

# การวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ต

## ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ

### An Analysis of Research Articles on Sociology of the Internet in an International Academic Journal

ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ\*

*Thuntuch Viphatphumiprathes\**

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

Faculty of Science and Technology, Pathumwan Institute of Technology, Bangkok 10330, Thailand

\*Corresponding author: E-mail: thuntuch18@gmail.com

(Received: July 27, 2021; Accepted: September 16, 2021)

**Abstract:** This document research aimed to analyze the research methodology and content in the research articles on sociology of the internet in an international academic journal. The data were purposively collected from 74 research articles published in Internet Research, Vol.30 No.1-6, 2020, and were analyzed by using descriptive statistics and content analysis. The findings revealed that 1) most of the research articles were quantitative research which was survey research (64.9%), collected data from more than 500 samples (28.4%), and analyzed the main research data by using inferential statistics (78.4%), and structural equation modeling (53.8%). In addition, 2) most of the research articles were about internet and organizations or economic institutions (47.3%), internet and time use, community, and social capital (43.2%), internet and cultural participation or cultural diversity (6.8%), and internet and political participation (2.7%) respectively. Each issue has presented new research findings and state-of-the-art methodologies which can be applied to research and work in Thai social context and community.

**Keywords:** Research articles, sociology of the internet, international academic journal

**บทคัดย่อ:** งานวิจัยเชิงเอกสารนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตในวารสารวิชาการระดับนานาชาติในด้านระเบียบวิธีวิจัยและด้านเนื้อหา โดยเก็บข้อมูลอย่างเจาะจงจากบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร Internet Research ปีที่ 30 ฉบับที่ 1-6 (ปี ค.ศ. 2020) จำนวน 74 บทความ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) บทความวิจัยส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (ร้อยละ 64.9) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 500 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.4) วิเคราะห์ข้อมูลหลักของงานวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (ร้อยละ 78.4) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (ร้อยละ 53.8) และ 2) บทความวิจัยส่วนใหญ่มีประเด็นศึกษาในด้านอินเทอร์เน็ตและองค์กร/สถาบันทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ 47.3) รองลงมา คือ ด้านอินเทอร์เน็ตและการใช้เวลา ชุมชน และทุนทางสังคม (ร้อยละ 43.2) ด้านอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 6.8) และด้านอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมทางการเมือง (ร้อยละ 2.7) โดยในแต่ละด้านมีการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งนักวิชาการสามารถนำข้อค้นพบไปศึกษาวิจัยต่อยอดหรือประยุกต์ใช้ได้ในปีบริบทสังคมและชุมชนไทย

**คำสำคัญ:** บทความวิจัย สังคมวิทยาอินเทอร์เน็ต วารสารวิชาการระดับนานาชาติ

## คำนำ

สังคมวิทยา (sociology) เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้าง หรือแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลหรือกลุ่ม การสร้างจิตสำนึกร่วม (collective representations) ซึ่งได้รับมาจากการขัดเกลาทางสังคม และการกระทำทางสังคมหรือปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มีความหมาย สังคมวิทยาศึกษาในประเด็นที่หลากหลายและหลายระดับตั้งแต่ระดับวิถีชีวิต ชุมชน และโลก ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และการศึกษาจากเอกสาร หรือกล่าวได้ว่า สังคมวิทยาเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคม ความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งเป็นศาสตร์พื้นฐานที่นำไปประยุกต์ใช้ในศาสตร์สาขาอื่นๆ ในสังคมศาสตร์ได้ เช่น รัฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และจิตวิทยา (Chantavanich, 2019)

ปัจจุบันมีปรากฏการณ์ทางสังคมเกิดขึ้นใหม่ซึ่งประเด็นหนึ่งที่นักสังคมวิทยาให้ความสนใจในขณะนี้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้เกิดแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ต (sociology of the internet) (Lupton, 2013; Viphatphumiprathes, 2019) ถือเป็นอนุสาขาหนึ่งในสังคมวิทยาที่มุ่งศึกษาบทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเป็นตัวอำนวยความสะดวกในด้านการปฏิสัมพันธ์ และผลกระทบของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อชีวิตทางสังคม ซึ่งรวมไปถึงการตั้งคำถามเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารออนไลน์/สื่อสังคมออนไลน์ และการพาณิชย์ ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวได้มีการเสนอกรอบแนวทางในการศึกษาวิจัยอินเทอร์เน็ต เป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความไม่เท่าเทียมกัน ด้านการใช้เวลา ชุมชน และทุนทางสังคม ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง ด้านองค์กร/สถาบันทางเศรษฐกิจ และด้านการมีส่วนร่วมทาง

วัฒนธรรม/ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (DiMaggio *et al.*, 2001) นอกจากนี้ ปัจจุบันได้มีแนวคิดสังคมวิทยาดิจิทัล (digital sociology) ซึ่งศึกษาทั้งอินเทอร์เน็ตและการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อผู้คนในชีวิตประจำวัน (Fussey and Roth, 2020; Lupton, 2013; Viphatphumiprathes, 2019) อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ผ่านมาในบริบทสังคม/ชุมชนไทยนั้นเป็นการศึกษาของแต่ละศาสตร์ เช่น นิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการตลาด ซึ่งยังขาดการเชื่อมโยงกับแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตและสังคมวิทยาดิจิทัล นอกจากนี้ การศึกษาในบริบทสังคม/ชุมชนไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรม/ปรากฏการณ์รวมถึงผลกระทบการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจยังไม่ครอบคลุมตามแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตและสถานการณ์ปัจจุบันซึ่งมีสื่อดิจิทัลที่หลากหลายมากขึ้น (Viphatphumiprathes, 2019)

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติในปัจจุบันในด้านระเบียบวิธีวิจัยและเนื้อหา ซึ่งการวิจัยเชิงเอกสารในครั้งนี้ได้ศึกษาจากบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร Internet Research เนื่องจากเป็นวารสารวิชาการระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus กลุ่ม Q1 ของกลุ่มสังคมศาสตร์สาขาวิชาสังคมวิทยาและรัฐศาสตร์ นอกจากนี้ วารสารยังมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาท/อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อวิถีชีวิต รวมถึงการทำความเข้าใจในประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ องค์กร/การจัดการ และการเมืองที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ การวิจัยในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่แวดวงวิชาการ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สังคมและชุมชนในไทย ในการนำผลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ต่อยอดหรือศึกษาเปรียบเทียบกับบริบทนานาชาติในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตต่อไป

## อุปกรณ์และวิธีการ

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) ที่เน้นศึกษาบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร Internet Research โดยวิเคราะห์ในด้านระเบียบวิธีวิจัยและด้านเนื้อหา ซึ่งมีกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม-เดือนกรกฎาคม 2564

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกแหล่งข้อมูล (บทความวิจัย) ที่มีคุณภาพเพื่อนำมาใช้เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงเอกสารครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกแหล่งข้อมูลตามหลักการวิจัยเชิงเอกสารทางสังคมศาสตร์ (Ahmed, 2010) ซึ่งประกอบด้วย 4 เกณฑ์ ได้แก่

1) ความถูกต้อง (authenticity) คือ บทความวิจัยที่นำมาศึกษาต้องมีความถูกต้อง มีหลักฐานชัดเจน/มีการแสดงที่มา และมีความถูกต้องในการวิเคราะห์

2) ความน่าเชื่อถือ (credibility) คือ บทความวิจัยที่นำมาศึกษาต้องปราศจากข้อผิดพลาด และการบิดเบือนข้อมูล และมีความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา

3) การเป็นตัวแทนที่ดี (representativeness) คือ เป็นการเลือกบทความวิจัยที่เป็นตัวแทนที่ดีในการศึกษา ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนบทความวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

4) การให้ความหมาย (meaning) คือ เป็นบทความวิจัยที่ให้ข้อมูลชัดเจน เข้าใจง่าย และมีเนื้อหาที่ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

จากเกณฑ์ข้างต้น ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร Internet Research ซึ่งอยู่ในฐานข้อมูล Scopus โดยตีพิมพ์ระหว่างปี 1 (ปี ค.ศ. 1991) ถึงปี 31 (ปี ค.ศ. 2021) โดยมีจำนวนบทความทั้งสิ้น 1,180 บทความ ทั้งนี้วารสารวิชาการดังกล่าวอยู่ในฐานข้อมูล Scopus ในกลุ่ม Q1 ของกลุ่มสังคมศาสตร์ (social sciences)

ทางสาขาวิชาสังคมวิทยาและรัฐศาสตร์ (sociology and political science) โดยมี CiteScore ปี ค.ศ. 2020 มีค่าที่ 8.5 และมีค่า impact factor ปี ค.ศ. 2020 ที่ 6.773 (Emerald Publishing, 2021) และเป็นวารสารที่มีวัดถูประสงค์/ขอบเขต สอดคล้องกับงานวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง คือ บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสาร Internet Research ปีที่ 30 ฉบับที่ 1-6 (ปี ค.ศ. 2020) เนื่องจากเป็นบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในปีล่าสุดและมีขอบเขต/ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตั้งศึกษา ซึ่งเลือกมาได้ จำนวน 74 บทความ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกบทความในวารสารดังกล่าว ดังนี้ ประการแรก ต้องเป็นบทความวิจัย ไม่ใช่บทความวิชาการ และประเด็นที่สอง คือ เป็นบทความวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสังคมวิทยาและศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางสังคมศาสตร์ เช่น จิตวิทยา นิเทศศาสตร์ รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดเนื่องจากมีการกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ.2020 เท่านั้น

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องได้แก่ เอกสารของ Berpan (2016), DiMaggio *et al.* (2001), Klayklongjit and Vanicharoenchai (2021), Viphatphumiprathes (2015) และ Viphatphumiprathes (2020) เพื่อสร้างแบบสำรวจที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ โดยแบบสำรวจดังกล่าวประกอบด้วยด้านระเบียบวิธีวิจัย และด้านเนื้อหา ซึ่งได้นำแบบสำรวจให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.66-1.00

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงเอกสารในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์บทความวิจัยในด้านระเบียบวิธีวิจัยและประเด็นที่ตั้งศึกษา นอกจากนี้ ได้นำการ

วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) มาใช้วิเคราะห์ในด้านประเด็นที่ศึกษา ซึ่งมีแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาแบบแผนจากประเด็นต่างๆ ของข้อมูลเพื่อสร้างเป็นข้อสรุป

### ผลการศึกษา

#### 1. ผลการวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตในวารสารวิชาการระดับนานาชาติด้านระเบียบวิธีวิจัย

จากการวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

ระดับนานาชาติ ในด้านระเบียบวิธีวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (ร้อยละ 64.9) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 500 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.4) มีการวิเคราะห์ข้อมูลหลักของงานวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (ร้อยละ 78.4) และใช้สถิติประเภทการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) (ร้อยละ 53.8) ดังรายละเอียดใน Table 1

**Table 1.** Analysis of research articles on sociology of the internet in terms of research methodology

Research methodology	Number	Percentage
<b>Research design (n = 74)</b>		
Quantitative research		
- Survey	48	64.9
- Experiment	10	13.5
Qualitative research	9	12.2
Mixed methodology	7	9.4
<b>Sample size (n = 74)</b>		
≤ 100	10	13.5
101-200	5	6.7
201-300	15	20.3
301-400	14	18.9
401-500	9	12.2
> 500	21	28.4
<b>Data analysis (n = 74)</b>		
Inferential statistics	58	78.4
Content analysis	9	12.2
Inferential statistics and content analysis	7	9.4
<b>Types of inferential statistics (n = 65)</b>		
Testing for mean and variance differences (t-test, Mann-Whitney U test, ANOVA, MANOVA)	12	18.5
Multiple regression analysis	12	18.5
Factor analysis	6	9.2
Structural equation modeling	35	53.8

## 2. ผลการวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตในวารสารวิชาการระดับนานาชาติด้านเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตในวารสารวิชาการระดับนานาชาติส่วนใหญ่มีประเด็นศึกษาในด้านอินเทอร์เน็ตและองค์การ/สถาบันทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ 47.3)

รองลงมา คือ ด้านการใช้เวลา ชุมชน และทุนทางสังคม (ร้อยละ 43.2) ด้านการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 6.8) และด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง (ร้อยละ 2.7) อย่างไรก็ตาม ไม่พบว่า มีประเด็นศึกษาเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกัน ดัง Table 2

**Table 2.** Analysis of research articles on sociology of the internet in terms of contents

Contents	Number	Percentage
1. Internet and time use, community, and social capital	32	43.2
2. Internet and cultural participation or cultural diversity	5	6.8
3. Internet and organizations or economic institutions	35	47.3
4. Internet and political participation	2	2.7
5. Internet and inequality	0	0

จากการศึกษาเนื้อหาของบทความวิจัยในแต่ละประเด็น พบว่า บริบทที่ศึกษานั้นมีความหลากหลาย กล่าวคือ มีทั้งในสังคมของอเมริกา ยุโรป และเอเชียโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ซึ่งผู้วิจัยขอนำเสนอในภาพรวมและยกตัวอย่างประกอบในแต่ละประเด็นที่ศึกษา ดังนี้

1. ด้านอินเทอร์เน็ตและการใช้เวลา ชุมชน และทุนทางสังคม บทความวิจัยในด้านนี้ได้นำเสนอองค์ความรู้ใน 3 ประเด็นหลักๆ ได้แก่

1.1) การใช้เวลาทำงานของพนักงานในการแอบใช้อินเทอร์เน็ตในเรื่องส่วนตัวที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องงาน หรือ “cyberloafing/cyberstlacking” ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การส่งข้อความ การอ่านข่าว การดูรูปโป๊ การซื้อของออนไลน์ ได้แก่ บทความของ Agarwal and Avey (2020), Jiang *et al.* (2020), Lee (2020), Nivedhitha and Sheik Manzoor (2020) และ Zhang *et al.* (2020) โดยเป็นการวิจัยเชิงทดลองและการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตของพนักงานในองค์การในแง่ของความพึงพอใจต่อนโยบาย/แรงจูงใจในการทำงาน/ความผูกพันต่อ

องค์การ การสร้างโมเดลพฤติกรรม Cyberloafing ของพนักงาน การสำรวจการนำ enterprise social media ซึ่งเป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่คล้ายสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในที่ทำงาน เพื่อเป็นเครื่องมือในการลดพฤติกรรม Cyberloafing และการสำรวจเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพนักงานโดยเชื่อมโยงกับปัจจัยแรงจูงใจทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระหว่างบุคคล และองค์การ

1.2) ด้านเกมออนไลน์ หรือ esports (electronic sports) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับการใช้เวลาเพื่อชมและเล่นเกมออนไลน์ หรือ esports ในปัจจุบัน ดังบทความของ Kordyaka *et al.* (2020), Liao *et al.* (2020), Sjoblom *et al.* (2020) และ Wang *et al.* (2020b) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการชมกีฬาประเภทดังกล่าวแบบออนไลน์และแบบเข้าร่วมชมในสถานที่แข่งขันจริง การศึกษาเกี่ยวกับแบบแผนการเลือก character ของตัวละครในเกมออนไลน์ เช่น League of Legends นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบทางลบ เช่น การขาดความยับยั้งชั่งใจและการมีอารมณ์เสีย

จากการเล่นเกมออนไลน์ รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวัง/ความจงรักภักดีของผู้เล่นในเกมออนไลน์

1.3) ด้านการหลีกเลี่ยงการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ดังบทความของ Dai *et al.* (2020) และ Vaghefi *et al.* (2020) โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาปัจจัย/กลไกที่ส่งผลกระทบต่อหลีกเลี่ยง หรือการตัดสินใจหยุดการเสพติดสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้ใช้

2. ด้านอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางวัฒนธรรม บทความวิจัยด้านนี้นำเสนอองค์ความรู้ใน 3 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่

2.1) ด้านการรับเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมจากสื่อออนไลน์ โดยเป็นบทความวิจัยเชิงสำรวจและเชิงทดลอง ดังบทความของ Bujic *et al.* (2020) และ Segijn *et al.* (2020) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter รวมถึงสื่อ VR (virtual reality) ซึ่งจัดเป็นด้าน “online” ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติและพฤติกรรม ซึ่งจัดเป็นด้าน “offline”

2.2) ด้านความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นบทความวิจัยเชิงสำรวจและทดลอง ได้แก่ บทความของ Hermann *et al.* (2020) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และเจตคติที่มีต่อความหลากหลายทางชาติพันธุ์ซึ่งเป็นผลมาจากการบ่มเพาะที่ได้รับจากการเล่น Facebook

2.3) ด้านการแสดงผลภาพลักษณ์ของตนเอง/การนำเสนอตนเอง (self-image/ self-presentation) ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นบทความวิจัยเชิงสำรวจ (Min *et al.*, 2020; Peng, 2020) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการแสดงผลภาพลักษณ์ของตนเอง/การนำเสนอตนเองในกระบวนการหาคู่ทางออนไลน์และในบริบททางของสังคมออนไลน์

3. ด้านอินเทอร์เน็ตและองค์การ/สถาบันทางเศรษฐกิจ บทความวิจัยด้านนี้มีการนำเสนอองค์ความรู้ใน 3 ประเด็น ได้แก่

3.1) ด้านการแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการผ่านวิธีการออนไลน์ (online reviews) หรือกล่าวได้ว่าเป็น การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (electronic word-of-mouth: eWOM) เป็นบทความวิจัยเชิงทดลองและสำรวจ รวมทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ บทความของ Liu *et al.* (2020), Rantanen *et al.* (2020), Wang *et al.* (2020a) และ Wang *et al.* (2020c) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อสร้างโมเดลด้านอารมณ์ในการรีวิวสินค้าทางออนไลน์ของลูกค้าและผลที่มีต่อการตัดสินใจในการซื้อหรือการซื้อซ้ำสินค้า รวมถึงการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ของลูกค้าที่มีต่อชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ของการให้บริการของบริษัท/ธนาคาร

3.2) ด้านการโฆษณา/การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ เป็นบทความวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ บทความของ Gu *et al.* (2020), Saleem and Iglesias (2020) และ Tafesse (2020) เกี่ยวกับการนำสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube และ Microblog มาใช้ในการสื่อสารข้อมูล/อารมณ์ทางการตลาด หรือเพื่อโฆษณาของบริษัท/องค์การ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาผลของการใช้สื่อดังกล่าวที่มีต่อความคิด/แรงจูงใจของลูกค้า/ผู้บริโภค

3.3) ด้านการยอมรับและพฤติกรรมของลูกค้าออนไลน์ เป็นบทความวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสมผสาน ได้แก่ บทความของ Chan *et al.* (2020), Kao *et al.* (2020), Lee *et al.* (2020), Leung *et al.* (2020), Mou *et al.* (2020), Seeber *et al.* (2020), Wang *et al.* (2020d) และ Yu *et al.* (2020) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับ/การตัดสินใจ และพฤติกรรมของลูกค้าในด้านเศรษฐกิจออนไลน์ เช่น พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้กู้เงินออนไลน์ การให้

ของขวัญผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ การยอมรับระบบ e-Banking ความเชื่อใจที่มีต่อการซื้อขายสินค้าทาง social commerce (การซื้อขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์) และพฤติกรรมการซื้อซ้ำใน e-Commerce (การซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์)

4. ด้านอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมทางการเมือง บทความวิจัยด้านนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจและเชิงผสมผสาน ได้แก่ บทความของ Wu *et al.* (2020) และ Xu *et al.* (2020) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแสดงความคิดเห็นและหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นออนไลน์ กล่าวคือ การแสดงความคิดเห็นสาธารณะเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยพิบัติเพื่อเป็นข้อเสนอแนะต่อรัฐบาล และการหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Twitter และ Facebook

### อภิปรายผล

ด้านสังคม จากการวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ ในด้านระเบียบวิธีวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 500 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานประเภท structural equation modeling ทั้งนี้เนื่องมาจากสังคมวิทยาเป็นศาสตร์ที่เน้นศึกษาและอธิบายสังคมในระดับภาพรวม อีกทั้งการที่เป็นบทความวิจัยซึ่งเน้นศึกษา/อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและอินเทอร์เน็ต จึงทำให้งานส่วนใหญ่เน้นการวิจัยเชิงสำรวจทางออนไลน์และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากเพื่อให้เป็นตัวแทนของประชากรในภาพรวม (Lupton, 2013; Viphatphumiprathes, 2019)

นอกจากนี้ การที่บทความวิจัยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 53.8) ใช้สถิติประเภท structural equation modeling (SEM) ในการวิเคราะห์ข้อมูล สะท้อนให้

เห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อที่จะทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป็นแนวคิดทฤษฎี วิธีการนี้ถือว่าเป็นวิธีที่มีศักยภาพที่จะช่วยให้เข้าใจความเป็นจริงในสังคมที่มีความซับซ้อนและช่วยอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างชัดเจน (Rahman *et al.*, 2015; Tarka, 2018) อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นว่า ยังมีช่องว่างขององค์ความรู้ในเชิงลึกซึ่งจะได้จากการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ด้านวิชาการ จากการวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ ในด้านเนื้อหา พบว่า มีการนำเสนอ “องค์ความรู้ใหม่/คุณค่าต่อแวดวงวิชาการ” (originality/value) ทั้งในบทความและในตัวบทความ โดยนำเสนอข้อค้นพบใหม่/โมเดลหรือทฤษฎี เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้หรือเพื่อนำไปศึกษาต่อยอด

จากการศึกษาเนื้อหาในบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ พบว่า เป็นบทความวิจัยที่มีการบูรณาการระหว่างสังคมวิทยาและศาสตร์ต่างๆ ทางสังคมศาสตร์ เช่น จิตวิทยา บริหารธุรกิจ/เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และรัฐศาสตร์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Chantavanich (2019) ที่อธิบายว่า สังคมวิทยาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ความรู้สึกและพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม ซึ่งสังคมวิทยาก็ถือว่าเป็นศาสตร์พื้นฐานที่ศาสตร์ต่าง ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เช่น รัฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และจิตวิทยา นอกจากนี้ จากการศึกษาดูกรอบแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตของ DiMaggio *et al.* (2001) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในด้านอินเทอร์เน็ตและองค์การ/สถาบันทางเศรษฐกิจ ซึ่งนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ เช่น การศึกษา online

reviews หรือ electronic word-of-mouth ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการซื้อหรือการซื้อซ้ำสินค้า รองลงมา คือ ด้านอินเทอร์เน็ตและการใช้เวลาชุมชน และทุนทางสังคม นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ เช่น การศึกษาเรื่อง cyberloafing หรือ พฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ตในเรื่องส่วนตัวในเวลาทำงานของพนักงาน (Agarwal and Avey, 2020; Jiang *et al.*, 2020; Lee, 2020; Nivedhitha and Sheik Manzoor, 2020; Zhang *et al.*, 2020) และ การศึกษาความคิด/ความรู้สึก/พฤติกรรมในการเล่นเกมนออนไลน์ หรือ esports (Kordyaka *et al.*, 2020; Liao *et al.*, 2020; Sjoblom *et al.*, 2020; Wang *et al.*, 2020b) สำหรับด้านอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางวัฒนธรรม นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ เช่น การศึกษาเรื่องการแสดงออกของ Self-Image ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Min *et al.*, 2020) และ ด้านอินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วมทางการเมือง นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ เช่น การหลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ใน Facebook และ Twitter (Wu *et al.*, 2020; Xu *et al.*, 2020) ในขณะที่ ไม่พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับด้านอินเทอร์เน็ตและความไม่เท่าเทียมกัน

องค์ความรู้ใหม่ที่นำเสนอในบทความวิจัยเหล่านี้ มีความสัมพันธ์กับบริบททางสังคมของพื้นที่ที่ศึกษาวิจัย กล่าวคือ ในสภาพสังคมของอเมริกา ยุโรป และเอเชียโดยเฉพาะจีนนั้น อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของประชาชนหลากหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา คนทำงาน และบริษัท/องค์กร ที่อยู่ในสถาบันสังคมต่าง ๆ หรือกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ต รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์/สื่อดิจิทัลในปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนในมิติต่างๆ เช่น การทำงาน ธุรกิจ/เศรษฐกิจ การใช้เวลาร่วมและสังคม/วัฒนธรรม (Viphatphumiprathes,

2016, 2019) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ต (sociology of the internet) หรือ สังคมวิทยาดิจิทัล (Digital Sociology) (DiMaggio *et al.*, 2001; Lupton, 2013; Viphatphumiprathes, 2019) ที่อธิบายว่า อินเทอร์เน็ต/สื่อดิจิทัลได้แทรกซึมเข้ามาในชีวิตประจำวันและส่งผลกระทบต่อความสัมพันธระหว่างคน และสถาบันทางสังคมต่าง ๆ เช่น สถาบันทางเศรษฐกิจ จึงทำให้มีการนำแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตประยุกต์เข้าใช้ในการวิจัยในสาขาต่าง ๆ ได้ อย่างไรก็ตามไม่พบว่ามีการวิจัยด้านอินเทอร์เน็ตและความไม่เท่าเทียมกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก ประชากรโลกในปัจจุบันสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก (Internet World Stats, 2021) เช่น ในทวีปอเมริกาเหนือมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตร้อยละ 93.9 ทวีปยุโรปมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตร้อยละ 88.2 และทวีปเอเชียมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตร้อยละ 63.8 ด้วยเหตุนี้ จึงอาจส่งผลให้ไม่พบการวิจัยในประเทศนี้ ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ ประกอบกับงานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดที่เลือกศึกษาบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2020 จึงอาจทำให้ไม่พบประเด็นเรื่องอินเทอร์เน็ตและความไม่เท่าเทียมกันในบริบทของต่างประเทศ

กล่าวโดยสรุป แม้ว่าที่ผ่านมามีงานวิจัยในไทยได้มีการศึกษาในประเทศเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต แต่พบว่ายังมีลักษณะเป็นการศึกษาที่แยกไปตามศาสตร์ต่างๆ และขาดการเชื่อมโยงกับแนวคิดสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ต รวมถึงสถานการณ์ในปัจจุบันได้มีสื่อดิจิทัลหลากหลายมากขึ้น (Viphatphumiprathes, 2019) งานวิจัยในครั้งนี้ได้ให้ภาพรวมของการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับสังคมและอินเทอร์เน็ตโดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตในบริบทสังคมของต่างประเทศ เช่น อเมริกา ยุโรป และเอเชีย เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันมีสถานะองค์ความรู้ไปใน

ทิศทางใด ซึ่งนักวิจัย/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยสามารถนำแนวคิดและประเด็นที่ได้จากการศึกษาบทความวิจัยในระดับนานาชาติครั้งนี้ มาใช้ศึกษาต่อยอดหรือเปรียบเทียบในบริบทสังคมและชุมชนไทยได้ เช่น ด้านอินเทอร์เน็ตและวัฒนธรรมของชุมชนออนไลน์ ด้านอินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการทำงาน รวมถึงด้านอินเทอร์เน็ตและความไม่เท่าเทียมกันของคนในชุมชนต่าง ๆ ของไทย

### สรุป

จากการวิเคราะห์บทความวิจัยด้านสังคมวิทยาอินเทอร์เน็ตที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติพบว่า ในด้านระเบียบวิธีวิจัยนั้นส่วนใหญ่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณที่เน้นการสำรวจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 500 คนขึ้นไป และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ SEM รวมถึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้องค์ความรู้ในเชิงลึก สำหรับด้านเนื้อหา ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในประเด็นด้านอินเทอร์เน็ตและองค์กร/สถาบันทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ บทความวิจัยทุกเรื่องได้มีการนำเสนอ “องค์ความรู้ใหม่/คุณค่าต่อแวดวงวิชาการ” (originality/value) ซึ่งอยู่ในบริบทของต่างประเทศ ทั้งนี้ นักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อค้นพบที่ได้จากอินเทอร์เน็ตและประเด็นในด้านต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตและความไม่เท่าเทียมกันในสังคมไทย ไปประยุกต์ต่อยอดท้าวิจัยหรือนำมาศึกษาเปรียบเทียบกับบริบทสังคม/ชุมชนไทยได้อย่างเหมาะสมต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

Agarwal, U.A. and J.B. Avey. 2020. Abusive supervisors and employees who cyberloaf: Examining the roles of psychological capital and contract breach. *Internet Research* 30(3): 789-809.

Ahmed, J.U. 2010. Documentary research method: new dimensions. *Indus Journal of Management & Social Sciences* 4(1): 1-14.

Berpan, C. 2016. Content analysis of business information behavior research during 2008-2012. *TLA Research Journal (Thai Library Association)* 9(1): 45-62. (in Thai)

Bujic, M., M. Salminen, J. Macey and J. Hamari. 2020. “Empathy machine”: How virtual reality affects human rights attitudes. *Internet Research* 30(5): 1407-1425.

Chan, C. K., Y. Fang, and H. Li. 2020. Relative advantage of interactive electronic banking adoption by premium customers: The moderating role of social capital. *Internet Research* 30(2): 357-379.

Chantavanich, S. 2019. *Sociological theory*. Chulalongkorn University Press, Bangkok. 337 p. (in Thai)

Dai, B., A. Ali and H. Wang. 2020. Exploring information avoidance intention of social media users: a cognition-affect-conation perspective. *Internet Research* 30(5): 1455-1478.

DiMaggio, P., E. Hargittai, W.R. Neuman and J.P. Robinson. 2001. Social implications of the internet. *Annual Review of Sociology* 27(1): 307-336.

Emerald Publishing. 2021. *Internet research: About the Journal*. (Online). Available: [https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/intr?\\_ga=2.128550280.508907663.1624715693.1449266740.1619181425#indexing-and-rankings](https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/intr?_ga=2.128550280.508907663.1624715693.1449266740.1619181425#indexing-and-rankings). (May 5, 2021).

- Fussey, P. and S. Roth. 2020. Digitizing sociology: continuity and change in the internet era. *Sociology* 54(4): 569-674.
- Gu, C., Y.C. Xu and M. Yao. 2020. Effect of appeal orientation in sponsored ad forwarding on a microblog platform. *Internet Research* 30(6): 1835-1856.
- Hermann, E., M. Eisend and T. Bayon. 2020. Facebook and the cultivation of ethnic diversity perceptions and attitudes. *Internet Research* 30(4): 1123-1141.
- Internet World Stats. 2021. World internet usage and population statistics 2021 year-q1 estimates. (Online). Available: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (June 29, 2021).
- Jiang, H., A. Tsohou, M. Siponen and Y. Li. 2020. Examining the side effects of organizational internet monitoring on employees. *Internet Research* 30(6): 1613-1630.
- Kao, K.C., S.R. Hill and I. Troshani. 2020. Effects of cue congruence and perceived cue authenticity in online group buying. *Internet Research* 30(3): 945-970.
- Klayklongjit, S. and V. Vanicharoenchai. 2021. Analysis of research publications of Faculty of Nursing, Mahidol University. *Interdisciplinary Studies Journal* 21(1): 166-180. (in Thai)
- Kordyaka, B., K. Jahn and B. Niehaves. 2020. Towards a unified theory of toxic behavior in video games. *Internet Research* 30(4): 1081-1102.
- Lee, S. H., S.J. Choi and H.W. Kim. 2020. What makes people send gifts via social network services? a mixed methods approach. *Internet Research* 30(1): 315-334.
- Lee, Y. 2020. Motivations of employees' communicative behaviors on social media: Individual, interpersonal, and organizational factors. *Internet Research* 30(3): 971-994.
- Leung, W.K.S., S. Shi and W.S. Chow. 2020. Impacts of user interactions on trust development in C2C social commerce: The central role of reciprocity. *Internet Research* 30(1): 335-356.
- Liao, G.Y., T.L. Huang, T.C.E. Cheng and C.I. Teng. 2020. Why future friend's matter: impact of expectancy of relational growth on online gamer loyalty. *Internet Research* 30(5): 1479-1501.
- Liu, H., C. Jayawardhena, V.S. Osburg and M.M. Babu. 2020. Do online reviews still matter post-purchase? *Internet Research* 30(1): 109-139.
- Lupton, D. 2013. Introducing digital sociology. (Online). Available: [https://www.researchgate.net/publication/248381396\\_Introducing\\_digital\\_sociology](https://www.researchgate.net/publication/248381396_Introducing_digital_sociology) (March 2, 2021).
- Min, J., Y. Yoo, H. Hah and H. Lee. 2020. Social Network Technology (SNT) as a tool and social actor: from self-verification to SNT use. *Internet Research* 30(5): 1329-1351.

- Mou, J., J. Cohen, Y. Dou and B. Zhang. 2020. International buyers' repurchase intentions in a Chinese cross-border e-commerce platform: A valence framework perspective. *Internet Research* 30(2): 403-437.
- Nivedhitha, K.S. and A.K. Sheik Manzoor. 2020. Get employees talking through enterprise social media! reduce cyberslacking: a moderated mediation model. *Internet Research* 30(4): 1167-1202.
- Peng, K. 2020. To Be Attractive or to Be Authentic? How two competing motivations influences self-presentation in online dating. *Internet Research* 30(4): 1143-1165.
- Rahman, W., F.A. Shah and A. Rasli. 2015. Use of structural equation modeling in social science research. *Asian Social Science* 11(4): 371-377.
- Rantanen, A., J. Salminen, F. Ginter and B.J. Jansen. 2020. Classifying online corporate reputation with machine learning: a study in the banking domain. *Internet Research* 30(1): 45-66.
- Saleem, F. Z. and O. Iglesias. 2020. Exploring the motivation of affect management in fostering social media engagement and related insights for branding. *Internet Research* 30(1): 67-83.
- Seeber, I., L. Waizenegger, S. Seidel, S. Morana, I. Benbasat and P.B. Lowry. 2020. Collaborating with technology-based autonomous agents: Issues and research opportunities. *Internet Research* 30(1): 1-18.
- Segijn, C.M., E. Maslowska, T. Araujo and V. Viswanathan. 2020. Engaging with TV events in Twitter: The interrelations between TV consumption, engagement actors, and engagement content. *Internet Research* 30(2): 381-401.
- Sjoblom, M., J. Macey and J. Hamari. 2020. Digital athletics in analogue stadiums comparing gratifications for engagement between live attendance and online esports spectating. *Internet Research* 30(3): 713-735.
- Tafesse, W. 2020. YouTube marketing: How marketers' video optimization practices influence video views. *Internet Research* 30(6): 1689-1707.
- Tarka, P. 2018. An overview of structural equation modeling: its beginnings, historical development, usefulness and controversies in the social sciences. *Quality & Quantity* 52: 313-354.
- Vaghefi, I., H. Qahri-Saremi and O. Turel. 2020. Dealing with Social Networking Site Addiction: A cognitive-affective model of discontinuance decisions. *Internet Research* 30(5): 1427-1453.
- Viphatphumiprathes, T. 2015. Research ethics in social sciences. *Journal of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University* 34(6): 52-59. (in Thai)
- Viphatphumiprathes, T. 2016. In-class smartphone usage behaviors among Dhurakij Pundit University students. *Suthiparithat Journal* 30(95): 48-58. (in Thai)

- Viphatphumiprathes, T. 2019. Digital sociology: Concept and application. *Suratthani Rajabhat Journal* 6(1): 43-55. (in Thai)
- Viphatphumiprathes, T. 2020. Ethical issues in qualitative research. *Interdisciplinary Sripatum Chonburi Journal* 6(1): 1-11. (in Thai)
- Wang, P., H. Li and Y. Liu. 2020a. Disentangling the factors driving electronic word-of-mouth use through a configurational approach. *Internet Research* 30(3): 925-943.
- Wang, Q., Y. Yang, Z. Li, N. Liu and X. Zhang. 2020b. Research on the influences of balance patch on players' character preference. *Internet Research* 30(3): 995-1018.
- Wang, X., J. Guo, Y. Wu and N. Liu. 2020c. Emotion as signal of product quality: its effect on purchase decision based on online customer reviews. *Internet Research* 30(2): 463-485.
- Wang, X., Y.C. Xu, T. Lu and C. Zhang. 2020d. Why do borrowers' default on online loans? An inquiry of their psychology mechanism. *Internet Research* 30(4): 1203-1228.
- Wu, T.Y., X. Xu and D. Atkin. 2020. The Alternatives to being silent: Exploring opinion expression avoidance strategies for discussing Politics on Facebook. *Internet Research* 30(6): 1709-1729.
- Xu, Z., K. Lachlan, L. Ellis and A.M. Rainear. 2020. Understanding public opinion in different disaster stages: a case study of Hurricane Irma. *Internet Research* 30(2): 695-709.
- Yu, Y., B.Q. Liu, J.X. Hao and C. Wang. 2020. Complicating or simplifying? Investigating the mixed impact of online product information on consumers' purchase decisions. *Internet Research* 30(1): 263-287.
- Zhang, J., M.N. Akhtar, Y. Zhang and S. Sun. 2020. Are overqualified employees' bad apples? A dual-pathway model of cyberloafing. *Internet Research* 30(1): 289-313.