

อิทธิพลของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้า
ต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี

Social Media Addiction among Adolescents:

The Influence of Self-Esteem, Life-Satisfaction, and Depression

ชาวลิต ศรีเสริม^{1*}, วิจิตรา จิตรักษ์¹, โปรยทิพย์ สันตะพันธ์¹, ธีรวิทย์ มรกตเขียว¹
Chaowalit Srisoem^{1*}, Wichitra Chittrak¹, Proithip Santaphun¹, Teeravee Morakotkeaw¹
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สรรพสิทธิประสงค์ คณะพยาบาลศาสตร์ สถาบันพระบรมราชชนก^{1*}
Boromarajonani Sanpasithiprasong College of Nursing, Faculty of Nursing, Praboromarajchanok Institute^{1*}

(Received: May 17, 2022; Revised: May 8, 2023; Accepted: May 15, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพรรณานี้เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะซึมเศร้า ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และความพึงพอใจในชีวิต ต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสถานศึกษา 7 แห่ง จำนวน 574 คน โดยเป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย 4 แห่ง และวิทยาลัยการอาชีวศึกษา 3 แห่ง สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบประเมินการติดสื่อสังคมออนไลน์ แบบประเมินความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง แบบประเมินความพึงพอใจในชีวิต และแบบประเมินภาวะซึมเศร้า ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค เท่ากับ .78, .83, .80 และ .76 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า

1. ค่าเฉลี่ยของคะแนนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 22.41 ($SD=8.67$) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับคลั่งไคล้ (ร้อยละ 42.16) รองลงมาคือมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับผู้ใช้งานทั่วไป (ร้อยละ 34.15) และร้อยละ 23.69 มีพฤติกรรมติดสื่อสังคมออนไลน์ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($M=27.86, SD=3.83$) ความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($M=25.45, SD=4.68$) และคะแนนภาวะซึมเศร้าอยู่ในเกณฑ์ไม่มีภาวะซึมเศร้า ($M=19.48, SD=10.52$)

2. ภาวะซึมเศร้า ($Beta=.229$) ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ($Beta=-.184$) และความพึงพอใจในชีวิต ($Beta=-.087$) มีอิทธิพลต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 10.50 ($adj.R^2=.105, p<.001$)

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นที่มีภาวะซึมเศร้าสูง มีคุณค่าในตนเองและความรู้สึกพึงพอใจในชีวิตต่ำ มีแนวโน้มในการติดสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการจัดโปรแกรมช่วยเหลือวัยรุ่นที่มีภาวะซึมเศร้า ส่งเสริมความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และความพึงพอใจชีวิตให้นักเรียนนักศึกษา ตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันและใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่เป็นประโยชน์ เพื่อช่วยป้องกันการติดสื่อสังคมออนไลน์และปัญหาสุขภาพจิตที่อาจเกิดขึ้นได้

คำสำคัญ: การติดสื่อสังคมออนไลน์, ภาวะซึมเศร้า, ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง, ความพึงพอใจในชีวิต

*ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: chaopsycho@hotmail.com เบอร์โทรศัพท์ 094-5412323)



Abstract

This descriptive research aimed to study the influence of self-esteem, life-satisfaction, and depression on social media addiction among adolescents in Ubon Ratchathani province of Thailand. The samples were 574 students attending four high schools and three vocational colleges in the 1st semester of 2021 academic year. Multi-stage sampling technique was applied. The instruments were five questionnaires: 1) demographics, 2) social media addiction inventory, 3) the Rosenberg's self-esteem questionnaire, 4) a life-satisfaction questionnaire, and 5) the Center for Epidemiology Study Depression Scale (CES-D) questionnaire. The cronbach's alpha coefficient reliability for questionnaires 2, 3, 4, and 5 were .78, .83, .80, and .76, respectively. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression.

The results showed that the average level for social media addiction amongst students was 22.41 ($SD=8.67$). Most students were using social media as infatuated users (42.16%), followed by the normal user group (34.15%), and 23.69% of them who were clinically addicted to social media. The self-esteem score was at a medium level ($M=27.86$, $SD=3.83$), as well as life satisfaction (25.45, $SD=4.68$), while the depression score was lower than cut point at 19.48 ($SD=10.52$). Moreover, the results showed that the influence of self-esteem, life-satisfaction, and depression on social media addiction among adolescents was at statistical significance. In addition, depression ($Beta=.229$), self-esteem ($Beta=-.184$), and life satisfaction ($Beta = -.087$) could significantly explain 10.50% of variance ($adj.R^2 = .105$, $p<.001$). The results illustrated that higher depression, lower self-esteem, and lower life satisfaction can predict social media addiction.

Therefore, stakeholders should provide a protective program to enhance self-esteem and life satisfaction as well as improve knowledge and media literacy in adolescents in order to decrease the risk of social media addiction and other related mental health problems.

Keywords: Teenagers, Adolescents, Social Media Addiction, Depression, Self-Esteem, Life-Satisfaction

บทนำ

ในปัจจุบันการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารได้เป็นไปอย่างรวดเร็วเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆซึ่งก็ถูกพัฒนาขึ้นอย่างแพร่หลายก่อให้เกิดการสื่อสารที่สะดวกสบาย ผ่านโลกเสมือนจริงยุคใหม่ เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เชื่อมต่อกันด้วย สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook, YouTube, Line, Instagram, Twitter, และ Tiktok เป็นต้น ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ นับว่าเป็นไปอย่างสะดวกสบายในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสามารถใช้งานได้ง่าย และทำกิจกรรมได้หลายอย่างในเวลาเดียวกัน ตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และมีการพัฒนาระบบ ตลอดจนข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา (Keles, McCrae & Grealish, 2020) จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประมาณ ร้อยละ 40 ของประชากรโลก และอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วประมาณร้อยละ 25 ถึงร้อยละ 33 (National Statistic Office Thailand, 2020) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 จนถึงเดือนธันวาคม 2562 และพบว่าประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยพบว่ามีบัญชีผู้ใช้งาน Facebook 52 ล้านบัญชีจากประชากรประมาณ 70 ล้านคน (ร้อยละ 74) ซึ่งนับว่าติด 8 ของโลก (National Statistic Office Thailand, 2020) ซึ่งกิจกรรมที่ผู้ใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตใช้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ การเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นสัดส่วนถึง ร้อยละ 80 (National Statistic Office Thailand, 2020) แต่การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปก็อาจจะต่อส่งผลกระทบต่อประชาชนได้ ทั้งผลต่อสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต รวมทั้งการเกิดพฤติกรรม

เสี่ยงรูปแบบหนึ่ง เรียกว่า การติดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Addiction) ซึ่งเป็นการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เป็นอย่างมากหรือเป็นระยะเวลาานานกว่าที่ตั้งใจไว้ และรู้สึกเป็นสุขน้อยลงเมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการเสพติด สื่อสังคมออนไลน์นั้นอธิบายได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเหมือนเวทีแสดงความคิดเห็นในระหว่างการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจะได้รับการกดถูกใจ (Like) หรือการแชร์ (Share) สิ่งที่ตนเองโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นลงในสื่อสังคมออนไลน์ บุคคลจะรู้สึกได้รับการยอมรับ ได้รับความรู้สึกว่ามีตัวตน จะทำให้สมองส่วนระบบได้รับรางวัล (Brain Reward System) ถูกกระตุ้น และเกิดการหลั่งสารโดปามีนออกมา ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จึงเกิดความพึงพอใจ และสนุกกับการใช้งานเช่นเดียวกับการเล่นเกม หรือการเล่นพนัน เมื่อเวลาผ่านไปสมองเกิดวงจรของการสร้างนิสัย (Habit) และอารมณ์ (Affect) ที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมบอ้ยขึ้น (Wang, Lee, & Hua, 2015) จนเกิดความเคยชินต่อระดับความสุข (Tolerance) จากการเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ผลคือทำให้ต้องเข้าใช้งานจึงจะรู้สึกเป็นสุข และจะรู้สึกทรมานระแวงใจเมื่อไม่สามารถเข้าถึงหรือใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ตามต้องการ (Keles, McCrae & Grealish, 2020; Wang, Lee, & Hua, 2015)

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าในประเทศจีนมีสัดส่วนการติดสื่อสังคมออนไลน์ร้อยละ 6.8 ในช่วงการระบาดของ โควิด-19 (Luo, Chen, & Liao, 2021) ในประเทศตุรกีพบกลุ่มวัยรุ่น ร้อยละ 24.4 มีการติดใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Caner, Efe, & Başdaş, 2021) สำหรับประเทศไทยพบว่าความชุกของการติดสื่อสังคมออนไลน์ในนักเรียนมัธยมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุ 13-17 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.6 และมีความชุกของการติด Facebook ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 41.8 (Khumsri, Yingyeun, Manwong, Hanprathet et al, 2015) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการติดสื่อสังคมออนไลน์กำลังเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงอายุวัยรุ่นตอนปลาย (Khumsri, Hanprathet, Manwong, Yingyeun, & Phanasathit, 2015; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) การติดสื่อสังคมออนไลน์นี้จะนำไปสู่การมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปจนเกินไปและทำให้มีผลกระทบต่อสุขภาพในด้านต่างๆตามมามากได้ เช่น ผลกระทบทางด้านร่างกาย เช่น ขาดการออกกำลังกาย มีปัญหาเรื่องการนอน ทำให้เกิดการพักผ่อนน้อยลง เกิดปัญหาต่อสายตาและการมองเห็น การทำงานของระบบภูมิคุ้มกันด้านร่างกายผิดปกติ (Wilcox & Stephen, 2013) ผลกระทบทางด้านจิตใจ เช่น การโกหกตัวเองเกี่ยวกับความคาดหวัง และประสิทธิภาพแห่งตน การหลงตัวเอง (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017) การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ เช่น การอารมณ์แปรปรวนหงุดหงิดง่าย ปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น ร้อยละ 21.5 เกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ (Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016; Jan, Soomro, & Armed, 2017; Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019; Pholphet & Tuntasood, 2016; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) ร้อยละ 72.1 เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยวและความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ ร้อยละ 52.30 มีภาวะซึมเศร้า (Haan & Zhuwhang 2020; Hawi & Rupert 2016; Kirkabulan 2016) ร้อยละ 17.6 ของเด็กกลุ่มที่ติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับอาการกลุ่มอาการสมาธิสั้น (Phanichsiri & Tuntasood, 2016) ผลกระทบทางด้านครอบครัวและสังคม เช่น ทำให้แยกตัวจากสังคม และครอบครัว ทำให้ความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัวน้อยลง นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าการติดสื่อสังคมออนไลน์ยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เป็นความเสี่ยงของวัยรุ่น เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการเรียน ปัญหาการใช้สารเสพติดและแอลกอฮอล์ ปัญหาการพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ การถูกชักจูงล่อลวง และพฤติกรรมการฆ่าตัวตายได้ (Sedgwick, Epstein, Dutta, & Ougrin, 2019) จากผลกระทบที่กล่าวมาข้างต้นถึงแม้ว่าการติดสื่อสังคมออนไลน์จะยังไม่ถูกกำหนดให้เป็นโรคที่ชัดเจน แต่พฤติกรรมดังกล่าวก็ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย จิตใจ สังคม และสุขภาพจิต โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียนหากมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปและไม่อยู่ในทางที่เหมาะสม อาจนำมาซึ่งผลกระทบที่รุนแรง และส่งผลกระทบต่อดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ ดังนั้นการศึกษาปัญหาการติดสื่อสังคมออนไลน์ และการทำความเข้าใจปัญหานี้อย่างจริงจังจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้สามารถหาแนวทางป้องกัน จัดการกับปัญหาการติดสื่อสังคมออนไลน์ และส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทันในกลุ่มวัยรุ่นได้

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการติดสื่อสังคมออนไลน์ มีทั้งจากปัจจัยระดับบุคคลและระดับสังคม โดยการติดสื่อสังคมออนไลน์และการติดอินเทอร์เน็ตพบว่ามีปัจจัยที่มีความสำคัญ ได้แก่ เพศ สถานที่ตั้งโรงเรียน อุปกรณ์ที่ใช้ในการใช้

งานสื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้งาน อิทธิพลของเพื่อน แบบอย่างของผู้ปกครองในการรับสื่อ การทำกิจกรรมยามว่าง การควบคุมตนเอง การเลี้ยงดูของครอบครัว ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ (Pholphet & Tuntasood, 2016; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการติดสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเกิดจากลักษณะส่วนบุคคล การแก้ไขปัญหาการติดสื่อสังคมออนไลน์ จึงจำเป็นศึกษาข้อมูลและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในระดับบุคคลเพื่อหาแนวทางป้องกันแก้ไขปัญหาพฤติกรรมดังกล่าว โดยจากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการติดสื่อสังคมออนไลน์มีดังต่อไปนี้ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง มีความสัมพันธ์ในทางลบกับการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017; Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016; Gallagher 2017; Jan, Soomro, & Arned, 2017) ความพึงพอใจในชีวิต มีความสัมพันธ์ทางลบกับการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Hawi & Rupert, 2016; Tanta, Mihovilovic, & Sablic, 2014) และภาวะซึมเศร้ามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Haan & Zhuwhang 2020; Hawi & Rupert 2016; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) ระยะเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Khumsri, Hanprathet, Manwong, Yingyeun, & Phanasathit, 2015)

สำหรับการศึกษาในประเทศไทยพบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับการติดสื่อสังคมออนไลน์หรือการติดเฟซบุ๊กในนักเรียนมัธยมศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการติดสื่อสังคมออนไลน์กับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง (Pholphet & Tuntasood, 2016; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) และศึกษาในนักศึกษาระดับอุดมศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการติดสื่อสังคมออนไลน์กับภาวะซึมเศร้า (Kajai & Namwong, 2019; Kajai, Thapinta, & Skulphan, 2018) และมีการศึกษาการติดสื่อสังคมออนไลน์กับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและภาวะซึมเศร้าในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของจังหวัดทางภาคใต้ (Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) อย่างไรก็ตามงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการติดสื่อสังคมออนไลน์ในสังคมไทยยังมีค่อนข้างจำกัด และเป็นการสำรวจการติดเฟซบุ๊กของนักเรียนมัธยมศึกษา (Khumsri, Hanprathet, Manwong, Yingyeun, & Phanasathit, 2015) แต่ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ที่ได้รับความนิยมไม่น้อยกว่าเฟซบุ๊ก อีกทั้งยังไม่มีการศึกษาการติดสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มนักศึกษาวิทยาลัยทางอาชีวศึกษา การศึกษาพฤติกรรมการติดสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มดังกล่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์และประเด็นปัญหาสุขภาพจิตของเยาวชนไทย เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่บริบทแตกต่างไปจากการศึกษาเดิมและได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าวิจัยจึงศึกษาในกลุ่มนักเรียนสายสามัญและนักเรียนสายอาชีวศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีการสื่อสาร และการศึกษาอย่างรวดเร็ว และมีการสำรวจว่าวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานีมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์กันมากที่สุดใภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย (National Statistic Office Thailand, 2020) และผลการศึกษาค้นคว้าจะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะใช้ในการวางแผนดูแลวัยรุ่นที่ติดสื่อสังคมออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์วิจัย

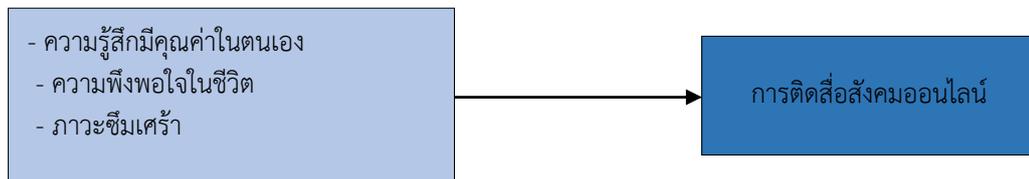
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่นจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้า ต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี

สมมติฐานวิจัย

ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้า มีอิทธิพลต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการติดสื่อสังคมออนไลน์กับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่น ที่ผ่านมาพบว่า ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองมีความสัมพันธ์ทางลบต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ $r=-0.16$ ($p<.01$) (Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016), $r=-0.337$ ($p<.001$) (Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019), $r=-0.23$ ($p<.01$) (Hawi & Rupert 2016) เช่นเดียวกับอิทธิพลของความพึงพอใจในชีวิตต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในชีวิตมีความสัมพันธ์และอิทธิพลในทางลบกับการติดสื่อสังคมออนไลน์ $r=-0.12$ ($p<.05$) (Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016), $r=-0.21$ ($p<.01$) $R^2= .05$ (Longstreet, & Brook, 2017) $r=-0.14$ ($p<.01$) (Rogowska, & Libera, 2022). ในขณะที่ภาวะซึมเศร้ามีอิทธิพลและความสัมพันธ์ในทางบวกต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ $r=0.426$ ($p<.001$), $R^2=0.181$ (Haan & Zhuwhang 2020), $r=0.552$ ($p<.001$) (Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) $r= 0.352$ ($p<.01$) (Chupradit & Chupradit, 2022) ดังนั้นจึงสามารถสรุปความสัมพันธ์และอิทธิพลของการติดสื่อสังคมออนไลน์กับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่นได้ ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยพรรณนาเชิงพยากรณ์ (Predictive Research Design) เก็บข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross-Sectional Collecting) ระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน พ.ศ. 2564 ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี หรือเป็นนักเรียนนักศึกษาที่อยู่ในระบบการศึกษาทั้งสายสามัญและสายอาชีวศึกษาในสถาบันการศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนและนักศึกษาจากสถานศึกษาสายสามัญและสายอาชีวศึกษา จำนวน 574 คน จากสถานศึกษา 7 แห่ง โดยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา (สพม.) เขต 29 จำนวน 4 แห่ง และนักศึกษาชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวส.) ในวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) จำนวน 3 แห่ง ที่อยู่ระหว่างการศึกษาระดับชั้นที่ 1 ปีการศึกษา 2564 เกณฑ์คัดเข้า คือ มีอายุระหว่าง 15-20 ปี สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย และยินยอมโดยการลงนามในแบบสอบถามความสมัครใจ

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการวิเคราะห์กำลังทดสอบ (Power Analysis) ของโคเฮน โดยใช้โปรแกรม G* Power (Buchner, 2010) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ของตัวแปรที่ศึกษาอยู่ระหว่าง 0.05 (Longstreet, & Brook, 2017) ถึง 0.18 (Haan & Zhuwhang 2020) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุม ในการศึกษานี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดอิทธิพลขนาดเล็ก เท่ากับ 0.02 ใช้ค่าอำนาจการทดสอบ (1- β) เท่ากับ .80 กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติ (α) เท่ากับ 0.05 จากการคำนวณโปรแกรม G* Power ซึ่งใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอย (Linear Regression: Fixed Model, R^2 deviation from zero) กำหนดจำนวนปัจจัยทำนาย (Predictors) เท่ากับ 3 ตัวแปร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 550 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 4 เป็นจำนวน 24 คน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 574 คน

สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยกำหนดสถานศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานี สายสามัญและสายอาชีวศึกษา จากนั้นสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามอัตราส่วนจากขนาดสถานศึกษา เพื่อเป็นตัวแทนขนาดใหญ่พิเศษ

ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ตามอัตราส่วนของปริมาณนักเรียนในแต่ละกลุ่ม ได้ตัวแทนโรงเรียนสายสามัญ 4 แห่ง และวิทยาลัยการอาชีวศึกษา 3 แห่ง จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายเพื่อเลือกห้องเรียนที่เป็นตัวแทน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 ห้อง จำนวนนักเรียน ห้องละ 25-48 คน ได้กลุ่มตัวอย่างศึกษาที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเกณฑ์คัดเข้าทั้งหมด 574 คน ซึ่งเพียงพอต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ประเภทสถานศึกษา ระดับชั้นเรียน เกรดเฉลี่ย สถานที่พักอาศัย อุปกรณ์ที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อย ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 แบบประเมินการติดสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนาโดย Pornnoppadol, Ladawan na Ayudhaya, Phoasavasdi, & Surapongphiwattana (2017) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 16 ข้อ ซึ่งใช้วัดระดับการติดสื่อสังคมออนไลน์ในบุคคลอายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป ถามพฤติกรรมในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา ลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ให้เลือกตอบซึ่งมีทั้งหมด 4 ระดับ ตั้งแต่ 0 (ไม่ใช่เลย) ถึง 3 (ใช่เลย) คะแนนรวมอยู่ในช่วงระหว่าง 0-48 คะแนน คิดคะแนนเป็นคะแนนรวม โดยคะแนนรวมที่สูง หมายถึง มีโอกาสติดสื่อสังคมสูง โดยผู้ที่คะแนน คะแนนตั้งแต่ 20-29 คะแนน ถือว่ามีภาวะคลั่งไคล้ และคะแนนตั้งแต่ 30 คะแนนขึ้นไปถือว่ามีอาการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Pornnoppadol, Ladawan na Ayudhaya, Phoasavasdi, & Surapongphiwattana, 2017)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง (The Rosenberg Self-Esteem) พัฒนาโดย Rosenberg (1965) ฉบับแปลเป็นภาษาไทยโดย Wongpakaran & Wongpakaran (2011) มีข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 10 ข้อ ประกอบด้วย ข้อความทางบวก 5 ข้อ และข้อความทางลบ 5 ข้อ การให้คะแนนลักษณะของข้อคำตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเกิต (Likert Scale) แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การแปลผลคิดเป็นคะแนนรวมที่เป็นไปได้มีตั้งแต่ 10-40 คะแนน คะแนนที่สูงหมายถึงมีระดับการเห็นคุณค่าในตนเองสูง คะแนน 10-20 คือ มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองระดับต่ำ คะแนนระหว่าง 21-30 หมายถึง มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองระดับปานกลาง และคะแนน 31 ขึ้นไป หมายถึง มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองระดับสูง

ส่วนที่ 4 แบบประเมินความพึงพอใจในชีวิต พัฒนาโดย Diener & Diener (2009) ได้รับการพัฒนาด้วยการแปลเป็นภาษาไทยโดย Boonyarit (2012) แบบประเมินประกอบด้วยข้อความ จำนวน 5 ข้อ ใช้ในการประเมินมุมมองต่อตนเองในภาพรวม ลักษณะคำตอบเป็นแบบเลือกตอบ การให้คะแนนลักษณะของข้อคำตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเกิต (Likert Scale) ซึ่งมีทั้งหมด 7 ระดับ ตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยมากที่สุด) ถึง 7 (เห็นด้วยมากที่สุด) การแปลผลคิดเป็นคะแนนรวม โดยคะแนนรวมที่เป็นไปได้มีอยู่ในช่วง 5-35 คะแนน คะแนนรวมมาก หมายถึง มีความพึงพอใจในชีวิตสูง คะแนนระหว่าง 5-20 หมายถึง มีความพึงพอใจในชีวิตต่ำ คะแนนระหว่าง 21-28 หมายถึง มีมีความพึงพอใจในชีวิตระดับปานกลาง และคะแนน 29 ขึ้นไป หมายถึง มีมีความพึงพอใจในชีวิตระดับสูง

ส่วนที่ 5 แบบประเมินภาวะซึมเศร้า แบบประเมินภาวะซึมเศร้า (Center for Epidemiologic Studies-Depression Scale: CES-D) พัฒนาขึ้นโดย Radloff (1977) นำมาแปลเป็น ภาษาไทยโดย Trangkasombat, Larbboomsup & Hawanont (1997) ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับอาการซึมเศร้าที่แสดงออกทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสติปัญญา โดยในคำถามแต่ละข้อมีให้เลือกตอบเกี่ยวกับ ความรุนแรงหรือความถี่ของอาการซึมเศร้าในระยะเวลา 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ลักษณะคำตอบเป็นแบบเลือกตอบซึ่งมีทั้งหมด 4 ระดับ ตั้งแต่ 0 (ไม่เลย) ถึง 3 (ตลอดเวลา) และมีการกลับคะแนนในข้อคำถามที่มีความหมายในทางบวก คะแนนรวมอยู่ในช่วง 0-60 คะแนน คะแนนรวมมาก หมายถึงมีภาวะซึมเศร้าสูง โดยผู้ที่มีคะแนนตั้งแต่ 22 คะแนนขึ้นไป หมายถึง มีภาวะซึมเศร้า

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและแบบประเมินการติดต่อสังคมออนไลน์ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและลงความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์จิตเวชและสุขภาพจิต จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .67 - 1.00 ผู้วิจัยได้มีการปรับเนื้อหาในส่วนแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเพิ่มเติม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทของการศึกษา ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริงสำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดลองใช้กับนักเรียนและนักศึกษาในสถาบันแห่งหนึ่งซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมิน 4 ส่วน ได้แก่ แบบประเมินการติดต่อสังคมออนไลน์ แบบประเมินความรู้สึกรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง แบบประเมินความรู้สึกรู้สึกพึงพอใจในชีวิต และแบบประเมินภาวะซึมเศร้า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ .78, .83, .80 และ .76 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าแบบประเมินมีค่าความเชื่อมั่นที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังได้รับอนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แล้วผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล นำส่งผู้อำนวยการของแต่ละสถานศึกษา เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย และขออนุญาตการทำวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานศึกษานั้นๆ จากนั้นเข้าพบหัวหน้าชั้นเพื่อชี้แจงรายละเอียดในการวิจัย ผ่านช่องทางการประชุมทางไกลด้วยโปรแกรมออนไลน์ (Google Meeting) จากนั้นผู้วิจัยทำการสุ่มเลขที่ห้องตัวแทนตามจำนวนอัตราส่วนแต่ละสถาบัน และให้หัวหน้าชั้นแจ้งตามเลขที่นักเรียนที่เป็นตัวแทนในการเข้าทำแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ และจัดเป็นลิงค์ผ่าน Google Form ส่งตามวันเวลาที่กำหนด โดยชี้แจงการตอบแบบสอบถามและให้กลุ่มตัวอย่างลงนามแสดงเจตนาพร้อมเข้าร่วมวิจัย สำหรับนักเรียนที่อายุน้อยกว่า 18 ปี จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองให้เข้าร่วมวิจัยในใบปะหน้าแบบสอบถามก่อนเข้าร่วมวิจัย และนักเรียนที่มีคะแนนอยู่ในเกณฑ์มีภาวะซึมเศร้าจะมีการแจ้งไปที่อาจารย์ผู้รับผิดชอบในสถานศึกษาเพื่อติดตามดูแลทุกราย การตอบแบบสอบถามใช้เวลา 15-20 นาที ซึ่งจากการส่งลิงค์แบบสอบถามทั้งหมด 7 แห่ง 16 ห้อง มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 596 ชุด โดยมีผู้ตอบว่าไม่สะดวกให้ข้อมูล จำนวน 4 ราย และตอบว่าอายุเกิน 20 ปี จำนวน 18 ราย ซึ่งไม่อยู่ในเกณฑ์อายุของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงตัดออก เหลือมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 574 ชุด ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุด
2. วิเคราะห์ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คะแนนความรู้สึกรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง คะแนนความพึงพอใจในชีวิต คะแนนภาวะซึมเศร้า คะแนนการติดต่อสังคมออนไลน์ โดยใช้สถิติใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์อิทธิพลของความรู้สึกรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต ภาวะซึมเศร้า ต่อการติดต่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น โดยใช้สถิติถดถอยพหุ (Multiple regression) เข้าตัวแปรแบบขั้นตอน (Stepwise) ทั้งนี้ก่อนการวิเคราะห์สถิติถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัย ได้ผ่านการทดสอบข้อตั้งต้น (Assumption) (Hair, Black, Babin & Anderson, 2019) ของสถิติที่ใช้ ดังนี้

- 3.1 การมีข้อมูลลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (Normality) และตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linearity) โดยพิจารณาจากกราฟ Normal Probability Plot พบว่าข้อมูลส่วนใหญ่จะอยู่เส้นตรง ดังนั้นสรุปได้ว่าลักษณะของข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

- 3.2 ทดสอบความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนคงที่ที่ต้องมีความเป็นเอกภาพ (Homoscedasticity) และข้อมูลไม่มี Outliers โดยพิจารณาจากกราฟ Scatter Plot พบว่ามีการกระจายของจุดห่างจากเส้นตรงอย่างสมมาตร และอยู่ระหว่าง ± 2

3.3 ตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้นสูง (Multicollinearity) โดยการพิจารณาจากค่า Tolerance ระหว่าง .743-.940 และค่า VIF ระหว่าง 1.006 – 1.063

3.4 ไม่เกิดปัญหาความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์ (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.899

จริยธรรมวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สรรพสิทธิประสงค์ เลขที่ 4/2564 วันที่ 16 ธันวาคม 2563

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละ ของผู้เข้าร่วมวิจัยจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไป (n=574)

| ลักษณะส่วนบุคคล | จำนวน (n=574) | ร้อยละ |
|---|---------------|--------|
| เพศ | | |
| ชาย | 295 | 51.22 |
| หญิง | 279 | 48.78 |
| อายุ | | |
| อายุระหว่าง 15-20 ปี (M=18.21, SD=3.75) | | |
| 15-16 ปี | 118 | 20.55 |
| 17-18 ปี | 261 | 45.47 |
| 19-20 ปี | 195 | 33.98 |
| ประเภทการศึกษา | | |
| สายสามัญ (มัธยมศึกษา) | 285 | 49.65 |
| สายอาชีวศึกษา | 289 | 50.35 |
| เกรดเฉลี่ยสะสม | | |
| เกรดเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.87-3.97 (M=3.03, SD=0.67) | | |
| น้อยกว่า 2.00 | 12 | 2.09 |
| 2.00-2.99 | 245 | 42.68 |
| 3.00-3.50 | 216 | 37.64 |
| มากกว่า 3.50 | 101 | 17.59 |
| สถานที่พักอาศัย | | |
| บ้านตนเอง | 303 | 52.78 |
| บ้านพัก (เช่า) | 56 | 9.76 |
| หอพัก | 215 | 37.46 |
| การเรียนในช่วงที่ศึกษา | | |
| เรียนออนไลน์อย่างเดียว | 504 | 87.80 |
| เรียนในชั้นเรียนปกติ | 22 | 3.83 |
| เรียนทั้งในห้องเรียนและออนไลน์ | 48 | 8.37 |

จากตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัย จำนวน 596 ราย ตอบว่าไม่สะดวกให้ข้อมูล จำนวน 4 ราย อายุมากกว่า 20 ปี จำนวน 18 ราย คัดเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อายุระหว่าง 15-20 ปี ได้จำนวน 574 คน แบ่งเป็น

เพศหญิงและเพศชายในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน โดยเป็นเพศชาย ร้อยละ 51.92 อายุเฉลี่ย 18.21 ปี ($SD=3.75$) เกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 1.87-3.97 ($M=3.03$, $SD=0.67$) อยู่ในการศึกษาสายสามัญ จำนวน 285 คน (ร้อยละ 49.65) และการศึกษาสายอาชีพ จำนวน 289 คน (ร้อยละ 50.35) ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับพ่อแม่ (ร้อยละ 75.95) และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (ร้อยละ 87.80)

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ตาราง 2 จำนวน และร้อยละ ของผู้เข้าร่วมวิจัยจำแนกตามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ($n=574$)

| พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | จำนวน ($n=574$) | ร้อยละ |
|---|-------------------|--------|
| สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| Youtube | 483 | 84.11 |
| Facebook | 474 | 82.55 |
| Line | 455 | 79.16 |
| Messenger | 438 | 76.30 |
| Tiktok | 402 | 69.79 |
| Instagram | 357 | 61.98 |
| Twitter | 231 | 40.14 |
| Clubhouse | 65 | 11.25 |
| Skype | 61 | 10.41 |
| App ほかอื่นๆ | 26 | 4.44 |
| อุปกรณ์ที่ใช้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| โทรศัพท์มือถือ | 565 | 98.44 |
| คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ | 69 | 12.02 |
| ไอแพด/แท็บเล็ต | 159 | 27.70 |
| คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก | 29 | 5.06 |
| วัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | | |
| - เพื่อการศึกษา/หาความรู้/เรียนออนไลน์ | 493 | 85.78 |
| - เพื่อแสดงความสามารถพิเศษต่างๆ เช่น เต้น ร้องเพลง ทำอาหาร | 673 | 11.72 |
| - เพื่ออัปเดต/แชร์ รูปภาพ-วิดีโอ | 195 | 33.85 |
| - เพื่อหางาน ข้อมูล หรือหาความรู้ | 251 | 43.64 |
| - เพื่อหาเพื่อนใหม่ๆ/หาคู่ | 53 | 9.13 |
| - เพื่อซื้อ-ขาย สินค้า/บริการต่างๆ | 113 | 19.52 |
| - พูดคุยกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น | 228 | 39.57 |
| - เพื่ออัปเดตข้อมูลข่าวสารบ้านเมือง | 147 | 25.54 |
| - เพื่อรับ-ส่ง งาน/เอกสาร | 170 | 29.46 |
| - เพื่อติดตามในเรื่องราว/บุคคลที่ชื่นชอบ | 133 | 23.11 |
| - เพื่อปรึกษาเรื่องราวต่างๆ/ระบายความรู้สึก | 127 | 22.06 |

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันระดับมาก สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บ่อยมากที่สุด คือ Youtube, Facebook, Line, Messenger, และ Tiktok ตามลำดับ อุปกรณ์ที่ใช้เข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ, ไอแพด/แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ตามลำดับ โดยวัตถุประสงค์ใน

การเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้งานเพื่อการศึกษา/หาความรู้/เรียนออนไลน์ ใช้เพื่อหางาน ข้อมูล หรือหาความรู้ใช้เพื่อพูดคุยกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเพื่ออัปเดต/แชร์ รูปภาพ-วิดีโอ

3. คะแนนความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต ภาวะซึมเศร้า และการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี

ตาราง 3 คะแนนความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต ภาวะซึมเศร้า และการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี ($n=574$)

| ตัวแปรที่ศึกษา | ช่วงคะแนน | | M | SD |
|---------------------------|-----------------|----------------|-------|-------|
| | ค่าที่เป็นไปได้ | ค่าที่เป็นจริง | | |
| การติดสื่อสังคมออนไลน์ | 0-48 | 1-45 | 22.41 | 8.67 |
| ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง | 10-40 | 14-38 | 27.86 | 3.83 |
| ความพึงพอใจในชีวิต | 5-35 | 6-35 | 25.45 | 4.68 |
| ภาวะซึมเศร้า | 0-60 | 1-52 | 19.48 | 10.52 |

จากตาราง 3 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ($M= 27.86, SD=3.83$) สำหรับคะแนนความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ($M= 25.45, SD=4.68$) และคะแนนภาวะซึมเศร้าโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ไม่มีภาวะซึมเศร้า ($M= 19.48, SD=10.52$)

4. การติดสื่อสังคมออนไลน์

ตาราง 4 แสดงระดับการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี ($n=574$)

| ระดับการติดสื่อสังคมออนไลน์ | ช่วงคะแนน | | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-----------------|----------------|-------|--------|
| | ค่าที่เป็นไปได้ | ค่าที่เป็นจริง | | |
| ผู้ใช้ทั่วไป | 0-19 | 1-19 | 196 | 34.15 |
| ผู้ใช้อย่างคลั่งไคล้ | 20-29 | 20-29 | 242 | 42.16 |
| ผู้ติดสื่อสังคมออนไลน์ | 30-48 | 30-45 | 136 | 23.69 |

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการติดสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับผู้ใช้อย่างคลั่งไคล้ จำนวน 242 ราย (ร้อยละ 42.16) รองลงมาคือมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับผู้ใช้งานทั่วไป จำนวน 196 ราย (ร้อยละ 34.15) และพบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 23.69 มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับผู้ติดสื่อสังคมออนไลน์

5. อิทธิพลของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต ภาวะซึมเศร้า ต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

| ตัวแปรที่มีอิทธิพล | B | SE | Beta | t | p-value |
|---------------------------|--------|-------|-------|--------|---------|
| ค่าคงที่ | 19.496 | 2.375 | | 8.207 | <.001 |
| ภาวะซึมเศร้า | .189 | .034 | .229 | 5.621 | <.001 |
| ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง | -1.867 | .403 | -.184 | -4.637 | <.001 |
| ความพึงพอใจในชีวิต | -1.62 | .076 | -.087 | -2.147 | <.05 |

$R = .332, R^2 = .110, adj.R^2 = .105, df = 573, F = 23.517, SE_{est}=8.207, p-value <.001$

จากตาราง 5 ผลการศึกษาอิทธิพลในการทำนายการติดสื่อสังคมออนไลน์ของตัวแปรความรู้สึกรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และภาวะซึมเศร้าของวัยรุ่น พบว่าตัวแปรมีอิทธิพลต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในทางบวกและในทางลบ โดยภาวะซึมเศร้า ($Beta=.229$) ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ($Beta=-.184$) และความพึงพอใจในชีวิต ($Beta=-.087$) สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 10.50 ($adj.R^2=.105, p<.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายได้ ดังนี้

คะแนนดิบ

$$\text{การติดสื่อสังคมออนไลน์} = 19.496 + .189(\text{ภาวะซึมเศร้า}) - .184(\text{ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง}) - .087(\text{ความพึงพอใจในชีวิต})$$

คะแนนมาตรฐาน

$$\text{การติดสื่อสังคมออนไลน์} = .189(\text{ภาวะซึมเศร้า}) - .184(\text{ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง}) - .087(\text{ความพึงพอใจในชีวิต})$$

อภิปรายผล

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9-10 ชั่วโมงต่อวัน) ซึ่งมากกว่าการศึกษาที่ผ่านมาเมื่อปี 2563 (National Statistic Office Thailand, 2020) ทั้งนี้อาจเนื่องจากขณะเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงที่มีการเรียนการสอนออนไลน์ ปริมาณการใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆจึงมากขึ้นรวมถึงการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ด้วย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บ่อยมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ YouTube รองลงมา คือ Facebook, Line, Messenger และ Tiktok ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะการใช้สื่อออนไลน์เป็นไปอย่างสะดวก มีการเปิดโอกาสให้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความสามารถได้อย่างเป็นอิสระ รวมทั้งสามารถสร้างรายได้จากยอดผู้เข้าชม ทำให้วัยรุ่นมีการใช้งานสื่อเหล่านี้มากขึ้น สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้เข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ราคาไม่สูงมากเกินไป และสามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ พกพาสะดวก ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ประมาณ 5-10 ชั่วโมง/วัน อาจเป็นผลจากการที่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งต้องพึ่งพาอุปกรณ์สื่อสารและช่องทางการติดต่อประสานงานกันในการเรียนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้งในช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลเป็นช่วงการแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนส่วนใหญ่ใช้ช่องทางออนไลน์ จึงส่งผลให้ระยะเวลาเฉลี่ยเพิ่มมากขึ้นกว่าสถิติของปี 2562-2563 (National Statistic Office Thailand, 2020) อย่างไรก็ตามสื่อสังคมออนไลน์ยังคงมีความสำคัญในช่วงเวลาที่ต้องมีข้อจำกัดในการพบปะซึ่งกันและกัน ดังนั้นการส่งเสริมให้วัยรุ่นใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจะช่วยลดความเสี่ยงต่อพฤติกรรมที่เป็นความเสี่ยงในโลกออนไลน์ เช่น การกลั่นแกล้งกันผ่านโลกออนไลน์ การเสพติดโลกออนไลน์ รวมทั้งการป้องกันปัญหาสุขภาพจิตที่อาจมาจากโลกออนไลน์ได้

อิทธิพลของภาวะซึมเศร้า ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตในการทำนายการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี

การศึกษาครั้งนี้พบว่าภาวะซึมเศร้า ($Beta=.229$) ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ($Beta=-.184$) และความพึงพอใจในชีวิต ($Beta=-.087$) มีอิทธิพลต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 10.50 ($adj. R^2= .105, p<.001$) นั่นคือ อิทธิพลของภาวะซึมเศร้า ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และความพึงพอใจในชีวิต สามารถร่วมกันอธิบายการติดสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่นในจังหวัดอุบลราชธานีได้ ร้อยละ 10.50 สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

1. ภาวะซึมเศร้ากับการติดสื่อสังคมออนไลน์ การศึกษาครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยภาวะซึมเศร้าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่มีภาวะซึมเศร้า ($M=19.48, SD=10.52$) ต่ำกว่าเกณฑ์ 20 คะแนน และเมื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างภาวะซึมเศร้ากับการติดสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าภาวะซึมเศร้ามีอิทธิพลต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ในทางบวก ($Beta=.229, t=5.621, p<.001$) แสดงให้เห็นว่าในนักเรียนที่มีภาวะซึมเศร้าสูงจะมีแนวโน้มที่จะมีการติดสื่อสังคมออนไลน์ที่สูงขึ้นด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องจากภาวะซึมเศร้าส่งผลให้บุคคลถดถอยจากสังคม และขาดการปฏิสัมพันธ์ผู้อื่น แต่ยังคงมีการต้องการการระบายความรู้สึก ซึ่งวัยรุ่นอาจใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนและระบาย

ความรู้สึกซึมเศร้าจึงมีการใช้งานและพึ่งพิง (Dependence) สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาที่พบว่าการติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาวะซึมเศร้า (Haan & Zhuwhang 2020; Chupradit & Chupradit, 2022; Kirkabulan 2016; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) ซึ่งสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ของภาวะติดสื่อสังคมออนไลน์กับภาวะซึมเศร้าได้โดยสัมพันธ์ภาวะระหว่างบุคคลว่าพฤติกรรมของบุคคลนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม โดยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ด้วยอาจได้พบปะกันในชีวิตจริงหรือเป็นบุคคลที่ติดต่อกันโดยไม่พบหน้ากันก็ได้ การมีสัมพันธ์ภาพกับบุคคลจะส่งผลกระทบต่อระบบแห่งตน ถ้าพฤติกรรมที่แสดงออกได้รับการปฏิเสธ ไม่ยอมรับจากผู้อื่น บุคคลจะเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อตนเองเกิดความยุ่งยากในการสร้างสัมพันธ์ภาพ ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่าการที่วัยรุ่นใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเกินไปส่งผลกระทบต่อความรู้สึกไว้วางใจในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ลดลงซึ่งอาจกระทบต่อความรู้สึกต่ออัตลักษณ์แห่งตนที่จะสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อบุคคลอื่นในชีวิตจริง นำมาซึ่งปัญหาทางสุขภาพจิต และภาวะซึมเศร้าได้ (Haan & Zhuwhang 2020; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) นอกจากนี้การเกิดข้อเปรียบเทียบต่างๆในสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตที่ลดลง ก็ยังสามารถส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นเกิดความรู้สึกซึมเศร้าได้เช่นกัน (Longstreet & Brook, 2017) อย่างไรก็ตามการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านทางช่องทาง การส่งข้อความสนทนา การโพสต์แสดงความคิดเห็น ก็อาจช่วยให้วัยรุ่นที่ไม่มีโอกาสในการสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลในชีวิตจริงเกิดความรู้สึกถึงการเชื่อมโยงกับบุคคลอื่นๆผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยทดแทนความรู้สึกที่ขาดหายไปจากสังคมในชีวิตจริงได้ ดังนั้นการส่งเสริมกระบวนการเข้าใจสื่อสังคมออนไลน์และการใช้งานอย่างเหมาะสม จึงเป็นสิ่งที่อาจช่วยให้วัยรุ่นได้เรียนรู้และปรับอัตโนมัติของตนเองในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการพัฒนาสุขภาพจิตของตนเองที่ดีขึ้นได้

2. อิทธิพลของความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง เท่ากับ 27.86 ($SD=3.83$) ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และพบว่าความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองมีอิทธิพลในทางลบต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ ($Beta=-.184, t=-4.637, p<.001$) นั่นคือนักเรียนที่มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำลงมีแนวโน้มในการติดสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองเป็นการรับรู้ตนเองที่เกิดจากการเปรียบเทียบตัวตนของตนเองกับบุคคลอื่น การที่บุคคลรับรู้ว่าคุณค่าและประสบความสำเร็จไม่น้อยกว่าคนอื่น ทำให้สุขภาพจิตดีขึ้น การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นไปในทางที่ดี (Productive) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยที่ผ่านมาที่พบว่าการติดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางลบกับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง (Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016; Jan, Soomro, & Arned, 2017; Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019; Pholphet & Tuntasood, 2016; Thongpradab, Thaweekoon, & Nintachan, 2019) โดยอธิบายได้ว่าการที่สื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะการใช้งานที่ผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยอาศัยหลักการประเมินแบบสะท้อนกลับที่เป็นการรับรู้ต่อตนเองจากมุมมองของผู้อื่น หากวัยรุ่นได้รับการประเมินแบบสะท้อนกลับจากการแสดงความคิดเห็นหรือข้อความทางบวกจากเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ อาจทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ มองตนเองในแง่ดี ส่งผลให้ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองสูงขึ้น ในทางตรงข้ามหากวัยรุ่นมีการประเมินแบบสะท้อนกลับจากการได้รับคำวิจารณ์ด้านลบจากการโพสต์ข้อความหรือรูปภาพต่างๆผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ จะทำให้วัยรุ่นตัดสินใจว่าตนเองไม่ดีเหมือนคนอื่น ๆ รู้สึกล้มเหลว จนเกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองลดลงได้ (Hou, Xiong, Jiang, Song, & Wang, 2019; Pholphet & Tuntasood, 2016) อีกประการหนึ่ง คือ การเปรียบเทียบทางสังคม ซึ่งเป็นการรับรู้ตนเองของบุคคลโดยการนำตนเองไปเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปอาจจะเป็นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้รับรู้ข้อมูลต่างๆตลอดเวลา เช่น จำนวนยอดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น การมีชีวิตที่ดีของบุคคลอื่น เป็นต้น การเปรียบเทียบเหล่านี้อาจทำให้วัยรุ่นสูญเสียความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองได้ นอกจากนี้การติดสื่อสังคมออนไลน์ยังเพิ่มโอกาสในการเผชิญกับพฤติกรรมรังแกกันผ่านโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การรังแกกันผ่านโลกไซเบอร์ส่วนใหญ่กระทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกลุ่มที่ถูกรังแกจะมีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ (Srisoem, Thaweekoon, & Nintachan, 2021) ดังนั้นการติดสื่อสังคมออนไลน์จึงน่าจะมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองได้

3. อิทธิพลของความพึงพอใจในชีวิตต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ การศึกษาค้นคว้าพบว่าความพึงพอใจในชีวิต ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 25.45 ($SD=4.68$) และพบว่าความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลต่อการติดสื่อสังคมออนไลน์ในทางลบ ($Beta = -.087, t = -2.147, p < .05$) นั้นหมายความว่านักเรียนความพึงพอใจในชีวิตที่สูงขึ้น มีแนวโน้มในการการติดสื่อออนไลน์ต่ำลง ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลที่มีความพึงพอใจในชีวิต มีการรับรู้ตนเองว่าสามารถบรรลุเป้าหมายด้านต่างๆ ได้ตามความคาดหวังที่อยากให้เป็น จึงเกิดความพึงพอใจและภาคภูมิใจ ส่งผลให้มีสุขภาพจิตที่ดี การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นไปในทางที่ดี สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาซึ่งพบว่าความพึงพอใจในชีวิตมีความสัมพันธ์กับการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Blachnio, Przepiorka, & Pantic, 2016; Longstreet, & Brook, 2017; Wang, Gaskin, Wang, & Liu, 2016) ซึ่งความพึงพอใจในชีวิตเป็นความรู้สึกพึงพอใจโดยภาพรวมที่บุคคลมีต่อชีวิตของตนเองในทุกแง่มุม ตลอดช่วงเวลาตั้งแต่เกิดมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อนักเรียนมีการใช้สื่อออนไลน์ จะมีการแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน เมื่อบุคคลได้รับการยอมรับ และเข้าถึงสิ่งที่พึงปรารถนาของตน บุคคลก็จะรับรู้ว่ามีชีวิตที่มีแต่เรื่องที่ดี เกิดความพึงพอใจในชีวิต แต่ในทางตรงข้ามหากในโลกของสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีการยอมรับจากเพื่อนในโลกออนไลน์ ก็จะส่งผลกระทบต่อจิตใจ เกิดเป็นความไม่สบายใจ และอารมณ์ทางลบขึ้น (Rogowska, & Libera, 2022) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Hawi & Rupert (2016) พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปอาจจะส่งผลให้ปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมที่แท้จริงนั้นเสียไป บุคคลจึงหมกมุ่น ขาดการติดต่อกับคนรอบข้าง สูญเสียความเป็นตัวตน จนเกิดความรู้สึกไม่ติดต่อกับตนเองได้ นอกจากนี้ Longstreet & Brook (2017) ยังศึกษาพบว่าวัยรุ่นที่มีภาวะติดสื่อสังคมออนไลน์จึงอาจจะเกิดการนำตนเองไปเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น หากวัยรุ่นนำตนเองไปเปรียบเทียบกับบุคคลที่มีลักษณะด้อยกว่าตนในสังคมออนไลน์ ก็อาจทำให้เกิดความรู้สึกที่ด้อยตนเอง และมีความรู้สึกมีคุณค่า พึงพอใจในชีวิตตนเองมากขึ้น และในทางตรงข้ามหากวัยรุ่นที่มีภาวะติดสื่อสังคมออนไลน์นำตนเองไปเปรียบเทียบกับบุคคลที่มีลักษณะเหนือกว่า อาจทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าการนำตนเองไปเปรียบเทียบกับผู้อื่นทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตลดลง

การนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่าวัยรุ่นที่มีภาวะซึมเศร้าสูง ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองต่ำ และความพึงพอใจในชีวิตต่ำมีแนวโน้มในการติดสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นพยาบาลจิตเวช หรือครูผู้รับผิดชอบด้านสุขภาพจิตในโรงเรียนและสถานศึกษาควรมีการจัดกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและความพึงพอใจในชีวิตสำหรับวัยรุ่นที่มีปัญหาการติดสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งควรจัดกิจกรรมให้ความรู้และคำแนะนำ ที่ถูกต้องในการป้องกันการเกิดภาวะซึมเศร้าจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่งเสริมให้วัยรุ่นมีทักษะในการเผชิญปัญหาที่ดีโดยการรณรงค์ ส่งเสริม และทำความเข้าใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน การฝึกเทคนิคป้องกันไม่ให้วัยรุ่นเสพติดการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป และติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง สร้างเครือข่ายนักเรียนทำการติดตาม สอดส่อง ป้องกัน และช่วยเหลือวัยรุ่นที่ติดสื่อสังคมออนไลน์และมีปัญหาสุขภาพจิตอย่างเหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้ากับการติดสื่อสังคมออนไลน์ ความสามารถในการเผชิญปัญหา และการจัดการตนเองเมื่อเกิดปัญหาสุขภาพจิตจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนการพัฒนาแนวทางการช่วยเหลือและโปรแกรมการส่งเสริมและป้องกันปัญหาจากการใช้สื่อออนไลน์ไม่เหมาะสม เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพจิตและการติดสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่นตามบริบทอย่างเหมาะสม

References

Andreassen, C. S., Pallesen, S. & Griffiths, M. D. (2017). The Relationship Between Addictive of Social Media, Narcissism, and Self-Esteem: Findings from a Large National Survey. *Addictive Behavior, 64*(14), 287-293.

- Blachnio, A., Przepiorka, A. & Pantic, I. (2016). Association Between Facebook Addiction, Self-Esteem and Life Satisfaction: A Cross-Sectional Study. *Computer Human Behavior*, 55(1), 701-705.
- Boonyarit, I. (2012). *Forgiveness in Peer Relationship: Scale Development and Examination of Nomological Network with Mental Health and Well-Being in Thai University Students*. Chiang Mai: Chiang Mai University, Thailand.
- Caner, N., Efe, Y. S. & Başdaş, Ö. (2021). The Contribution of Social Media addiction to Adolescent LIFE: Social Appearance Anxiety. *Current Psychology (New Brunswick, N.J.)*, 41(12), 8424-8433. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03280-y>
- Chupradit, P., W. & Chupradit, S. (2022). The Influences of Social Media Addiction on Mental Health Status Among University Students in Thailand. *Suthiparithat Journal*, 36(3), 188-207.
- Diener, E. & Diener, M. (2009). *Cross-Cultural Correlates of Life Satisfaction and Self-Esteem Culture and Wellbeing*. (pp. 71–91). The Netherlands: Springer.
- Haan, R. & Zhuwhang, Z. (2020). The Relationship Between Social Media Addiction and Depression: a Quantitative Study Among University Students in Khost, Afghanistan. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 780–786
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. England: Pearson Prentice.
- Hawi, N. & Rupert, M. S. (2016). The Relations among Social Media Addiction, Self-esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 555-575.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. & Wang, Q. (2019). Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and Intervention. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1), Article 4. doi: 10.5817/CP2019-1-4.
- Jan, M., Soomro, S. A. & Armed, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 1857-1881.
- Kajai, C. & Namwong, A. (2019). Facebook Addiction, Depression, and Suicidal Risk Among Z Generation Nursing Students. *Journal of Public Health Nursing*, 33(2), 33-47.
- Kajai, C., Thapinta, D. & Skulphan, S. (2018). The Relationship Between Facebook Addiction and Depression among Adolescents Attending State University in Chiang Mai Province. *The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health*, 5(2), 57-69.
- Keles, B., McCrae, N. & Grealish, A. (2019). A Systematic Review: The Influence of Social Media on Depression, Anxiety and Psychological Distress in Adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79-93. doi:10.1080/02673843.2019.1590851
- Khumsri, J., Hanprathet, N., Manwong, M., Yingyeun, R. & Phanasathit, M. (2015). Facebook Addiction and Its Relationship with Mental Health among Thai High School Students. *Journal of Medical Associated Thai*, 98(3), 581-90.
- Kirkabulan, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Longstreet, P. & Brook, S. (2017). Life Satisfaction: A Key to Managing Internet & Social Media Addiction. *Technology in Society*, 50(2), 73-77 doi. 10.1016/j.techsoc.2017.05.003.
- Luo, T., Chen, W. & Liao, Y. (2021). Social Media Use in China Before and During COVID-19: Preliminary Results from an Online Retrospective Survey. *Journal of Psychiatric Research*, 140, 35-38. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2021.05.057>

- Phanichsiri, K. & Tuntasood, B. (2016). Social Media Addiction and Attention Deficit and Hyperactivity Symptoms in High School Students in Bangkok. *Journal of Psychiatric Association Thailand*, 61(3), 191-204.
- Pholphet, K. & Tuntasood, B. (2016). Self-Esteem and Facebook Addiction of High School Students in Bangkok Metropolitan Area. *Journal of Psychiatric Association Thailand*, 61(3), 217-230.
- Pornoppadol, C., Ladawan na Ayudhaya, S., Phoasavasdi, C. & Surapongphiwattana, T. (2017). Development of game addiction protection scale (GAME-P). *Journal of Psychiatric Association Thailand*, 62(1), 3-16.
- Radloff, L. S. (1977). The CES-D scale: A Self-Report Depression Scale for Research in the General Population. *Apply Psychology Measurement*, 1(1), 385-401.
- Rogowska, A. M. & Libera, P. (2022). Life Satisfaction and Instagram Addiction among University Students during the COVID-19 Pandemic: The Bidirectional Mediating Role of Loneliness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14).
<https://doi.org/10.3390/ijerph19148414>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Sedgwick, R., Epstein, S., Dutta, R. & Ougrin, D. (2019). Social Media, Internet Use and Suicide Attempts in Adolescents. *Current Opinion in Psychiatry*, 32(6), 534-541, doi: 10.1097/YCO.0000000000000547
- Srisoem, C., Thaweekoon, T. & Nintachan, P. (2021). Self-Esteem, Attitude towards Cyberbullying, and Cyberbullying among High School Students. *The Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*, 35(1), 112-127.
- Tanta, I., Mihovilovic, M. & Sablic, Z. (2014). Uses and Gratification Theory-Why Adolescents Use Facebook?. *Medijska Istraživanja/Media Research*, 20(2), 85-110.
- Thongpradab, J., Thaweekoon, T. & Nintachan, P. (2019). The Relationships Among Facebook Addiction, Self-Esteem and Depression in High School Students. *Thai Red Cross Nursing Journal*, 12(2), 116-133.
- Trangkasombat, U., Larpboomsup, V. & Hawanont, P. (1997). CES-D in Adolescents. *Journal of Psychiatrist Association Thailand*, 42(1), 2-13. (in Thai).
- Wang, C., Lee, M. & Hua, Z. (2015). A Theory of Social Media Dependence: Evidence from Microblog Users. *Decision Support Systems*, 69(1), 40-49. 10.1016/j.dss.2014.11.002.
- Wang, J., Gaskin, J., Wang, H. & Liu, D. (2016). Life Satisfaction Moderates the Associations Between Motives and Excessive Social Networking Site Usage. *Addiction Research & Theory*, 24(6), 450-457. doi: 10.3109/16066359.2016.1160283
- Wilcox, K. & Stephen, A. T. (2013). Are Close Friends the Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem, and Self-Control. *Journal of Consumption Response*, 40(1), 12-57.
- Wongpakaran, T. & Wongpakaran. N., (2011). Confirmatory Factor Analysis of Rosenberg Self-Esteem Scale: A Study of Thai Student Sample. *Journal of Psychiatric Association Thailand*, 56(1), 59-70. (In Thai).