการข้างต้นรายคู่ พบความแตกต่างระหว่างคู่ดังนี้

ในบริการการสนทนาในห้องสนทนา พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับอายุ 36 ปีขึ้นไป และคู่กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี กับอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี จะใช้บริการการสนทนาในห้องสนทนามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 26 –

35 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.35) และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.35) ส่วนในกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการการค้นหาข้อมูลบน www. พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับอายุ 26 – 35 ปี โดยกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี จะมีการใช้บริการในด้านนี้มากกว่า

ในบริการการอ่านข่าว พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับอายุต่ำกว่า 18 ปี และกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับอายุ 26 – 35 ปี โดยกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี จะใช้บริการด้านนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.99) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.32) และกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.16) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการดูหนังฟังเพลง พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับอายุ 26 – 35 ปี, กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับอายุ 36 ปีขึ้นไป, กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับอายุ 26 – 35 ปี และกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี จะใช้บริการด้านนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.73) รองลงมาจะเป็น กลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 1.71), กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.56) และกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.43) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ไม่เสพติดที่มีอายุแตกต่างกันในบริการข้างต้น พบความแตกต่างระหว่างคู่ดังนี้

ในบริการการสนทนาในห้องสนทนาพบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับอายุ 26-35 ปี และคู่อายุ 18-25 ปี กับ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุ 18-25 ปี จะมีการใช้บริการนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.05) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.72) และ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 1.64) ตามลำดับส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ พบความแตกต่างในคู่อายุต่ำกว่า 18 ปีกับ 18-25 ปี , ต่ำกว่า 18 ปี กับ 26-35 ปี, 18-25 ปี กับ 36 ปีขึ้นไป และคู่ 26-35 ปี กับ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุ 26-35ปี จะมีการใช้บริการด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาจะเป็นกลุ่ม 18-25 ปี(ค่าเฉลี่ย 4.05) กลุ่มต่ำกว่า 18 ปี(ค่าเฉลี่ย 3.70) และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป(ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในเรื่องของบริการการเล่นเกม พบความแตกต่างในคูกกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีกับ 26-35 ปี, ต่ำกว่า 18 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป, 18-25 ปีกับ 26-35ปี และคูก 18-25 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีจะใช้บริการเล่นเกมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.33) รองลงมาจะเป็นกลุ่ม 18-25ปี (ค่าเฉลี่ย 2.15), กลุ่ม 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.76) และ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 1.47) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการดูหนังฟังเพลง พบความแตกต่างในคูกกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีกับ 26-35 ปี , ต่ำกว่า 18 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป , 18-25 ปีกับ 26-35 ปี และกลุ่ม 18-25 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มต่ำกว่า 18 ปีจะใช้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.82) รองลงมาจะเป็นกลุ่ม 18-25 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.66) กลุ่ม 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.03) และ 36ปีขึ้นไป (1.88) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบความแตกต่างกันในกลุ่ม อายุ 18-25 ปี และ 26-35 ปี โดยกลุ่มอายุ 26-35ปีจะใช้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย1.62) และในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.1.3 ระดับการศึกษาต่อบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลให้ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดมีความแตกต่างกันในเรื่องบริการที่ใช้มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริการเดียวกัน ได้แก่ การเล่นเกม ($f = 7.36, p < 0.01$ และ $f = 17.93, p < 0.01$) และบริการดูหนังฟังเพลง ($f = 5.42, p < 0.01$ และ $f = 19.53, p < 0.01$) นอกจากนี้ผู้ที่เสพติดยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริการ การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล ($f = 3.24, p < 0.05$) ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการใช้บริการหลายด้านมากกว่าผู้ที่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างในบริการการสนทนาในห้องสนทนา ($f = 6.65, p. < 0.01$) และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ($f = 5.52, p < 0.01$) (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

บริการในอินเทอร์เน็ต	ประเภท	ระดับการศึกษา (\bar{X})			ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	จบปริญญาตรี	จบปริญญาโท		
1. การสนทนาในห้องสนทนา(Chat room)	ติด	3.18	3.06	2.68	0.93	0.39
	ไม่ติด	2.03	1.81	1.60	6.65	0.00*
2. การค้นหาข้อมูลบน www	ติด	3.62	3.71	3.68	0.12	0.88
	ไม่ติด	4.09	4.18	4.26	1.85	0.15
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	ติด	4.07	4.21	4.56	2.06	0.12
	ไม่ติด	3.89	4.04	4.28	5.52	0.00*
4. การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล	ติด	3.46	3.75	3.18	3.24	0.04*
	ไม่ติด	3.15	3.24	3.34	1.31	0.26
5. การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร เช่น การใช้กระดานข่าว	ติด	3.65	3.58	3.56	0.09	0.91
	ไม่ติด	3.05	3.10	3.06	0.15	0.86
6. การเล่นเกม	ติด	3.31	3.01	1.81	7.36	0.00*
	ไม่ติด	2.20	1.80	1.52	17.93	0.00*
7. การอ่านข่าว	ติด	2.56	2.75	3.00	1.06	0.34
	ไม่ติด	3.12	3.12	3.13	0.00	0.99
8. ดูหนัง ฟังเพลง	ติด	2.79	2.61	1.75	5.42	0.00*
	ไม่ติด	2.64	2.17	2.05	19.53	0.00*
9. ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ติด	1.50	1.71	1.87	1.87	0.15
	ไม่ติด	1.48	1.54	1.60	0.82	0.43

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้เสพติดที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันในบริการที่กล่าวมารายคู่ พบความแตกต่าง ดังนี้

ในบริการการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่จบปริญญาตรีกับกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี และคู่กลุ่มที่จบปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท พบ

ว่ากลุ่มที่จบปริญญาตรีจะมีการใช้บริการนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.46) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นนั้น ไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในการใช้บริการเล่นเกม พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่จบปริญญาโทกับกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี และคู่กลุ่มที่จบปริญญาโทกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะใช้บริการเล่นเกมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.01) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 1.81) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการดูหนังฟังเพลง พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่จบปริญญาโทกับกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี และคู่กลุ่มที่จบปริญญาโทกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะใช้บริการนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.79) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.61) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 1.75) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่ไม่เสพติดที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันในบริการข้างต้นรายชื่อ พบความแตกต่างดังนี้

ในบริการสนทนาในห้องสนทนาพบความแตกต่างในคู่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาตรีและคู่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาโท โดยกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะใช้บริการนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.03) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 1.81) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 1.60) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ พบความแตกต่างในคู่ต่ำกว่าปริญญาตรีและจบปริญญาโท โดยกลุ่มที่มีการศึกษาจบปริญญาโทจะใช้บริการนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) และในกลุ่มอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการเล่นเกม พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาตรี , ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาโท และกลุ่มที่จบปริญญาตรีกับจบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะเล่นเกมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.20) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 1.80) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 1.52) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการดูหนังฟังเพลง พบความแตกต่างในกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาตรี และกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะใช้บริการนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.64) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.17) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 2.05) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.1.4 อาชีพกับบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

อาชีพที่ต่างกันนั้นส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดมีความแตกต่างในเรื่องบริการที่ใช้มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริการเดียวกัน ได้แก่ การเล่นเกม ($f = 5.38, p < 0.01$ และ $f = 17.09, p < 0.01$) และการดูหนัง ฟังเพลง ($f = 2.63, p < 0.05$ และ $f = 15.85, p < 0.01$) และผู้ที่เสพติดยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริการการอ่านข่าว ($f = 2.79, p < 0.05$) ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะมีความแตกต่างในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การสนทนาในห้องสนทนา ($f = 4.31, p < 0.01$) และการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($f = 5.10, p < 0.01$) (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน

บริการในอินเทอร์เน็ต	ประเภท	อาชีพ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ว่างงาน/ ไม่ได้ ทำงาน หรือไม่ได้ ทำงาน นอกบ้าน	นักเรียน/ นักศึกษา	ทำงาน ระดับ พนักงาน	ทำงาน ระดับผู้ บริหาร หรือเทียบ เท่า		
1. การสนทนาในห้อง สนทนา(Chat room)	ติด	2.75	3.14	3.17	2.53	0.98	0.40
	ไม่ติด	1.81	2.05	1.78	1.70	4.31	0.00*
2. การค้นหาข้อมูลบน www	ติด	4.25	3.52	3.94	3.93	1.92	0.12
	ไม่ติด	4.31	4.09	4.17	4.22	1.28	0.27
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	ติด	4.50	4.11	4.27	4.13	0.51	0.67
	ไม่ติด	3.90	3.95	4.11	3.88	1.68	0.17
4. การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ ดาวน์โหลดข้อมูล	ติด	3.00	3.53	3.68	3.33	0.96	0.41
	ไม่ติด	3.18	3.17	3.28	3.14	0.68	0.56
5. การแสดงความคิดเห็น เห็นในกลุ่มข่าวสาร เช่น การใช้กระดาน ข่าว	ติด	4.50	3.65	3.54	3.33	1.22	0.30
	ไม่ติด	3.21	3.09	3.00	3.09	0.49	0.68
6. การเล่นเกม	ติด	1.75	3.31	2.92	1.93	5.38	0.00*
	ไม่ติด	1.96	2.27	1.75	1.53	17.09	0.00*
7. การอ่านข่าว	ติด	3.75	2.51	2.94	3.00	2.79	0.04*
	ไม่ติด	3.18	3.05	3.14	3.29	1.57	0.19
8. ดูหนัง ฟังเพลง	ติด	3.00	2.75	2.56	1.86	2.63	0.05*
	ไม่ติด	2.09	2.67	2.27	1.93	15.85	0.00*
9. ใช้บริการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	ติด	2.00	1.55	1.64	1.86	0.75	0.52
	ไม่ติด	1.28	1.51	1.45	1.79	5.10	0.00*

P<0.05*

ซึ่งเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันรายคู่ พบความแตกต่างระหว่างคู่ต่อบริการที่กล่าวมา ดังนี้

ในการใช้บริการการเล่นเกมในอินเทอร์เน็ต พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่กลุ่มว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้านกับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่ากับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่ากับกลุ่มทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะใช้บริการการเล่นเกมในอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมาจะเป็นกลุ่มทำงานระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.92) ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า (ค่าเฉลี่ย 1.93) และกลุ่มว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้าน (ค่าเฉลี่ย 1.75) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในการใช้บริการการอ่านข่าวในอินเทอร์เน็ต พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่กลุ่มทำงานระดับพนักงานกับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา โดยกลุ่มทำงานระดับพนักงานจะใช้บริการการอ่านข่าวในอินเทอร์เน็ตมากกว่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในการดูหนังฟังเพลงพบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่กลุ่มทำงานระดับผู้บริหารกับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และคู่ที่ทำงานระดับผู้บริหารกับกลุ่มทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะใช้บริการดูหนังฟังเพลงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาจะเป็นกลุ่มระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.56) และกลุ่มระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 1.86) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันและบริการข้างต้นรายคู่ พบ ความแตกต่างระหว่างคู่ต่อบริการที่กล่าวมาดังนี้

ในบริการสนทนาในห้องสนทนา พบความแตกต่าง ในคู่ นักเรียน/นักศึกษา กับพนักงาน และคู่นักเรียน/นักศึกษากับระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะมีการใช้สูงสุด (ค่าเฉลี่ย 2.05) รองลงมาจะเป็นพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 1.78) และผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 1.70) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในบริการเล่นเกม พบความแตกต่างในคู่ นักเรียน/นักศึกษา กับพนักงาน และคู่ นักเรียน/นักศึกษา กับระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะมีการใช้สูงสุด (ค่าเฉลี่ย 2.27) รองลงมาจะเป็นพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 1.75) และผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 1.53) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในบริการดูหนัง ฟังเพลง พบความแตกต่าง ในคือนักเรียน/นักศึกษา กับว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้าน นักเรียน/นักศึกษา กับพนักงาน นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริหาร และคู่พนักงานกับผู้บริหาร โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะมีการใช้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.67) รองลงมาจะเป็นพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.27) ว่างงาน (ค่าเฉลี่ย 2.09) และผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 1.93) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่น ไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบความแตกต่างในคู่ระดับผู้บริหารกับว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้าน ระดับผู้บริหารกับนักเรียน/นักศึกษา และระดับผู้บริหารกับระดับพนักงาน โดย กลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหารจะใช้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.79) รองลงมาจะเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 1.51) พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 1.45) และว่างงาน (ค่าเฉลี่ย 1.28) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

5.2.1 เพศกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเพศที่ต่างกันส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น ($t = 2.43, p < 0.05$ และ $t = 2.17, p < 0.05$) และผู้เสพติดยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความต้องการเป็นส่วนหนึ่งและการได้มีส่วนร่วมในกลุ่ม ($t = 2.47, p < 0.05$) และความมีอำนาจและความยอมรับนับถือในตนเอง ($t = 2.47, p < 0.05$) ซึ่งพบว่าเพศชายนั้นจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการที่กล่าวมาสูงกว่าเพศหญิง (ตารางที่ 29)

ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ ($f = -3.22, p < 0.01$) ซึ่งเพศหญิงจะสูงกว่า และในความต้องการในการแสดงออกเรื่องเพศ ($f = 6.78, p < 0.01$) และความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ($f = 3.23, p < 0.01$) ซึ่งเพศชายจะมีสูงกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่
เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตเพศชาย และหญิง

ความต้องการ	ประเภท	ชาย		หญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ความต้องการข่าว สารข้อมูลที่ทันสมัย	ติด	4.25	0.84	4.10	1.81	1.40	0.16
	ไม่ติด	4.28	0.78	4.28	0.73	0.06	0.94
2. การผ่อนคลายความ เครียด พักผ่อนหย่อน ใจ	ติด	4.43	0.75	4.47	0.66	-0.43	0.66
	ไม่ติด	3.62	0.91	3.84	0.88	-3.22	0.00*
3. การหลีกเลี่ยงจาก ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต	ติด	3.14	1.33	3.24	1.09	-0.59	0.55
	ไม่ติด	2.02	1.02	2.03	0.98	-0.20	0.83
4. ความต้องการติดต่อ สื่อสารกับบุคคลอื่น	ติด	4.13	0.84	4.05	0.90	0.70	0.48
	ไม่ติด	3.51	0.94	3.56	1.04	-0.64	0.51
5. ความต้องการใน การแสดงออกเรื่องเพศ เช่น การหาคู่อรัก แสดง ออกถึงความต้องการ ทางเพศต่าง ๆ	ติด	2.80	1.27	2.47	1.40	1.80	0.07
	ไม่ติด	1.88	1.02	1.42	0.73	6.78	0.00*
6. ความต้องการ จินตนาการเพื่อฝันใน เรื่องต่าง ๆ เช่น การ สมมติว่าตนเองเป็นผู้ อื่น	ติด	2.34	1.28	2.17	1.16	1.01	0.31
	ไม่ติด	1.62	0.87	1.42	0.73	3.23	0.00*
7. การได้รับการยอมรับ รับนับถือจากบุคคลอื่น	ติด	2.92	1.27	2.53	1.10	2.43	0.01*
	ไม่ติด	2.24	1.02	2.08	0.91	2.17	0.03*
8. การเป็นส่วนหนึ่ง และการได้มีส่วนร่วม ในกลุ่ม	ติด	3.53	1.04	3.17	1.11	2.47	0.01*
	ไม่ติด	2.65	1.14	2.60	1.10	0.63	0.52
9. ความมีอำนาจ และ ความยอมรับนับถือใน ตนเอง	ติด	3.07	1.18	2.68	1.10	2.47	0.01*
	ไม่ติด	2.34	1.04	2.28	1.00	0.69	0.48

ความต้องการ	ประเภท	ชาย		หญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
10. การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใต้สำนึกและบุคลิกภาพที่ต้องการจะเป็น	ติด	3.31	1.14	3.17	1.05	0.94	0.34
	ไม่ติด	2.48	1.04	2.48	1.03	-0.08	0.93
11. การได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นใหม่หรือความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง	ติด	2.95	1.30	2.77	1.17	1.08	0.27
	ไม่ติด	2.31	1.11	2.17	1.06	1.63	0.10

P<0.05*

5.2.2 อายุกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

จากผลการวิจัยพบว่า อายุที่ต่างกันส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดนั้นจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ($f = 3.46, p < 0.05$ และ $f = 2.82, p < 0.05$) และความต้องการสร้างบุคลิก/ตัวตนขึ้นใหม่ ($f = 4.40, p < 0.01$ และ $f = 3.07, p < 0.05$) นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เสพติดยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความต้องการผ่อนคลายความเครียด ($f = 9.36, p < 0.01$) และความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต ($f = 3.44, p < 0.01$) อีกด้วย (ตารางที่ 30)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่
เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่างกัน

ความต้องการ	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป		
1. ความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย	ติด	3.96	4.23	4.18	4.21	0.79	0.49
	ไม่ติด	4.25	4.24	4.32	4.40	1.21	0.30
2. การผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ	ติด	4.53	4.55	4.27	4.35	2.36	0.07
	ไม่ติด	3.88	3.84	3.66	3.30	9.36	0.00*
3. การหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต	ติด	3.33	3.23	3.01	3.50	0.91	0.43
	ไม่ติด	2.25	2.10	1.88	1.91	3.44	0.01*
4. ความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น	ติด	4.16	4.17	3.98	3.85	1.06	0.36
	ไม่ติด	3.49	3.58	3.55	3.35	1.27	0.28
5. ความต้องการในการแสดงออกเรื่องเพศ เช่น การหาคู่รัก แสดงออกถึงความต้องการทางเพศต่าง ๆ	ติด	2.70	2.63	2.61	2.64	0.02	0.99
	ไม่ติด	1.78	1.71	1.58	1.50	1.93	0.12
6. ความต้องการจินตนาการเพื่อฝันในเรื่องต่าง ๆ เช่น การสมมติว่าตนเองเป็นผู้อื่น	ติด	2.80	2.30	2.01	1.85	3.46	0.01*
	ไม่ติด	1.70	1.57	1.42	1.43	2.82	0.03*
7. การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น	ติด	2.83	2.74	2.64	2.78	0.18	0.90
	ไม่ติด	2.25	2.18	2.06	2.27	1.25	0.28
8. การเป็นส่วนหนึ่งและการได้มีส่วนร่วมในกลุ่ม	ติด	3.50	3.31	3.36	3.28	0.24	0.86
	ไม่ติด	2.60	2.66	2.55	2.64	0.41	0.74
9. ความมีอำนาจ และความยอมรับนับถือในตนเอง	ติด	3.20	2.96	2.61	2.78	2.13	0.09
	ไม่ติด	2.37	2.35	2.21	2.35	0.84	0.47

ความต้องการ	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป		
10. การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใต้สำนึกและบุคลิกภาพที่ต้องการจะเป็น	ติด	3.43	3.25	3.16	3.07	0.51	0.67
	ไม่ติด	2.58	2.56	2.36	2.35	2.29	0.07
11. การได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นมาหรือความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง	ติด	3.60	2.78	2.69	2.64	4.40	0.00*
	ไม่ติด	2.39	2.33	2.06	2.21	3.07	0.02*

$P < 0.05^*$

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้เสพติดที่มีอายุต่างกันรายคู่ พบความแตกต่าง ดังนี้

ในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน พบว่ามีความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับอายุ 18 – 25 ปี, คู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี และคู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 18 ปี จะมีความต้องการด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.80) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.30) กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.01) และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.85) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีแตกต่าง

ในด้านความต้องการได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นมา พบว่ามีความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี, คู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี และคู่กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.78), กลุ่มอายุ 26 – 35 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.69) และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.64) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีแตกต่าง

ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอายุต่างกันจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความต้องการผ่อนคลายความเครียด ($f = 9.36$, $p < 0.01$) การ

หลักหนีปัญหาต่างๆในชีวิต ($f=3.44$, $p<0.05$) ความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ($f= 2.82$, $p<0.05$) และความต้องการได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ ($f= 3.07$, $p<0.05$) ซึ่งเมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ในความต้องการดังกล่าว พบความแตกต่างดังนี้

ในความต้องการผ่อนคลายความเครียด พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 26-35 ปีกับ 18-25 ปี , ต่ำกว่า 18 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป , 18-25 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป, 26-35 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 18ปีจะมีความต้องการด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาจะเป็น 18-25 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.84) , 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.30) ส่วนใหญ่กลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในความต้องการหลักหนีปัญหาต่างๆในชีวิต พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 26-35 ปีกับ ต่ำกว่า 18 ปี และคู่อายุ 26-35 ปีกับ 18-25 ปี โดยกลุ่มอายุ 18-25 ปีจะมีความต้องการด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาจะเป็นกลุ่ม 26-35 ปี(ค่าเฉลี่ย 3.55) และกลุ่มที่ต่ำกว่า 18 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.49) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ด้านความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน พบความแตกต่างในกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีกับ 26-35 ปี และ 18-25 กับ 26-35ปี โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีจะมีความต้องการสูงที่สุด(ค่าเฉลี่ย 1.70)รองลงมาจะเป็นกลุ่ม 18-25 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.57) และ 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 1.42) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในด้านความต้องการสร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ พบความแตกต่าง ในคู่อายุ 18-25 ปี กับ 26-35 ปี โดยกลุ่มอายุ 18-25 ปีจะมีความต้องการสูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่างกัน

5.2.3 ระดับการศึกษากับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในด้าน ความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ ($f = 3.54$, $P<0.05$ และ $f = 3.39$, $p<0.05$) และเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่างกันรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญา

ตรีจะมีความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจสูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่ เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ความต้องการ	ประเภท	ระดับการศึกษา (\bar{X})			ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	จบ ปริญญาตรี	จบ ปริญญาโท		
1. ความต้องการข่าว สารข้อมูลที่ทันสมัย	ติด	4.08	4.30	4.25	1.71	0.18
	ไม่ติด	4.26	4.25	4.43	2.15	0.11
2. การผ่อนคลายความ เครียด พักผ่อนหย่อน ใจ	ติด	4.55	4.37	4.12	3.54	0.03*
	ไม่ติด	3.81	3.63	3.65	3.39	0.03*
3. การหลีกเลี่ยงจาก ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต	ติด	3.29	3.12	2.81	1.29	0.27
	ไม่ติด	2.14	1.95	1.79	5.80	0.00*
4. ความต้องการติดต่อ สื่อสารกับบุคคลอื่น	ติด	4.09	4.07	4.18	0.10	0.90
	ไม่ติด	3.54	3.42	3.83	5.76	0.00*
5. ความต้องการใน การแสดงออกเรื่องเพศ เช่น การหาคู่อรัก แสดง ออกถึงความต้องการ ทางเพศต่าง ๆ	ติด	2.78	2.53	2.00	2.82	0.06
	ไม่ติด	1.69	1.65	1.50	1.58	0.20
6. ความต้องการ จินตนาการเพื่อฝันใน เรื่องต่าง ๆ เช่น การ สมมติว่าตนเองเป็นผู้ อื่น	ติด	2.35	2.24	1.56	3.03	0.05
	ไม่ติด	1.61	1.46	1.35	4.87	0.00*
7. การได้รับการยอมรับ นับถือจากบุคคลอื่น	ติด	2.71	2.71	2.87	0.12	0.88
	ไม่ติด	2.23	2.14	1.95	3.19	0.04*
8. การเป็นส่วนหนึ่ง และการได้มีส่วนร่วม ในกลุ่ม	ติด	3.45	3.25	3.06	1.41	0.24
	ไม่ติด	2.65	2.67	2.42	1.71	0.18

ความต้องการ	ประเภท	ระดับการศึกษา (\bar{X})			ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	จบปริญญาตรี	จบปริญญาโท		
9. ความมีอำนาจ และความยอมรับนับถือในตนเอง	ติด	2.99	2.79	2.43	1.96	0.14
	ไม่ติด	2.40	2.31	1.96	6.56	0.00*
10. การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจ ทศนคติและบุคลิกภาพที่ต้องการจะเป็น	ติด	3.34	3.19	2.75	2.21	0.11
	ไม่ติด	2.60	2.42	2.19	6.43	0.00*
11. การได้สร้างบุคลิก ลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ หรือความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง	ติด	2.91	2.91	2.18	2.57	0.07
	ไม่ติด	2.41	2.16	1.84	11.30	0.00*

$P < 0.05^*$

ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในหลายๆด้าน ทั้งในด้านความต้องการผ่อนคลาย ความเครียด ($f = 3.39$, $p < 0.05$) ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต ($f = 5.80$, $p < 0.01$) ความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ($f = 5.76$, $p < 0.01$) ความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ($f = 4.87$, $p < 0.01$) ความต้องการได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น ($f = 3.19$, $p < 0.05$) ความมีอำนาจและความยอมรับนับถือในตนเอง ($f = 6.56$, $p < 0.01$) ความต้องการเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจ ทศนคติและบุคลิกภาพที่ต้องการ ($f = 6.43$, $p < 0.01$) ความต้องการสร้างบุคลิก ลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ ($f = 11.30$, $p < 0.01$) ซึ่งเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ในความต้องการข้างต้น พบความแตกต่างดังนี้

ในความต้องการผ่อนคลายความเครียด พบความแตกต่างในคู่ กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี กับจบปริญญาตรี โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความต้องการสูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆในชีวิต พบความแตกต่างในคู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรี กับจบปริญญาตรี และคู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมี

ความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.14) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี(ค่าเฉลี่ย 1.95) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย1.79) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น พบความแตกต่างในคู่ที่จบปริญญาโทกับต่ำกว่าปริญญาตรี และคู่ที่จบปริญญาโทกับจบปริญญาตรี โดยกลุ่มที่จบปริญญาโทจะมีความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.54) และกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.42) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาตรี และคู่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.61) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี(ค่าเฉลี่ย 1.46) จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย1.35) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น พบความแตกต่างในกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความต้องการสูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการมีอำนาจและความยอมรับนับถือในตนเอง พบความแตกต่างในกลุ่มที่จบปริญญาโทกับกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มที่จบปริญญาโท กับกลุ่มที่จบปริญญาตรี โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย2.40) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.31) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 1.96) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจ พบความแตกต่างในกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี และกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.60) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.42) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 2.19) กับส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในความต้องการได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ พบความแตกต่างในกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี กับจบปริญญาตรี , ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาโท , กลุ่มที่จบปริญญาโทกับจบ

ปริญญาตรี โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.41) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.16) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 1.84) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.2.4 อาชีพกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอาชีพที่ต่างกันส่งผลให้ผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ ($f = 5.33, p < 0.01$ และ $f = 4.81, p < 0.01$) และผู้ที่เสพติดยังมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย ($f = 3.18, p < 0.05$) และความต้องการเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจ ($f = 3.81, p < 0.05$) ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดนั้นยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน ($f = 3.42, p < 0.05$) อีกด้วย (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน

ความต้องการ	ประเภท	อาชีพ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ว่างงาน/ ไม่ได้ ทำงาน หรือไม่ได้ ทำงาน นอกบ้าน	นักเรียน/ นักศึกษา	ทำงาน ระดับ พนักงาน	ทำงาน ระดับผู้ บริหาร หรือเทียบ เท่า		
1. ความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย	ติด	4.50	4.06	4.43	4.40	3.18	0.02*
	ไม่ติด	4.43	4.26	4.26	4.36	0.84	0.46
2. การผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ	ติด	4.50	4.53	4.41	3.80	5.33	0.00*
	ไม่ติด	3.84	3.83	3.70	3.45	4.81	0.00*
3. การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต	ติด	3.75	3.28	3.03	2.73	2.55	0.11
	ไม่ติด	2.06	2.12	1.92	1.97	1.83	0.14
4. ความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น	ติด	4.50	4.10	4.13	3.80	0.89	0.44
	ไม่ติด	3.18	3.58	3.53	3.50	1.61	0.18

ความต้องการ	ประเภท	อาชีพ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ว่างงาน/ ไม่ได้ ทำงาน หรือไม่ได้ ทำงาน นอกบ้าน	นักเรียน/ นักศึกษา	ทำงาน ระดับ พนักงาน	ทำงาน ระดับผู้ บริหาร หรือเทียบ เท่า		
5. ความต้องการในการแสดงออกเรื่องเพศ เช่น การหาคู่อรัก แสดงออกถึงความต้องการทางเพศต่างๆ	ติด	2.25	2.72	2.47	2.53	0.58	0.62
	ไม่ติด	1.31	1.67	1.68	1.65	1.58	0.19
6. ความต้องการจินตนาการเพื่อฝันในเรื่องต่างๆ เช่น การสมมติว่าตนเองเป็นผู้อื่น	ติด	1.75	2.33	2.29	1.53	2.20	0.08
	ไม่ติด	1.37	1.63	1.45	1.40	3.42	0.01*
7. การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น	ติด	2.25	2.72	2.74	2.80	0.22	0.87
	ไม่ติด	2.03	2.21	2.09	2.22	0.93	0.42
8. การเป็นส่วนหนึ่งและการได้มีส่วนร่วมในกลุ่ม	ติด	3.25	3.42	3.33	2.80	1.50	0.21
	ไม่ติด	2.62	2.64	2.56	2.74	0.64	0.58
9. ความมีอำนาจและความยอมรับนับถือในตนเอง	ติด	1.75	2.93	2.94	2.46	2.07	0.10
	ไม่ติด	2.09	2.37	2.21	2.40	1.97	0.11
10. การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจทัศนคติและบุคลิกภาพที่ต้องการจะเป็น	ติด	1.75	3.25	3.45	2.86	3.81	0.01*
	ไม่ติด	2.65	2.57	2.37	2.40	2.23	0.08
11. การได้สร้างบุคลิกลักษณะตัวตนขึ้นมาหรือความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง	ติด	1.75	2.89	2.96	2.53	1.56	0.19
	ไม่ติด	2.09	2.36	2.16	2.13	2.20	0.08

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันรายคู่พบความแตกต่างระหว่างคู่ต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการที่กล่าวมา ดังนี้

ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการด้านข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงานจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัยมากกว่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่กลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่ากับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และคู่กลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่ากับกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และกลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหาร หรือเทียบเท่า (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่กลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้านกับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และคู่กลุ่มว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้านกับกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงานจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.45) รองลงมาจะเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.25) และกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้าน (ค่าเฉลี่ย 1.75) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอื่น ๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันรายคู่ในความต้องการดังกล่าวพบความแตกต่างดังนี้

ในด้านความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ พบความแตกต่างในคู่ผู้ที่ทำงานระดับผู้บริหารกับว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน , คู่ทำงานระดับผู้บริหารกับนักเรียน/นักศึกษา และคู่ที่ทำงานระดับผู้บริหารกับระดับพนักงาน โดยกลุ่มผู้ว่างงานจะมีความต้องการด้านนี้สูงที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาจะเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.83) ระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

และทำงานระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในเรื่องความต้องการจินตนาการเพื่อฝัน พบความแตกต่างในค่านักเรียน/นักศึกษา กับระดับพนักงาน และค่านักเรียน/นักศึกษา กับระดับผู้บริหารโดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะมีความต้องการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.63) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 1.45) และกลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 1.40) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.3 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ

5.3.1 เพศกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีเพศต่างกัน จะไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตเพศชาย และหญิง

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	ชาย		หญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. การโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใดก็ตาม	ติด	4.23	0.83	4.25	0.88	-0.21	0.82
	ไม่ติด	3.73	1.01	3.79	1.10	-0.74	0.45
2. การที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริงในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.46	1.17	3.55	1.15	-0.55	0.57
	ไม่ติด	3.02	1.09	3.01	1.06	0.13	0.89
3. สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย	ติด	4.37	0.82	4.39	0.75	-0.13	0.89
	ไม่ติด	4.27	0.82	4.39	0.77	-2.04	0.04*
4. เป็นสื่อที่ปลอดภัย	ติด	3.38	1.05	3.24	1.04	0.98	0.32
	ไม่ติด	3.04	0.96	3.16	0.96	-1.74	0.08
5. ง่าย และสะดวกต่อการใช้	ติด	4.38	0.68	4.34	0.69	0.43	0.66
	ไม่ติด	4.15	0.79	4.29	0.75	-2.38	0.01*

ลักษณะของสื่อ อินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	ชาย		หญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
6. มีอิสระในการใช้ เลือกข้อมูลข่าวสารได้ เองตามความสนใจ	ติด	4.44	0.70	4.42	0.67	0.24	0.81
	ไม่ติด	4.35	0.77	4.44	0.72	-1.67	0.09
7. เปิดโอกาสให้ผู้ สร้างความสัมพันธ์กับ บุคคลอื่นได้ง่าย	ติด	3.96	0.95	3.79	1.03	1.21	0.22
	ไม่ติด	3.37	1.00	3.33	1.00	0.50	0.61
8. เปิดโอกาสให้ผู้ กำหนดบุคลิก/ตัวตน ของตนเองได้ตามที่ ต้องการ	ติด	3.50	1.25	3.58	1.09	-0.54	0.58
	ไม่ติด	2.82	1.09	2.79	1.06	0.29	0.76
9. แสดงออกได้อย่าง อิสระ ปราศจากการ ควบคุม	ติด	3.67	1.14	3.88	1.01	-1.46	0.14
	ไม่ติด	3.29	1.13	3.42	1.06	-1.56	0.11
10. นำเสนอความ บันเทิงได้หลากหลาย	ติด	4.13	0.84	4.31	0.82	-1.52	0.12
	ไม่ติด	3.78	0.92	3.99	0.93	-2.92	0.00*

$P < 0.05$ *

ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดชายและหญิงจะมีลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย ($t = .04$, $p < 0.05$) ความง่ายและสะดวกต่อการใช้ ($t = .01$, $p < 0.05$) และการนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย ($t = .00$, $p < 0.01$) โดยเพศหญิงจะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตดังกล่าวมากกว่าเพศชาย

5.3.2 อายุกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อายุที่ต่างกันส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดมีลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่าผู้เสพติด โดยผู้ที่ไม่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในลักษณะของสื่อที่ง่าย และสะดวกต่อการใช้ ($f = 6.59$, $p < 0.01$ และ $f = 5.29$, $p < 0.01$) การแสดงออกได้อย่างอิสระ ($f = 3.55$, $p < 0.05$ และ $f = 2.60$, $p < 0.05$) และการนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย ($f = 5.60$, $p < 0.01$ และ $f = 13.61$, $p < 0.01$) และผู้ที่ไม่เสพติดยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในลักษณะของสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย ($f = 4.04$, $p < 0.01$) และการมีอิสระในการใช้เลือกข้อมูลข่าวสารได้เอง ($f = 4.23$, $p < 0.01$)

โดยกลุ่มที่มีอายุ 18-25 ปี จะมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทุกด้านที่กล่าวมา และเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้เสพติดที่มีอายุแตกต่างกันในลักษณะของสื่อที่กล่าวมารายคู่ พบว่าไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่อายุต่างกัน

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป		
1. การโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใดก็ตาม	ติด	4.00	4.33	4.23	4.14	1.26	0.28
	ไม่ติด	3.39	3.88	3.68	3.64	4.32	0.00*
2. การที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริงในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.80	3.41	3.41	4.00	1.85	0.13
	ไม่ติด	2.86	3.14	2.92	2.84	3.28	0.02*
3. สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย	ติด	4.03	4.54	4.27	4.42	4.04	0.00*
	ไม่ติด	4.21	4.40	4.26	4.29	1.81	0.14
4. เป็นสื่อที่ปลอดภัย	ติด	3.06	3.38	3.29	3.42	0.79	0.49
	ไม่ติด	3.35	3.17	2.95	3.01	3.66	0.01*
5. ง่าย และสะดวกต่อการใช้	ติด	3.96	4.53	4.26	4.42	6.59	0.00*
	ไม่ติด	4.21	4.32	4.14	4.00	5.29	0.00*
6. มีอิสระในการใช้เลือกข้อมูลข่าวสารได้เองตามความสนใจ	ติด	4.20	4.59	4.30	4.28	4.23	0.00*
	ไม่ติด	4.29	4.45	4.38	4.23	2.47	0.06
7. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ง่าย	ติด	3.96	3.98	3.70	3.71	1.22	0.30
	ไม่ติด	3.45	3.39	3.28	3.31	0.69	0.55
8. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตนของตนเองได้ตามที่ต้องการ	ติด	3.40	3.69	3.32	3.71	1.60	0.18
	ไม่ติด	2.84	2.84	2.69	2.90	1.10	0.34

ลักษณะของสื่อ อินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปี ขึ้นไป		
9. แสดงออกได้อย่าง อิสระ ปราศจากการ ควบคุม	ติด	3.76	3.99	3.44	3.78	3.55	0.01*
	ไม่ติด	3.41	3.45	3.22	3.20	2.60	0.05*
10. นำเสนอความ บันเทิงได้หลากหลาย	ติด	4.13	4.44	3.93	4.07	5.60	0.00*
	ไม่ติด	3.90	4.06	3.78	3.40	13.61	0.00*

$P < 0.05^*$

นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอายุต่างกันจะมีลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะของสื่อที่สามารถโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระ ($f = 4.32$, $p < 0.01$) การที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง ($f = 3.28$, $p < 0.05$) การเป็นสื่อที่ปลอดภัย ($f = 3.66$, $p < 0.05$) และเมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ในลักษณะของสื่อข้างต้น พบความแตกต่างดังนี้

ในลักษณะของสื่อที่สามารถโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระ พบความแตกต่างในคูกกลุ่มอายุ 18 – 25 ปีกับ กลุ่มต่ำกว่า 18 ปี และคูกกลุ่ม 18-25 ปีกับ 36ปีขึ้นไป โดยคูกกลุ่มอายุ 18-25 ปี จะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่อด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาจะเป็นคูกกลุ่ม 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.68) และคูกกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.39) ส่วนในคูกกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง พบความแตกต่างในคูกอายุ 18-25 ปีกับคูกกลุ่ม 26-35 ปี และคูกกลุ่ม 18-25 ปีกับ 36 ปีขึ้นไป โดยคูกกลุ่มอายุ 18-25 ปี จะถูกดึงดูดจากลักษณะด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.14) รองลงมาจะเป็นคูกกลุ่มอายุ 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.92) และคูกกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 2.84) ส่วนในคูกกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะการเป็นสื่อที่ปลอดภัยพบความแตกต่างในคูกกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีกับคูกกลุ่ม 26-35 ปี , คูกกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปีกับอายุ 36 ปีขึ้นไป และคูกกลุ่มอายุ 26-35 ปีกับ 18-25 ปี โดยคูกกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี จะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่อด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.35) รองลงมาจะเป็นคูกกลุ่มอายุ 18-25 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.17) คูกกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.01) และคูกกลุ่มอายุ 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.95) ตามลำดับ ส่วนคูกกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะของสื่อที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 18-25 ปีกับกลุ่ม 26-35 ปี และคู่กลุ่ม 18-25 ปีกับกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุ 18-25 ปีจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.14) และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะสื่อที่สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี กับ 26 – 35 ปี โดยที่กลุ่มอายุ 18 – 25 ปี จะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงกว่า ส่วนกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะที่สามารถนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย พบความแตกต่างในคู่กลุ่ม 18-25 ปีกับกลุ่ม 26-35 ปี, คู่กลุ่มต่ำกว่า 18 ปีกับกลุ่ม 36 ปีขึ้นไป, คู่กลุ่ม 18-25 ปีกับกลุ่ม 36 ปีขึ้นไป และคู่กลุ่ม 26-35 ปีกับกลุ่ม 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มอายุ 18-25 ปีจะถูกดึงดูจากลักษณะของสื่อ ด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.90), กลุ่ม อายุ 26-35 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.78) และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นนั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

5.3.3 ระดับการศึกษากับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดมีลักษณะของ สื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่าผู้ที่เสพติดโดยผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในลักษณะของสื่อที่สามารถ แสดงออกได้อย่างอิสระ ($f = 7.44, p < 0.01$ และ $f = 13.42, p < 0.01$) และการนำเสนอความ บันเทิงได้หลากหลาย ($f = 3.70, p < 0.05$ และ $f = 9.47, p < 0.01$)

นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เสพติดนั้นยังมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในลักษณะที่ไม่ ต้องระบุชื่อตัวตนที่แท้จริง ($f = 3.21, p < 0.05$) การเป็นสื่อที่ปลอดภัย ($f = 12.04, p < 0.01$) ความง่ายและสะดวกต่อการใช้ ($f = 5.27, p < 0.01$) การเปิดโอกาสให้ผู้สร้างความสัมพันธ์กับ บุคคลอื่นได้ง่าย ($f = 6.25, p < 0.01$) และการเปิดโอกาสให้ผู้กำหนดบุคลิก/ตัวตนตามต้องการ ($f = 4.91, p < 0.01$) (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	ระดับการศึกษา (\bar{X})			ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	จบปริญญาตรี	จบปริญญาโท		
1. การโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใดก็ตาม	ติด	4.17	4.28	4.56	1.53	0.21
	ไม่ติด	3.73	3.74	3.91	1.06	0.34
2. การที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริงในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.50	3.56	3.25	0.48	0.61
	ไม่ติด	3.12	2.92	2.90	3.21	0.04*
3. สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย	ติด	4.37	4.39	4.43	0.05	0.94
	ไม่ติด	4.37	4.27	4.32	1.19	0.30
4. เป็นสื่อที่ปลอดภัย	ติด	3.27	3.39	3.25	0.35	0.70
	ไม่ติด	3.27	2.97	2.81	12.04	0.00*
5. ง่าย และสะดวกต่อการใช้	ติด	4.36	4.38	4.31	0.07	0.92
	ไม่ติด	4.31	4.15	4.07	5.27	0.00*
6. มีอิสระในการใช้เลือกข้อมูลข่าวสารได้เองตามความสนใจ	ติด	4.47	4.38	4.37	0.44	0.64
	ไม่ติด	4.44	4.34	4.38	1.16	0.31
7. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ง่าย	ติด	3.87	3.91	3.75	0.17	0.84
	ไม่ติด	3.48	3.25	3.14	6.25	0.00*
8. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตนของตนเองได้ตามที่ ต้องการ	ติด	3.53	3.67	2.93	2.67	0.07
	ไม่ติด	2.92	2.75	2.54	4.91	0.00*
9. แสดงออกได้อย่างอิสระ ปราศจากการควบคุม	ติด	3.83	3.89	2.81	7.44	0.00*
	ไม่ติด	3.55	3.20	2.98	13.42	0.00*
10. นำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย	ติด	4.28	4.24	3.64	3.70	0.02*
	ไม่ติด	4.03	3.73	3.74	9.47	0.00*

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้เสพติดยาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันในลักษณะของสื่อที่กล่าวมาข้างต้นรายคู่ พบความแตกต่างกัน ดังนี้

ในด้านลักษณะสื่อที่เปิดโอกาสให้แสดงออกได้อย่างอิสระ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท และคู่กลุ่มที่จบปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่จบปริญญาตรีจะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.83) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในด้านการนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท และคู่กลุ่มที่จบปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.24) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่ไม่เสพยาที่มีระดับการศึกษาต่างกันรายคู่ในลักษณะดังกล่าว พบความแตกต่างกันดังนี้

ในลักษณะที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง พบความแตกต่างในคู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาตรี โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะถูกดึงดูจากลักษณะในด้านนี้สูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะการเป็นสื่อที่ปลอดภัย พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี และคู่ที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.97) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 2.81) ในส่วนอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี และคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบ

ปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.15) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 4.07) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น พบความแตกต่างในคู่ กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี และคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีและกลุ่มที่จบ ปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.25) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 3.14) ในส่วนอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตนของตนเอง พบความแตกต่างในคู่ กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรีกับจบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีจะถูกดึงดูจากลักษณะ ด้านนี้สูงกว่า ในส่วนอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในลักษณะที่สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มต่ำกว่าปริญญา ตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรีและคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดยกลุ่มที่ต่ำ กว่าปริญญาตรีจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จบ ปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.20) และกลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 2.98) ส่วนในกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบ ว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่นำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย พบความแตกต่างในคู่กลุ่มต่ำกว่า ปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี และคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท โดย กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี จะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาจะเป็น กลุ่มที่จบปริญญาโท (ค่าเฉลี่ย 3.74) และกลุ่มที่จบปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ส่วนในกลุ่มอื่น ๆ ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

5.3.4 อาชีพกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้ผู้ใช้ที่ไม่เสพติดมีลักษณะของสื่อ อินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มากกว่าผู้ที่เสพติด โดยทั้งผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดจะมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเหมือนกันในลักษณะของสื่อที่เป็นสื่อที่ ปลอดภัย ($f = 3.57, p < 0.05$ และ $f = 3.41, p < 0.05$) และการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ ตัวตนได้ตามที่ต้องการ ($f = 3.16, P < 0.05$ และ $f = 2.54, p < 0.05$)

นอกจากนี้ผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันยังมีลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในลักษณะที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง ($f = 5.79, p < 0.01$) ความง่ายและสะดวกต่อการใช้ ($f = 5.09, p < 0.01$) การเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ($f = 3.06, p < 0.05$) การแสดงออกได้อย่างอิสระ ($f = 3.80, p < 0.05$) และการนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย ($f = 8.74, p < 0.01$) (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	อาชีพ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกบ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	ทำงานระดับพนักงาน	ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า		
1. การโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใดก็ตาม	ติด	4.50	4.21	4.27	4.33	0.23	0.87
	ไม่ติด	3.90	3.81	3.68	3.71	0.94	0.41
2. การที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริงในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.75	3.44	3.62	3.66	0.48	0.69
	ไม่ติด	3.50	3.13	2.91	2.79	5.79	0.00*
3. สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย	ติด	4.75	4.34	4.49	4.40	0.73	0.53
	ไม่ติด	4.34	4.33	4.35	4.27	0.22	0.87
4. เป็นสื่อที่ปลอดภัย	ติด	2.75	3.19	3.70	3.40	3.57	0.01*
	ไม่ติด	3.15	3.22	2.97	3.00	3.41	0.01*
5. ง่าย และสะดวกต่อการใช้	ติด	4.50	4.36	4.41	4.26	0.22	0.87
	ไม่ติด	4.28	4.34	4.12	4.08	5.09	0.00*
6. มีอิสระในการใช้เลือกข้อมูลข่าวสารได้เองตามความสนใจ	ติด	4.50	4.43	4.47	4.26	0.35	0.78
	ไม่ติด	4.53	4.41	4.43	4.22	2.34	0.07

ลักษณะของสื่อ อินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ	ประเภท	อาชีพ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ว่างงาน/ ไม่ได้ ทำงาน หรือไม่ได้ ทำงาน นอกร้าน	นักเรียน/ นักศึกษา	ทำงาน ระดับ พนักงาน	ทำงาน ระดับผู้ บริหาร หรือเทียบ เท่า		
7. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ สร้างความสัมพันธ์กับ บุคคลอื่นได้ง่าย	ติด	3.50	3.86	4.05	3.53	1.36	0.25
	ไม่ติด	3.37	3.47	3.23	3.26	3.06	0.02*
8. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ กำหนดบุคลิก/ตัวตน ของตนเองได้ตามที่ ต้องการ	ติด	2.50	3.53	3.82	3.00	3.16	0.02*
	ไม่ติด	3.12	2.89	2.71	2.69	2.54	0.05*
9. แสดงออกได้อย่าง อิสระ ปราศจากการ ควบคุม	ติด	3.50	3.82	3.82	3.26	1.35	0.25
	ไม่ติด	3.50	3.49	3.22	3.18	3.80	0.01*
10. นำเสนอความ บันเทิงได้หลากหลาย	ติด	3.75	4.29	4.15	3.86	1.85	0.13
	ไม่ติด	4.21	3.99	3.86	3.51	8.74	0.00*

$P < 0.05^*$

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันรายคู่ พบความแตกต่าง
ระหว่างคู่ต่อลักษณะของสื่อที่กล่าวมา ดังนี้

ในด้านลักษณะของสื่อที่เป็นสื่อที่ปลอดภัย พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่กลุ่มนักเรียน/
นักศึกษากับกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มที่ทำงานระดับพนักงานจะถูกดึงดูดจาก
ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อที่ปลอดภัยมากกว่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามีความแตก
ต่าง

ในด้านการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตนได้ตามที่ต้องการ พบว่ามีความแตก
ต่างระหว่างคู่กลุ่มที่ทำงานระดับพนักงานกับกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้าน
และคู่กลุ่มที่ทำงานระดับพนักงานกับกลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า โดยกลุ่มที่ทำงาน
ระดับพนักงานจะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่อในด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาจะเป็น

กลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า (ค่าเฉลี่ย 3.00) และกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.50) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอื่นๆ นั้น ไม่พบว่ามีความแตกต่าง

เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันรายคู่ในลักษณะข้างต้นพบความแตกต่างดังนี้

ในด้านลักษณะที่ไม่ต้องระบุชื่อ/ตัวตนที่แท้จริง พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานกับระดับพนักงาน , กลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานกับระดับผู้บริหาร , กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับพนักงาน และคู่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานจะถูกดึงดูจากลักษณะของสื่อด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมาจะเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.13) ระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.91) และระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 2.79) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะการเป็นสื่อที่ปลอดภัย พบความแตกต่างในคู่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับพนักงาน และคู่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะถูกดึงดูจากลักษณะนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมาจะเป็นกลุ่มระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.00) และระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.97) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับพนักงาน และคู่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับผู้บริหาร โดยนักเรียน/นักศึกษาจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาจะเป็นระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น พบความแตกต่าง ในคู่กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กับระดับพนักงาน โดยนักเรียน/นักศึกษาจะถูกดึงดูจากลักษณะในด้านนี้สูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้กำหนดบุคลิก/ตัวตน ตามต้องการ พบความแตกต่างในคู่กลุ่มว่างงาน/ไม่ได้ทำงานกับกลุ่มระดับพนักงาน และคู่กลุ่มว่างงาน/ไม่ได้ทำงานกับระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมา

มาจะเป็นระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.71) และระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 2.69) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่สามารถแสดงออกได้อย่างอิสระนั้น พบความแตกต่างในค่านักเรียน/นักศึกษา กับระดับพนักงาน และค่านักเรียน/นักศึกษา กับระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาจะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาจะเป็นระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.22) และระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.18) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในลักษณะที่สามารถนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย พบความแตกต่างในคู่ระดับผู้บริหารกับว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน , คู่ระดับผู้บริหารกับนักเรียน/นักศึกษา และคู่ระดับผู้บริหารกับระดับพนักงาน โดยกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน จะถูกดึงดูจากลักษณะด้านนี้สูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาจะเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.99) ระดับพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และระดับผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.4 การวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตกับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

5.4.1 เพศกับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ที่เสพติดเพศชายและหญิงนั้นจะไม่มี ความแตกต่างกันในเรื่องของความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดนั้น พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยชดเชยความต้องการ ($t = 2.89, P < 0.01$) โดยเพศชายจะรู้สึกใช้อินเทอร์เน็ตสามารถชดเชยความต้องการของพวกเขาได้ดีกว่าสิ่งอื่นสูงกว่าเพศหญิง (ตารางที่ 37)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตเพศชาย และหญิง

ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต	ประเภท	ชาย		หญิง		ค่า t-test	ค่า Sig.
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	ติด	4.03	0.87	4.21	0.83	-1.49	0.13
	ไม่ติด	4.00	0.79	3.90	0.74	1.55	0.12
2. ท่านรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ	ติด	4.21	0.98	4.25	0.77	-0.36	0.71
	ไม่ติด	3.72	0.87	3.60	0.85	1.81	0.07
3. ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยชดเชยความต้องการของท่านได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด	ติด	3.88	1.07	3.95	0.93	-0.47	0.63
	ไม่ติด	3.04	0.96	2.83	0.96	2.89	0.00*
4. ท่านไม่รู้สึกติดขัดเวลาต้องใช้ความรู้ทางภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.56	1.17	3.60	1.00	-0.27	0.78
	ไม่ติด	3.40	1.04	3.33	1.03	0.81	0.41
5. ถ้าท่านมีเวลากว่าท่านจะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่น	ติด	3.97	1.08	4.15	0.91	-1.34	0.18
	ไม่ติด	3.00	1.02	2.98	1.04	0.33	0.73
6. ท่านไม่รู้สึกลำบากในเรื่องสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	ติด	3.50	1.27	3.70	1.06	-1.23	0.21
	ไม่ติด	3.52	0.98	3.50	1.03	0.27	0.78
7. ท่านมีเงินเพียงพอในการใช้จ่ายเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	ติด	3.87	1.02	3.95	0.90	-0.56	0.57
	ไม่ติด	3.79	0.94	3.82	0.92	-0.50	0.61

P<0.05*

5.4.2 อายุกับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดที่มีอายุต่างกันจะมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยชดเชยความต้องการ ($f = 2.76, P < 0.05$) และเมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบความแตกต่างในผู้ที่อายุ 26 – 35 ปี กับ 18 – 25 ปี และคู่อายุ 26 – 35 ปี กับ 36 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มที่อายุ 36 ปีขึ้นไปจะรู้สึกว่ายินเทอร์เน็ตสามารถชดเชยความต้องการได้ดีกว่าสิ่งอื่นสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาจะเป็นกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ 26 – 35 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนในคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างกัน

ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต ($f = 3.00, P < 0.05$) โดยพบความแตกต่างในคู่อายุ 18 – 25 ปี กับ 26 – 35 ปี ซึ่งกลุ่มที่อายุ 26 – 35 ปี จะมีความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอายุ 18 – 25 ปี ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างกัน (ตารางที่ 38)

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่างกัน

ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป		
1. ท่านมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	ติด	3.86	4.19	4.07	4.35	1.55	0.20
	ไม่ติด	3.86	3.92	4.05	3.90	1.66	0.17
2. ท่านรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ	ติด	4.20	4.25	4.12	4.64	1.38	0.24
	ไม่ติด	3.52	3.67	3.69	3.62	0.58	0.62
3. ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยชดเชยความต้องการของท่านได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด	ติด	3.93	4.03	3.64	4.28	2.76	0.04*
	ไม่ติด	2.94	2.91	2.95	3.04	0.41	0.74
4. ท่านไม่รู้สึกติดขัดเวลาต้องใช้ความรู้ทางภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.33	3.60	3.61	3.85	0.85	0.46
	ไม่ติด	3.15	3.33	3.45	3.42	1.37	0.25

ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต	ประเภท	อายุ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่า 18 ปี	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 ปีขึ้นไป		
5. ถ้าท่านมีเวลาว่าง ท่านจะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่น	ติด	4.10	4.02	4.06	4.28	0.28	0.83
	ไม่ติด	3.17	3.03	2.92	2.91	1.18	0.31
6. ท่านไม่รู้สึกลำบากในเรื่องสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	ติด	3.66	3.67	3.52	3.35	0.46	0.70
	ไม่ติด	3.39	3.52	3.53	3.50	0.28	0.84
7. ท่านมีเงินเพียงพอในการใช้จ่ายเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	ติด	3.90	3.91	3.83	4.35	1.14	0.33
	ไม่ติด	3.72	3.72	3.96	3.85	3.00	0.03*

$P < 0.05^*$

5.4.3 ระดับการศึกษากับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่างกันนั้นจะไม่มี ความแตกต่างกันในเรื่องของความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดพบความแตกต่างในด้านความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ต ($f = 13.23, P < 0.01$) และความสามารถด้านภาษาอังกฤษในการใช้อินเทอร์เน็ต ($f = 16.97, P < 0.01$) และความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต	ประเภท	ระดับการศึกษา (\bar{X})			ค่า F	ค่า Sig.
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	จบปริญญาตรี	จบปริญญาโท		
1. ท่านมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	ติด	4.13	4.08	4.25	0.23	0.79
	ไม่ติด	3.82	4.02	4.25	13.23	0.00*
2. ท่านรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ	ติด	4.27	4.17	4.18	0.31	0.73
	ไม่ติด	3.61	3.69	3.76	1.52	0.21
3. ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยชดเชยความต้องการของท่านได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด	ติด	3.92	3.97	3.62	0.79	0.45
	ไม่ติด	2.97	2.95	2.80	1.15	0.31
4. ท่านไม่รู้สึกลำบากเวลาต้องใช้ความรู้ทางภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.49	3.65	3.93	1.41	0.24
	ไม่ติด	3.26	3.29	3.94	16.97	0.00*
5. ถ้าท่านมีเวลาว่าง ท่านจะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่น	ติด	4.08	4.12	3.62	1.70	0.18
	ไม่ติด	3.00	3.00	2.91	0.34	0.70
6. ท่านไม่รู้สึกลำบากในเรื่องสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	ติด	3.60	3.71	3.06	2.09	0.12
	ไม่ติด	3.45	3.54	3.64	1.45	0.23
7. ท่านมีเงินเพียงพอในการใช้จ่ายเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	ติด	3.86	3.97	4.06	0.51	0.59
	ไม่ติด	3.71	3.80	4.17	8.88	0.00*

P<0.05*

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ พบความแตกต่างดังนี้ ในด้านความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ต พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาตรี คู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท และคู่กลุ่มที่จบปริญญาตรีกับกลุ่มที่จบปริญญาโท

โดยกลุ่มที่จับปริญญาโทจะมีความสามารถในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จับปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.02) และกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ส่วนในกลุ่มอื่นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในด้านความสามารถด้านภาษาอังกฤษในการใช้อินเทอร์เน็ต พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จับปริญญาโท และคู่กลุ่มที่จับปริญญาตรีกับกลุ่มที่จับปริญญาโท โดยกลุ่มที่จับปริญญาโทจะมีความสามารถด้านภาษาอังกฤษในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จับปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.29) และกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.26) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ในด้านความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต พบความแตกต่างในคู่กลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่จับปริญญาโท และคู่กลุ่มที่จับปริญญาตรีกับกลุ่มที่จับปริญญาโท โดยกลุ่มที่จับปริญญาโทนั้นจะมีความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่จับปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.80) และกลุ่มที่ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.71) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

5.4.4 อาชีพกับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันจะไม่มี ความแตกต่างในเรื่องของความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ต ($f = 4.18, P < 0.01$) และด้านความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต ($f = 2.49, P < 0.05$) (ตารางที่ 40)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกัน

ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต	ประเภท	อาชีพ (\bar{X})				ค่า F	ค่า Sig.
		ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานหรือไม่ได้ทำงานนอกบ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	ทำงานระดับพนักงาน	ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า		
1. ท่านมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	ติด	4.50	4.06	4.23	4.20	0.78	0.50
	ไม่ติด	4.21	3.85	4.03	4.00	4.18	0.00*
2. ท่านรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ	ติด	4.50	4.26	4.07	4.40	0.88	0.45
	ไม่ติด	4.03	3.65	3.64	3.60	2.11	0.09
3. ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยชดเชยความต้องการของท่านได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด	ติด	3.50	3.96	3.86	3.80	0.45	0.71
	ไม่ติด	3.09	2.93	2.93	2.95	0.27	0.84
4. ท่านไม่รู้สึกลดขีดความสามารถใช้ความรู้ทางภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต	ติด	3.00	3.53	3.76	3.66	1.00	0.39
	ไม่ติด	3.40	3.28	3.43	3.46	1.31	0.26
5. ถ้าท่านมีเวลาว่างท่านจะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่น	ติด	4.75	4.04	4.11	3.86	0.87	0.45
	ไม่ติด	3.40	3.01	2.97	2.85	2.44	0.06
6. ท่านไม่รู้สึกลำบากในเรื่องสถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	ติด	3.50	3.61	3.68	3.26	0.51	0.67
	ไม่ติด	3.78	3.52	3.42	3.60	1.71	0.16
7. ท่านมีเงินเพียงพอในการใช้จ่ายเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	ติด	4.00	3.89	4.00	3.80	0.22	0.87
	ไม่ติด	4.00	3.71	3.83	3.96	2.49	0.05*

P<0.05*

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ พบความแตกต่างดังนี้ ในด้านความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ต พบความแตกต่างในคือนักเรียน/นักศึกษาที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน และคือนักเรียน/นักศึกษาที่ทำงานระดับพนักงาน โดยกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงานนั้น จะมีความสามารถในการใช้บริการในอินเทอร์เน็ตสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาจะเป็นกลุ่มพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ในด้านความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต พบความแตกต่างในคือนักเรียน/นักศึกษาที่ทำงานระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มที่ทำงานระดับผู้บริหารจะมีความสามารถในการใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตสูงกว่า ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” นี้มีวัตถุประสงค์จะตอบคำถามในการศึกษาดังนี้

1. ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีลักษณะพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์เน็ตอย่างไร และต่างจากพฤติกรรมการใช้ของผู้ที่ไม่เสพติดอย่างไร
2. ผู้เสพติดและไม่เสพติดประเมินความสัมพันธ์ของตนเองกับอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างไร โดยดูจากการประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต และการเสพติดอินเทอร์เน็ต
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะปัญหาทางจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตหรือไม่
4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต และการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต จะเป็นไปในลักษณะเดียวกันหรือไม่ระหว่างกลุ่มผู้เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และแบบสอบถามกระดาษ ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 914 คน จากการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมสูง ได้แก่ www.pantip.com www.sanook.com www.catcha.co.th www.hunsa.com www.108-1009.com www.thaimail.com 474 คน และแบบสอบถามกระดาษ 440 คน ภายในระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30 วัน

เมื่อได้ทำการทดสอบด้วยคำถามที่ใช้วัดผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้อ้างอิงจากแบบทดสอบพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์เน็ตของ Kimberly S. Young (1998) พบว่า จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 914 คน มีผู้ที่มีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต จำนวน 217 คน และผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตจำนวน 697 คน

สรุปผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้เสพติดกับไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีพฤติกรรมการใช้ที่ต่างกันหลายด้าน และประเมินความสัมพันธ์ของตนเองกับอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเช่นกัน และปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเสพติดอินเทอร์เน็ต คือ ลักษณะทางอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งได้แก่ ปัญหาทางจิตใจ และความสัมพันธ์ในสังคม รวมทั้งประวัติการเสติดนั้นก็มีผลในทุกด้าน และในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความดึงดูดใจของอินเทอร์เน็ต และการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต จะพบความต่างระหว่างผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันในกลุ่มผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต มากกว่ากลุ่มผู้เสพติดอินเทอร์เน็ต ดังตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล (ตารางที่ 41) และรายละเอียดที่จะได้กล่าวต่อไป

ตารางที่ 41 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ความแตกต่างระหว่างผู้เสพติดและไม่เสพติดในด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และวัตถุประสงค์ในการใช้	ผลการวิเคราะห์
1.1 ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	ไม่มีความแตกต่าง
1.2 เวลาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต	พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้เสพติดจะใช้เวลามากกว่า
1.3 สถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้เสพติดจะมีสัดส่วนการใช้งานที่บ้านสูงกว่า
1.4 บริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต	พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทุกบริการ ยกเว้นการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้เสพติดจะใช้บริการที่ตอบสนองความต้องการทางจิตใจอารมณ์และสังคมสูงกว่า ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะใช้เพื่อข้อมูลความรู้สูงกว่า

1.5 การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ	พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน ยกเว้น ความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย โดยผู้ที่เสพติดจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการสูงกว่าทุกด้าน
2. ความแตกต่างระหว่างผู้เสพติดและไม่เสพติดในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสื่อ	ผลการวิเคราะห์
<p>2.1 การประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต</p> <p>2.2 การประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต</p> <p>2.3 การประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต</p> <p>2.4 การประเมินผลกระทบในด้านต่างๆ จากการใช้อินเทอร์เน็ต</p> <p>2.5 การประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเอง</p>	<p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกลักษณะ ยกเว้นลักษณะที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย และมีอิสระในการเลือกข้อมูลข่าวสารได้เอง โดยผู้ที่เสพติดจะรู้สึกถูกดึงดูดใจจากลักษณะของสื่อสูงกว่า</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ยกเว้นในเรื่องสถานที่และค่าใช้จ่ายในการใช้ โดยผู้ที่เสพติดจะมีความสามารถและความรู้สึกที่ดีในการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูงกว่า</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ผู้ที่เสพติดจะได้รับผลกระทบมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ผู้ที่เสพติดจะได้รับผลกระทบมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่เสพติดจะตระหนักรู้ถึงภาวะการเสพติดของตนเอง</p>

3. ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดในเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต	ผลการวิเคราะห์
<p>3.1 คุณลักษณะทางประชากร</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพศ - อายุ - ระดับการศึกษา - อาชีพ <p>3.2 ลักษณะปัญหาทางจิตใจ</p> <p>3.3 ลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม</p> <p>3.4 ประวัติการเสพติด</p>	<p>ไม่มีความแตกต่าง</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่เสพติดจะมีอายุน้อยกว่า</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่เสพติดจะมีระดับการศึกษาต่ำกว่า</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่เสพติดจะมีระดับอาชีพต่ำกว่า</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ผู้ที่เสพติดประสบกับปัญหาทางจิตใจสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกด้าน ผู้ที่เสพติดประสบกับปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด</p> <p>พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้ที่เสพติดจะเคยมีประวัติการเสพติดมาแล้ว</p>

<ul style="list-style-type: none"> - อาชีพ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ < ผู้ที่เสพติด</p>
<p>4.3 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับการประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - เพศ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>
<ul style="list-style-type: none"> - อายุ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ = ผู้ที่เสพติด</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ระดับการศึกษา 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>
<ul style="list-style-type: none"> - อาชีพ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>
<p>4.4 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - เพศ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>
<ul style="list-style-type: none"> - อายุ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ระดับการศึกษา 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>
<ul style="list-style-type: none"> - อาชีพ 	<p>ผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ > ผู้ที่เสพติด</p>

1. ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดในด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และวัตถุประสงค์ในการใช้

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติดในเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งในด้านเวลาที่ใช้ สถานที่ในการใช้ บริการที่ใช้ และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ส่วนในเรื่องประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้นจะไม่มี ความแตกต่างกัน

ปริมาณเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต

ในด้านพฤติกรรมการใช้ที่แตกต่างกันพบว่า ผู้ที่เสพติดจะใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Young (1996), Keith J. Anderson (1996), Janet Morahan – Martin และ Phyllis Schumaker (1997) และ Ketheleen Scherer ที่ว่า ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น จะใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด เนื่องจากว่าสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นจะสามารถดึงดูดความสนใจ และสนองความต้องการให้แก่ผู้ที่เสพติดได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดการใช้ในปริมาณที่มากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด

สถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนในด้านสถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ที่เสพติดจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านสูงกว่า อาจเป็นเพราะบ้านยังคงเป็นสถานที่ที่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ผู้เสพติดสามารถใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ ไม่ต้องถูกควบคุม และไม่มีผู้อื่นเข้ามาร่วมรับรู้กับพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเอง รวมทั้งยังไม่ต้องระมัดระวังในเรื่องเวลาที่ใช้อีกด้วย

การใช้บริการและการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะใช้บริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ไม่ว่าจะเป็น การสนทนาในห้องสนทนา การค้นหาข้อมูลบน www การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสาร การเล่นเกม การอ่านข่าว การดูหนังฟังเพลง ยกเว้นในบริการค้นหาข้อมูลบน www และการอ่านข่าว ที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะใช้มากกว่า และเมื่อวิเคราะห์การใช้บริการในอินเทอร์เน็ตของผู้ที่เสพติด พบว่า จะใช้บริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สูงที่สุด เช่นเดียวกับผลการสำรวจของ Jupiter Communication, Inc (New York), 2002 ที่พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่จะเสพติดความสัมพันธ์ในโลกอินเทอร์เน็ตโดยผ่านการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) มากที่สุด ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้น จะใช้บริการค้นหาข้อมูลบน www สูงที่สุด และบริการที่ทั้ง 2 กลุ่มนั้นใช้น้อยที่สุดก็คือ บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Young (1996) ที่ว่า ผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดนั้น จะมีความต้องการในการใช้บริการในอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยผู้ที่ไม่เสพติดนั้นส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต จะเลือกใช้บริการที่ให้ความบันเทิง ตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ จิตใจ และสังคมมากกว่า ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และความรู้สูงกว่า

เช่นเดียวกันผลการวิจัยในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการก็ได้สนับสนุนความคิดนี้ โดยพบว่า ผู้ที่เสพติดจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการต่าง ๆ สูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกด้าน ยกเว้นในด้านความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย โดยผู้เสพติดจะมีความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจสูงที่สุด ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะมีความต้องการความรู้ ข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัยสูงที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการข่าวสารเพื่อได้รับความพึงพอใจทางอารมณ์ (Affective Need) เพื่อตอกย้ำความคิด ความมั่นใจ ความมั่นคงทางอารมณ์และความคิด ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับในสังคม (Integrative Need) และเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงจากโลกแห่งความเป็นจริง เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายความเครียด หลีกเลี่ยงจากปัญหา (Escape Need)

ผู้เสพติดจะมีการแสวงหาความต้องการจากสื่ออินเทอร์เน็ตทั้ง 3 ด้านนี้ สูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ส่วนในด้าน Cognitive Need ซึ่งเป็นความต้องการเปิดรับข่าวสารเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ นั้น ผู้ที่ไม่เสพติดจะมีมากกว่า แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อแสวงหาการตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์ จิตใจ และสังคมมากกว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และข้อมูลข่าวสาร

2. ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดในด้านการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสื่อ

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติด ทั้งในเรื่องของลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ต และการประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเอง

การประเมินความตั้งใจของลักษณะสื่ออินเทอร์เน็ตและความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดนั้นจะมีลำดับลักษณะของสื่อที่ดึงดูดใจคล้ายๆกัน แต่ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกลักษณะ อย่างไรก็ตามพบว่า ในด้านความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล และความต้องการได้ง่าย และการมีอิสระในการใช้/เลือกข้อมูลข่าวสารได้เองนั้น จะไม่พบว่ามี ความแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ทำให้ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติด จะเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการทางจิตใจ ดึงดูดทางใจ มิใช่ลักษณะที่สามารถเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ความต้องการได้ง่าย หรือการมีอิสระในการใช้ เลือกข้อมูลข่าวสาร

นอกจากนี้ผลการวิจัยในเรื่องความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตยังพบว่า ผู้ที่เสพติดจะรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่นๆ มากที่สุด แต่จะประสบกับปัญหาในเรื่องการใช้ทักษะความรู้ภาษาอังกฤษมากที่สุด ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดก็จะประเมินว่าตนเองมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดีมากที่สุด แต่ในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตช่วยชดเชยความต้องการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี พบว่ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อย่างไรก็ตามผู้ที่เสพติดนั้นจะมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกด้าน โดยผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติดในเรื่องความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ในด้านการมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี ความสะดวกสบายใจในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่น ๆ ความรู้สึกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตช่วยชดเชยความต้องการได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในอินเทอร์เน็ต และการเลือกเข้าใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าทำอย่างอื่นเมื่อมีเวลาว่าง ส่วนในเรื่องของความสะดวกสบายของสถานที่ในการใช้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตนั้น ไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การที่บุคคลประเมินตนเองว่ามีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีจะทำให้บุคคลรู้สึกอยากเข้าใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเมื่อบุคคลมีความรู้สึกดีกับสิ่งใด หรือมีความสามารถที่จะทำสิ่งใดได้ดีก็就会有ความต้องการทำสิ่งนั้น และสามารถได้รับประโยชน์มากกว่าผู้ที่ทัศนคติ และความสามารถต่ำกว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ตสูง จะสามารถเข้าใจ และเรียนรู้วิธีการใช้บริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตได้ดี ทำให้ได้รับประโยชน์ที่ต้องการ และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการได้ตามที่ใจต้องการ

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอรพิน จีรวฒนศิริ ที่พบว่า ทักษะการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่มีทักษะการใช้สื่อสูง ก็จะมีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมาก ในขณะที่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อต่ำ ก็จะใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตได้น้อย² และยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self – Efficacy) ของ Bandura ที่ว่า บุคคลที่รับรู้ความสามารถของตนเองสูง และคิดว่าถ้ากระทำพฤติกรรมนั้นแล้ว จะได้รับผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นสูง จะมีแนวโน้มที่จะใช้ความพยายามในการกระทำพฤติกรรมนั้นสูงด้วย ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่รับรู้ว่าคุณมีความสามารถต่ำ และคาดคะเนว่าถ้าตนกระทำพฤติกรรมแล้ว จะได้รับผลจากการกระทำต่ำ ก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้น

การประเมินผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต

ส่วนในเรื่องการประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการจำแนกกลุ่มตัวอย่างว่ามีพฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ตหรือไม่ พบว่า ผู้ที่เสพติดนั้นจะประสบกับการไม่สามารถควบคุมเวลาหรือพฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ตที่สูงที่สุด และผู้ที่เสพติดจะได้รับผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกด้าน ซึ่งเกณฑ์ในข้อนี้แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีลักษณะพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตจะได้รับผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างไปจากบุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการคิดคำนึงถึงกิจกรรม หรือเหตุการณ์ในอินเทอร์เน็ต ต้องการใช้เวลามากๆ ในอินเทอร์เน็ต ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการเล่นได้ ถูกกระทบทางอารมณ์ จิตใจเมื่อไม่ได้ใช้ ได้รับผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ต ปกปิดพฤติกรรมการเล่น หรือการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหนีปัญหา คลายความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัชพงศ์ ตั้งมณี และสามารถ สีจำปี (2544) ที่พบว่า กลุ่มผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตจะเห็นด้วยต่อผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตทุกประการที่บ่งชี้สภาพการเสพติดในปริมาณที่สูงกว่ากลุ่มผู้ไม่เสพติด โดยผู้เสพติดจะรู้สึกล้มเหลวในการควบคุมปริมาณการเล่นอินเทอร์เน็ต ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะเห็นว่าตนเองสามารถควบคุมการเล่นได้

² อรพิน จีรวฒนศิริ, “การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร”, (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น.บทคัดย่อ

นอกจากนี้ผู้ที่เสพติดยังได้รับผลกระทบในด้านสุขภาพร่างกาย ด้านการเรียน ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ด้านการเงิน ด้านอาชีพการงาน สูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดด้วย การใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากเกินไปนั้น จะทำให้ผู้ใช้พักผ่อนไม่เพียงพอ เสียสายตา และมองเห็นไม่ชัดเนื่องจากการจ้องคอมพิวเตอร์นานเกินไป และยังทำให้ผู้ใช้ละเลยภาระหน้าที่ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเรียน หรือทางด้านอาชีพการงาน ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง รวมทั้งละเลยความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นด้วย ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัว เพื่อนฝูงหรือคู่รัก ทำให้ผู้ใช้ปลีกตัวจากสังคมรอบตัว เพื่อที่จะได้มีเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมาก ๆ ยังได้รับผลกระทบทางด้านการเงิน จากการสูญเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากไปกับค่าบริการในการใช้อินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ อีกด้วย ซึ่งผลกระทบหรือปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตนี้ ก็เป็นหลักเกณฑ์ข้อหนึ่งที่ระบุถึงพฤติกรรมกาเสพติดอินเทอร์เน็ต

จากงานวิจัยในครั้งนี้ก็พบว่า ผู้ที่เสพติดจะได้รับผลกระทบทางด้านสุขภาพร่างกายสูงที่สุด รองลงมาจะเป็นทางด้านการเรียน อาจเนื่องมาจากว่ากลุ่มผู้เสพติดส่วนใหญ่จะมีอายุไม่มาก ซึ่งอยู่ในวัยเรียนมากกว่าทำงานแล้ว

ผู้ที่เสพติดนั้นจะรู้สึกผ่อนคลายความเครียด ได้รับการตอบสนองของความต้องการจากการใช้อินเทอร์เน็ต และมีความรู้สึกดีเวลาที่ได้ใช้มากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด อาจจะทำให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดจะรู้สึกพึงพอใจกับสื่ออินเทอร์เน็ตในการสนองความต้องการมากกว่าสิ่งอื่น ๆ ในชีวิต ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติด อาจได้รับการเติมเต็มความต้องการในชีวิตอย่างพอเพียงแล้วจากสังคม สิ่งอื่น ๆ รอบ ๆ ตัว และอาจมีสิ่งอื่นที่ดึงดูดใจผู้ที่ไม่เสพติดมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ตก็เป็นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Katz ที่ว่า เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในทางด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะไปในทางที่ดี ดังนั้นเมื่อบุคคลมีทัศนคติ ความรู้สึกที่ดีในการใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว ก็จะส่งผลให้ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้ผู้ที่เสพติดมีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตผู้ที่เสพติดก็จะรู้สึกหงุดหงิด อารมณ์ไม่ดี กระสับกระส่าย เบื่อหน่าย เป็นกังวล และหุดหู่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัชพงศ์ ตั้งมณี และสามารถ สีจำปี ที่ว่า ผู้ที่เสพติดจะต้องการใช้อินเทอร์เน็ตนาน ๆ เพื่อหลบเลี่ยงปัญหา หรืออารมณ์เบื่อหน่าย และมักจะหงุดหงิด ไม่สบายใจเมื่อต้องหยุดการใช้ จะเห็นได้ว่าผู้ที่เสพติดจะได้รับผลกระทบทางอารมณ์อย่างมากเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้พวกเขาต้องการใช้เพื่อที่จะปลดปล่อย ระบายความรู้สึกเหล่านี้ออกไป ทำให้ผู้ที่เสพติดต้องการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดจะไม่รู้สึกอะไรเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ตจะไม่ใช่อะไรที่สำคัญ หรือสิ่งที่จำเป็นมากนักในชีวิตของผู้ที่ไม่เสพติด

การประเมินการเสพติดอินเทอร์เน็ต

ในการประเมินเกี่ยวกับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเองนั้น ผู้ที่เสพติดก็มีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติด และเป็นที่น่าสนใจที่ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ นั้น จะมีการตระหนักรู้ถึงพฤติกรรมเสพติดของตนเองอยู่แล้ว ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะแน่ใจว่าตนเองไม่มีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรด้านเพศนั้นจะไม่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสัดส่วนระหว่างเพศชายและเพศหญิงของผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามจากการสำรวจยังพบว่า ผู้ที่เสพติดนั้นจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยในต่างประเทศที่พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ชายนั้นจะมีแนวโน้มที่จะเสพติดอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้หญิง และจากการศึกษาของ Young (1996), Keith J. Anderson, David N. Greenfield (1999) พบว่าผู้ที่เสพติดเพศชายนั้น จะมีจำนวนมากกว่าเพศหญิงมากอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพศหญิงในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเสพติดอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพศหญิงในต่างประเทศ ซึ่งอาจเกิดจากวัฒนธรรม สังคม การศึกษา ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน ประเทศไทยอาจจะไม่ได้ให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น การแสวงหาความต้องการ การยอมรับความเท่าเทียมกันในสังคมแก่ผู้หญิงมากเท่ากับในประเทศโลกตะวันตก ทำให้ผู้หญิงในประเทศไทยต้องแสวงหาทางออกในการสนองความต้องการเหล่านี้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต จนเกิดเป็นพฤติกรรมเสพติดขึ้น

ส่วนในด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยผู้เสพติดส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด เห็นได้จากผู้ที่เสพติดจะมีอายุต่ำกว่า 18 ปี มากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และมีอายุ 36 ปีขึ้นไปน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และผู้ที่เสพติดจะมีการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยอาจเป็นผลมาจากผู้ที่เสพติดจะมีอายุน้อยกว่าด้วย ทำให้มีระดับการศึกษาที่ไม่สูงเท่ากับผู้ที่ไม่เสพติดซึ่งสอดคล้องกับจากการศึกษาของ Loytsker และ Aiello (1997), David N. Greenfield ที่พบว่า กลุ่มผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ นั้น จะมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีมากกว่าระดับปริญญาโท อาจเนื่องมาจากว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีนั้น จะมีความเข้าใจ และคุ้นเคยกับอินเทอร์เน็ตมากกว่าไม่ว่าจะเป็นการใช้ในบริการต่าง ๆ และมีเวลาในการใช้ เนื่องจากยังไม่มีภาระ หน้าที่การทำงานในชีวิตให้รับผิดชอบมากนัก ส่วนในลักษณะด้านอาชีพก็พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต

นั่นจะมีระดับของอาชีพการงานที่ต่ำกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะมีกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด และในระดับอาชีพที่สูงขึ้นคือ ระดับพนักงานและผู้บริหารนั้น พบว่าผู้ที่เสพติดจะมีสัดส่วนที่น้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Loystsker และ Aiello ที่ว่า กลุ่มผู้เสพติดส่วนใหญ่อยู่นั้น อยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นนักเรียน/นักศึกษา เป็นวัยที่แสวงหาความรู้ สิ่งแปลกใหม่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งอินเทอร์เน็ตเองก็เป็นโลกใหม่ที่น่าสนใจ ให้คนกลุ่มนี้ได้ค้นหา รวมทั้งในวัยนี้ จะมีความแปรปรวนทางอารมณ์รุนแรง เนื่องจากเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิตที่กำลังจะก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ ซึ่งทำให้กลุ่มนักเรียน/ศึกษานี้มีแนวโน้มที่จะเสพติดสิ่งต่างๆ และเสพติดอินเทอร์เน็ตได้สูง

3.2 ปัญหาทางจิตใจ

ผู้ที่เสพติดจะมีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง ความไม่พึงพอใจในตนเอง ความรู้สึกในทางลบ มีความหงอยเหงาเศร้าซึม รู้สึกเบื่อหน่าย มีอารมณ์รุนแรงและแปรปรวน มีการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และรู้สึกวิตกกังวลสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกด้าน โดยผู้ที่เสพติดนั้นจะมีปัญหาทางจิตใจในเรื่องความหงอยเหงาเศร้าซึมสูงที่สุด ซึ่งผลที่ได้ก็สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Young (1996) ที่พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะมีปัญหาทางด้านจิตใจและอารมณ์มากกว่าบุคคลปกติ และ Loytsker & Aiello (1997) ที่ว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีระดับความหงอยเหงาเปล่าเปลี่ยว เบื่อหน่าย และวิตกกังวลสูง ชอบใช้อารมณ์ มีความอ่อนไหวสูง และมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง

บุคคลนั้นจะมีแรงจูงใจจากภายในในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของตนในด้านใด และบุคคลที่มีสภาวะจิตที่อ่อนแอ หรือเรียกว่ามีปัญหาทางด้านจิตใจ ก็มีแนวโน้มที่จะเสพติดได้ง่ายกว่าผู้ที่ไม่มีปัญหาทางด้านจิตใจ จากงานวิจัยของ Young (1998) แสดงให้เห็นว่า สภาวะทางจิตอ่อนแอ นั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสพติด โดยพบว่าผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตหลายคนมีปัญหาทางด้านอารมณ์ และจิตใจ ไม่ว่าจะเป็ความรู้สึกหงอยเหงาเศร้าซึม ซ้ำเหงา เบื่อหน่าย วิตกกังวล ไม่มั่นใจ ไม่พึงพอใจในตนเองมาก่อนที่จะเริ่มเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต

บุคคลที่มีปัญหาทางจิตใจนี้จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อบรรเทา และหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต เนื่องจากต้องการระบายปัญหาในจิตใจ และสื่ออินเทอร์เน็ตเองก็เปิดโอกาสให้บุคคลระบายความรู้สึกคับข้อง ความกดดันในชีวิต อินเทอร์เน็ตนั้นสามารถให้ทั้งความรู้สึกสนุกสนาน ความบันเทิง และสนองความต้องการแก่ผู้ใช้ บุคคลสามารถผ่อนคลายความเครียดได้ ทำให้พวกเขาลืมปัญหา

ที่เกิดขึ้นในชีวิต ซึ่งทำให้ผู้ที่มีปัญหาทางด้านจิตใจเข้าม่ายึดติด และฟังฟังอินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นพฤติกรรมเสพติด

อินเทอร์เน็ตจะช่วยให้คนมีความรู้สึกในทางลบ มีความวิตกกังวล ความหงอยเหงาเศร้า ซึม และรู้สึกเบื่อหน่ายได้ค้นพบโลกใหม่ที่ไม่กดดันเหมือนในชีวิตจริง ซึ่งไม่สามารถแสวงหาจากที่อื่นได้ อินเทอร์เน็ตจะทำให้พวกเขาารู้สึกได้รับการยอมรับ มีเพื่อน สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างอิสระและไม่กดดัน บุคคลที่มีความรู้สึกในทางลบจะสามารถระบาย และแสดงออกผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างเสรี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศ เรื่องความรุนแรง โดยไม่ต้องกังวลกับสังคมรอบข้าง และเก็บกดไว้เหมือนในโลกภายนอก

ในบุคคลที่มีการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ ก็สามารถได้รับความตื่นเต้นสิ่งแปลกใหม่ในโลกอินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตจะมีเรื่องราวมากมายแปลกใหม่ให้ค้นหา และค้นพบอยู่ตลอดเวลา ทั้งยังช่วยตอบสนองจินตนาการต่าง ๆ ของบุคคลได้เป็นอย่างดี และบุคคลที่มีอารมณ์แปรปรวนชอบความรุนแรงนั้น ก็สามารถปลดปล่อยอารมณ์ในอินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องทางเพศ หรือการต่อสู้กันในเกม โดยไม่มีกฎเกณฑ์ทางสังคมมาคอยกำหนด และควบคุม ทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นแหล่งที่ฟังฟัง และพักฟังทางจิตใจแก่ผู้ที่ประสบปัญหาทางด้านจิตวิทยาเหล่านี้

3.3 ปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคม

ผู้ที่เสพติดจะมีลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดในทุกด้าน โดยจะมีปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ที่อบอุ่นในครอบครัวสูงที่สุด การที่ลักษณะทางด้านสังคมของบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับการเกิดพฤติกรรมเสพติด ก็เนื่องจากความต้องการทางสังคมนั้นเป็นสิ่งที่บุคคลแสวงหา บุคคลจะต้องการมีสังคมที่ดี มีความสัมพันธ์ทางสังคมที่น่าพอใจ ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูง ครอบครัว คู่รักหรือบุคคลรอบข้างในชีวิต บุคคลจะต้องการที่จะมีส่วนร่วม และเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มสังคม ได้รับการยอมรับในสังคม ดังนั้นบุคคลที่มีความขาดทางด้านสังคมจะรู้สึกว่าการสัมพันธ์ในชีวิตจริงที่ได้รับนั้นยังไม่เพียงพอ ก็จะหาสิ่งที่สามารถฟังฟัง และตอบสนองความต้องการด้านสังคมของพวกเขา ซึ่งลักษณะของการขาดการสนับสนุนทางสังคมจากครอบครัว และเพื่อน การไม่ได้รับการยอมรับ การถูกโดดเดี่ยวทางสังคม และการประสบปัญหาทางด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนั้นก็จะส่งผลสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมเสพติดได้

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาลักษณะทางสังคมที่ต้องการ ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเองก็สามารถตอบสนองได้ และให้สังคมแก่ผู้ที่เสพติด ไม่ว่าจะป็นลักษณะของการเปิดโอกาสให้ผู้เสพติดได้แสวงหาเพื่อนใหม่ สังคมใหม่ ที่ให้การยอมรับนับถือตัวเขา ทำให้พวกเขาได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นๆ ได้โดยง่ายโดยไม่ต้องพึ่งพาใคร อินเทอร์เน็ตนั้นทำให้ผู้ที่เสพติดได้เลือกสังคมที่พวกเขาต้องการ และช่วยชดเชยความสัมพันธ์ทางสังคมที่ขาดหายไปแก่พวกเขา ดังนั้นบุคคลที่มีลักษณะปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคม จึงมีแนวโน้มที่จะเสพติดอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Young (1996) และ Griffith (1996) ที่พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่นั้นจะขาดการสนับสนุนทางสังคม การไม่ได้รับการยอมรับนับถือ และมักจะไม่พึงพอใจในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

3.4 ประวัติการเสพติด

ผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดนั้นยังมีความแตกต่างกันในเรื่องของประวัติการเสพติด โดยผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจำนวนหนึ่งจะเคยใช้ยาเสพติด หรือมีพฤติกรรมการยึดติดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเปอรเซ็นต์ของการเคยใช้ยาเสพติด หรือสิ่งเสพติดอื่น ๆ ของผู้เสพติดอินเทอร์เน็ต จะมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติดอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Young (1996) และ Kraut (1998) ที่พบว่า บุคคลที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะมีภาวะการยึดติดกับสิ่งเสพติด เป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพพึ่งพิงผู้อื่น หรือยึดมั่นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตหลายคน มีการเสพติดแอลกอฮอล์ การพนัน หรือสิ่งเสพติดอื่นมาก่อน

จากประวัติการเสพติดของผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่า โดยลักษณะของตัวสื่ออินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว มิได้ทำให้บุคคลเกิดการเสพติด แต่อาจเป็นเพราะผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตบางคน อาจจะเป็นคนที่มีแนวโน้มเสพติดสิ่งต่าง ๆ ได้โดยง่ายอยู่แล้ว อาจเนื่องจากพวกเขาจะมีความต้องการทั่วไปสูงกว่าคนปกติ และมีบุคลิกที่มักจะยึดติด พึ่งพิงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเองก็ได้เข้ามาสนองความต้องการของพวกเขาได้ดี ผู้เสพติดอินเทอร์เน็ตเหล่านี้จะมองว่าพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตสามารถช่วยให้พวกเขาได้ผ่อนคลาย ระบายความต้องการ ความคับข้องใจได้เช่นเดียวกับการเสพติดอื่นๆ ของพวกเขา ทั้งยังรู้สึกปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายเหมือนกับการเสพติดอื่น ๆ อีกด้วย

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ต และการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ระหว่างผู้ที่เสพติด และไม่เสพติดอินเทอร์เน็ต

เมื่อทำการเปรียบเทียบลักษณะประชากรของทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตในเรื่องลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความตั้งใจของอินเทอร์เน็ตและความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันของผู้ที่เสพติดนั้น จะส่งผลให้ผู้เสพติดมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด

ในกลุ่มผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น ลักษณะประชากรจะมีความสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่เสพติด กล่าวคือ ลักษณะทางประชากรนั้นจะส่งผลให้ผู้เสพติดมีความแตกต่างกันในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ต และความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อย ในขณะที่ลักษณะประชากรที่ต่างกันจะส่งผลให้ผู้ที่ไม่เสพติดมีความแตกต่างกันในเรื่องดังกล่าวมาก และหลากหลายกว่า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. บริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ที่เสพติดที่มีลักษณะประชากรต่างกัน ทั้งในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพนั้น จะมีความแตกต่างในเรื่องของการใช้บริการในอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยในการเปรียบเทียบเรื่องเพศของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด ต่อบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ที่เสพติดเพศชายและหญิงจะมีความแตกต่างกันในการใช้บริการดูหนัง ฟังเพลง เท่านั้น ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดเพศชายและหญิง จะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า ทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดที่เป็นเพศหญิงนั้น จะมีการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงและการติดต่อสื่อสารสูงกว่าเพศชาย เช่น บริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การเล่นเกม และการดูหนังฟังเพลง ส่วนเพศชายนั้นจะมีการใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความรู้และข้อมูลข่าวสารสูงกว่า อาจเนื่องจากว่าเพศหญิงนั้นจะมีความกดดัน มีความเครียดในชีวิตสูง ดังนั้นจึงมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียด และแสวงหาความตื่นเต้น สนุกสนาน ในขณะที่เพศชายนั้นจะมีความต้องการความรู้ ความสามารถสูง เพื่อแสวงหาความก้าวหน้า และการได้รับการยอมรับในชีวิตจริง ดังนั้น บริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตจึงเป็นบริการที่ช่วยหาข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นใหม่ ๆ ในเรื่องต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนสติปัญญามากกว่า

ผู้ที่เสพติดที่มีอายุต่างกันจะมีความแตกต่างในเรื่องบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างกันในบริการสารสนเทศในห้องสนทนา การค้นหาข้อมูลบน www. การอ่านข่าว และการดูหนัง ฟังเพลง ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างในหลาย ๆ ด้านและยังพบว่าผู้เสพติดที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี จะใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเพื่อการสนทนาหาความสัมพันธ์ และเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ส่วนอายุ 18-35 ปีนั้น จะมีการใช้บริการเพื่อหาข้อมูลความรู้หรือเพื่อการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในเรื่องปัจจัยด้านประชากรกับการใช้สื่อ ที่พบว่ากลุ่มเด็กหรือวัยรุ่นนั้นจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ส่วนผู้ใหญ่จะมีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่า

ในด้านระดับการศึกษากับการใช้บริการในอินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ที่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความแตกต่างในเรื่องบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างกันแค่ในบริการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล/ดาวน์โหลดข้อมูล การเล่นเกม และการดูหนังฟังเพลง ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างในหลาย ๆ บริการ และยังพบว่าทั้งผู้ที่ไม่เสพติดและไม่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและการสร้างความสัมพันธ์สูงสุด ส่วนในกลุ่มที่จบปริญญาตรีและปริญญาโท ส่วนใหญ่จะใช้บริการเพื่อแสวงหาความรู้และเกี่ยวกับหน้าที่การงาน ซึ่งผลที่ได้นั้นก็สอดคล้องกับปัจจัยในเรื่องอายุที่กล่าวมาข้างต้น

ส่วนในด้านอาชีพกับการใช้บริการในอินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ที่เสพติดที่มีอาชีพต่างกันจะมีความแตกต่างในเรื่องบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะแตกต่างกันในบริการเล่นเกม การอ่านข่าวและการดูหนัง ฟังเพลงเท่านั้น นอกจากนี้ยังได้พบว่ากลุ่มผู้เสพติดที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน หรือเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา นั้นจะมีการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มที่เป็นพนักงานหรือผู้บริหาร อาจเนื่องมาจากกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน และกลุ่มนักเรียน/นักศึกษานั้น มีความต้องการใช้บริการในอินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย ทั้งด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อเพิ่มพูนความรู้ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหางาน รวมทั้งเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน ซึ่งกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ก็อยู่ในวัยที่ต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ทำให้มีการใช้บริการต่าง ๆ ในระดับที่สูง รวมทั้งกลุ่มนี้จะมีเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าคนที่เข้าสู่วัยทำงานแล้ว เนื่องจากภาระหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบนั้นยังไม่มากนัก

2. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ที่เสพติดที่มีลักษณะประชากรต่างกัน ทั้งในเรื่อง เพศ อายุ และระดับการศึกษานั้นจะมีความแตกต่างในเรื่องของการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการน้อยกว่าผู้ที่เสพติด โดยในการเปรียบเทียบด้านเพศของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการพบว่า ผู้เสพติดเพศชายและหญิงจะมีความแตกต่างในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการน้อยกว่าผู้ที่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างในความต้องการได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น การมีส่วนร่วมในกลุ่มและความมีอำนาจ ความยอมรับนับถือในตนเอง ซึ่งเพศชายนั้นจะมีสูงกว่าเพศหญิง ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความต้องการที่แตกต่างกันหลากหลายมากกว่า นอกจากนี้เพศหญิงยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ และความต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตสูงกว่าเพศชายอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงจะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อหลบหนีจากปัญหาในโลกภายนอก และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ลืมความกังวลในชีวิตจริง (Escape Need) ส่วนผู้ชายจะให้อินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ (Cognitive Need) ความต้องการได้รับความพึงพอใจทางอารมณ์ (Affective Need) และความต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม และมีความนับถือตนเอง (Integrative Need) สูงกว่าเพศหญิง ซึ่งก็สอดคล้องกับผลการวิจัยในเรื่องของเพศกับบริการที่ใช้ในอินเทอร์เน็ตที่กล่าวมาแล้ว

ผู้ที่เสพติดที่มีอายุต่างกันก็จะมีมีความแตกต่างในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างกันเพียงในด้านความต้องการจินตนาการเพื่อฝันและการได้สร้างบุคลิก/ตัวตนขึ้นมาใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ที่เสพติดและไม่เสพติด กลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18-25 ปี นั้นจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการต่าง ๆ สูงที่สุด ซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มอายุนั้นจะเป็นวัยรุ่นและวัยที่เริ่มต้นการทำงาน เป็นวัยที่มีความต้องการในด้านต่าง ๆ สูง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องทางเพศ สังคม ความปลอดภัย ความรู้ความเชี่ยวชาญ และการเข้าถึงตนเอง พวกเขาจะแสวงหาความต้องการเหล่านี้ เพื่อสนับสนุนความคิด ความมั่นใจของตนเอง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากขึ้น จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการน้อยลง อาจเนื่องจากด้วยวัยและวุฒิภาวะที่สูงขึ้นทำให้พวกเขาได้รับความต้องการต่างๆจากชีวิตจริงอย่างเพียงพอ และไม่ต้องแสวงหาในอินเทอร์เน็ต

ในด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ที่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความแตกต่างในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการเพียงแค่ว่าในความต้องการผ่อนคลายความเครียดเท่านั้น ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างในความต้องการหลาย ๆ ด้าน และจากผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและจบปริญญาตรีจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการในด้านต่าง ๆ สูงที่สุด ยกเว้นความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นที่กลุ่มจบปริญญาโทจะสูงกว่า แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มอายุนี้มีความต้องการในด้านต่าง ๆ สูง ซึ่งไม่สามารถแสวงหาได้อย่างเพียงพอจากในชีวิตจริง ทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาชดเชยความต้องการเหล่านี้ในระดับที่สูงกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง

ในด้านอาชีพกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ พบว่า ผู้เสพติดที่มีอาชีพต่างกันจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการแตกต่างกันในความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย และความต้องการผ่อนคลายความเครียด ทั้งยังพบว่า กลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการในด้านความรู้ การหลีกเลี่ยงปัญหา รวมทั้งความต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ๆ สูง อาจเป็นเพราะกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังหางาน ต้องมีการเปิดรับข้อมูลใหม่ ๆ เสมอ และในขณะเดียวกันก็จะมีความกดดันในเรื่องการไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมด้วย ทำให้พวกเขามีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อผ่อนคลายความกดดันและสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น

ส่วนในกลุ่มอาชีพอื่น พบว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานจะมีความต้องการในด้านต่าง ๆ สูงกว่าผู้ที่ทำงานระดับผู้บริหาร ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีระดับอาชีพการทำงานที่ไม่สูงนั้นจะรู้สึกได้ว่าในชีวิตยังไม่ได้รับสิ่งที่เพียงพอ ทำให้ต้องแสวงหาเพิ่มในอินเทอร์เน็ต กลับกันผู้ที่มียศชีพที่มั่นคงเป็นที่ยอมรับก็อาจรู้สึกว่าการแสวงหาความต้องการของเขาสามารถได้รับการตอบสนองในชีวิตจริงอยู่แล้วก็เป็นได้

3. ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ที่เสพติดที่มีลักษณะประชากรต่างกัน ทั้งในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพนั้น จะมีความแตกต่างในเรื่องของลักษณะสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจน้อยกว่าผู้ที่เสพติด เมื่อเปรียบเทียบในด้านเพศของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ พบว่า ผู้ที่เสพติดเพศชายและหญิงจะไม่มี ความแตกต่างกันเลย แสดงให้เห็นว่า ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตจะดึงดูดใจผู้ที่เสพติดที่มีเพศต่างกันได้เหมือน ๆ กัน เพราะสามารถดึงดูดใจผู้ที่เสพติดได้ในระดับที่สูงกว่าผู้ไม่เสพติด ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดเพศชายและหญิงจะมีความแตกต่างในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจในหลาย ๆ ลักษณะ

ผู้ที่เสพติดที่มีอายุแตกต่างกันนั้นจะมีความแตกต่างในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจน้อยกว่าผู้ที่เสพติด โดยจะแตกต่างกันในลักษณะของสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูลและความต้องการได้ง่าย ความง่ายและสะดวกในการใช้ การมีอิสระในการใช้ เลือกข้อมูลข่าวสารได้ตามต้องการ การแสดงออกได้อย่างอิสระและการนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย ซึ่งผู้เสพติดที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี จะถูกดึงดูดได้มากที่สุด เช่นเดียวกับผู้ไม่เสพติดที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี ก็จะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตดังกล่าวมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุดังกล่าวจะรู้สึกว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดให้พวกเขาเข้าไปใช้ได้เป็นอย่างดี ประกอบกับบุคคลที่มีอายุดังกล่าวจะอยู่ในวัยที่แสวงหาความรู้ สิ่งแปลกใหม่ ความท้าทาย ความสัมพันธ์และความตื่นเต้นในชีวิต ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อที่สามารถตอบสนองพวกเขาได้ ทำให้กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี นี้เป็นกลุ่มที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด

ในด้านระดับการศึกษาของผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ พบว่า ผู้ที่เสพติดที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันนั้น จะมีความแตกต่างในเรื่องของลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างในลักษณะการแสดงออกได้อย่างอิสระ และการนำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดที่มีอายุต่างกันจะมีความแตกต่างกันในหลายลักษณะ โดยทั้งผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี-จบปริญญาตรีนั้นจะถูกดึงดูดจากลักษณะต่างๆ ของสื่ออินเทอร์เน็ตได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในเรื่องอายุ โดยกลุ่มที่อายุ 18-25 ปี นั้น น่าจะมีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี-จบปริญญาตรีและเป็นกลุ่มที่มีการใช้และถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด

ส่วนในด้านอาชีพผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดกับลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจ พบว่า ผู้ที่เสพติดที่มีอาชีพแตกต่างกันนั้นจะมีความแตกต่างในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด โดยจะมีความแตกต่างในลักษณะของการเป็นสื่อที่ปลอดภัยและการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานควบคุม/ตัดสินใจได้ตามต้องการ ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นจะมีความแตกต่างในหลาย ๆ ลักษณะ และกลุ่มที่ถูกดึงดูดจากลักษณะต่างๆ ของสื่อสูงก็คือ กลุ่มที่ว่างงาน ไม่ได้ทำงาน อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มนี้มีความต้องการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในหลาย ๆ ด้าน ทั้งการหาข้อมูลเกี่ยวกับงาน การหาความรู้เพิ่มเติม การแสวงหาความสัมพันธ์และการได้รับการยอมรับทางสังคม ซึ่งอินเทอร์เน็ตเองก็มีลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้

4. การประเมินความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ที่เสพติดที่มีลักษณะประชากรต่างกัน ทั้งในเรื่อง เพศ ระดับการศึกษาและอาชีพนั้น จะมีความแตกต่างในเรื่องของการประเมินความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตน้อยกว่าผู้ที่เสพติด โดยในด้านเพศนั้นผู้เสพติดเพศหญิงนั้นจะมีค่าเฉลี่ยความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้เสพติดเพศชายในทุกด้าน แต่เมื่อทำการเปรียบเทียบแล้วไม่พบว่าผู้ที่เสพติดที่มีเพศต่างกันจะมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นพบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องของการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งในผู้ที่ไม่เสพติดนั้นส่วนใหญ่เพศชายจะมีความสามารถในการใช้สูงกว่าเพศหญิง

ในด้านอายุพบว่า ผู้ที่เสพติดที่มีอายุต่างกันจะมีความแตกต่างกันในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งกลุ่มที่อายุ 36 ปีขึ้นไปจะมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ส่วนผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างกันในเรื่องความสามารถในการใช้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มอายุ 26 – 35 ปี จะมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

ในด้านระดับการศึกษาพบว่า ผู้ที่เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่างกันนั้นจะไม่มี ความแตกต่างในเรื่องความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ส่วนในด้านอาชีพนั้นผู้ที่เสพติดก็ไม่มี ความแตกต่างเช่นเดียวกัน ส่วนในผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างในหลาย ๆ ด้าน

จากผลการวิจัยเห็นได้ว่า ผู้ที่เสพติดนั้นจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันในเรื่องความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างมากและหลากหลายกว่า และแสดงให้เห็นว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติดอินเทอร์เน็ตแทบทุกด้าน ทั้งในเรื่องพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสื่อ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติด และความแตกต่างในด้านลักษณะประชากรกับตัวแปรต่างๆดังกล่าว

โดยผู้ที่เสพติดจะมีการใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดรวมทั้งมีการใช้บริการ และมีการแสวงหาความต้องการต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ตสูงกว่าด้วย ผู้ที่เสพติดจะได้รับผลกระทบในด้านต่าง ๆ สูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ส่วนในการประเมินผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ต และความรู้สึกเมื่อได้ใช้และไม่ได้ใช้นั้นพบว่าผู้ที่เสพติดจะมีทัศนคติที่แสดงถึงการยึดติด

การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติดอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ผู้ที่เสพติดจะถูกดึงดูดจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด รวมทั้งมีความสามารถในการใช้สูงกว่าด้วย

ส่วนในเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ก็พบว่าผู้ที่เสพติดจะมีลักษณะปัญหาทางด้านจิตใจและทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติดเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เสพติดจะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในต่างประเทศ ที่พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้รับปัจจัยดังกล่าว จะมีแนวโน้มเสพติดอินเทอร์เน็ตได้สูง ส่วนในลักษณะประชากรกับตัวแปรด้านต่าง ๆ นั้นผู้ที่เสพติดจะมีความแตกต่างกันน้อยกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันจะไม่ค่อยมีอิทธิพลหรือเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้ ทำให้บุคคลกลุ่มนี้มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ค่อยแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะมีความแตกต่างกันมากกว่า ซึ่งอาจสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านจิตวิทยานั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตมากกว่าปัจจัยทางด้านลักษณะประชากร

เมื่อทำการวิเคราะห์ในลักษณะประชากรของผู้เสพติด พบว่า ผู้เสพติดเพศหญิงนั้น จะมีการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสูงกว่าเพศชายเพื่อแสวงหาความต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด และหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ ส่วนในเพศชายจะมีการใช้บริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการได้รับข้อมูลข่าวสาร เพื่อแสวงหาความมั่นคงและการได้รับการยอมรับในสังคมสูงกว่าเพศหญิง

ซึ่งสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2538) ที่กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายจะมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ อาจเนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมที่กำหนดและหล่อหลอมให้เพศหญิงเป็นเพศที่อ่อนไหวง่าย และเพศชายจะเป็นเพศที่สนใจและจดจำข่าวสารข้อมูลได้มากกว่า แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างในเรื่องเพศ จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้สื่อและความต้องการในการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ David N. Greenfield (1999) ที่เห็นว่า ผู้เสพติดเพศชายและหญิงจะแสวงหาความต้องการจากอินเทอร์เน็ต ในลักษณะที่ต่างกัน โดยเพศชายจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ได้รับอำนาจ สถานภาพ ความมั่นคงสูงกว่าเพศหญิง

ส่วนในเรื่องลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ผู้เสพติดทั้งชายและหญิงจะถูกดึงดูจากลักษณะต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้จากการประเมินความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตยังพบว่าผู้เสพติดชายและหญิงจะไม่มี ความแตกต่างกัน

ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่นั้นจะมีอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18-25 ปี ซึ่งกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีนี้จะใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง ส่วนในกลุ่มอายุ 18-25 ปีจะใช้บริการเพื่อหาข่าวสารข้อมูล ผู้เสพติดกลุ่มอายุดังกล่าวนี้จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการในด้านต่าง ๆ สูงกว่าในกลุ่มอายุอื่น รวมทั้งจะถูกดึงดูจากลักษณะต่างๆ ของอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดด้วย และกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดก็คือกลุ่มที่อายุ 36 ปีขึ้นไป

เช่นเดียวกันเมื่อพิจารณาในเรื่องของระดับการศึกษา พบว่า ผู้เสพติดที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะใช้บริการในอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง ส่วนในกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า จะใช้บริการเพื่อแสวงหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและจบปริญญาตรี จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการในด้านต่าง ๆ สูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในเรื่องอายุ โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี และ 18-25 ปี นั้นน่าจะเป็นกลุ่มที่ยังไม่จบปริญญาตรี และบางส่วนจะจบปริญญาตรีแล้ว และผู้เสพติดกลุ่มนี้จะถูกดึงดูจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ซึ่งก็ส่งผลให้บุคคลกลุ่มนี้เสพติดอินเทอร์เน็ตได้สูง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Loytsker และ Aiello (1997) และ David N. Greenfield (1999) ที่พบว่าผู้เสพติดส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจนถึงจบปริญญาตรี ส่วนในเรื่องของความสามารถในการใช้พบว่าผู้เสพติดที่มีอายุต่างกัันนั้นจะไม่มี ความแตกต่างกันในเรื่องความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยในเรื่องอาชีพของผู้ที่เสพติด พบว่า ผู้เสพติดที่มีระดับอาชีพต่ำ คือเป็นกลุ่มที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน หรือเป็นนักเรียน/นักศึกษานั้นจะมีการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และการแสวงหาความต้องการในอินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มที่มีอาชีพการทำงานสูง (ระดับพนักงานและผู้บริหาร) ทั้งยังถูกดึงดูจากลักษณะของสื่อและประสบกับปัญหาทางด้านจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่ากลุ่มอื่นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Young (1996) และ Loytsker และ Aiella (1997) ที่พบว่าผู้เสพติดส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน และเป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบก็เห็นได้ว่าผู้เสพติดที่มีอาชีพต่างกัันจะไม่มี ความแตกต่างในเรื่องความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

จากการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าผู้ที่มีแนวโน้มเสพติดอินเทอร์เน็ตได้สูงจะเป็นกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตที่ถูกดึงดูจากลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตสูง มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการในด้านต่างๆ ได้รับผลกระทบทางจิตใจและสังคมจากการใช้อินเทอร์เน็ตและมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตสูง รวมทั้งจะมีปัญหาทางด้านจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคมสูง ด้วย ซึ่งจากงานวิจัยชิ้นนี้ พอที่จะให้ข้อสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นเพศหญิงและกลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น และมีระดับการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรี-จบปริญญาตรี ซึ่งจะเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา หรืออาจยังไม่มียานทำงานจะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเสพติดอินเทอร์เน็ตได้สูง

การอภิปรายผล

การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นปัญหาหนึ่งที่สังคมไทยควรต้องใส่ใจและให้ความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตและสังคมไทยมากขึ้น ด้วยประโยชน์และความพิเศษของสื่อใหม่ที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร หาข่าวสารข้อมูล แสวงหาสังคมใหม่และเพื่อนใหม่อย่างที่ต้องการ หรือแม้กระทั่งการใช้เพื่อชดเชย ระบายความต้องการภายในจิตใจ ซึ่งทำให้มีผู้ใช้จำนวนหนึ่งยึดติดหรือพึ่งพิงกับสื่ออินเทอร์เน็ตมากเกินไป จนทำให้ได้รับผลกระทบจากการใช้ เราเรียกพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตนี้ว่า **“พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต”**

พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการเสพติดพฤติกรรมที่พวกเขากระทำมิใช่เป็นการเสพติดที่ตัวสารเสพติด ผู้เสพติดจะยึดติดกับความรู้สึกที่ได้จากการกระทำ ดังที่ Brenner (1996) ระบุว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการเสพติดทางจิต ซึ่งเสพติดกับความรู้สึก หรือสิ่งที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต

นักจิตวิทยานั้นได้ปรับหลักเกณฑ์ของสมาคมจิตแพทย์อเมริกัน (APA) ที่ระบุถึงลักษณะพฤติกรรมการเสพติดการพนัน เพื่อนำมาพัฒนาเป็นหลักเกณฑ์การวัดพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะพฤติกรรมที่ใกล้เคียงการเสพติดการพนันมากที่สุด โดยระบุว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะรู้สึกถูกรบกวนงำโดยอินเทอร์เน็ต คือ มักจะคิดคำนึงถึงกิจกรรมและสิ่งที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ต มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อบรรเทาความต้องการ ไม่สามารถควบคุมเวลาในการใช้ได้ ได้รับผลกระทบจากอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นการสูญเสียความสัมพันธ์กับครอบครัวและบุคคลรอบข้าง ผลกระทบทางด้านการศึกษา หน้าที่การงาน หรือทางด้านร่างกาย รวมทั้งจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา ผ่อนคลายอารมณ์ ความรู้สึกกดดัน

หมดหวัง และเมื่อไม่ได้ใช้ก็จะรู้สึกถูกรบกวนทางอารมณ์ ซึ่งผู้วิจัยก็ได้ใช้เกณฑ์เหล่านี้ในการจำแนกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีพฤติกรรมกรมการเสพติด

จากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีความแตกต่างกับผู้ที่ไม่เสพติดอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปริมาณเวลาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต ลักษณะบริการที่ใช้ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการ ลักษณะของสื่อที่ดึงดูดใจ ความสามารถในการใช้ รวมทั้งผลกระทบที่ได้รับจากการใช้ด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ที่เสพติดและไม่เสพติดจะมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องพฤติกรรมกรการใช้อินเทอร์เน็ตและผลกระทบที่ได้รับ

ผู้ที่เสพติดนั้นจะยึดติดกับอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นหนทางหลักหนีปัญหา แสวงหาความต้องการทางด้านอารมณ์ สังคม และจิตใจ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เสพติดจะเห็นว่าอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ช่วยให้ข้อมูลความรู้ข่าวสาร มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถ มิใช่เพื่อตอบสนองหรือชดเชยทางด้านจิตใจ

จากผลการวิจัยก็พบว่าลักษณะปัญหาทางจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคมนั้นก็มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่เสพติดจะมีปัญหาทางจิตใจไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง ความไม่พึงพอใจในตนเอง มีความรู้สึกในทางลบ มีความหงอยเหงาเศร้าซึม รู้สึกเบื่อหน่าย มีอารมณ์รุนแรงและแปรปรวน มีการแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ และรู้สึกวิตกกังวลมากกว่าผู้ที่ไม่เสพติด นอกจากนี้ยังประสบกับปัญหาทางด้านความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น การรู้สึกไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม การขาดความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดีอีกด้วย ซึ่งลักษณะปัญหาความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลนี้ก็นำไปสู่ความต้องการทางจิตใจและอารมณ์ของผู้เสพติดจากปัญหาทั้งทางด้านจิตใจและสังคมทำให้ผู้เสพติดนั้นเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อแสวงหาความต้องการและชดเชยความต้องการที่ขาดหายไปของตนเอง ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเสพติดต่างๆที่พบว่า ลักษณะทางจิตวิทยานั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการเสพติด

ทั้งนี้บริการในอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยตอบสนอง และชดเชยความต้องการของบุคคลได้เป็นอย่างดี และผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตโดยส่วนมากแล้วจะเป็นผู้ที่ยังไม่ได้รับการเติมเต็มความต้องการในชีวิตจริง ทำให้ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Fanning และ O'Neil (1996) และ Young (1996) ที่ระบุว่าพฤติกรรมกรมการเสพติดนั้น เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกว่าการต้องการของเขายังมิได้รับการตอบสนอง ซึ่งอาจเกิดจากเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจในชีวิต พฤติกรรมกรมการเสพติด

จะถูกใช้เพื่อแสวงหาความต้องการ และหลบหนีจากสถานการณ์ที่ไม่พึงพอใจนั้น ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตจะช่วยเติมเต็มความต้องการทางจิตวิทยา ช่วยให้ผู้ใช้เสพติดได้ปลดปล่อยทางอารมณ์ จิตใจ และสังคม ทั้งยังเป็นหนทางให้บุคคลได้หลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิต บุคคลจะยึดติดกับสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับเขาได้ ซึ่งอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการวางเงื่อนไขการกระทำของ Skinner ที่ว่าบุคคลจะปฏิบัติซ้ำๆ ในสิ่งที่ทำให้เขาได้รับความพึงพอใจ และจะหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่ให้ลำบากใจ ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตจะรู้สึกว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถให้ความสบายใจ ให้สิ่งที่เขาต้องการได้ ดังนั้นพวกเขาจึงต้องการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นพฤติกรรมเสพติด

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตก็พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรนั้นส่งผลต่อการเสพติดแต่ก็จะต้องมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านจิตวิทยาด้วย เนื่องจากลักษณะของประชากรแต่เพียงอย่างเดียวนั้นมิอาจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ลักษณะของตัวสื่อหรือเทคโนโลยีก็ไม่ใช่สิ่งเร้าแต่เพียงอย่างเดียว ต้องมีบริบททางจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยายังส่งผลต่อพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตมากกว่าปัจจัยในด้านอื่นๆ เนื่องจากบุคคลที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะเป็นผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเสพติดสิ่งต่างๆ ได้ง่ายอยู่แล้ว ด้วยลักษณะบุคลิกและการมีปัญหาด้านจิตใจและสังคม ซึ่งสอดคล้องให้เกิดพฤติกรรมเสพติด เห็นได้จากประวัติการเสพติดที่ผ่านมาของผู้เสพติดจะพบว่าผู้ใช้เสพติดอินเทอร์เน็ตที่เคยเสพติดสิ่งอื่นมาก่อนแล้ว ซึ่งตัวสื่ออินเทอร์เน็ตเองก็มีสิ่งที่จะทำให้บุคคลเกิดการเสพติดได้ด้วยตัวมันเอง ถึงแม้ว่าอินเทอร์เน็ตเองจะสามารถช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์และสร้างความพึงพอใจได้อย่างมากมาย เพียงแต่ถ้าเมื่อบุคคลมีปัญหาจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสนับสนุนให้บุคคลเกิดการแสวงหาสิ่งที่จะมาชดเชยความต้องการและอินเทอร์เน็ตก็เข้ามาช่วยสนองความต้องการตรงจุดนี้ได้ ทำให้ผู้ที่เสพติดต้องเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ และรู้สึกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตจะทำให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้จะตอกย้ำให้ผู้ที่เสพติดต้องกลับมาใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เรื่อยๆ จึงทำให้เกิดพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตขึ้น

ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีความตระหนักรู้ถึงพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตของตนเองอยู่แล้ว แต่ไม่สามารถแก้ไขได้ ไม่รู้ว่าจะลดหรือเลิกพฤติกรรมการใช้เช่นนี้ได้ อย่างไรก็ตาม ซึ่งแสดงให้เห็นลักษณะของการเสพติดอย่างแท้จริง จะเห็นได้ว่าในอีกแง่มุมหนึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตก็อาจส่งผลเสียต่อชีวิตของบุคคลได้ หากมีการใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้นหากรู้สึกว่าคุณเองหรือบุคคลใกล้ชิดมีพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ตก็ควรที่จะต้องรีบทำการแก้ไขพฤติกรรม

เหล่านี้เสีย โดยอาจปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยา เพื่อหาสาเหตุของพฤติกรรมเสพติดและทำการรักษาหรือบำบัดต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย" ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาของการเสพติดอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. จากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัญหาการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น สาเหตุไม่ได้เกิดจากตัวสื่อแต่ขึ้นกับปัจจัยของตัวบุคคลเป็นหลัก ดังนั้น การสนับสนุนให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตก็มิใช่การส่งเสริมให้บุคคลเข้าไปเสพติดอินเทอร์เน็ตแต่อย่างใด แต่ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลนั้นจะใช้อินเทอร์เน็ตอย่างไร และใช้เพื่ออะไรต่างหาก ดังนั้นการสนับสนุนให้ประชาชนใช้อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งที่ควรกระทำ เพียงแต่จะต้องมีการควบคุม ดูแลจากทั้งครอบครัว สถานศึกษา และจากนโยบายของภาครัฐ เพื่อไม่ให้บุคคลใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ไม่ก่อประโยชน์
2. การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นปัญหาที่สังคมควรจะต้องตื่นตัวและตระหนักถึง ถึงแม้ว่าการเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะดูไม่รุนแรงและส่งผลเสียต่อบุคคลและสังคมมากเท่ากับการเสพยา แอลกอฮอล์ หรือการพนัน แต่มันก็ก่อให้เกิดปัญหาแก่บุคคลและสังคมได้ในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสุขภาพร่างกาย ปัญหาทางด้านการเงิน การเรียน หรือทางด้านสังคม ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้มีการทำการศึกษาในเรื่องการเสพติดอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเผยแพร่องค์ความรู้เหล่านี้ให้ประชาชนและสังคมได้รับรู้ถึงสาเหตุของการเสพติด ลักษณะการเสพติด และผลกระทบจากการเสพติดอินเทอร์เน็ต เพื่อที่จะได้หาวิธีการป้องกันและแก้ไขได้ก่อนที่ปัญหาการเสพติดอินเทอร์เน็ตนี้จะลุกลามและขยายตัวมากขึ้น
3. จากผลการวิจัย พบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาทางด้านจิตใจและความสัมพันธ์ทางสังคมสูงกว่าผู้ที่ไม่เสพติด ซึ่งทำให้ผู้ที่เสพติดมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตและยึดติดกับอินเทอร์เน็ต เพื่อชดเชยความต้องการทางจิตใจและสังคมของพวกเขา ยังผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่ถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแสดงออกทางเพศ ความรุนแรง การหลอกลวงกันในอินเทอร์เน็ต หรือการพนันในอินเทอร์เน็ต และสื่ออินเทอร์เน็ตเองก็เปิดโอกาสให้แสดงลักษณะดังกล่าวได้อย่างอิสระ และควบคุมได้ยาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพหรือคุณภาพชีวิตของผู้ใช้อิน

เทอร์เน็ตทั่วไป ดังนั้น รัฐบาลจึงมีมาตรการควบคุมและตรวจสอบเว็บไซต์ที่มีการแสดงออกถึงลักษณะเหล่านี้ เพื่อช่วยลดช่องทางการแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

4. จากผลการวิจัยพบว่าผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยและเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งเป็นวัยที่ชอบความตื่นเต้น ชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และมีความแปรปรวนทางด้านอารมณ์ และจิตใจสูง ซึ่งครอบครัวควรจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้อินเทอร์เน็ตของพวกเขา เพื่อเรียนรู้ถึงพฤติกรรมการใช้และหาวิธีป้องกันและแก้ไขพฤติกรรมที่เกิดขึ้นและดูแลเพื่อมิให้เกิดการใช้บริการที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อพวกเขา ทั้งยังเป็นการเน้นย้ำให้กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ตระหนักถึงความสัมพันธ์ในโลกแห่งความจริง ทำให้ไม่ถูกดึงดูดให้ยึดติดกับโลกในอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย นอกจากนี้ความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวยังเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บุคคลมีภูมิคุ้มกันการเสพติดต่าง ๆ รวมทั้งการเสพติดอินเทอร์เน็ตด้วย ดังนั้น ในขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามาแพร่หลายและกลายมาเป็นสิ่งที่จำเป็นมากยิ่งขึ้น ครอบครัวก็ควรสนับสนุนให้มีกิจกรรม มีการปฏิสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว เพื่อให้พวกเขายึดติดกับอินเทอร์เน็ตมากเกินไป

5. การเสพติดอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากการเสพติดนั้นจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อตัวผู้เสพและบุคคลรอบข้าง เนื่องจากปัจจัยทางจิตวิทยานั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการเกิดพฤติกรรมกรรมการเสพติด ดังนั้นในการป้องกันและแก้ไขนั้นหน่วยงาน หรือสถาบันทางสังคมต่าง ๆ จะต้องใช้ความรู้ทางจิตวิทยาเข้ามามีส่วนร่วม และควรให้ความสำคัญและเข้าใจกับลักษณะทางจิตใจของผู้เสพติด

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การวิจัยในเรื่องนี้มีขอบเขตที่กว้าง เพื่อศึกษาถึงลักษณะของพฤติกรรมกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์โดยรวม ซึ่งหากมีการศึกษาวิจัยต่อไปควรทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตในกลุ่มต่าง ๆ อย่างเฉพาะเจาะจง เช่น กลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เพื่อหารูปแบบการเสพติดของคนในวัยต่าง ๆ ซึ่งน่าจะมีรูปแบบที่เฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันอยู่
2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องผลกระทบจากการเสพติดอินเทอร์เน็ต ทั้งในด้านต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องผลเสียจากการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากเกินไป ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้และตระหนักถึงความรุนแรงที่เกิดจากการเสพติดอินเทอร์เน็ต

3. ในงานวิจัยต่อไปควรทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของการเสพติดอินเทอร์เน็ตด้วยว่า ผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ตนั้น เสพติดอะไร เช่น การเสพติดข้อมูลข่าวสาร การเสพติดเรื่องทางเพศ (Sex) การเสพติดความสัมพันธ์ การเสพติดเกม การเสพติดบริการ Muds ฯลฯ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และมีพฤติกรรมการเสพติดแตกต่างกันอย่างไร มีความต้องการหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องเหมือนกันหรือไม่
4. อาจมีการศึกษาต่อไปถึงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะปัญหาทางจิตใจ และความสัมพันธ์ทางสังคมเช่นเดียวกับผู้ที่เสพติดอินเทอร์เน็ต แต่กลับไม่มีพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต ว่ามีปัจจัยใดที่ทำให้เขาไม่เสพติด และคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการเสพติดสื่ออื่น ๆ หรือไม่
5. จากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยานั้นจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งงานวิจัยต่อไปอาจลองควบคุมตัวแปรปัจจัยดังกล่าวเพื่อดูว่า จะมีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตนอกจากนี้อีกบ้าง หรืออาจลองทำการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์อย่างเดียวกันว่ามีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตอย่างไร
6. ในงานวิจัยต่อไปควรมีการพัฒนาเกณฑ์ในการวัดพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ตให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเกณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นเป็นเกณฑ์ที่พัฒนามาจากเกณฑ์ในการวัดพฤติกรรมการเสพติดการพนัน และยังไม่มีการพัฒนาก้าวหน้าไปมากกว่านี้ ซึ่งหากมีการวัดการเสพติดประเภทต่างๆของการเสพติดอินเทอร์เน็ต ก็ควรที่จะมีเกณฑ์การวัดที่เฉพาะเจาะจงด้วยเช่นกัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กันยา สุวรรณแสง. จิตวิทยาทั่วไป. ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัท เอดิสันเพรส โพรดักส์ จำกัด, 2543.
- เกศรา ชั่งชวลิต. การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จุฬารัตน์ ศิริวัฒน์. การศึกษาแบบทดสอบสำหรับคัดกรองบุคลิกภาพแปรปรวนแบบ Borderline. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ชัชพงศ์ ตั้งมณี และสามารถ สีจำปี. พฤติกรรมและการเสพติดอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษาของนิสิตปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วารสารนิเทศศาสตร์ ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน 2544) ปีที่ 19, 2544.
- ชูศรี สุวรรณ. การทดสอบทางจิตวิทยา. ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่, 2541.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพมหานคร : สามเจริญพานิช, 2531.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์, 2533.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- รายงานการวิจัยทุนสนับสนุนจากคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. ปัจจัยทางจิตสังคมกับพฤติกรรมการเสพติดสารเสพติดของนักเรียนมัธยมศึกษา และนักเรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2541.
- วิไลพร จิตต์จุฬานนท์. การเปิดรับทัศนคติ การให้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์การศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย (SchoolNet) ในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2544.
แหล่งที่มา : <http://ntl.nectec.or.th/internet/user-growth.html>, 2545.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. ประมาณการผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2545.
แหล่งที่มา : <http://ntl.nectec.or.th.internet/user-growth.html>, 2545.
- สมพร สุทัศน์ีย์. การทดสอบทางจิตวิทยา. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- อรพิน จีรวัดมนศิริ. การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐ และเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

ภาษาอังกฤษ

- Brenner, V. An initial report on the on-line assessment of Internet addiction : The first 30 days of the Internet usage survey.
Available from : <http://www.ccsnet.com/prep/pap/pap8b/638b012p.txt>, 1996.
- Champion, L. & Power, M. Adult Psychological Problems (An introduction Second Edition). Psychology Press, 2000.
- Cloninger, C. Susan. Theories of personality : understanding persons. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 2000.
- Comer, J. Ronald. Personality Disorder Test. Fundamentals of Abnormal Psychology, Second Edition. Worth Publishers, 1999.
- Davis, R. A. A cognitive-behavioral model for pathological Internet use (PIU). Available from : <http://www.victoriapoint.com/PIU.htm>, 1999.
- Davis, R. A. Internet Addiction : Is it real ?.
Available from : <http://www.victoriapoint.com/Addiction%20or%20not.htm>, 1999.
- Egger, O. & Rauterberg, M. Internet Behaviour and Addiction. Available from : <http://www.ifap.bepr.ethz.ch/~egger/ibq/res.htm>, 1996.

Egger, O. Internet and addiction.

Available from : [http : // www.ifap.bepr.ethz.ch/~egger/ibgq/iddres.htm](http://www.ifap.bepr.ethz.ch/~egger/ibgq/iddres.htm), 1996.

Fenichel, M. "Internet Addiction" : Addictive Behavior, Transference or More ?.

Available from : [http:// www.fenichel.com/addiction.shtml](http://www.fenichel.com/addiction.shtml), 1997.

Foulger, D. Characteristics of Media. Available from : [http ://www.pages.prodigy.com/mediaspace/dcharac.htm](http://www.pages.prodigy.com/mediaspace/dcharac.htm), 1997.

Gauntlett, D. Web studies : rewiring media studies for the digital age. London : Arnold., 2000.

Graham, Gordon. The internet : a philosophical inquiry. London : Routledge, 1999.

CyberAtlas Staff. Geographics : The World's Online Populations. Available from :

[http ://www.internet.com/Geographic % 20 the % 20 World's % 20 Online % 20 Populations.htm](http://www.internet.com/Geographic%20the%20World's%20Online%20Populations.htm), 2002.

Grohol, M. John. Internet Addiction disorder.

Available from : [http : // www.meta-religion.com/Psychiatry/Disorders/internet-addiction-disorder.htm](http://www.meta-religion.com/Psychiatry/Disorders/internet-addiction-disorder.htm), 1999.

Grohol, M. John. Internet Addiction Guide.

Available from : [http : // www.psychcentral.com/netaddiction/](http://www.psychcentral.com/netaddiction/), 1999.

Jamison, B. Obsessive Internet use poses risk of isolation, depression.

Available from : <http://www.cnn.com/2000/Health/06/13/internet.addiction.wmd/>, 2000.

Jones, G. Steven. Cybersociety : computer-mediated communication and community.

Thousand Oaks : Sage Publications, 1995.

King, S. A. Is the Internet Addictive, or Are Addicts. Using the Internet ?. Available from :

[http : // www.concentric. net/~Astorm/iad.html](http://www.concentric.net/~Astorm/iad.html), 1996.

Leonard, H. What is "Normal" Internet Use ?.

Available from : [http : // www.mentalhealth.about.com](http://www.mentalhealth.about.com), 1997.

Levinson ,Paul. Digital McLuhan : a guide to the information millennium. London :

Routledge, 1999

Mueller, D. Media addiction. Available from : [http : // www.old.mbconf.ca/mb/mbh 3801](http://www.old.mbconf.ca/mb/mbh3801mueller.htm)

[mueller.htm](http://www.old.mbconf.ca/mb/mbh3801mueller.htm), 1996.

- Owen, M. Bruce . The internet challenge to television. London : Harvard University Press, 1999.
- Rivard, D. Joseph . Internet for psychology. Boston : Allyn and Bacon, 1997.
- Shields,R. Cultures of internet : Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies. London : Sage Publications, 1996.
- Smith, R. Television Addiction. Perspectives on media effects, 109-128. Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associations, 1986.
- Soeters, E. Karen, and Valkenburg, M. Patti. Children's Positive and Negative Experience With the Internet: An Exploratory Survey, Communication Research, 28 , 5 (October) : 652-675, 2001.
- Suler, J. Computers and Cyberspace Addiction. Available from : [http : // www1.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html](http://www1.rider.edu/~suler/psycyber/psycyber.html), 1996.
- Suler, J. Cyberspace a sPsychological Space. Available from : [http : // www.rider.edu/users/suler/psychber/psycyber.html](http://www.rider.edu/users/suler/psychber/psycyber.html), 1997.
- Suler, J. The Basic Psychological Features of Cyberspace. Available from : [http : // www.1.rider.edu/~suler/psycyber/psycybers.html](http://www.1.rider.edu/~suler/psycyber/psycybers.html), 1997..
- Thompson, S. Internet Addiction McSurvey, results. Available from : [http : // www.cac.psu.edu/~sjt112/mcnair/journal.htm](http://www.cac.psu.edu/~sjt112/mcnair/journal.htm), 1996.
- Thompson, S. Internet Addiction Survey. Available from : [http : // www.cac.psu.edu/~sjt112/mcnair/journal.html](http://www.cac.psu.edu/~sjt112/mcnair/journal.html), 1996.
- Walker, M. B. The medicalisation of gambling as an "Addiction". Gambling cultures : Studies in History and Interpretation, Routledge : London, 1996.
- Wallace, P. The psychology of the internet. Cambridge University Press, 1999.
- Walter, G. D. The Addiction Concept (Working Hypothesis of Self-Fulfilling Prophecy ?). Allyn & Bacon A Viacom Company, 1999.
- Walther, B. Joseph. Communication Addiction Disorder : Concern over Media, Behavior and Effects. Available from : [http : // www.rpi.edu/~walthj/docs/cad.html](http://www.rpi.edu/~walthj/docs/cad.html), 1999.
- Weimann, Gabriel. Communicating unreality : Modern media and the reconstruction of reality. Sage Publication, Inc, 2000.

- Young, K. S. and Rodgers, C. Robert. Internet Addiction : Personality Traits Associated with Its Development. Available from : [http : //www.netaddiction.com/articles/personality-correlated.htm](http://www.netaddiction.com/articles/personality-correlated.htm), 1998.
- Young, K. S. et al. Cyber-Disorder : The Mental Health Concern for the New Millennium. Available from : [http : //www.netaddiction.com/articles/cyberdisorders.htm](http://www.netaddiction.com/articles/cyberdisorders.htm), 1999.
- Young, K. S. Internet Addiction : Symptoms, Evaluation, And Treatment. Available from : [http : // www.netaddiction.com/articles/syptoms.htm](http://www.netaddiction.com/articles/syptoms.htm), 1999.
- Young, K. S. Net compulsions : The latest Treads in the area of Internet addiction. Available from : [http : // www.netaddiction.com/net-compulsions.htm](http://www.netaddiction.com/net-compulsions.htm), 1999.
- Young, K. S. Psychology of computer use : Addictive use of the Internet : A case that breaks the sterotype. Psychological reports, 1996.
- Young, K.S. Caught in the Net : how to recognize the signs. NY : Wiley, 1999.
- Young, K.S. Internet Addiction : The emergence of a new clinical disorder. Available from : [http : // www.pitt.edu/~ksy/apa.html](http://www.pitt.edu/~ksy/apa.html), 1996.
- Young, K.S. Psychology of computer use : XL. Addictive use of the internet : A case that breaks the stereotype. Available from : [http : // www.netaddiction.com/articles/sterotype.htm](http://www.netaddiction.com/articles/sterotype.htm), 1996.
- Young, K.S. What Makes the Internet Addictive : Potential Explanations for Pathological Internet Use. Available from : [http ://www.netaddiction.com/articles/habitforming.Htm](http://www.netaddiction.com/articles/habitforming.htm), 1997.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“ แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่สนับสนุนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
ในประเทศไทย ”

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการศึกษา และทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทของ
นักศึกษาคณะศึกษาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดทำขอความกรุณาท่านผู้ตอบทุกท่าน
ตอบแบบสอบถามนี้ทุกข้อ โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด และตอบคำถามลงในช่องว่าง
เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ข้อมูลของทุกท่านจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น ผู้จัดทำขอขอบคุณ
ทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

1. เพศ : () ชาย () หญิง
2. อายุ : () ต่ำกว่า 18 ปี () 18 – 25 ปี () 26 – 35 ปี () 36 – 45 ปี () 46 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา : () มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า () กำลังเรียนปริญญาตรี
() จบปริญญาตรี () กำลังเรียนปริญญาโท () จบปริญญาโท
() สูงกว่าปริญญาโท
4. อาชีพ : ()ว่างงาน/ไม่ได้ทำงาน หรือ แม่บ้าน () นักเรียน/นักศึกษา () ทำงานระดับพนักงาน
() ทำงานระดับผู้บริหารหรือเทียบเท่า
5. ระยะเวลาที่เริ่มเข้าใช้อินเทอร์เน็ตจนถึงปัจจุบัน
() ต่ำกว่า 6 เดือน () 6 เดือน – 1 ปี () 1 ปี – 2 ปี () 2 ปีขึ้นไป
6. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ใดบ่อยที่สุด
() บ้าน () ที่ทำงาน () สถานศึกษา () สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต
7. จำนวนชั่วโมงที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันประมาณ.....ชั่วโมง
8. ท่านใช้บริการเหล่านี้ในอินเทอร์เน็ตบ่อยเพียงใด

บริการในอินเทอร์เน็ต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สนทนาในห้องสนทนา (Chat room)					
2. การค้นหาข้อมูลบน WWW					
3. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)					
4. การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล / download ข้อมูลต่าง ๆ					
5. การแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสารต่าง ๆ (News Groups) เช่น การใช้กระดานข่าว (Web Board)					
6. เล่นเกม (Games)					
7. การอ่านข่าว					
8. ดูหนัง ฟังเพลง					
9. ซื้อสินค้า ประมูลสินค้า ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					

9. ท่านมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตดังต่อไปนี้เพียงใด

ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. บ่อยครั้งที่คุณจะคิดคำนึงถึงเรื่องที่ผ่านมาในกิจกรรมในอินเทอร์เน็ต และคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอินเทอร์เน็ต					
2. คุณรู้สึกต้องการใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อย ๆ					
3. บ่อยครั้งที่คุณไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ หรือหยุดการใช้อินเทอร์เน็ตได้					
4. คุณรู้สึกหมดหวัง โมโห โกรธ รู้สึกกดดัน กระสับกระส่าย เมื่อต้องหยุดใช้อินเทอร์เน็ต					
5. คุณมักใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตนานกว่าที่ตั้งใจเอาไว้					
6. คุณรู้สึกว่า การใช้อินเทอร์เน็ตของคุณ ส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์ทางสังคม หน้าทีการทำงาน การเรียนหรือโอกาสต่าง ๆ ในชีวิต					
7. คุณหลีกเลี่ยงที่จะพูดความจริง หรือปกปิดครอบครัว เพื่อนฝูงหรือบุคคลรอบข้าง เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคุณ					
8. คุณใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นหนทางหลีกเลี่ยงจากปัญหา และเพื่อบรรเทาผ่อนคลายความเครียด ความเบื่อหน่าย					

10. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาความต้องการเหล่านี้เพียงใด

ความต้องการที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความต้องการข่าวสารข้อมูลที่ทันสมัย					
2. การผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ					
3. การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต					
4. ความต้องการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น					
5. ความต้องการในการแสดงออกเรื่องเพศ เช่น การหาคู่อรัก แสดงออกถึงความต้องการทางเพศต่าง ๆ					
6. ความต้องการจินตนาการ เพื่อฝันในเรื่องต่าง ๆ เช่น การสมมติว่าตนเองเป็นผู้อื่น					

ความต้องการที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. การได้รับการยอมรับ นับถือจากบุคคลอื่น					
8. การเป็นส่วนหนึ่ง และการได้มีส่วนร่วมในกลุ่ม					
9. ความมีอำนาจ และความยอมรับนับถือในตนเอง					
10. การเข้าถึงความต้องการภายในจิตใจ ทัศนคติ และบุคลิกภาพที่ต้องการจะเป็น					
11. การที่ได้สร้างบุคลิก ลักษณะตัวตนขึ้นใหม่ หรือความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเอง					

10. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของท่านที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อสิ่งเหล่านี้เพียงใด

ผลกระทบ	รุนแรง	ปานกลาง	ไม่รุนแรง	ไม่มี
1. ด้านการเรียน เช่น คะแนนตกลง ไม่ได้ทำการบ้าน หรือส่งงานไม่ทัน ฯลฯ				
2. สูญเสียความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัว และเพื่อน				
3. ด้านการเงิน สูญเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากกับการใช้อินเทอร์เน็ต				
4. ด้านอาชีพการงาน เช่น ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง				
5. ด้านสุขภาพร่างกาย เช่น ปักผ่อนไม่เพียงพอ				

12. ลักษณะใดของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดให้ท่านเข้าใช้อินเทอร์เน็ต

ลักษณะที่น่าดึงดูดของสื่ออินเทอร์เน็ต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เวลาใดก็ตาม					
2. การที่ไม่ต้องระบุชื่อ / ตัวตนที่แท้จริง (ไม่มีใครรู้ว่าเราคือใคร) ในอินเทอร์เน็ต					
3. สามารถเข้าถึงข้อมูล และความต้องการได้ง่าย					
4. เป็นสื่อที่ปลอดภัย					
5. ง่าย และสะดวกต่อการใช้					
6. มีอิสระในการใช้ เลือกข้อมูลข่าวสารได้เองตามความสนใจ					
7. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้ง่าย					

ลักษณะที่น่าดึงดูดของสื่ออินเทอร์เน็ต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานกดบุคลิก / ตัวตนของตนเอง ได้ตามที่ต้องการ					
9. แสดงออกได้อย่างอิสระ ปราศจากการควบคุม					
10. นำเสนอความบันเทิงได้หลากหลาย					

13. ท่านคิดว่าตนเองนั้นมีบุคลิกลักษณะอย่างไรในชีวิตจริง

บุคลิกลักษณะ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. คุณเป็นคนที่เข้มแข็ง กล้าหาญ สามารถต่อสู้กับปัญหาในชีวิตได้					
2. คุณรู้สึกมั่นใจในตนเอง เมื่อต้องแสดงความคิดเห็น หรือแสดงออกกับบุคคลอื่น					
3. คุณมักจะรู้สึกไม่พึงพอใจในตนเอง					
4. คุณรู้สึกว่าชีวิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ ยังไม่ดีพอ					
5. คุณมักจะคิดถึงความผิดพลาดในชีวิต ที่ผ่านมา					
6. คุณมักจะคิดถึงความเจ็บปวด และความเสียใจในอดีต					
7. คุณเป็นคนที่รู้สึกอ่อนไหว และเศร้าเสียใจกับสิ่งต่าง ๆ ได้ง่าย					
8. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกเหงา และอ้างว้าง					
9. คุณรู้สึกว่าอารมณ์ของตนเองนั้นเปลี่ยนแปลงได้ง่าย					
10. คุณรู้สึกเบื่อหน่ายกับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการงาน การเรียน หรือสังคมรอบตัว					
11. คุณมักจะหงุดหงิดได้ง่าย เมื่อสิ่งต่าง ๆ ไม่ได้เป็นตามที่คุณคาดหวังไว้					
12. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกว่าไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้					
13. คุณชอบที่จะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ที่เร้าใจเสมอ					
14. บ่อยครั้งที่คุณปล่อยให้ความคิดเพ้อฝัน และจินตนาการเข้ามาครอบงำในชีวิตจริง					
15. คุณมักจะวิตกกังวลกับสิ่งต่าง ๆ เสมอ					
16. คุณมักจะกลัวว่าสิ่งต่าง ๆ จะไม่เป็นตามที่คาดหวังไว้					

14. ท่านคิดว่าลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมของท่านเป็นอย่างไร

ลักษณะความสัมพันธ์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. คุณรู้สึกว่าการปรับตัวให้อยู่ในสังคมได้นั้น เป็นสิ่งที่ยาก					
2. คุณมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยง ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น					
3. คุณรู้สึกว่าการที่จะต้องติดต่อ พบปะกับบุคคลอื่นนั้นเป็น สิ่งที่น่าลำบากใจ					
4. คุณอยากให้ครอบครัวของคุณ มีความสัมพันธ์ที่อบอุ่น มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน					
5. คุณรู้สึกไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และบุคคลใน ครอบครัว					
6. คุณคิดว่าความสัมพันธ์ในสังคมที่คุณมีอยู่นั้นยังไม่เพียงพอ					

15. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเอง

ความรู้สึกในการใช้อินเทอร์เน็ต	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านมีความสามารถในการเข้าใช้บริการในอินเทอร์เน็ต เป็นอย่างดี					
2. ท่านรู้สึกสะดวกสบายใจในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมาก กว่าสื่ออื่น ๆ					
3. ท่านคิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยขจัดความความต้องการของ ท่านได้ดีกว่าสิ่งอื่นใด					
4. ท่านไม่รู้สึกติดขัด เวลาต้องใช้ความรู้ทางภาษาอังกฤษ ในอินเทอร์เน็ต					
5. ถ้าท่านมีเวลาว่าง ท่านจะเลือกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า ทำอย่างอื่น					
6. ท่านไม่รู้สึกลำบากในเรื่องสถานที่ ในการใช้อินเทอร์เน็ต					
7. ท่านมีเงินเพียงพอ ในการใช้จ่ายเรื่องเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต					

16. ท่านรู้สึกอย่างไรเมื่อได้ใช้อินเทอร์เน็ต

.....

17. ท่านรู้สึกอย่างไรเมื่อไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต

.....

18. ท่านคิดว่าท่านเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่

() ใช่ () ไม่แน่ใจ () ไม่

19. ท่านเคยมีประวัติการใช้สารเสพติด หรือยึดติดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาบ้างหรือไม่

() ใช่ () ไม่



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวธนิกานต์ มาชะศิริานนท์ เกิดเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2520 จบปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2540 เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2544 ปัจจุบันทำงานในฝ่ายการตลาดและเป็นคณะบรรณารักษ์หนังสือคู่มือ-ตำราเพื่อการบริหารให้แก่บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย