



**อิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบ การละเลยคุณธรรม และการรับรู้ความนิรนาม
ต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก**

**Effects of Maladaptive Humor Style, Moral Disengagement and Perceived
Anonymity on Facebook Bullying**

อภิญญา หิรัญญะเวช

Apinya Hiranyawech

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Faculty of Psychology, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand
E-mail: apinya.h@student.chula.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบที่มีต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก โดยมีการละเลยคุณธรรมและการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ อารมณ์ขันทางลบแบ่งเป็นอารมณ์ขันแบบก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเอง การละเลยคุณธรรมคือการที่บุคคลหาเหตุผลมาองรับพฤติกรรมที่ไม่ดี เพื่อให้ทำพฤติกรรมเหล่านั้นต่อไปได้โดยไม่รู้สึกกังวลใจ และการรับรู้ความนิรนามคือการที่บุคคลรู้สึกว่าผู้อื่นไม่สามารถระบุตัวตนของบุคคลได้ กลุ่มตัวอย่างคือบุคคลทั่วไปที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน อายุระหว่าง 18-34 ปี จำนวน 209 คน เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณแบบขั้น (Hierarchical Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) อารมณ์ขันทางลบ การละเลยคุณธรรม การรับรู้ความนิรนาม ร่วมกันทำนายความแปรปรวนของพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ 32.92% 2) อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวเพียงตัวเดียวไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ แต่จะสามารถทำนายได้อย่างมีนัยสำคัญก็ต่อเมื่อได้รับอิทธิพลกำกับของการละเลยคุณธรรมหรือการรับรู้ความนิรนามร่วมด้วย 3) อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ส่งผลตรงกันข้ามเมื่อมีอิทธิพลกำกับของการรับรู้ความนิรนามร่วมด้วย ส่วนอิทธิพลกำกับของการละเลยคุณธรรมไม่ส่งผลให้อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ดีขึ้น 4) การรับรู้ความนิรนามมีความสัมพันธ์ทางลบต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก จากผลการวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงสาเหตุของพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก คือ อารมณ์ขันทางลบ การละเลยคุณธรรม และความนิรนาม เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการหาทางแก้ไขและป้องกันพฤติกรรมดังกล่าวได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: รูปแบบอารมณ์ขันทางลบ การละเลยคุณธรรม พฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก



Abstract

This research was aimed to examine the moderating effects of moral disengagement and perceived anonymity on the association between maladaptive humor style (aggressive and self-defeating) and Facebook bullying. Moral disengagement is the process of convincing the self in which ethical standards do not apply to oneself in a particular context, facilitating engaging in unethical behavior without feeling distress. Perceived anonymity is individuals perceive that their personal identity is unknown to others. Two hundred and nine Facebook users who had had Facebook accounts for at least 6 months (aged 18-34 years) completed online questionnaires. Using a hierarchical regression analysis, the results showed that 1) the percentage that Facebook bullying was explained by maladaptive humor style, moral disengagement and perceived anonymity was 32.92%. 2) Aggressive humor style was not a predictor of Facebook bullying by itself, but a significant predictor of Facebook bullying together with the moderated effect of moral disengagement or perceived anonymity. 3) Self-defeating humor style was a significant predictor of Facebook bullying by itself, showing negative effects on Facebook bullying when moderated by perceived anonymity. The moderated effect of moral disengagement was not significant 4) Perceived anonymity had negative correlation with Facebook bullying. Finally, maladaptive humor style, moral disengagement and perceived anonymity were causes of Facebook bullying. This study also provides guideline for preventing Facebook bully as well as solutions to the problem directly.

Keywords: *Maladaptive humor style, Moral disengagement, Facebook bullying*

1. บทนำ

ในปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย และมีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถิติการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย จากการสำรวจของเว็บไซต์ wearesocial ปี 2561 พบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดในอันดับที่ 8 โดยกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดในโลก ประชากรไทยที่เข้าใช้เฟซบุ๊กมีถึง 51 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 74 ของประชากรทั้งประเทศ มีระยะเวลาในการเข้าใช้เฉลี่ยถึง 3 ชั่วโมงต่อครั้ง และผู้ใช้ส่วนมากอายุ 18-34 ปี (ข้อมูลเมื่อ มกราคม 2561) (We are Social, 2018)

เฟซบุ๊กสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ในหลากหลายด้าน แต่ก็สามารถนำโทษมาสู่ผู้ใช้ได้ด้วยเช่นกัน ผู้ใช้สามารถใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลอื่น ๆ ทั้งที่อยู่ใกล้และอยู่ห่างไกล โดยสามารถลดข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาและค่าใช้จ่าย แต่หากผู้ใช้ใช้เฟซบุ๊กด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น หรือไม่สามารรถรับมือกับผลกระทบได้อย่างเหมาะสม ก็จะส่งผลเสียให้เกิดขึ้นตามมา เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว (Aggression) เช่น การข่มเหงรังแกบนโลกไซเบอร์ เป็นต้น



การข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) คือ พฤติกรรมการใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการคุกคาม ล่อลวงและรังแกผู้อื่นโดยเจตนา โดยมีการกระทำซ้ำ ๆ และผู้ถูกกระทำไม่สามารถแก้ตัวหรือปกป้องได้ (Smith et al, 2006) เช่น การทำให้ผู้อื่นเกิดความโมโหในการสนทนาเพื่อความสุข หรือปลอมตัวเป็นผู้อื่นเพื่อหลอกให้เกิดการเข้าใจผิด เป็นต้น โดยแบ่งเป็น 9 ประเภท คือ 1) การปะทะคารม 2) การก่อกวน 3) การใส่ร้ายป้ายสี 4) การปลอมตัวเป็นบุคคลอื่น 5) การเผยแพร่รูปภาพหรือข้อมูลส่วนตัว 6) การขับออกจากกลุ่ม 7) การเฝ้าติดตามทางอินเทอร์เน็ต 8) การถ่ายวิดีโอและเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต 9) การขู่ข่มขู่ทางเพศ

งานวิจัยในประเทศไทยพบว่าร้อยละ 80 ของเด็กและเยาวชน เคยถูกคุกคาม ล่อลวง และรังแกทั้งทางกายภาพและทางออนไลน์ ซึ่งนับเป็นอันดับต้น ๆ ของเอเชีย ร้อยละ 44 ของเด็กไทยเคยถูกข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์ นอกจากนี้ร้อยละ 59 ของเด็กไทยรายงานว่าเคยเป็นส่วนหนึ่งในการรังแกทางโลกไซเบอร์ (วิมลทิพย์ มุกสิกพันธ์ และคณะ, 2552)

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาของประเทศฝั่งตะวันตก ซึ่งความแตกต่างทางวัฒนธรรมก็ส่งผลให้ที่มาของพฤติกรรมแตกต่างกัน จากงานวิจัยเกี่ยวกับการข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์ในประเทศไทยพบว่า เยาวชนรับรู้ว่าการข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์เป็นเรื่องปกติธรรมดา เป็นการล้อเล่นเพื่อสร้างความสนุกสนาน หยอกล้อกันระหว่างกลุ่มเพื่อน (ฉวีรัชต์ สามะ, 2557) จึงนำไปสู่ตัวแปรรูปแบบอารมณ์ขันทางลบ

รูปแบบของอารมณ์ขันทางลบ (Maladaptive Humor Style) คือรูปแบบอารมณ์ขันที่บุคคลใช้รับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยรูปแบบอารมณ์ขันทางลบ ได้แก่ 1) อารมณ์ขันแบบก้าวร้าว คือ การที่บุคคลใช้อารมณ์ขันในการกระทบประชดประชัน เยาะเย้ย หัวเราะเยาะผู้อื่น เป็นการใช้อารมณ์ขันเพื่อทำร้ายบุคคลอื่นทั้งโดยตั้งใจ และไม่ตั้งใจ 2) อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเอง คือ การที่บุคคลใช้อารมณ์ขันในการพูดสบประมาทตนเองในทางลบ การพยายามสร้างความสนุกสนานให้กับผู้อื่นโดยใช้เรื่องของตัวเอง หรือการมีส่วนร่วมกับบุคคลอื่น ๆ พูดจาเสียดสี เยาะเย้ยตัวเอง (Martin, 2010) จากคำนิยามข้างต้นพบว่า อารมณ์ขันทั้งสองแบบนี้สามารถส่งผลพฤติกรรมข่มเหงรังแกผู้อื่นได้

การละเลยคุณธรรม (Moral Disengagement) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมก้าวร้าวอย่างมีนัยสำคัญ (Barchia & Bussey, 2011) การละเลยคุณธรรม คือ การที่บุคคลให้คำอธิบายถึงพฤติกรรมที่ไม่ดีที่ตนทำ (ผิดศีลธรรม) แต่บุคคลก็ยังเลือกที่จะทำพฤติกรรมเหล่านั้นต่อไป เช่น การให้เหตุผลต่อพฤติกรรมที่ไม่ดีว่า ใคร ๆ ก็ทำกัน หรือ ให้เหตุผลรองรับการขโมยของว่า ไม่ได้ขโมยของ เพียงแต่ขอยืมของเท่านั้น เป็นต้น การละเลยคุณธรรมมีทั้งหมด 8 กลไก ดังนี้ 1) การให้เหตุผลรองรับพฤติกรรมที่ไม่ดี 2) การเปรียบเทียบกับพฤติกรรมที่แย่กว่า 3) การเปลี่ยนแปลงคำเพื่อลดความรุนแรง 4) การบิดความรับผิดชอบ 5) การกระจายความรับผิดชอบ 6) การลดความรุนแรงของผลที่ตามมา 7) การลดมุมมองความเป็นมนุษย์ของผู้ถูกกระทำ 8) การโทษผู้อื่น (Bandura et al, 1996) แม้งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการละเลยคุณธรรมจะพบว่า การละเลยคุณธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมก้าวร้าว และการรังแกแบบปกติมากกว่าการรังแกผ่านโลกไซเบอร์ ผู้วิจัยพบว่าในบริบทประเทศไทยที่ผู้กระทำทราบว่าพฤติกรรมรังแกผ่านโลกไซเบอร์เป็นสิ่งที่ไม่สมควร แต่สามารถหาข้ออ้างเหตุผลรองรับในการกระทำพฤติกรรมเหล่านั้น (นภาพรรณ อาษาเพชร, 2560) ผู้วิจัยจึงเห็นว่าสมควรศึกษาตัวแปรนี้เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กในบริบทสังคมไทยมากขึ้น



การรับรู้ความนิรนาม (Perceived Anonymity) เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การรังแกผ่านโลกโซเชียลมีเดียรุนแรงขึ้นจากการรังแกแบบปกติ (Tradition Bullying) ความนิรนามคือ การไม่สามารถระบุตัวตนได้ จึงทำให้เกิดการไม่รู้ตนเอง และขาดการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์รอบตัวอย่างมีสติ (ปาจริย์ ไตรสุวรรณ, 2555) จากงานวิจัยพบว่า ความนิรนามทำให้นักแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่สามารถกระทำได้เมื่อเผชิญหน้ากัน เนื่องด้วยความนิรนามนี้ผู้กระทำไม่จำเป็นต้องระบุตัวตน ตำแหน่ง และสถานที่ จึงทำให้ง่ายต่อการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม (Diener, 1979)

ดังนั้น จึงเป็นความท้าทายในการศึกษาหาสาเหตุพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กในบริบทของประเทศไทย เพื่อสามารถหาวิธีการในการแก้ไขและป้องกันได้อย่างตรงจุด งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา อิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก โดยมีการรับรู้ความนิรนาม และการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ขันทางลบและพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก โดยมีการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก โดยมีการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ
4. เพื่อเสนอแนวทางในการหาทางแก้ไขและป้องกันพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก

สมมติฐาน

1. อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับ
2. อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับ
3. อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ
4. อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ

3. อุปกรณ์และวิธีการ / วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคคลทั่วไปที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคคลทั่วไปที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน อายุระหว่าง 18-34 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมากที่สุด (We are social, 2018)



เกณฑ์การเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้อ้างอิงมาจาก Hair และคณะ (2010) ที่แนะนำให้งานวิจัยที่ต้องการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) มีขนาดของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 20 คนต่อ 1 ตัวแปรอิสระที่ต้องการศึกษา (Hair et al, 2010) ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของงานวิจัยนี้จึงเท่ากับ 180 คน แต่เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมในการศึกษาและป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ทั้งสิ้นอย่างน้อย 200 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมวิจัยและการรับรู้ความนิรนามในเฟซบุ๊ก ทั้งหมด 5 ข้อ ข้อคำถามการรับรู้ความนิรนามในเฟซบุ๊ก คือ “ในการใช้เฟซบุ๊ก ตัวตนของฉันเป็นที่รู้จักของคนอื่นมากน้อยเพียงใด”

ส่วนที่ 2 มาตรวัดอารมณ์ขันทางลบ ทั้งหมด 12 ข้อ แบ่งเป็นมาตรวัดอารมณ์ขันแบบก้าวร้าว 6 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม อาทิ “บางครั้งเมื่อฉันคิดถึงเรื่องตลก ฉันไม่สามารถยังตัวเองที่จะเล่าเรื่องตลกนั้น แม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่เหมาะสมก็ตาม” และมาตรวัดอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเอง 6 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม อาทิ “ฉันมักทำให้ตัวเองดูแย่ลง เพื่อเรียกเสียงหัวเราะจากครอบครัวเพื่อนและคนรอบข้าง”

ส่วนที่ 3 มาตรวัดการละเลยคุณธรรม ทั้งหมด 16 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม อาทิ “การเอาสิ่งของของคนอื่นไปโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นเรื่องที่ทำได้ トラบไตที่เป็นแค่การขี้มเท่านั้น” และ “หากผู้อื่นสามารถบิดเบือนข้อมูลของตนเองได้ คุณก็สามารถบิดเบือนได้เช่นกัน”

ส่วนที่ 4 มาตรวัดพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก ทั้งหมด 9 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม อาทิ “ฉันแสร้งและแสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กอย่างสนุกสนานกับภาพหรือคลิปที่มีความรุนแรง หรือคลิปล้อเลียนผู้อื่นโดยไม่ทันคิด”

3.3 การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

การตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัด เนื่องจากมาตรต้นฉบับเป็นภาษาอังกฤษและยังไม่มีการทำฉบับภาษาไทย ผู้วิจัยจึงพัฒนาโดยการนำมาตรมาถอดความเป็นภาษาไทย และตรวจสอบความถูกต้องของการแปลความ และความเหมาะสมของภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 จากนั้นนำมาตรที่แปลแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางภาษาคคนที่ 2 แปลกลับเป็นภาษาอังกฤษอีกครั้ง แล้วนำมาตรต้นฉบับและมาตรที่แปลกลับ มาเปรียบเทียบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางภาษาคคนที่ 3 ตรวจสอบความถูกต้องว่ามาตรภาษาไทยนั้นมีความหมายสอดคล้องกับมาตรต้นแบบหรือไม่ (Translation and back translation method) หลังจากปรับแก้ไขข้อความแล้วนำมาตรไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 77 คน เพื่อนำข้อมูลไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดพบว่า เมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้อกระทงอื่นๆ ทั้งหมดในมาตรวัด (Corrected Item-Total Correlation – CITC) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ในช่วง .749 - .819 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ .70 ขึ้นไป (Cronbach, 1990) และ เมื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) โดยการเทียบกับมาตรอื่นที่เกี่ยวข้องพบว่า มีสหสัมพันธ์ตรงตามมาตรต้นฉบับทุกมาตรวัด

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) เนื่องจากพฤติกรรมกรรังแกบนเฟซบุ๊กเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์ จึงทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานจริง และใช้



ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่สามารถกระจายแบบสอบถามไปได้ในวงกว้าง โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องการเดินทางและค่าใช้จ่าย และจะทำให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook และ Line โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลผ่านทางโปรแกรมทางสถิติ SPSS โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติต่างๆ ดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.4.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

3.4.3 วิเคราะห์ความอิทธิพลกำกับของตัวแปรการละเลยคุณธรรมและการรับรู้ความนิรนาม โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้น (Hierarchical Regression Analysis)

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 209 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 76.08 มีอายุตั้งแต่ 18-34 ปี ($M = 23.61, SD = 5.37$) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.77 มีจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กมากกว่า 400 คน สำหรับเวลาที่ใช้ในการเข้าเฟซบุ๊กต่อวัน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 19.62 ใช้มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาเป็นเข้าใช้ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 18.66

4.2 จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตัวเอง ($r = .37, p = .00$) การละเลยคุณธรรม ($r = .36, p = .00$) และการรับรู้ความนิรนามมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก ($r = -.15, p = .02$) ตัวแปรที่ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อารมณ์ขันแบบก้าวร้าว ($r = .12, p = .08, n.s.$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในการวิจัย (N = 209)

ตัวแปร	M	SD	1	2	3	4	5
1. อารมณ์ขันแบบก้าวร้าว (AG)	2.03	0.60	1	-	-	-	-
2. อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเอง (SD)	2.38	0.76	.14*	1	-	-	-
3. การละเลยคุณธรรม (MD)	1.99	0.54	.26**	.29**	1	-	-
4. การรับรู้ความนิรนาม (AN)	4.98	2.01	.04	-.12	-.02	1	-
5. พฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก (FB)	1.93	0.40	.12	.37**	.36**	-.15*	1

* $p < .05$, ** $p < .01$, สองหาง

4.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบสถานะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และไม่พบสถานะร่วมเส้นตรงพหุ จึงสามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไปได้ ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นในการทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊ก (N=209)

ตัวแปร	B	SE	β	t	p
ขั้นที่ 1					
ค่าคงที่	2.012	.210		9.600	.000
เพศ	-.019	.061	-.020	-.311	.756
อายุ	-.013	.005	-.181	-2.544	.012
จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊ก	.033	.014	.156	2.380	.018
เวลาที่ใช้ในการเข้าเฟซบุ๊กต่อวัน	.030	.017	.127	1.813	.071
ขั้นที่ 2					
อารมณ์ขันแบบก้าวร้าว (AG)	.021	.026	.051	.799	.425
อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเอง (SD)	.143	.026	.357**	5.541	.000
ขั้นที่ 3					
การละเลยคุณธรรม (MD)	.084	.028	.210**	3.058	.003
การรับรู้ความนิรนาม (AN)	-.068	.026	-.170**	-2.634	.009
ขั้นที่ 4					
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ขันแบบก้าวร้าวและการละเลยคุณธรรม (AGxMD)	.051	.023	.164**	2.254	.025
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองและการละเลยคุณธรรม (SDxMD)	.005	.025	.014	.211	.833
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ขันแบบก้าวร้าวและการรับรู้ความนิรนาม (AGxAN)	.073	.024	.194**	3.106	.002
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองและการรับรู้ความนิรนาม (SDxAN)	-.052	.025	-.132**	-2.117	.036

* p<.05, ** p<.01, สองหาง

การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นที่หนึ่งมีตัวแปรเพศ อายุ จำนวนเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และเวลาที่ใช้ในการเข้าเฟซบุ๊กต่อวัน สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้ 6.5% ($R^2=.065$, $F=2.538$)

การวิเคราะห์ขั้นที่สอง เมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรขั้นที่หนึ่ง พบว่า อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้น 13.2% ($\Delta R^2=.132$, $F=16.582$)

การวิเคราะห์ขั้นที่สาม เมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรขั้นที่หนึ่งและขั้นที่สอง พบว่า การละเลยคุณธรรมและการรับรู้ความนิรนามสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้น 6.4% ($\Delta R^2=.064$, $F=8.620$)

การวิเคราะห์ขั้นที่สี่ เมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรขั้นที่หนึ่งถึงขั้นที่สาม พบว่า อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองที่มีการละเลยคุณธรรมและการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับสามารถอธิบายความ



แปรปรวนของพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้น 6.8% ($\Delta R^2=.068, F=4.965$) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้ 32.92 %

ในการวิเคราะห์การทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กตามสมมติฐาน ได้ผลดังนี้

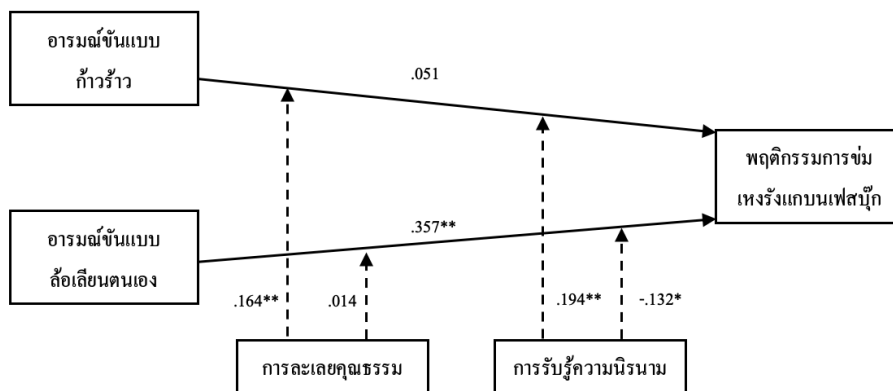
สมมติฐานข้อที่หนึ่ง คือ อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวสามารถทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับ พบว่าการละเลยคุณธรรมมีอิทธิพลกำกับอารมณ์ขันแบบก้าวร้าวต่อพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .164, p = .02$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่หนึ่ง

สมมติฐานข้อที่สอง คือ อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับ พบว่าการละเลยคุณธรรมไม่มีอิทธิพลกำกับอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองต่อพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .014, p = .83, n.s.$) ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่สอง

สมมติฐานข้อที่สาม คือ อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวสามารถทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ พบว่าการรับรู้ความนิรนามมีอิทธิพลกำกับอารมณ์ขันแบบก้าวร้าวต่อพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .194, p = .00$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่สาม

สมมติฐานข้อที่สี่ คือ อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กได้ โดยมีการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ พบว่าการรับรู้ความนิรนามมีอิทธิพลกำกับทางลบที่ส่งผลต่ออารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองต่อพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = -.132, p = .03$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่สี่

จึงสามารถสรุปได้ว่า อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวสามารถทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กโดยมีการละเลยคุณธรรมเป็นตัวแปรกำกับได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และอารมณ์ขันแบบก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการชมแข่งรถแกบนเฟซบุ๊กโดยมีการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่ในทิศทางที่ต่างกัน



รูปที่ 1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดในงานวิจัย (* $p < .05$, ** $p < .01$)



5. การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มุ่งหาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กในบริบทของประเทศไทย โดยผู้วิจัยสนใจนำตัวแปรอารมณ์ขันทางลบมาเป็นตัวแปรต้นในการทำนาย และนำตัวแปรการละเลยคุณธรรม และการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ อารมณ์ขันทางลบซึ่งประกอบไปด้วย อารมณ์ขันแบบก้าวร้าว (Aggressive humor style) และอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเอง (Self-defeating humor style) ได้ผลการวิจัยดังนี้

บุคคลที่มีอารมณ์ขันแบบก้าวร้าว คือ บุคคลมีแนวโน้มจะใช้อารมณ์ขันในการกระทบ ประชดประชัน การหัวเราะเยาะผู้อื่น เป็นการใช้อารมณ์ขันเพื่อทำร้ายบุคคลอื่นทั้งโดยตั้งใจ และไม่ตั้งใจ เช่น การนำจุดด้อยของบุคคลอื่นมาเป็นเรื่องตลก (Kuiper et al., 2016) โดยจากผลการวิจัยพบว่า อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวเพียงตัวเดียวไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ แต่จะสามารถทำนายได้อย่างมีนัยสำคัญก็ต่อเมื่อได้รับอิทธิพลกำกับของการละเลยคุณธรรมหรือการรับรู้ความนิรนามร่วมด้วย

บุคคลที่มีอารมณ์ขันแบบล้อเลียนตัวเอง คือ บุคคลที่มีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันในการพูดสับประมาทตนเอง ในทางลบ การใช้อารมณ์ขันนี้เป็นกลไกการปรับตัวในเชิงหลีกเลี่ยงปัญหา (น. 8) โดยจากผลการวิจัยพบว่า อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ส่งผลตรงกันข้ามเมื่อมีอิทธิพลกำกับของการรับรู้ความนิรนามร่วมด้วย ส่วนอิทธิพลกำกับของการละเลยคุณธรรมไม่ได้ช่วยให้อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ดีขึ้น

จากงานวิจัยนี้ พบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า อิทธิพลของการรับรู้ความนิรนามที่มีต่อการข่มเหงรังแกบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) นั้นแตกต่างกับการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก (Facebook Bullying) เนื่องจากเฟซบุ๊กมีการร้องขอให้ใช้ชื่อและนามสกุลจริงในการสมัครเข้าใช้งาน (Facebook.com, 2019) ในขณะที่การใช้งานผ่านโลกไซเบอร์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบส่งข้อความทันที (Instant Messaging) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) การส่งข้อความผ่านทางโทรศัพท์ (SMS) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ห้องสนทนา (Chat room) บล็อก (Blog) และ เกมออนไลน์ (Internet Gaming) (พิมพ์พลอย รุ่งแสง, 2561) ไม่จำเป็นว่าผู้ใช้จะต้องลงทะเบียนด้วยชื่อและนามสกุลจริงเพื่อยืนยันตัวตน จึงทำให้การรับรู้ความนิรนามมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนโลกไซเบอร์ได้มากกว่าบนเฟซบุ๊ก

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือควรเพิ่มความตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการข่มเหงรังแกบนโลกไซเบอร์มากขึ้น โดยเฉพาะในเยาวชน เนื่องจากในปัจจุบันมีตัวอย่างที่พบได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นในศิลปินดาราร หรือในบุคคลทั่วไปเป็นแบบอย่างให้เยาวชนทำตามได้โดยง่าย โดยชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบ การละเลยคุณธรรม และการรับรู้ความนิรนาม ที่เป็นหนึ่งอิทธิพลที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กมากขึ้น

6. บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ขันทางลบและพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก โดยมีการละเลยคุณธรรมและการรับรู้ความนิรนามเป็นตัวแปรกำกับ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือบุคคลทั่วไปที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน อายุระหว่าง 18-34 ปี จำนวน 209 คน และเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey)



ผลการวิจัยพบว่า 1) อิทธิพลของอารมณ์ขันทางลบ การละเลยคุณธรรม การรับรู้ความนิรนาม ร่วมกันทำนายความแปรปรวนของพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ 32.92% 2) อารมณ์ขันแบบก้าวร้าวเพียงตัวเดียวไม่สามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ แต่จะสามารถทำนายได้อย่างมีนัยสำคัญก็ต่อเมื่อได้รับอิทธิพลกำกับของการละเลยคุณธรรมและการรับรู้ความนิรนามร่วมด้วย 3) อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองสามารถทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ส่งผลตรงกันข้ามเมื่อมีอิทธิพลกำกับของการรับรู้ความนิรนามมาร่วมด้วย ส่วนอิทธิพลกำกับของการละเลยคุณธรรมไม่ได้ช่วยให้อารมณ์ขันแบบล้อเลียนตนเองทำนายพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กได้ดีขึ้น 4) การรับรู้ความนิรนามมีความสัมพันธ์ทางลบต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงจากงานวิจัยพบว่า 1) ข้อคำถามในมาตรวัดการละเลยคุณธรรม (เช่น เราไม่ควรถูกตำหนิต่อการกระทำที่ไม่เหมาะสม ถ้าทำเพราะถูกกดดันจากเพื่อน) หากเปลี่ยนให้อยู่ในบริบทสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กอาจทำให้ผลชัดเจนขึ้น 2) ขยายช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้นเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กที่ต่างกัน ไป

ดังนั้นข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป คือ 1) ปรับปรุงมาตรวัดการละเลยคุณธรรมให้อยู่ในบริบทที่เกิดขึ้นบนสังคมออนไลน์มากขึ้นเพื่อดูอิทธิพลที่อาจจะส่งผลมากขึ้น 2) ศึกษาลึกลงไปถึงแต่ละองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรการละเลยคุณธรรมประกอบไปด้วย 8 กลไก และการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กประกอบไปด้วย 9 ประเภท เพื่อหาว่าอิทธิพลใดที่ส่งผลต่อแต่ละรูปแบบของพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊ก 3) ศึกษาองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการข่มเหงรังแกบนเฟซบุ๊กมากขึ้นเพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและหาทางแก้ไขได้อย่างถูกต้องตรงจุดมากขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.หยกฟ้า อิศรานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ พร้อมทั้งให้แนวคิดเป็นแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้กำลังใจ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

- ณัฐรัชต์ สามะ. (2557). การรับรู้ของเยาวชนต่อการรังแกในพื้นที่ไซเบอร์. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 6(1).
นภาพรณ อาษาเพชร. (2560). การรังแกผ่านโลกไซเบอร์ความรุนแรงที่ต้องแก้ไขและนวัตกรรมการจัดการปัญหา
Cyberbullying: Aggressive Misbehavior and Innovation for solution. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(1), 100-106.
ปาจรีย์ ไตรสุวรรณ. การขจัดตัวตนบนโลกออนไลน์. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา
<https://cujrnewmedia.wordpress.com/2012/01/14/711/> [9 พฤศจิกายน 2561].



- พิมพ์พลอย รุ่งแสง. (2561). ผลของกลุ่มการปรึกษาเชิงจิตวิทยาต่อการเห็นคุณค่าในตนเองของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ถูกข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณศึกษิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์, ศิวพร ปกป้อง, นันทนัช สงศิริ, และ ปองกมล สุรัตน์. (2552). พฤติกรรมการข่มเหงรังแกผ่านโลกไซเบอร์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. ปัญญาสมาพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย.
- Barchia, Kirstin, & Bussey, Kay. (2011). Individual and collective social cognitive influences on peer aggression: Exploring the contribution of aggression efficacy, moral disengagement, and collective efficacy. *Aggressive behavior*, 37(2), 107-120.
- Bandura, Albert, Barbaranelli, Claudio, Caprara, Gian Vittorio, & Pastorelli, Concetta. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364.
- Diener, Ed. (1979). Deindividuation, self-awareness, and disinhibition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(7), 1160.
- Facebook.com. (2019). *What names are allowed on Facebook?* | *Facebook Help Centre* | *Facebook*. [online] Available at: <https://www.facebook.com/help/112146705538576> [2019, February 9].
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Kuiper, Nicholas, Kirsh, Gillian, & Maiolino, Nadia. (2016). Identity and Intimacy Development, Humor Styles, and Psychological Well-Being. *Identity*, 16(2), 115-125.
- Martin, R. A. (2010). *The psychology of humor: An integrative approach*. Elsevier.
- Smith, Peter K, Mahdavi, Jess, Carvalho, Manuel, & Tippett, Neil. (2006). An investigation into cyberbullying, its forms, awareness and impact, and the relationship between age and gender in cyberbullying. *Research Brief No. RBX03-06*. London: DfES.
- We are Social. *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. [online]. Available from <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> [2018, July 11].