

ผลการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียน  
มัธยมศึกษาปีที่ 4



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา  
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Effects of Emotion Regulation Development Program on Problematic Social Media  
Use Behaviors of Tenth Grade Students



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Education in Educational Psychology

Department of Educational Research and Psychology

FACULTY OF EDUCATION

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียน มัธยมศึกษาปีที่ 4
โดย	น.ส.ปิยากร อ่อนละออ
สาขาวิชา	จิตวิทยาการศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา สุรเศรษฐ์

---

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณะบดีคณะครุศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช สุชีวะ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวรรณ วิเศษสุวรรณภูมิ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา สุรเศรษฐ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรนาท แสนสา)

ปิยากร อ่อนละอ : ผลการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้  
สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4. ( Effects of Emotion  
Regulation Development Program on Problematic Social Media Use  
Behaviors of Tenth Grade Students) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.ชุตินา สุระเศรษฐ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ต่อ  
พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา มีตัวอย่างวิจัยเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น  
มัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 41 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม  
ทดลอง 21 คน และกลุ่มควบคุม 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย โปรแกรม  
พัฒนาการกำกับอารมณ์และแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา มีการเก็บข้อมูล 3 ครั้ง  
ได้แก่ ระยะเวลาก่อนการทดลอง ระยะเวลาหลังการทดลอง และระยะติดตามผล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้  
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated  
measures ANOVA) และการทดสอบที (Independent t-test)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรม  
พัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากระยะก่อน  
การทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรม  
พัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุม  
ที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา จิตวิทยาการศึกษา

ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6183351727 : MAJOR EDUCATIONAL PSYCHOLOGY

KEYWORD: Problematic social media use behaviors, Emotion regulation

Piyakorn Onla-or : Effects of Emotion Regulation Development Program on Problematic Social Media Use Behaviors of Tenth Grade Students. Advisor: Asst. Prof. CHUTIMA SURASETH, Ph.D.

This research aimed to investigate the effect of the emotion regulation development program on problematic social media use behaviors. The samples were 41 tenth grade students studying in the first semester of academic year 2020. There were 21 students for experimental group and 20 students for control group. The research instruments consisted of the emotion regulation development program and problematic social media use behaviors questionnaire. The data collection included of pretest, posttest and follow up test. The data was analyzed employing mean, standard deviation, one-way repeated measures ANOVA and independent t-test.

The results were summarized as follows:

1) Posttest and follow up scores of problematic social media use behaviors questionnaire of the experimental group were not significantly different from the pretest score at level of significance.

2) Posttest and follow up scores of problematic social media use behaviors questionnaire of the experimental group were not significantly different from those of control group at level of significance.

Field of Study: Educational Psychology

Student's Signature .....

Academic Year: 2020

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์และช่วยเหลือจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา สุรเศรษฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงความเมตตา ความเอาใจใส่ ความห่วงใย และคำสอนมากมายที่มีให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา อีกทั้งยังเป็นกำลังใจในการทำงาน และเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยวรรณ วิเศษสุวรรณภูมิ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.นิรนาท แสนสา กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำและให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภรณ์ หลาวทอง อาจารย์ ดร.ครรชิต แสนอุบล อาจารย์ ดร.จรินทร์ วินทะไชย์ อาจารย์ ดร. สมบุญ จารุเกษมทวี และอาจารย์ ดร.รับขวัญ ภูเขาแก้ว ที่ได้กรุณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

กราบขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษาทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ประจำสาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาที่ได้อบรม สั่งสอน ถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือ ผู้วิจัยรู้สึกประทับใจและมีความสุขมากตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ ณ สถานศึกษาแห่งนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกภาคส่วนที่ให้บริการ ดูแล แนะนำ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์จนบรรลุผลสำเร็จ

ขอขอบพระคุณผู้บริหาร คณะครู และน้อง ๆ นักเรียนห้องม.4/1 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 ทุกคนสำหรับการให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและชี้แนะผู้วิจัยตลอดการศึกษาและการทำวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคุณแม่ คุณพ่ที่สนับสนุนและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณญาติพี่น้อง ครูอาจารย์ เพื่อน และรุ่นพี่รุ่นน้องทุกคนที่คอยช่วยเหลือ เป็นแรงใจสำคัญแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและประทับใจในน้ำใจของทุกคนเสมอมา

ปิยากร อ่อนละออ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
คำถามวิจัย.....	10
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
สมมติฐานของการวิจัย.....	10
ขอบเขตการวิจัย.....	11
คำจำกัดความในการวิจัย.....	12
ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	13
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
ตอนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use).....	15
1.1 ความหมายและประเภทของสื่อสังคม.....	15
1.2 ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา.....	21
1.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา.....	26
1.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา.....	34
1.5 วัยรุ่นตอนปลายกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา.....	44

1.6 ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา.....	47
1.7 ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา .....	51
1.8 การใช้สื่อสังคมเพื่อจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์ COVID-19 .....	53
1.9 การวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา.....	55
1.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา .....	59
ตอนที่ 2 การกำกับอารมณ์ (Emotion regulation) .....	64
2.1 ความหมายของอารมณ์.....	64
2.2 ความหมายของการกำกับอารมณ์ .....	67
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์ .....	70
2.4 แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ...	81
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์.....	92
ตอนที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	96
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	100
ตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและตัวอย่างในการวิจัย.....	100
ตอนที่ 2 การออกแบบการวิจัย.....	102
ตอนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	103
ตอนที่ 4 การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล .....	112
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	114
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	115
ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างการวิจัยและผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล .....	116
ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA) .....	121



ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและ จำแนกรายองค์ประกอบ ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลัง การทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้สถิติทดสอบที (Independent sample t-test)...	122
ตอนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	125
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	126
สรุปผลการวิจัย.....	127
การอภิปรายผลการวิจัย.....	128
ข้อเสนอแนะการวิจัย .....	135
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	135
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป .....	136
บรรณานุกรม.....	138
ภาคผนวก.....	159
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย .....	160
ภาคผนวก ข ผลการตรวจดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของผู้ทรงคุณวุฒิ (Index of Congruence หรือค่า IOC).....	162
ภาคผนวก ค ค่าความเที่ยงของแบบวัดทั้งฉบับและรายองค์ประกอบ .....	168
ภาคผนวก ง เอกสารแสดงการผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน .....	174
ภาคผนวก จ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	176
1. โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ .....	176
2. แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม.....	223
ภาคผนวก ฉ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	226
ประวัติผู้เขียน.....	243

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การสังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา .....	31
ตารางที่ 2.2 การสังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ .....	84
ตารางที่ 2.3 การสังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ...	88
ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	102
ตารางที่ 3.2 รูปแบบการวิจัย .....	102
ตารางที่ 3.3 รายละเอียดกิจกรรมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ .....	104
ตารางที่ 3.4 นิยามและตัวอย่างข้อความในแต่ละองค์ประกอบของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ที่เป็นปัญหา .....	107
ตารางที่ 3.5 ค่าความเที่ยงทั้งฉบับและรายองค์ประกอบของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็น ปัญหา .....	110
ตารางที่ 3.6 การจำแนกข้อความตามองค์ประกอบของข้อความในแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ที่เป็นปัญหา .....	111
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม จำแนกตามเพศ .....	116
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลการจัดอันดับการใช้สื่อสังคมของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล .....	117
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลจำนวนชั่วโมงการใช้สื่อสังคมในแต่ละวันของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะ ก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล.....	118
ตารางที่ 4.4 ข้อมูลกิจกรรมยามว่างของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ระยะ หลังการทดลอง และระยะติดตามผล .....	119
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็น ปัญหาของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม.....	120

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ด้วย Mauchly's Test of Sphericity.....	121
ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ด้วยสถิติ Sphericity Assumed.....	122
ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนก รายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ด้วยสถิติ ทดสอบที (Independent t-test).....	123
ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนก รายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะหลังการทดลอง ด้วยสถิติ ทดสอบที (Independent t-test).....	124
ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและ จำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะติดตามผล ด้วยสถิติ ทดสอบที (Independent t-test).....	125

## สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 2.1	โมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีปัญหา (Cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use) (Davis, 2001) .....	35
แผนภาพที่ 2.2	ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's needs hierarchy) (Huitt, 2007) .....	42
แผนภาพที่ 2.3	กระบวนการเกิดอารมณ์ (The modal model) (Gross & Thompson, 2007)..	67
แผนภาพที่ 2.4	โมเดลการกำกับตนเองแบบสองกระบวนการ (The dual processing self-regulation model) (Boekaerts, 1992 as cited in Punmongkol, 2009)....	72
แผนภาพที่ 2.5	โมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือ (The transactional model of stress and coping) Lazarus and Folkman (1984 as cited in Schuster et al., 2003).....	75
แผนภาพที่ 2.6	โมเดลกระบวนการเกิดกลยุทธ์ในการกำกับอารมณ์ (Gross, 1998; Gross & Thompson, 2007) .....	79
แผนภาพที่ 2.7	กรอบแนวคิดการวิจัย .....	99

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

ลักษณะของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในปัจจุบันถูกพัฒนาขึ้นจากรูปแบบเว็บ 1.0 (Web 1.0) ไปสู่รูปแบบเว็บ 2.0 (Web 2.0) สำหรับเว็บ 1.0 เป็นรูปแบบที่ผู้สร้างเว็บไซต์สามารถนำเสนอข้อมูลได้เพียงฝ่ายเดียว ผู้ใช้คนอื่นทำได้เพียงเยี่ยมชมหรือรับข่าวสารเท่านั้น ไม่สามารถโต้ตอบหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้นำเสนอข้อมูลได้ ในขณะที่เว็บ 2.0 มีการทำงานที่ตอบโจทยความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น ในเรื่องของการทำงานที่ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนแปลงบทบาทของตนเองจากการเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียวไปสู่การสร้างสรรค์และแก้ไขเนื้อหาข้อมูลของตนเองได้ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลที่สร้างไปแบ่งปันให้แก่ผู้ใช้คนอื่นได้เช่นกัน (Drahošová & Balco, 2017; Faizi et al., 2013) เว็บไซต์และแอปพลิเคชันสื่อสังคม (Social media) เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของลักษณะเว็บไซด์ดั้งเดิม ด้วยรูปแบบการทำงานที่จำลองให้เป็นสังคมเสมือนจริง ผู้ใช้ทุกคนสามารถสร้างโปรไฟล์ของตนเอง พูดคุยกับเพื่อนหรือบุคคลอื่น ๆ ได้เช่นเดียวกับในชีวิตจริง อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับผู้คนที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน (Kuss & Griffiths, 2011) จึงเป็นสาเหตุทำให้สื่อสังคมเหล่านี้เป็นที่นิยมของผู้คนทั่วโลก เนื่องจากเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว สื่อสังคมถูกใช้เป็นอุปกรณ์ในการเสริมสร้าง พัฒนา หรือรักษาความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานเครือข่ายเดียวกันให้ได้เชื่อมต่อและทำความรู้จักกัน อีกทั้งยังช่วยลดความห่างของระยะทางระหว่างผู้ใช้ให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น สามารถติดต่อกันได้สะดวกมากขึ้นแม้จะอยู่ต่างที่กัน ข้อมูลข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอ และสื่อต่าง ๆ อีกมากมายถูกแบ่งปันต่อกันได้อย่างง่ายดายผ่านการสนทนาบนพื้นที่สื่อสังคม (Yacoub & Spoede, 2018)

ปัจจุบันสื่อสังคมมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับในประเทศไทย จากการรวบรวมข้อมูลดิจิทัลในประเทศไทย พบว่ามีผู้ใช้สื่อสังคมมากถึง 52 ล้านคน หรือ 75 เปอร์เซ็นต์ จากจำนวนประชากรเกือบ 70 ล้านคน โดย 99 เปอร์เซ็นต์ใช้สื่อสังคมผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมในหนึ่งวันอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 55 นาที คนไทยมีการสมัครบัญชีสื่อสังคมมากถึง 10.1 บัญชีต่อคน ตัวอย่างสื่อสังคมที่นิยมใช้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) ไลน์ (LINE) เมสเซนเจอร์ (Messenger) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ตี๊กต็อก (TikTok) เป็นต้น

(We Are Social & Hootsuite, 2020) จากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 โดยสำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2563) พบว่ากลุ่มของนักเรียน/นักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันสูงที่สุด และการเข้าใช้สื่อสังคมเป็นกิจกรรมที่เลือกทำมากที่สุดบนอินเทอร์เน็ต นักเรียนมัธยมศึกษาในปัจจุบันเติบโตขึ้นในช่วงเวลาที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้า การสื่อสารผ่านทางออนไลน์จึงเปรียบเสมือนกิจกรรมที่นิยมทำกันโดยทั่วไปในบุคคลช่วงวัยนี้ (Bányai et al., 2017) โดยแรงจูงใจของผู้ใช้วัยรุ่นที่มีต่อความต้องการใช้สื่อสังคมคือ มองเห็นว่าการเข้าถึงสื่อสังคมเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ต้องทำเป็นประจำทุกวัน สามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนได้สะดวกยิ่งขึ้น รู้สึกสนุกสนานเมื่อได้ใช้สื่อสังคม เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่นิยมใช้ในเวลาวางสื่อสังคมถูกมองว่าเป็นพื้นที่สำหรับสร้างเอกลักษณ์หรือแสดงตัวตนให้ผู้อื่นได้รับรู้ วัยรุ่นคิดเห็นว่าสื่อสังคมอาจจะมีส่วนช่วยให้สังคมยอมรับและได้เข้าร่วมกลุ่มกับผู้อื่น โดยนิยมสร้างความประทับใจผ่านการโพสต์ข้อความหรือรูปภาพ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ประเภทของเนื้อหาข้อมูลที่ผู้ใช้เลือกเผยแพร่มากที่สุดจะเป็นเรื่องราวหรือรูปภาพที่แสดงความคิดความรู้สึกที่ต้องการแบ่งปัน รวมถึงต้องการแบ่งปันกิจกรรมที่ตนกำลังทำอยู่ให้ผู้ติดตามได้รับรู้ โดยอาจมีจุดประสงค์เพื่อเปิดเผยตัวตนแสดงเอกลักษณ์ ต้องการให้ผู้อื่นเข้าใจ หรือเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับจากสังคม (บุหงา ชัยสุวรรณ และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2558; Deters & Mehl, 2013; Nadkarni & Hofmann, 2012) (Deters & Mehl, 2013)(Deters & Mehl, 2013) อีกทั้งการเป็นเจ้าของบัญชีสื่อสังคมอย่างน้อย 1 บัญชี อาจแสดงถึงการคล้อยตามค่านิยมที่คนส่วนใหญ่ยึดถือเพื่อให้ตนได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (Marino et al., 2018) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเชื่อมต่อทางออนไลน์ตลอดเวลาถูกมองเป็นเรื่องปกติ เพื่อป้องกันการพลาดข่าวสารหรือข้อมูลสำคัญ ต้องการเป็นคนที่น่าสนใจและทันเหตุการณ์ และรู้สึกว่าตนยังคงเชื่อมต่อกับคนอื่น (Kuss & Griffiths, 2017)

สื่อสังคมถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากมาย ทั้งในแง่ของแหล่งรวบรวมและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เป็นพื้นที่สำหรับศึกษาหาข้อมูลประกอบการทำงานหรือการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และยังเป็นช่องทางในการทำธุรกิจอีกด้วย (Drahošová & Balco, 2017) เช่นเดียวกับในด้านของการศึกษา ปัจจุบันสถานศึกษาเริ่มนำสื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน เกิดการพัฒนาความคิดขั้นสูงจากการเรียนรู้แบบสืบค้น (Inquiry-based Learning) ให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างไม่จำกัด การนำสื่อสังคมมาใช้ในการสนับสนุน

การเรียนการสอนช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนดีขึ้น เนื่องจากความสะดวกในการทบทวนบทเรียนผ่านสื่อสังคมได้ทุกที่ทุกเวลา การปรับเปลี่ยนการจัดการเรียนการสอนด้วยการผสมผสานระหว่างการเรียนในชั้นเรียนและการทำกิจกรรมออนไลน์โดยใช้สื่อสังคมเป็นสื่อกลางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ สามารถเพิ่มความพึงพอใจและเจตคติที่ดีขึ้นของผู้เรียนต่อการเรียนได้ นอกจากนี้การนำสื่อสังคมมาใช้ประกอบการเรียนการสอนยังช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน รวมถึงผู้สอนกับผู้เรียนให้แน่นแฟ้น มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากยิ่งขึ้น (ปิยะธิดา สมบูรณ์ธนากร และคณะ, 2559; ภาวดี หนูสังข์, 2556; วราพร คำจับ, 2562; Faizi et al., 2013)

เทคโนโลยีเหล่านี้ถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตั้งแต่ช่วงต้นปีพ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา สถานศึกษาทุกแห่งทั่วโลกมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการสอนด้วยการนำการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) มาผสมผสานร่วมกับการเรียนในชั้นเรียน (On-site) หรืออาจจะต้องเรียนผ่านทางออนไลน์เพียงอย่างเดียวในกรณีเป็นพื้นที่เสี่ยง เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (2563) ประกาศให้ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์หรือการเรียนผ่านโทรทัศน์ทางไกล (On-air) บูรณาการกับการเรียนในห้องเรียนตามปกติ ด้วยการแบ่งกลุ่มนักเรียนให้ผลัดกันมาโรงเรียนและเรียนด้วยตนเองที่บ้าน เพื่อเว้นระยะห่างทางสังคมและลดภาวะเสี่ยงต่อการติดเชื้อ จึงส่งผลให้เทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นที่นิยมและใช้ประกอบการเรียนการสอนมากขึ้น (Dhawan, 2020; Mishra et al., 2020) ผู้เรียนสามารถเรียนรู้อย่างต่อเนื่องได้ตลอดเวลาที่ต้องการ เพิ่มความสะดวกให้แก่ทั้งผู้เรียนและผู้สอนในสถานการณ์วิกฤตครั้งนี้ (พัชราภรณ์ ดวงชื่น, 2563) เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในกลุ่มของสื่อสังคมถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองกับลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้คนสมัยใหม่ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่ออยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังตอบโจทย์การจัดการเรียนรู้ในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อสังคมเพื่อแทนที่การเรียนรู้อย่างเผชิญหน้า (Face-to-face lectures) จะลดประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะการปฏิบัติของผู้เรียน และอาจถูกรบกวนจากสิ่งเร้าบนอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม (จิรศักดิ์ ทองปรีชา, 2562; Nadeak, 2020) นอกจากนี้ ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนเพิ่มปริมาณการใช้สื่อสังคมมากขึ้นโดยไม่จำเป็น

ถึงแม้สื่อสังคมจะมีประโยชน์ในเรื่องของความสะดวกรวดเร็วในการรับส่งข้อมูลระหว่างผู้ใช้ และสามารถสร้างคุณประโยชน์ในแง่ของการเรียนรู้และการสร้างอาชีพ หากแต่ก็เป็นเทคโนโลยีที่

เปรียบเสมือนดาบสองคม (Keles et al., 2019) เนื่องจากในปัจจุบัน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ จึงทำให้การเข้าใช้สื่อสังคมไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป การใช้เวลาทั้งวันกับสื่อสังคมกลายเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายและรวดเร็วทันใจ (Andreassen et al., 2016) ประกอบกับฟังก์ชันมากมายที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันสื่อสังคม ซึ่งมีคุณสมบัติในการกระตุ้นความต้องการให้อยากใช้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รูปแบบของฟังก์ชันเหล่านั้น ได้แก่ การรับข่าวสารและการแบ่งปันข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารที่สะดวกยิ่งขึ้น ระบบการแจ้งเตือนข้อความหรือโพสต์ใหม่ของคนติดตาม การพบปะผู้คนใหม่ ๆ การพูดคุยผ่านกล่องข้อความหรือการแชต การโพสต์ข้อความและอัปโหลดรูปภาพได้ในทันที เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีส่วนในการกระตุ้นให้ผู้ใช้เกิดความต้องการใช้มากขึ้น จนขาดการยับยั้งและเกิดปัญหาตามมาในภายหลัง (Cheng et al., 2019; Folaranmi, 2013)

ผู้ใช้งานสื่อสังคมที่ขาดการระมัดระวัง ขาดการควบคุมพฤติกรรมการใช้ของตนเอง ใช้ในปริมาณที่มากเกินไป หรือไม่สามารถหยุดใช้สื่อสังคมได้ถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากการใช้อาจนำไปสู่การเกิดความผิดปกติจากการถูกกระตุ้น (Urge-driven disorder) จนกระทั่งเกิดเป็นพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use behavior) หรือเรียกอีกอย่างว่า การเสพติดสื่อสังคม (Social media addiction) (Karaiskos et al., 2010) ซึ่งเป็นลักษณะของการเสพติดทางพฤติกรรมประเภทหนึ่ง แม้ว่าปริมาณในการใช้จะไม่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาโดยตรง แต่ก็ใช้องค์ประกอบสำคัญที่นำไปสู่การเกิดพฤติกรรมดังกล่าวได้ ลักษณะของพฤติกรรมเสพติดสื่อสังคมจะคล้ายกับการเสพติดอื่น ๆ โดยผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาจะให้ความสำคัญและใช้เวลาไปกับสิ่งนั้นมากเป็นพิเศษ ไม่สามารถหยุดหรือลดปริมาณการใช้ลงได้ เมื่อได้ใช้ก็จะเกิดความรู้สึกดีหรือมีความสุข หากไม่ได้ใช้ก็จะเกิดความรู้สึกตรงกันข้าม ถูกครอบงำทั้งทางความคิด อารมณ์ และการกระทำจนนำไปสู่ผลกระทบต่าง ๆ (Bányai et al., 2017; Kuss & Griffiths, 2011; Marino, 2018) ผู้ที่มีภาวะเสพติดการใช้สื่อสังคมสูงมีแนวโน้มจะมีสติ (Mindfulness) ที่น้อยกว่ากลุ่มที่มีภาวะการเสพติดต่ำกว่า อีกทั้งยังส่งผลต่อแนวทางการจัดการกับความเครียดด้วยวิธีการมุ่งเน้นจัดการทางอารมณ์ (Emotion-focused coping) มากกว่าจะใช้การมุ่งเน้นแก้ที่ปัญหา (Problem-focused coping) (Sriwilai & Charoensukmongkol, 2015) เมื่อผู้ใช้เสพติดการใช้สื่อสังคมมากขึ้นจนอาจทำให้ขาดสติในการยับยั้งชั่งใจตนเอง หรือไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้ของตนได้ อาจนำไปสู่การใช้สื่อสังคมเพื่อเบี่ยงเบนความสนใจของตนเองจากปัญหาที่เผชิญอยู่แทนการขบคิดหาวิธีแก้ปัญหาดังกล่าวโดยตรง อีกทั้งยังส่งผลต่อความเหนื่อยล้าทาง



อารมณ์ (Emotional exhaustion) ที่ตามมา รวมถึงปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ มีการเห็นคุณค่าในตนเองที่ต่ำลง (Lower self-esteem) ความพึงพอใจในชีวิตที่ลดลง (Lower life satisfaction) ความเหงาเพิ่มขึ้น (Increased loneliness) และปัญหาทางจิตใจต่าง ๆ ส่งผลต่อการมีปัญหาสุขภาพตามมา เช่น โรคซึมเศร้า โรควิตกกังวล เป็นต้น (Barry et al., 2017; Hawi & Samaha, 2016; Horzum & Ayas, 2013; Kircaburun, 2016; Köse & Doğan, 2019; Marino et al., 2018; Şahin, 2017; Sriwilai & Charoensukmongkol, 2015; Yao & Zhong, 2014) นอกจากนี้ หากผู้ใช้มีการเข้าถึงบริการสื่อสังคมหลายแพลตฟอร์ม ก็จะมีความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพทางจิตมากกว่าผู้ใช้สื่อสังคม 1-2 แพลตฟอร์มหรือไม่ใช้เลย (Primack et al., 2017)

สำหรับกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มที่พบปริมาณการใช้สื่อสังคมค่อนข้างมาก เช่นเดียวกับกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่อยู่ในสถานะน่าเป็นห่วง นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ในประเทศไทย มีความชุกของการติดสื่อสังคมอยู่ที่ร้อยละ 23.6 และมีความสัมพันธ์กับภาวะซึมเศร้า (Pernsungnern et al., 2014) โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาจะมีพฤติกรรมการเปิดรับหรือให้ความสนใจกับการใช้สื่อใหม่มากกว่านักเรียนในระดับชั้นที่ต่ำกว่า และใช้เวลาไปกับสื่อสังคมต่อวันเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนาน (บุหงา ชัยสุวรรณ และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2558) ยิ่งไปกว่านั้น นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีความเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยพบค่าความชุกของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายกลุ่มที่เสพติดสื่อสังคมอยู่ที่ร้อยละ 17.6 นักเรียนกลุ่มนี้ใช้เวลาไปกับสื่อสังคมมากกว่า 4 ชั่วโมงวัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่นานมากและน่าเป็นห่วง เนื่องจากการมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาอาจส่งผลให้นักเรียนมีภาวะสมาธิสั้นได้ อีกทั้งยังมีการรายงานค่าความชุกของกลุ่มที่คลั่งไคล้การใช้สื่อสังคม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาในอนาคตที่ร้อยละ 43.8 (กันยา พาณิश्यศิริ และ เบญจพร ตันตสุติ, 2559) เช่นเดียวกับการศึกษาความชุกของการเสพติดเฟซบุ๊กในปีพ.ศ. 2558 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายใน 4 จังหวัดใหญ่ในประเทศไทย พบว่ามีค่าความชุกอยู่ที่ร้อยละ 41.8 และระยะเวลาในการใช้ที่เพิ่มมากขึ้น จะมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการติดสื่อสังคมที่สูงขึ้นเช่นกัน โดยเวลาที่มากขึ้น 1 ชั่วโมงจะเพิ่มความเสี่ยงต่อการติดมากถึง 1.12 เท่า (Khumsri et al., 2015) ทั้งพฤติกรรมการใช้งานที่ค่อนข้างเยาะ ประกอบกับแรงกระตุ้นที่ทำให้เกิดการใช้ จึงทำให้วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่มักจะพบว่ามีการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Kirk et al., 2015) และนอกจากจะส่งผลต่อปัญหาทางสุขภาพกายและใจแล้ว พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหากระทบต่อทั้งพฤติกรรมการเรียนและผลการเรียนที่ต่ำลง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้

วัยรุ่นที่ยังมีทักษะการกำกับควบคุมตนเองที่น้อยกว่าวัยผู้ใหญ่ เช่นเดียวกันกับการทำกิจกรรมอื่นน้อยลง เมื่อมีการใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก จึงทำให้เบียดเบียนเวลาของการทำกิจกรรมหรืองานอดิเรกอื่นที่มีประโยชน์และจำเป็นต่อชีวิตประจำวันเช่นกัน (Tsitsika et al., 2014)

สาเหตุของการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อาจมาจากพัฒนาการตามวัยของเด็กกลุ่มนี้ซึ่งเป็นวัยของการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ และสังคม พัฒนาการทางด้านร่างกายรวดเร็วขึ้นจากวัยเด็กเพื่อเตรียมพร้อมสู่การเป็นผู้ใหญ่ ส่งผลให้มีความผกผันทางอารมณ์ค่อนข้างสูง (สุรางค์ โค้วตระกูล, 2559) บางครั้งอาจใช้สื่อสังคมเพื่อปรับเปลี่ยนหรือหลีกเลี่ยงจากอารมณ์ความรู้สึกบางอย่างที่เกิดขึ้นใช้สื่อเหล่านั้นเป็นพื้นที่ในอีกมิติหนึ่งเพื่อให้ตนได้ผ่อนคลายความตึงเครียดหรือความอัดอั้นตันใจที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการเป็นอิสระ อยู่ในช่วงค้นหาเอกลักษณ์และตัวตนของตนเอง ต้องการทดลองสิ่งใหม่ ๆ ไม่ชอบการจำกัดอยู่ในกรอบ ขณะเดียวกันก็ปรารถนาที่จะได้รับความสนใจและการยอมรับจากสังคมเช่นกัน บุคคลในช่วงวัยนี้จึงให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงหรือบุคคลรอบข้างเป็นอย่างมาก ดังนั้นการเลือกใช้สื่อสังคมจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการแสดงตัวตนเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสังคม อาจเริ่มจากการเลียนแบบพฤติกรรมของเพื่อน เมื่อสมาชิกในกลุ่มของตนใช้สื่อสังคม จึงต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งและไม่ต้องการให้เพื่อนเห็นว่าตนนั้นแปลกแยก ยอดไลค์ (Like) หรือคอมเมนต์ (Comment) จากผู้ติดตามมีส่วนในการกระตุ้นสมองให้เกิดความกระตือรือร้นในการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้น (Sherman et al., 2017) ถึงแม้วัยรุ่นจะมีความพร้อมและความต้องการเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ อย่างไรก็ตามคำแนะนำประกอบกับแนวทางในการใช้ชีวิตยังคงมีความจำเป็นต่อวัยรุ่นทุกคน (ชญาธิกา ศรีวิชัย, 2561) เนื่องจากพัฒนาการที่ยังไม่สมบูรณ์เต็มที่ โดยเฉพาะในส่วนของสมองที่มีความอ่อนไหวง่ายต่อสิ่งเร้าทั้งในรูปแบบเชิงบวกและเชิงลบ ทำให้ความมั่นคงทางอารมณ์ยังไม่สมบูรณ์เต็มที่ จึงมีความเสี่ยงต่อการเลือกวิธีการกำกับอารมณ์ของตนเองด้วยการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือและเกิดเป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหาตามมา (Luciana, 2013; Marino et al., 2016)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้เป็นปัญหา ไม่ว่าจะ เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมหรือการเสพติดอื่น ๆ ต่างเป็นผลมาจากความบกพร่องในทักษะการกำกับอารมณ์ (Estévez et al., 2017; Hormes et al., 2014) ซึ่งทักษะนี้มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากในการใช้เพื่อจัดการกับอารมณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นแล้ว ให้แสดงออกมาให้ทิศทางที่เหมาะสม

การกำกับอารมณ์ (Emotion regulation) เป็นกระบวนการการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขการแสดงออกทางอารมณ์ และอาจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงการแสดงพฤติกรรมที่มีที่มาจากอารมณ์ โดยไม่ให้อารมณ์มีอิทธิพลเหนือตนเอง สามารถทำการกำกับอารมณ์ได้ในทุกช่วงของกระบวนการเกิดของอารมณ์ ทั้งก่อนหรือหลังจากที่อารมณ์เกิดขึ้น นอกจากนี้บุคคลไม่เพียงแต่กำกับอารมณ์เชิงลบได้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงอารมณ์เชิงบวกอีกด้วยโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้อารมณ์ที่แสดงออกมามีความสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ เมื่อมีทักษะการกำกับอารมณ์ที่ดี จะสามารถจัดการกับการแสดงออกทางอารมณ์ให้ออกมาในรูปแบบที่ต้องการได้ อย่างไรก็ตาม การกำกับอารมณ์เป็นทักษะที่ต้องผ่านการฝึกฝนจากการเรียนรู้และประสบการณ์การนำไปใช้ การพัฒนาทักษะการกำกับอารมณ์จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง (Campos et al., 2004; Cole et al., 2004; Gross, 1998) ปัจจุบัน การศึกษาเกี่ยวกับการกำกับอารมณ์ยังคงทำอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการกำกับอารมณ์ส่งผลต่อการมีทักษะเชิงบวกมากมาย เช่น ความสามารถในการฟื้นฟูพลังที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มนักเรียนอาชีวศึกษา การเสริมสร้างทักษะความสามารถทั้งในด้านของอารมณ์และสังคมแก่เด็กในครอบครัวที่ย่ำแย่ ทักษะการทำงานเป็นทีมที่ดีขึ้นของนักเรียนชั้นประถมศึกษา อีกทั้งยังใช้การกำกับอารมณ์เพื่อจัดการกับภาวะซึมเศร้าและปัญหาสุขภาพอื่น ๆ (ณัฐธิดา คุ่มรอด, 2558; ธนาภรณ์ เนียมกลิ่น, 2560; ปริณดา เลิศศรีมงคล, 2554; พรพิมล พรหมนัส, 2561)

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีปัญหาในการกำกับอารมณ์จะไม่สามารถกำกับควบคุมตนเองได้ดีมากพอเมื่ออยู่ภายใต้แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้สื่อสังคม หากขาดกลยุทธ์หรือการตอบสนองต่ออารมณ์ดังกล่าวที่เหมาะสม อาจนำไปสู่การเผชิญหน้ากับอารมณ์เหล่านั้นด้วยการเลือกใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการกำกับอารมณ์ เมื่อใช้สื่อสังคมแล้วเกิดความรู้สึกพึงพอใจ จึงทุ่มเทให้กับการใช้สื่อสังคมอย่างหมกมุ่น และพัฒนาไปเป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหาในลำดับต่อไป (Marino et al., 2019; Spada & Marino, 2017; Zohreh & Zandkarimi, 2018) เช่นเดียวกับกับผู้ที่มีอารมณ์เชิงลบจากการเผชิญหน้ากับสถานการณ์บางอย่างในชีวิต เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่ออารมณ์และความรู้สึก หลายคนอาจตัดสินใจเลือกใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการผ่อนคลายหรือเปลี่ยนแปลงระดับของอารมณ์ที่ได้รับมาจากปัญหาเหล่านั้น ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีกวิตกกังวลในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น หากมีประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้สื่อสังคมหรือเกิดความมั่นใจจากการพูดคุยกับคนอื่นบนพื้นที่ออนไลน์ ส่งผลให้ความรู้สึกไม่ดีลดทอนลงไปได้ เมื่อใช้งานเกิดความเพลิดเพลินและเห็นว่าสื่อสังคมเป็นช่องทางที่ช่วยลดความวิตกกังวลของตนได้ ใช้แล้ว

เกิดความรู้สึกดีหรือมั่นใจมากกว่าเดิม จึงเกิดเป็นแรงกระตุ้นให้ใช้สื่อสังคมบ่อยขึ้นและระยะเวลาการใช้ต่อครั้งนานขึ้น ไม่สามารถกำกับหรือยับยั้งอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้ และนำไปสู่พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในที่สุด (Liu & ma, 2020)

จากการเติบโตของเทคโนโลยีสื่อสังคมและความเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่มากขึ้น ทำให้การศึกษาเกี่ยวกับวิธีการรับมือและจัดการกับพฤติกรรมดังกล่าวมีจำนวนมากขึ้น แนวทางในการบรรเทาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหายังไม่หลากหลาย หากแต่ก็มีวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการนำไปใช้ได้แก่ การช่วยเหลือตนเอง (Self-help) การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรม (Cognitive-behavioral therapy) การสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivational interviewing) การรักษาด้วยยา (Medication) เป็นต้น (Andreassen, 2015) สำหรับแนวทางในการช่วยเหลือตนเองเมื่อปริมาณการใช้สื่อสังคมมากหรือมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา สามารถทำได้โดยการจัดการกับพฤติกรรมของตนเองโดยตรง อาจเป็นการจัดตารางเวลาการใช้สื่อสังคม ตั้งเตือนเมื่อถึงเวลาที่จะต้องหยุดใช้ หรือปิดโทรศัพท์ ปิดสัญญาณอินเทอร์เน็ต กลยุทธ์การช่วยเหลือตนเองสามารถทำได้ด้วยตนเองขึ้นอยู่กับการตกลงกับตนเองว่าจะเลือกใช้วิธีการใด อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์นี้ไม่ย่ายนัก อาจต้องใช้วิธีอื่นมาผสมผสานเพื่อเพิ่มทักษะการรับมือกับความต้องการใช้ เช่น การฝึกสติ (Mindfulness) ซึ่งมักถูกนำไปบูรณาการร่วมกับวิธีการอื่นในการจัดการกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยเฉพาะการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองทางความคิดของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยเสริมสร้างการรับมือกับความต้องการใช้และการควบคุมพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา สามารถลดระดับของพฤติกรรมที่เป็นปัญหาดังกล่าวให้น้อยลงได้ (Du et al., 2010; Putri et al., 2018) การฝึกสติควบคู่กับการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมช่วยให้มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยลงเช่นกัน (Lan et al., 2018) สำหรับการช่วยเหลือผู้ที่มีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาด้วยการเสริมสร้างแรงจูงใจเป็นอีกแนวทางในการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้เพื่อกำหนดเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมช่วยลดปริมาณการใช้สื่อสังคมและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Manwong et al., 2018; Su et al., 2011) อย่างไรก็ตาม ทักษะการกำกับอารมณ์ให้กับผู้ใช้สื่อสังคมมีความสำคัญต่อการรับมือกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Estévez et al., 2017; Hormes et al., 2014; Marino et al., 2020; Spada & Marino, 2017) การใช้ที่ขาดการกำกับควบคุมจะนำไปสู่การถูกรอบงำด้วยความลุ่มหลง หากผู้ใช้ที่เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาวมีความสนใจให้กับสื่อเหล่านี้มากจนเกินไปและ

ไม่ได้รับการสร้างวินัยในการใช้อย่างเหมาะสม ก็จะนำไปสู่ผลกระทบต่าง ๆ ต่อทั้งตนเองและหน้าที่ การงาน พัฒนาการเชิงบวกของวัยรุ่นช่วยลดความเสี่ยงต่อการมีปัญหาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต หมายความว่าวัยรุ่นที่มีปัญหาพฤติกรรม ขาดทักษะทางด้านจิตสังคมที่ดี ไม่สามารถควบคุมตนเองต่อ การใช้งานอินเทอร์เน็ต ก็อาจจะทำให้กำกับควบคุมอารมณ์ความต้องการใช้สื่อสังคมได้ไม่ตีพอ และนำไปสู่การเสพติดทางพฤติกรรมได้ (กษมา เทพรักษ์ และคณะ, 2557; Yu & Shek, 2013) นอกจากนี้ วัยรุ่นยังเป็นช่วงวัยที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการเสริมสร้างการกำกับอารมณ์ให้แข็งแรงยิ่งขึ้น (Ahmed et al., 2015) ดังนั้น การกำกับอารมณ์จึงเป็นอีกหนึ่งทักษะที่น่าสนใจในการพัฒนา เพื่อนำไปลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้กับวัยรุ่นซึ่งเป็นช่วงวัยที่นิยมใช้สื่อสังคม

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาทักษะในการกำกับอารมณ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เพื่อช่วยลดและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เนื่องจากวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีการใช้ สื่อสังคมเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่พบว่ามีการใช้สื่อสังคม ค่อนข้างมากและมีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาตามมาในภายหลัง โปรแกรมการพัฒนาการกำกับ อารมณ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อมุ่งเน้นให้นักเรียนได้ทำความเข้าใจและรู้จักสื่อสังคม โดยยึดเอาทวิธิ การกำกับอารมณ์ของ Gross (1998) มาบูรณาการร่วมกับการเชื่อมโยงของความคิดสู่การเกิด อารมณ์ การฝึกสติมาใช้เพื่อการกำกับอารมณ์ที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงการตั้งเป้าหมายและรับมือกับ ความต้องการใช้ในอนาคตซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการเสริมสร้าง การกำกับอารมณ์และแนวทางในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; Du et al., 2010; Huppert & Johnson, 2010; Lan et al., 2018; Manwong et al., 2018; Su et al., 2011; Volkaert et al., 2018) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่นำการกำกับอารมณ์มาใช้เพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โปรแกรมดังกล่าวจึงน่าจะเป็นประโยชน์ในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้เรียนในภายภาคหน้า อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริม การใช้สื่อสังคมอย่างถูกวิธี เนื่องจากสื่อสังคมและอินเทอร์เน็ตถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ต่อชีวิตมนุษย์ในยุคปัจจุบัน จึงเป็นไปได้ที่จะให้เลิกใช้โดยเด็ดขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์ที่มีความจำเป็นต้องการเรียนรู้ผ่านทางออนไลน์เข้ามาผสมผสานกับการเรียนรู้ แบบปกติ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้สื่อสังคมมากเกินไปจนนอกเหนือจากการใช้ เพื่อการศึกษาหาความรู้ ดังนั้น การใช้สื่อสังคมในปริมาณที่พอเหมาะและสามารถกำกับควบคุม

ตนเองได้จึงเป็นสิ่งที่ผู้ใช้ทุกคนควรได้รับการส่งเสริมและทำความเข้าใจ การเรียนรู้ที่จะอยู่กับเทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมที่เป็นวัยรุ่นสามารถใช้สื่อสังคมได้อย่างมีสติ รู้จักและรู้เท่าทันสื่ออย่างแท้จริง รวมถึงเข้าใจอารมณ์ของตนเองที่มีต่อการใช้ และสามารถกำกับควบคุมความต้องการใช้สื่อสังคมได้ ไม่ถูกครอบงำจนนำไปสู่พฤติกรรมที่เป็นปัญหา

### คำถามวิจัย

โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ช่วยลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้หรือไม่ อย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 2 ข้อ ได้แก่

1. เพื่อเปรียบเทียบผลของการพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ระหว่างระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล
2. เพื่อเปรียบเทียบผลของการพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์กับกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับโปรแกรม ในระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยกว่าในระยะก่อนการทดลอง
2. ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

## ขอบเขตการวิจัย

### 1. ประชากร

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12 จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาคการเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 7,549 คน

### 2. ตัวอย่างวิจัย

นักเรียนที่ศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12 จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 41 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์ จำนวน 21 คน และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามปกติ จำนวน 20 คน

### 3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) คือ โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

### 4. เครื่องมือที่ใช้

#### 4.1 โปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์

ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาทักษะการกำกับอารมณ์ และแนวทางในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยนำองค์ความรู้ที่ได้มาบูรณาการร่วมกับทฤษฎีการกำกับอารมณ์ของ Gross (1998) โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักและเข้าใจกลไกการทำงานของสื่อสังคม รวมถึงลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เรียนรู้การทำงานร่วมกันของความคิดและอารมณ์ที่ส่งผลไปถึงการแสดงออกทางพฤติกรรมฝึกรกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อีกทั้งยังมีนำเอาการฝึกสติมาใช้เพื่อพัฒนาการกำกับอารมณ์ได้ดียิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการตระหนักรู้ต่อแรงกระตุ้นจากสิ่งเร้าที่อาจนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาหากขาดการกำกับควบคุมอย่างเหมาะสม และให้ผู้เรียนได้ร่วมกันค้นหากิจกรรมอื่นทดแทนการใช้สื่อสังคม เพื่อป้องกันการเกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหานั้นอีกในอนาคต (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; Du et al., 2010; Huppert & Johnson, 2010; Lan et al., 2018; Manwong et al., 2018; Su et al., 2011; Volkaert et al., 2018)

กิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ประกอบด้วยกิจกรรมทั้งหมด 8 ครั้ง โดยดำเนินกิจกรรมครั้งละ 50 นาที เป็นเวลา 4 สัปดาห์ติดต่อกัน รวมระยะเวลาจัดกิจกรรมทั้งสิ้น 6 ชั่วโมง 40 นาที

#### 4.2 แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดขึ้นจากการศึกษาองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Brown, 1993, 1997; Griffiths, 1995, 2005; Caplan, 2002; Caplan, 2010; Tao et al., 2010) และสามารถสังเคราะห์องค์ประกอบได้ทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) 2) การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference) 3) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) 4) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control) 5) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ (Withdrawal) 6) การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict) และ 7) การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse) หลังจากนั้นผู้วิจัยนำองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบไปพัฒนาแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีข้อคำถามจำนวน 32 ข้อ มีลักษณะการประเมินแบบการประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 (ไม่ตรงกับฉันที่สุด) ถึง 5 (ตรงกับฉันที่สุด) เพื่อใช้วัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในระลอกก่อนการทดลอง ระลอกหลังการทดลอง และระยะติดตามผลของทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

#### คำจำกัดความในการวิจัย

**พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา** หมายถึง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมอย่างหมกมุ่นให้ความสำคัญกับสื่อสังคมมากกว่ากิจกรรมหรืองานอื่น ๆ สื่อสังคมมีอิทธิพลต่อทั้งความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม เมื่อได้ใช้สื่อสังคมจะรู้สึกดีหรือพึงพอใจ นำไปสู่การทุ่มเทเวลากับการใช้สื่อเหล่านั้นนานยิ่งขึ้น หากไม่ได้ใช้หรือถูกบังคับให้เลิกใช้จะแสดงความไม่พอใจ หงุดหงิด หรือกระวนกระวายใจ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากอาจส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเอง ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง และหน้าที่การงานต่าง ๆ ถึงแม้จะทราบถึงผลเสียจากการใช้ก็ไม่สามารถเลิกใช้ได้ ยังคงมีความต้องการใช้และคิดวนเวียนถึงสิ่งนั้นอยู่

**โปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์** หมายถึง ชุดกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาทักษะการกำกับอารมณ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โปรแกรมดังกล่าวถูกพัฒนาจากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างทักษะ



การกำกับอารมณ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหานำมาสังเคราะห์และบูรณาการร่วมกับทฤษฎีการกำกับอารมณ์ของ Gross (1998) โดยมุ่งเน้นความรู้ความเข้าใจต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเอง รู้ทันเท่ากลไกของสื่อสังคมที่ใช้อยู่ ทำความรู้จักกับลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เรียนรู้ความสัมพันธ์ของอารมณ์และความคิด ฝึกใช้ทักษะการกำกับอารมณ์เพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ประกอบกับการฝึกสติเพื่อเสริมสร้างการกำกับอารมณ์ให้ดียิ่งขึ้น และค้นหากิจกรรมทดแทนการใช้สื่อสังคม โดยกิจกรรมทั้งหมดมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ที่จะใช้สื่อสังคมอย่างระมัดระวังและมีสติ ไม่นำไปสู่การมีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาในภายหลัง

### ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. ได้ศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการกำกับอารมณ์และพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมที่เป็นปัญหา ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบันที่มีการใช้สื่อสังคมเป็นประจำ ให้ความตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่ตามมาและความสำคัญของการจัดการกับพฤติกรรมดังกล่าว
2. ได้ทราบผลของโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังจากเข้าร่วมโปรแกรมดังกล่าว
3. ได้แนวทางสำหรับสถานศึกษาและผู้ปกครองในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา และนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้หรือประยุกต์ให้เข้ากับการวางแผนเพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในกลุ่มเด็กและเยาวชน
4. ได้ประโยชน์สำหรับผู้ศึกษางานวิจัยต่อในอนาคต ในการค้นคว้าและพัฒนาแนวทางเพิ่มเติมเพื่อป้องกันการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในกลุ่มเด็กและเยาวชน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use) ตอนที่ 2 การกำกับอารมณ์ (Emotion regulation) ตอนที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

#### ตอนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use)

- 1.1 ความหมายและประเภทของสื่อสังคม
- 1.2 ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.5 วัยรุ่นตอนปลายกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.6 ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.7 ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.8 การใช้สื่อสังคมเพื่อจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์ COVID-19
- 1.9 การวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 1.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

#### ตอนที่ 2 การกำกับอารมณ์ (Emotion regulation)

- 2.1 ความหมายของอารมณ์
- 2.2 ความหมายของการกำกับอารมณ์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์
- 2.4 แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์

#### ตอนที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ตอนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use)

### 1.1 ความหมายและประเภทของสื่อสังคม

ความหมายของ สื่อสังคม ตามที่ปรากฏใน Cambridge Dictionary (2019) หมายถึง เว็บไซต์และโปรแกรมที่ผู้คนสามารถใช้สื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตได้ โดยใช้คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือในการเข้าถึงเว็บไซต์หรือโปรแกรมเหล่านั้น

Lai and Turban (2008) นิยามสื่อสังคมว่า แพลตฟอร์มหรือเครื่องมือทางออนไลน์ที่บุคคลใช้ในการแบ่งปันความคิดเห็นและประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น รูปภาพ วิดีโอ เพลง เป็นต้น โดยผู้ใช้สามารถควบคุมการใช้สื่อสังคมได้ด้วยตนเอง ใช้งานง่าย ไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือเสียในจำนวนที่ไม่มากนัก

Kaplan and Haenlein (2010) กล่าวว่า สื่อสังคมเป็นประเภทของแอปพลิเคชันบนพื้นที่อินเทอร์เน็ต ถูกพัฒนาขึ้นโดยมีที่มาจากเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้เป็นผู้สร้างเนื้อหาข้อมูลด้วยตนเอง และยังเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ใช้อื่นด้วย

Kietzmann et al. (2011) กล่าวว่า สื่อสังคมเป็นกลุ่มของเว็บแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มที่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของเว็บ 2.0 (web 2.0) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในการโต้ตอบกัน อีกทั้งยังเอื้อต่อการสร้าง การอภิปราย การปรับเปลี่ยน และการแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น

Obar and Wildman (2015) อธิบายถึง สื่อสังคม เป็นการโต้ตอบทางสังคมผ่านการทำงานของเว็บ 2.0 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงพื้นที่ของตนเอง สร้างเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเอง รวมถึงการเชื่อมต่อพื้นที่ของหลายผู้ใช้เข้าหากันเพื่อสร้างเครือข่ายสังคมเสมือนจริง (Virtual social network) นอกจากการที่ผู้ใช้งานเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันจะได้สร้างสรรค์หรือแบ่งปันข้อมูลของตนเองแล้ว ยังสามารถบริโภคเนื้อหาต่าง ๆ จากผู้ใช้อื่นได้เช่นกัน จึงเปรียบเสมือนการใช้ย่อมมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน

McCay-Peet and Quan-Haase (2016) ให้คำนิยาม สื่อสังคม ว่าเป็น การให้บริการผ่านเว็บไซต์ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงกันของผู้ใช้ ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ ให้ได้มีการสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เป็นการสร้างชุมชนบนอินเทอร์เน็ตผ่านการสร้างสรรค์เนื้อหาและนำมาแบ่งปันให้แก่ผู้อื่นเพื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือนำไปต่อยอดเพิ่มเติม

Köse and Doğan (2019) อธิบายถึงความหมายของสื่อสังคมไว้ว่า เป็นกลุ่มของแพลตฟอร์มบนอินเทอร์เน็ตที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ซึ่งเป็นสมาชิกของสื่อสังคมต่าง ๆ สามารถทำหน้าที่สร้างหรือประดิษฐ์ข้อมูลที่ต้องการนำเสนอได้ด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากในยุคก่อนหน้านั้นที่มีเฉพาะ

เจ้าของหรือผู้สร้างเว็บไซต์เท่านั้นที่สร้างกำหนดเนื้อหาที่ต้องการเผยแพร่ได้ สื่อสังคมประเภทแรกที่เกิดขึ้นคือ บล็อก

วรรณิสา หนูช่วย (2561) กล่าวว่า สื่อสังคมเป็นแอปพลิเคชันภายใต้การให้บริการของเว็บ 2.0 ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้ได้ติดต่อ สื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน เปรียบเสมือนการสร้างสังคมหนึ่งขึ้นมาเพื่อให้ผู้ที่สนใจในสิ่งเดียวกันได้มาพูดคุยกัน นอกจากนี้การใช้สื่อสังคมยังมุ่งเน้นให้ผู้ใช้เข้าถึงได้ง่ายดายด้วยข้อจำกัดของอุปกรณ์ที่น้อยลง เพียงแค่อุปกรณ์ที่มีอยู่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ผู้ใช้ก็จะเข้าถึงบริการของสื่อสังคมได้ทันทีในทุกที่และทุกเวลา

สุทธิมนัส ชินอัครพงศ์ (2562) สรุปความหมายของสื่อสังคมไว้ว่า เป็นโปรแกรมหรือเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้ใช้ให้สามารถพูดคุยกันได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ได้อีกด้วย การสื่อสารผ่านสื่อสังคมยังทำได้ด้วยการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ให้กับผู้ติดตาม เกิดเป็นสังคมอีกสังคมหนึ่งบนโลกอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันมีสื่อสังคมหลากหลายประเภทเกิดขึ้น เช่น สื่อสังคมที่เน้นการส่งข้อความแบบสั้น สื่อสังคมสำหรับแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ เป็นต้น โดยแต่ละประเภทล้วนถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองกับความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้

Oyman and Kocak (2012) อธิบายว่า สื่อสังคมเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการในการเก็บรวบรวมเนื้อหาต่าง ๆ โดยมีพื้นฐานมาจากการสร้างเครือข่ายสังคม อีกทั้งยังเป็นการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ของเหล่าผู้ใช้ ถึงแม้ว่าคนส่วนใหญ่จะนิยมเป็นเพียงผู้รับข่าวสาร แต่สื่อสังคมเหล่านี้ก็อนุญาตให้ผู้ใช้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ด้วยตนเอง รวมถึงการคัดลอกจากแหล่งข้อมูลอื่นหรือจากผู้อื่นก็ทำได้เช่นกัน ดังนั้น ความน่าสนใจของการใช้สื่อสังคมก็คือการได้สร้างและแบ่งปันเนื้อหาของตนเองให้แก่ผู้อื่น แบ่งประเภทของแพลตฟอร์มหรือพื้นที่สื่อสังคมเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social networking sites) คือ พื้นที่ที่ผู้ใช้สามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ เช่น Facebook และ MySpace
2. บล็อก (Blogs) หรือ เว็บล็อก (Weblog) คือ สมุดบันทึกออนไลน์ที่สามารถสร้างข้อมูลและเผยแพร่แก่ผู้อื่นได้ทันที
3. ไมโครบล็อกสแกน (Microblogscan) คือ การรวมกันระหว่างเครือข่ายสังคมและบล็อก โดยจำกัดจำนวนของเนื้อหาข้อมูล เช่น Twitter

4. เว็บไซต์แลกเปลี่ยนเนื้อหา (Content sharing sites) คือ เว็บไซต์ที่สามารถจัดเก็บหรือแบ่งปันสื่อประสม (Multimedia) ได้ ทั้งในรูปแบบของรูปภาพ เพลง วิดีโอ และอื่น ๆ เช่น YouTube และ Flickr

5. วิกิส (Wikis) คือ พื้นที่ที่อนุญาตให้ผู้คนมาร่วมกันสร้างเนื้อหาผ่านการใช้เว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) และไม่จำเป็นต้องใช้สิทธิ์ในการเข้าถึง บุคคลสามารถสร้างหรือแก้ไขข้อมูลโดยไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคนิคใด ๆ เช่น Wikipedia และ Wikitraveland

6. เว็บไซต์โซเชียลบุ๊กมาร์กิ้ง (Social bookmarking sites) คือ เว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถติดป้ายกำกับตามความสนใจด้วยการใช้คำสำคัญ (Keyword) ผู้ใช้คนอื่นสามารถเข้าถึงรายการเหล่านั้นผ่านป้ายหรือคำสำคัญ เช่น Delicious และ StumbleUpon

7. พอดแคสต์ (Podcasts) คือ ไฟล์เสียงหรือวิดีโอที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นการผสมผสานกันระหว่าง “iPod” กับ “Broadcast” จึงเปรียบเสมือนการฟังเครื่องเล่นเสียงผ่านคอมพิวเตอร์

8. ฟอรัม (Forums) คือ พื้นที่บนออนไลน์ที่ผู้ใช้สามารถแบ่งปันประสบการณ์ ความคิด และข้อมูลต่าง ๆ ภายใต้วหัวข้อนั้น ๆ

Williamson (2013) เปรียบสื่อสังคมเป็น เครื่องมือทางอินเทอร์เน็ตที่ให้ผู้คนสามารถเข้าถึงและมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ได้ ทั้งผู้คน ธุรกิจ และกิจกรรมอื่น ๆ มากมายตามที่พวกเขาต้องการ ผู้ใช้สื่อสังคมให้ความสำคัญกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ การสนทนา ความบันเทิง เรื่องเล่า รวมถึงความเป็นส่วนตัวของคุณด้วย โดยมีความเชื่อว่า เมื่อกระทำการใดกับผู้อื่นก็จะได้รับกลับในรูปแบบเดียวกัน วิธีการโต้ตอบจะส่งผลต่อความนิยมและความไว้วางใจจากผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย สื่อสังคมแบ่งเป็น 10 ประเภท ได้แก่

1. เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social networking sites) คือ เว็บไซต์ที่สามารถสร้างโปรไฟล์ แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร รูปภาพ และวิดีโอ ผู้อื่นสามารถกดไลค์ (like) แบ่งปันเนื้อหาต่อ และร่วมแสดงความคิดเห็นได้ เช่น Badoo, Facebook, Google+ และ LinkedIn

2. ไมโครบล็อกกิ้ง (Micro-blogging) คือ พื้นที่แบ่งปันข้อความสั้นๆ โดยมีจุดเน้นที่การใช้แฮชแท็ก (Hashtag) เช่น Twitter และ Branch

3. เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอและรูปภาพ (Video- and photo- sharing websites) คือ เว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพถ่ายและวิดีโอเพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่นได้ เช่น Flickr, Vimeo และ YouTube

4. บล็อก (Blogs) คือ สมุดบันทึกออนไลน์ ไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาทางการและสามารถอัปเดตได้ทันที อาจเป็นได้ทั้งบล็อกหรือพอดแคสต์ (Podcast) ส่วนบุคคล หรือขององค์กร เช่น Blogger, Tumblr และ Wordpress

5. บล็อกของสื่อมวลชน (Blogs hosted by media outlets) คือ บล็อกที่มีความทาง การน้อยกว่าบทความในหนังสือพิมพ์ แต่เป็นทางการกว่าบล็อกทั่วไป

6. วิกิสและพื้นที่ร่วมกันบนออนไลน์ (Wikis and online collaborative spaces) คือ พื้นที่ที่ผู้คนสามารถร่วมกันสร้างและพัฒนาข้อความ รวมถึงเอกสารต่าง ๆ ได้ เช่น Wikipedia

7. ฟอรัม (Forums) หรือ บอร์ดและกลุ่มสำหรับอภิปราย (Discussion boards and groups) คือ พื้นที่สำหรับอภิปราย โดยอาจเป็นแบบสาธารณะหรือส่วนตัวก็ได้ เช่น Google Groups และ Yahoo Groups

8. แพลตฟอร์มเกมออนไลน์สำหรับผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platforms) คือ การเล่นเกมกับผู้อื่นบนอินเทอร์เน็ต เช่น Second life และ World of Warcraft

9. การส่งข้อความด่วน (Instant messaging) คือ การส่งข้อความบนโทรศัพท์มือถือ เช่น SMS

10. การติดแท็กเชิงพื้นที่ (Geo-spatial tagging) คือ การระบุพื้นที่ปัจจุบันบนเครือข่ายสังคม อาจใส่ข้อความหรือรูปภาพเพิ่มได้ เช่น Facebook และ Foursquare

Aichner and Jacob (2015) กล่าวว่า สื่อสังคมเป็นแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการสร้างข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างผู้ใช้ โดยสื่อสังคมไม่ได้มีเพียงแค่เฟซบุ๊กอย่างที่หลายคนเข้าใจ หากแต่ยังประกอบด้วยอีกหลากหลายเว็บไซต์ที่มีเป้าหมายเดียวกันคือ การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ในการสร้างสรรค์เนื้อหา อีกทั้งยังสามารถอภิปราย ปรับแก้ และแลกเปลี่ยนร่วมกันได้ สื่อสังคมสามารถแบ่งเป็น 13 ประเภท ดังนี้

1. บล็อก (Blog) คือ รายการการโพสต์หรือบันทึกตามลำดับเหตุการณ์โดยเจ้าของบล็อกที่เป็นบุคคลทั่วไปหรือบริษัทต่าง ๆ สามารถโพสต์เกี่ยวกับข่าวหรือข้อมูลต่าง ๆ โดยผู้อื่นสามารถเข้ามาอ่านและแสดงความคิดเห็นได้ เช่น The Huffington Post และ Boing Boing

2. เครือข่ายธุรกิจ (Business networks) คือ เครือข่ายที่ใช้เพื่อติดต่อกัน โดยจะต้องลงทะเบียนและระบุข้อมูลส่วนตัว เช่น ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และความรู้ ความเชี่ยวชาญ บริษัทต่าง ๆ จะใช้เครือข่ายนี้ในการค้นหาลูกจ้าง เช่น LinkedIn และ XING

3. โครงการเพื่อความร่วมมือ (Collaborative projects) คือ การรวบรวมผู้ใช้ที่มีความสนใจแบบเดียวกันหรือความรู้ด้านเดียวกัน เพื่อวางแผน พัฒนา ปรับปรุง วิเคราะห์ และทดสอบโครงการทางด้านต่าง ๆ เช่น วิชาการ เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ เป็นต้น ผลที่ได้จะถูกเผยแพร่ต่อสาธารณะโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย เช่น Wikipedia และ Mozilla

4. เครือข่ายสังคมขององค์กร (Enterprise social networks) คือ การลงทะเบียนสำหรับลูกจ้างของบริษัทหรือองค์กรหนึ่งโดยเฉพาะเท่านั้น มีลักษณะการทำงานคล้ายกับเครือข่ายสังคม (Social networks) เช่น ข้อมูลส่วนตัว รูปโปรไฟล์ เป็นต้น เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการภายในบริษัท เช่น Yammer และ Socialcast

5. กระดานสนทนา (Forums) คือ พื้นที่การสนทนาที่ผู้ใช้สามารถสอบถามหรือตอบคำถามของผู้ใช้คนอื่นได้ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือประสบการณ์ให้แก่กัน โดยข้อความเหล่านั้นจะแสดงต่อสาธารณะ อย่างไรก็ตามจะไม่ปรากฏขึ้นทันทีทันใด ค่อนข้างล่าช้า เช่น Gaia Online และ IGN Boards

6. ไมโครบล็อก (Microblogs) คือ แพลตฟอร์มที่จำกัดจำนวนของอักษรในโพสต์เพียงแค่ 200 ตัวอักษร สามารถโพสต์รูปภาพหรือลิงก์ (link) ก็ได้ นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถรับข้อมูลข่าวสารจากผู้ใช้คนอื่น รวมถึงข้อมูลจากบริษัทหรือคนดังต่าง ๆ เช่น Twitter และ Tumblr

7. การแบ่งปันรูปภาพ (Photo sharing) คือ เว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถแบ่งปันรูปภาพ และผู้ใช้คนอื่นสามารถแสดงความคิดเห็นได้ เช่น Flickr และ Photobucket

8. การวิจารณ์สินค้า/บริการ (Products/service review) คือ เว็บไซต์สำหรับขายหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะสามารถประเมินสินค้าและคุณภาพของสินค้า อีกทั้งยังสามารถเขียนและอ่านการวิจารณ์สินค้าจากผู้อื่นได้ เช่น Amazon และ Elance

9. โซเชียลบุ๊กมาร์กิ้ง (Social bookmarking) คือ การบันทึกและจัดระเบียบบุ๊กมาร์ก (Bookmark) ไว้ในแพลตฟอร์มส่วนกลาง เพื่อที่จะแบ่งปันให้แก่ผู้ใช้คนอื่น เช่น Delicious และ Pinterest

10. โซเชียลเกมมิ่ง (Social gaming) คือ การเล่นเกมผ่านทางออนไลน์ที่ผู้เล่นจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เช่น World of Warcraft และ Mafia Wars

11. เครือข่ายสังคม (Social networks) คือ เครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้คนที่รู้จักกัน สามารถแบ่งปันข้อมูลที่สนใจร่วมกันหรือต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเดียวกัน โดยผู้ใช้จะมีข้อมูลส่วนตัวสามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพและวิดีโอได้ และสามารถค้นหาผู้ใช้คนอื่นด้วยชื่อ เช่น Facebook และ Google+

12. การแบ่งปันวิดีโอ (Video sharing) คือ แพลตฟอร์มที่ผู้ใช้สามารถแบ่งปันวิดีโอของตนเองได้ และดูวิดีโอของผู้อื่นได้เช่นกัน โดยเว็บไซต์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะอนุญาตให้แสดงความคิดเห็นต่อวิดีโอได้ เช่น YouTube และ Vimeo

13. โลกเสมือนจริง (Virtual worlds) คือ โลกที่ผู้ใช้สามารถสร้างร่างอวตาร (Avatar) หรือสัญลักษณ์แทนตัวผู้ใช้ และสามารถค้นหาโลกเสมือนจริงเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือสื่อสารกับผู้อื่นในโลกเสมือนจริงนี้จะใช้สกุลเงินจริงในการซื้อขายสินค้า เช่น Second life และ Twinity

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของสื่อสังคมว่า เป็นพื้นที่บนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้สามารถร่วมกันแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ ขึ้นอยู่กับลักษณะของแพลตฟอร์มหรือสื่อสังคมที่ใช้ มีจุดประสงค์เพื่อสร้างสังคมเสมือนจริงขึ้นในโลกออนไลน์ ให้ผู้คนได้พูดคุยและรับข้อมูลข่าวสารผ่านคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนใหม่ ๆ ผ่านการมีความสนใจร่วมกัน ผู้วิจัยแบ่งประเภทของสื่อสังคมโดยอ้างอิงจากผลสำรวจในปีพ.ศ. 2561-2562 (สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563; We Are Social & Hootsuite, 2020) ซึ่งนำเสนอสื่อสังคมที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายในประเทศไทย แบ่งได้ทั้งหมด 7 ประเภท ดังนี้

1. บล็อก (Blog) หมายถึง เว็บไซต์สำหรับบอกเล่าประสบการณ์หรือข้อมูลส่วนตัว มีลักษณะคล้ายการเขียนบันทึกประจำวัน



2. เครือข่ายสังคม (Social networking) หมายถึง เว็บไซต์หรือพื้นที่สำหรับการสร้างโปรไฟล์ของตนเอง และแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอให้แก่ผู้อื่น ๆ เช่น Facebook และ LinkedIn

3. ไมโครบล็อก (Microblog) หมายถึง การผสมผสานระหว่างบล็อกและเครือข่ายสังคม โดยผู้ใช้สามารถแบ่งปันข้อมูลได้ภายในจำนวนอักขรที่จำกัด เช่น Twitter, Tumblr และ Sina Weibo

4. การแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอ (Photo and video sharing) หมายถึง พื้นที่ที่สื่อสังคมที่ใช้สำหรับแบ่งปันข้อมูลในรูปแบบของภาพและวิดีโอ เช่น YouTube, Instagram, Tiktok และ Twitch

5. ฟอรัม (Forum) หมายถึง พื้นที่สำหรับการอภิปรายภายใต้หัวข้อที่กำหนดร่วมกันระหว่างผู้ใช้คนอื่น ๆ เช่น Pantip และ Reddit

6. โซเชียลบุ๊กมาร์ก (Social bookmark) หมายถึง พื้นที่ที่ผู้ใช้สามารถติดย้ายสิ่งที่สนใจ อีกทั้งยังค้นหาสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องการผ่านป้าย เช่น Pinterest

7. การส่งข้อความด่วน (Instant messaging) หมายถึง พื้นที่สำหรับส่งข้อความหากันในเวลาอันรวดเร็ว เช่น LINE, Facebook Messenger, WhatsApp, Snapchat, WeChat และ Skype

## 1.2 ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

คำว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use) มีที่มาจาก การเสพติดอินเทอร์เน็ต (Internet addiction) ที่ศึกษาโดย Young (1996) โดยในปี ค.ศ. 1996 Young ได้ตีพิมพ์งานที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ Internet addiction หรือ การเสพติดอินเทอร์เน็ต รายละเอียดของกรณีศึกษานี้กล่าวถึงพฤติกรรมติดอินเทอร์เน็ตของผู้หญิง อายุ 43 ปี คนหนึ่งที่มีอาชีพเป็นแม่บ้านและไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อน ภายหลังจากที่เธอเริ่มหันมาใช้อินเทอร์เน็ต 3 เดือนถัดไปเธอใช้มันมากถึงสัปดาห์ละ 50 ชั่วโมง เธออธิบายถึงความรู้สึกตื่นเต้นเมื่อได้ใช้อินเทอร์เน็ต และจะรู้สึกเศร้า กระวนกระวาย หงุดหงิดหากไม่ได้ดูหน้าคอมพิวเตอร์ อีกทั้งยังได้เปรียบเทียบว่าอาการที่เธอเป็นนั้นคล้ายกับผู้ที่เสพติดแอลกอฮอล์ นอกจากนี้เธอยังละเลยหน้าที่ในบ้าน ไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ และแสดงความหมองเหม็นต่อสมาชิกในครอบครัว Young จึงวินิจฉัยอาการดังกล่าวว่าเป็นอาการของการเสพติดอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังระบุว่าอาการนี้มีความคล้ายคลึงกับการเสพติดสารต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะของการมีความอดทน (Tolerance) ต่อความต้องการใช้มากขึ้นเพื่อให้บรรลุในผลที่ต้องการ และเมื่อมีการถอนถอน (Withdrawal) สิ่งนั้นออก ก็จะส่งผลให้

เกิดความรู้สึกไม่สบายตัวและไม่สบายใจ ปัจจุบันการเสพติดอินเทอร์เน็ตยังไม่ถูกวินิจฉัยว่าเป็นความผิดปกติทางจิตอย่างเป็นทางการและยังไม่ได้ระบุอยู่ในคู่มือการวินิจฉัยและสถิติสำหรับความผิดปกติทางจิต (The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: DSM) อย่างไรก็ตาม Young มองเห็นว่าโรคติดการพนัน (Pathological Gambling) ซึ่งถูกระบุใน DSM ฉบับที่ 4 มีลักษณะอาการที่คล้ายคลึงกับการเสพติดอินเทอร์เน็ตซึ่งมีความผิดปกติในการควบคุมแรงกระตุ้น จึงตัดสินใจนำลักษณะอาการของการติดการพนันมาใช้เป็นต้นแบบ ถึงแม้ว่าใน DSM ฉบับที่ 5 ซึ่งเป็นฉบับล่าสุดจะยังไม่มีการระบุอาการเสพติดอินเทอร์เน็ตว่าเป็นความผิดปกติทางจิต แต่ก็ได้ถูกรวบรวมอยู่ในกลุ่มอาการของพฤติกรรมที่ควรเฝ้าระวัง อีกทั้งนักวิชาการหลายท่านก็ให้ความสนใจในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก (Griffiths et al., 2016; Kuss et al., 2014) ทั้งนี้ พบงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของความผิดปกติ รวมถึงผลกระทบที่ตามมา และวิธีการรักษาหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดังกล่าว นอกจากการเสพติดอินเทอร์เน็ตแล้ว ก็ยังมีชื่อเรียกอื่นซึ่งก็คือ การใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา (Problematic internet use) นักวิจัยบางท่านให้เหตุผลไว้ว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในปริมาณมากเกิดจากความผิดปกติในการควบคุมตนเอง (Impulse control disorder) โดยหลีกเลี่ยงการใช้คำว่า การเสพติดอินเทอร์เน็ต (Internet addiction) เนื่องจากไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถยืนยันถึงอาการดังกล่าวได้อย่างครอบคลุม และใช้คำว่า Problematic internet use เพื่อนิยามถึงพฤติกรรมกลุ่มหลงในการใช้อินเทอร์เน็ต และกำหนดเกณฑ์ในการวินิจฉัย ดังนี้ 1) ความลุ่มหลงต่อการใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่อาจควบคุมได้และมีปริมาณการใช้ที่ค่อนข้างนาน 2) การใช้หรือการลุ่มหลงในอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการเกิดความทุกข์ทรมานหรือความเสื่อมถอยในด้านสังคม อาชีพ และอื่น ๆ และ 3) การใช้อินเทอร์เน็ตมากเกินไปจะไม่ปรากฏในช่วงของอาการ Hypomania หรือ Mania และไม่นับเป็นโรคใน Axis I (Shapira et al., 2003)

นอกจากนี้ Young (1999 อ้างถึงใน Griffiths et al., 2016) ได้จำแนกประเภทของการเสพติดอินเทอร์เน็ตไว้ โดยแบ่งเป็น 5 ประเภทย่อย ได้แก่

1. การเสพติดเว็บไซต์กิจกรรมทางเพศ (Cybersexual addiction) หมายถึง ความต้องการเสพสื่อจากเว็บไซต์เรื่องเพศหรือเว็บไซต์ลามกในปริมาณมาก
2. การเสพติดการมีความสัมพันธ์แบบออนไลน์ (Cyber-relationship addiction) หมายถึง การหุ่่มเทหรือให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์ทางออนไลน์มากเกินไป

3. การเสพติดการทำกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ต (Net compulsions) หมายถึง ภาวะการติดการพนัน การประมูลสินค้า หรือการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์

4. การเสพติดการรับข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต (Information overload) หมายถึง การขาดการยับยั้งตนเองต่อความต้องการท่องเว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูล

5. การเสพติดการใช้คอมพิวเตอร์ (Computer addiction) หมายถึง การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเล่นเกมหรือทำกิจกรรมอื่นในปริมาณที่มากจนยับยั้งตนเองไม่ได้

จากการจำแนกประเภทย่อยของการเสพติดอินเทอร์เน็ตข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเป็นประเภทหนึ่งของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาก็คือ การเสพติดการมีความสัมพันธ์แบบออนไลน์ (Cyber-relationship addiction) ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่อสังคมเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการอยู่บนอินเทอร์เน็ต จึงเป็นไปได้ที่พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับ Griffiths (2017) ที่อธิบายว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงทางผ่านไปสู่สิ่งที่ต้องการใช้ โดยพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหามักเกิดขึ้นจากแรงกระตุ้นที่ได้รับจากกิจกรรมบางอย่างบนพื้นที่ออนไลน์ อินเทอร์เน็ตไม่ใช่ปัจจัยหลัก หากแต่ถูกใช้เป็นพื้นที่สื่อกลางที่ใช้เข้าถึงสื่อสังคมและอาจนำไปสู่การถูกระตุ้นให้ใช้จนเกิดเป็นพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา

Griffiths (1996) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา หรือ อาการเสพติด สามารถใช้ได้กับพฤติกรรมทุกรูปแบบที่มีการแสดงออกในปริมาณมากจนเกินไป เช่นเดียวกับกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่อาจนำไปสู่ปัญหาในภายหลังได้

Caplan (2003) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้ที่มีปัญหา (Problematic use) หมายถึง พฤติกรรมการกระทำหรือการใช้งานสิ่งใดสิ่งหนึ่งในปริมาณมากผิดปกติ โดยพฤติกรรมที่ผิดปกตินี้สามารถนำไปสู่ปัญหาที่รุนแรงขึ้น สาเหตุของพฤติกรรมเกิดจากปัญหาทางจิตสังคมที่ชักจูงให้บุคคลเลือกที่จะใช้เวลากับสิ่งนั้นมากเกินไป จนทำให้เกิดปัญหาตามมา อย่างเช่น การที่ไม่สามารถควบคุมการใช้ของตนเองได้ ดังนั้น Problematic Internet Use (PIU) จึงหมายถึง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีปัญหา มีระยะเวลาของการใช้ที่ค่อนข้างนาน รวมถึงขาดการยับยั้งความต้องการในการใช้ Caplan (2003) และ Davis et al. (2002) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ที่เป็นปัญหานี้จะทำให้เกิดผลลัพธ์เชิงลบทั้งในด้านวิชาการและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้ที่เพิกเฉยกับการเข้าสังคมออนไลน์จนขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในโลกแห่งความจริง การเสพติดการเล่นอินเทอร์เน็ตจะทำให้รู้สึกโดดเดี่ยวและไม่สามารถสร้างสัมพันธ์กับผู้ที่พบเจอได้

Andreassen (2015) ระบุว่า การใช้สื่อสังคมในปริมาณมากจนเกินไปและใช้อย่างย่ำคิดย่ำทำ อาจนำไปสู่พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อย่างไรก็ตาม การเข้าใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก อาจไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาเสมอไป อาจเป็นเพราะความจำเป็นบางอย่าง จึงทำให้ต้องเข้าใช้สื่อสังคมหลายครั้งหรือใช้เวลานานต่อครั้ง เช่น ต้องทำงานผ่านสื่อสังคม ดังนั้น นอกจากผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจะใช้สื่อสังคมในปริมาณที่ค่อนข้างมากแล้ว จะตามมาด้วยผลกระทบเชิงลบใดต่อชีวิตและการขาดการควบคุมพฤติกรรมการใช้ของตนเองด้วย

Hawi and Samaha (2016) กล่าวว่า การใช้สื่อสังคมมากจนไม่สามารถหยุดหรือลดการใช้ได้ จนนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เป็นการใช้สื่อสังคมเพื่อสร้างความพึงพอใจ และลดทอนความเจ็บปวดตึงเครียดลง ขาดการควบคุมพฤติกรรมดังกล่าวจนทำให้เกิดผลเสียตามมา

Müller et al. (2016) กล่าวถึงความเสี่ยงของการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากที่อาจจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ หากขาดการควบคุมหรือกำกับพฤติกรรมการใช้จะส่งผลให้ใช้มากขึ้นเรื่อย ๆ จนติดสื่อสังคมในที่สุด ระยะเวลาการใช้จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการมีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา

Andreassen et al. (2017) ให้คำจำกัดความของ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไว้ว่า เป็นหนึ่งในรูปแบบเฉพาะของพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา ลักษณะของพฤติกรรมคือ ใช้สื่อสังคมในปริมาณที่มากจนเกินไป ขาดการยับยั้งตนเอง มักคิดวนเวียนถึงสื่อสังคมบ่อยครั้ง ถูกขับเคื้อนหรือกระตุ้นด้วยความต้องการใช้สื่อสังคมโดยไม่สามารถควบคุมได้ ทุ่มเททั้งเวลาและความพยายามอย่างมากจนส่งผลเสียต่อด้านอื่น ๆ ในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางสังคม การงาน หรือการเรียน ความสัมพันธ์กับผู้อื่น และสุขภาวะทางจิต

Bányai et al. (2017) อธิบายว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use) หมายถึง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมด้วยความลุ่มหลง ใช้ในปริมาณมาก เกิดความรู้สึกดีเมื่อได้ใช้ แต่หากไม่ได้ใช้จะเกิดความรู้สึกตรงกันข้าม คือ จะเกิดความรู้สึกเชิงลบ

เช่น หงุดหงิด อารมณ์เสีย รู้สึกไม่ได้ตั้งใจ โดยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้ใช้

Franchina et al. (2018) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเป็นความผิดปกติที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมในปริมาณที่มากเกินไป ขาดการควบคุมพฤติกรรมการใช้ และยังคงใช้อย่างต่อเนื่องถึงแม้จะส่งผลกระทบต่อตัวบุคคล ทั้งในด้านอารมณ์ จิตใจ และร่างกาย

Alimoradi et al. (2019) ให้ความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาต่อการใช้เทคโนโลยี มีลักษณะคล้ายกับพฤติกรรมการติดสื่อออนไลน์อื่น ๆ เช่น เกมออนไลน์ เป็นต้น ลักษณะของพฤติกรรม คือ การให้ความสนใจกับสื่อสังคมค่อนข้างมากกว่ากิจกรรมอื่น หรืออาจจะถึงขั้นมุ่งสนใจเพียงแค่การใช้สื่อสังคมเพียงอย่างเดียว ขาดการควบคุมปริมาณการใช้ ส่งผลเสียต่อตนเอง ทั้งในด้านของความสัมพันธภาพ การศึกษา หรือการทำงาน

Köse and Doğan (2019) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเป็นความผิดปกติทางจิตใจชนิดหนึ่ง ที่มาของพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาเกิดจากการที่ระบบการให้รางวัลของสมอง (Brain's reward system) ได้รับการกระตุ้น เมื่อใช้สื่อสังคมแล้วเกิดเป็นความรู้สึกเชิงบวก จะส่งผลให้ต้องการใช้มากขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีกเพื่อให้ได้รับความรู้สึกดีมากขึ้นตามไปด้วย

Marino et al. (2020) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เป็นลักษณะอาการที่เปรียบเสมือนการเสพติด (Addiction-like symptoms) ต่อการใช้สื่อสังคม โดยอาการดังกล่าวจะทำให้เกิดผลเสียต่อชีวิตประจำวัน

กษมา เทพรัักษ์ และคณะ (2557) อธิบายว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเกิดจากการใช้สื่อสังคมบ่อยครั้ง ใช้ซ้ำ ๆ จนนำไปสู่การติด เมื่อติดแล้วก็จะทุ่มเทเวลากับการใช้สื่อสังคมมากขึ้นจนทำให้เกิดปัญหามากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านร่างกาย สภาพจิตใจ ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง เป็นต้น

เอษรา วสุพันธ์จิต (2557) ให้นิยามของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาว่า เป็นการใช้สื่อสังคมอย่างหมกมุ่น ควบคุมตนเองไม่ได้ ติดการใช้สื่อสังคมอย่างหนักจนกระทั่งส่งผลเสียต่อตนเอง กระทั่งต่อความสัมพันธ์กับผู้อื่นในชีวิตจริง และบกพร่องต่อหน้าที่การงาน

กันยา พาณิชยศิริ และ เบญจพร ตันติสุติ (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเกิดจากการให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมมากเกินไป และเสพติดการใช้ โดยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามีลักษณะคล้ายกันกับพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาประเภทอื่น

กล่าวโดยสรุปคือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา หมายถึง การใช้สื่อสังคมในปริมาณที่ค่อนข้างนานในแต่ละครั้ง และทำซ้ำ ๆ เกิดจากการถูกระตุ้นด้วยเหตุผลบางอย่างที่แตกต่างกันในแต่ละคน บางคนอาจใช้สื่อสังคมเพิ่มความรู้สึกเชิงบวก ในขณะที่บางคนอาจใช้เป็นเครื่องมือในการลดอารมณ์ความรู้สึกเชิงลบ อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาจะรู้สึกดีหากได้ใช้สื่อสังคม แสดงความมุ่งมั่นต่อการใช้ เมื่อใช้แล้วได้รับผลเชิงบวกจึงเพิ่มปริมาณการใช้มากขึ้น นึกถึงและต้องการใช้สื่อสังคมอยู่เสมอ ไม่สามารถควบคุมการใช้ของตนเองได้ ถึงแม้ว่าปริมาณการใช้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา แต่ก็ไม่สามารถสรุปแบบนั้นได้เสมอไป ขึ้นอยู่กับตัวผู้ใช้เองด้วยว่าเมื่อใช้มากแล้วจะสามารถกำกับหรือควบคุมตนเองได้หรือไม่ ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจะไม่สามารถยับยั้งตนเองได้และยังคงใช้สื่อสังคมอย่างหมกมุ่นต่อไป ทุ่มเทเวลากับสื่อสังคมมากจนขาดความสนใจหรือใส่ใจต่อสิ่งอื่น จนกระทั่งนำไปสู่ปัญหาเชิงลบต่อตนเอง ทั้งในเรื่องของสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต อารมณ์ และยังส่งผลกระทบต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เช่น หน้าที่การงาน ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง เป็นต้น

### 1.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

Brown (1993, 1997 as cited in Walsh et al., 2010) แบ่งองค์ประกอบของการเสพติดทางพฤติกรรมไว้ 8 องค์ประกอบ ซึ่งถูกนำไปใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่เป็นปัญหา เช่น คอมพิวเตอร์ เกมออนไลน์ เป็นต้น องค์ประกอบของ Brown มีดังนี้

1. การให้ความสำคัญทางการคิด (Cognitive salience) หมายถึง การคิดหรือนึกถึงกิจกรรมหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นอย่างแรก มีอิทธิพลและครอบงำความคิด นึกถึงอย่างหมกมุ่น มีสิ่งนั้นวนเวียนอยู่ในความคิดตลอดเวลา

2. การให้ความสำคัญทางพฤติกรรม (Behavioral salience) หมายถึง การเลือกทำกิจกรรมหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อนเป็นครั้งแรก ถูกครอบงำทางพฤติกรรม สิ่งนั้นมีอิทธิพลต่อการกระทำมาก

3. ความขัดแย้งระหว่างบุคคล (Interpersonal conflict) หมายถึง ผลกระทบจากการเลือกทำกิจกรรมหรือเลือกใช้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินไป จนเกิดการทะเลาะเบาะแว้ง กระทบกระทั่งกัน หรือส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์

4. ความขัดแย้งกับกิจกรรมอื่น (Other activities conflict) หมายถึง การเลือกทำกิจกรรมหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในปริมาณมาก จนส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงาน หรือกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิต

5. ความผ่อนคลายหรือความรู้สึกเคลิบเคลิ้ม (Relief/Euphoria) หมายถึง ประสบการณ์ความสุขที่ได้รับจากการทำกิจกรรมหรือสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นอารมณ์ความรู้สึกเชิงบวก

6. การขาดการควบคุมหรือการมีความอดทน (Loss of control/Tolerance) หมายถึง การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ ต้องการใช้เวลา กับสิ่งนั้นเพิ่มเพื่อให้ได้รับความรู้สึกดีเช่นเดียวกับครั้งก่อนหน้า

7. การถูกถอนถอน (Withdrawal) หมายถึง การมีอารมณ์ขุ่นมัวหรือไม่พอใจเมื่อไม่สามารถใช้เวลา กับสิ่งนั้นได้ เกิดอารมณ์เชิงลบเมื่อถูกขัดจังหวะหรือลดปริมาณการใช้

8. การกลับสู่สภาพเดิมและการกลับมาใช้ (Relapse and reinstatement) หมายถึง การกลับคืนมาสู่ระดับหรือรูปแบบการใช้ในปริมาณมากเช่นเดิม หลังจากพยายามลดการใช้เวลา กับสิ่งนั้นลง แต่เมื่อได้กลับมาใช้ก็จะเกิดความต้องการใช้มากเท่าเดิมหรือมากกว่าเดิม

จากเอกสารและงานวิจัยของ Griffiths (1995, 2005) นักจิตวิทยาชาวอังกฤษที่เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมกรรมการเสพติด ได้ศึกษาองค์ประกอบหรือเกณฑ์ในการใช้วินิจฉัยพฤติกรรมกรรมการเสพติดหรือพฤติกรรมที่เป็นปัญหา โดยกล่าวว่าพฤติกรรมใดที่มีลักษณะตรงตามที่ระบุไว้ จะถือว่าเป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหา โดยองค์ประกอบดังกล่าวสอดคล้องกับองค์ประกอบที่ Brown (1993, 1997 as cited in Walsh et al., 2010) ได้อธิบายไว้ทั้ง 6 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การให้ความสำคัญ (Salience) หมายถึง การที่กิจกรรมหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งกลายมาเป็นส่วนสำคัญในชีวิตและมีอำนาจเหนือความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของบุคคล โดยสามารถทำให้บุคคลลุ่มหลง เกิดการบิดเบือนทางความคิด มีความต้องการอยู่ตลอดเวลา ไม่สามารถหยุดนึกถึงได้ แม้จะทำกิจกรรมอื่นอยู่

2. การปรับเปลี่ยนอารมณ์ (Mood modification) หมายถึง การใช้สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยมีความต้องการปรับเปลี่ยนอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้น อาจเกิดจากเหตุผลบางอย่างที่เป็นต้นเหตุของ

การเลือกใช้เพื่อปรับเปลี่ยน ลดทอน หรือช่วยให้หลีกเลี่ยงหนีจากอารมณ์หรือเหตุการณ์ที่ไม่ต้องการใช้เพื่อให้รู้สึกดีหรือสบายใจมากยิ่งขึ้น

3. การมีความอดทน (Tolerance) หมายถึง การถูกกระตุ้นให้เพิ่มปริมาณการใช้มากขึ้น เพื่อจะได้รับผลหรืออารมณ์เชิงบวกแบบเดียวกับที่เคยได้รับมาก่อน เช่น เมื่อใช้แล้วรู้สึกพึงพอใจ มีความสุข หรือตื่นเต้น ก็จะส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณการใช้ในครั้งถัดไปที่มากขึ้นเรื่อย ๆ

4. อาการเมื่อถูกถอดถอน (Withdrawal symptoms) หมายถึง การเกิดความรู้สึกไม่พอใจ หรือไม่สบายใจทั้งทางจิตใจและร่างกายเมื่อไม่สามารถกระทำหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่เคยทำได้ เนื่องจากถูกถอดถอนการใช้

5. ความขัดแย้ง (Conflict) หมายถึง การเกิดความขัดแย้งทั้งในตัวเจ้าของพฤติกรรมที่เป็นปัญหาเองหรือการขัดแย้งระหว่างตัวเจ้าของพฤติกรรมกับบุคคลอื่น ๆ รอบข้าง เช่น การสูญเสียความสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน ผลกระทบต่อหน้าที่การงานหรือการเรียน รวมถึงความขัดแย้งที่อาจนำผลเสียไปสู่กิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ อาจแสดงความเพิกเฉยต่อกิจกรรมอื่นจนทำให้เกิดผลกระทบตามมา

6. การกลับสู่สภาพเดิม (Relapse) หมายถึง แนวโน้มของการย้อนกลับไปสู่รูปแบบเดิมของพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา ถึงแม้จะพยายามหยุดใช้หรือลดปริมาณการใช้ลง ก็สามารถกลับเข้าสู่พฤติกรรมแบบเดิมได้อย่างรวดเร็วเมื่อกลับไปใช้

Caplan (2002) ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบที่แสดงถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไว้ 7 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก (Mood Alteration) หมายถึง การเลือกใช้สื่อสังคมเพื่อปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขอารมณ์ความรู้สึกในสภาวะเชิงลบให้ดีขึ้น เช่น การใช้ในเวลาารู้สึกเหงาหรือโดดเดี่ยว

2. ประโยชน์ทางสังคม (Social benefits) หมายถึง การใช้สื่อสังคมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์บางอย่างที่ต้องการ แทนการมีปฏิสัมพันธ์แบบเจอหน้า เช่น การได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างดีบนโลกออนไลน์มากกว่าในชีวิตจริง



3. การได้รับผลเชิงลบ (Negative outcomes) หมายถึง ผลกระทบที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคม จนกระทั่งเกิดปัญหาต่อตนเอง สังคม และหน้าที่การงาน เช่น การใช้จนติดคั้ง ทำให้ตื่นไปโรงเรียนไม่ไหว

4. การใช้ที่ขาดการยับยั้ง (Compulsive use) หมายถึง การไม่สามารถควบคุม อด หรือหยุดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมได้ ถึงแม้ว่าจะรู้สึกผิดต่อการใช้ของตนก็ตาม เช่น การทราบถึงผลกระทบของการใช้แต่ก็ยังยืดยุ่นจะใช้อย่างต่อเนื่อง

5. การใช้งานออนไลน์ในปริมาณมาก (Excessive time online) หมายถึง การใช้เวลากับสื่อสังคมมากจนเกินไป หรือใช้อย่างทุ่มเท เช่น การใช้ในระยะเวลาที่นานกว่าที่ตั้งใจเอาไว้ในตอนแรก

6. การถูกถอดถอน (Withdrawal) หมายถึง ความยากลำบากในการเลิกใช้สื่อสังคม หมกมุ่นกับการใช้มากเกินกว่าจะถอนตัวออกห่าง เช่น หากไม่ได้ใช้จะรู้สึกไม่สบายใจ เหมือนขาดอะไรไป

7. การควบคุมทางสังคม (Social control) หมายถึง การที่บุคคลมีการควบคุมทางสังคมเพิ่มมากขึ้นเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นทางออนไลน์ รู้สึกมั่นใจมากกว่าความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว เช่น การมีความมั่นใจมากขึ้นเมื่ออยู่บนพื้นที่ออนไลน์

Caplan (2003, 2010) ได้ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเพิ่มเติม และได้อธิบายโครงสร้างของการคิดและพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการเกิดผลลัพธ์เชิงลบจากการใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบกับสรุปองค์ประกอบของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาไว้ ดังนี้

1. ความชื่นชอบในการปฏิสัมพันธ์ผ่านทางสังคมออนไลน์ (Preference for Online Social Interaction: POSI) หมายถึง การรู้สึกชอบ รู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในการมีปฏิสัมพันธ์ทางออนไลน์มากกว่าการเจอตัวจริง โดยความรู้สึกชอบเกิดจากความคิดที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่สร้างความเชื่อให้บุคคลรู้สึกหลงใหลในโลกออนไลน์ ผู้ที่รู้สึกเหงา วิตกกังวล หรือมีทักษะทางสังคมที่ไม่ดีพอ จะมีความชื่นชอบต่อความสัมพันธ์แบบออนไลน์ที่สูงขึ้นด้วย เนื่องจากการสื่อสารผ่านสื่อสังคมจะช่วยลดความรู้สึกถูกคุกคามและทำให้มีความมั่นใจในการพูดคุยมากขึ้น

2. การกำกับอารมณ์ความรู้สึก (Mood regulation) หมายถึง แรงจูงใจในการใช้สื่อสังคมเพื่อกำกับอารมณ์บางอย่างที่มี เช่น เมื่อเกิดความวิตกกังวลในการสร้างความสัมพันธ์ จึงเลือกใช้สื่อสังคมเป็นพื้นที่ในการนำเสนอตนเอง

3. การกำกับตนเองที่บกพร่อง (Deficient self-regulation) หมายถึง ความบกพร่องในการควบคุมตนเองอย่างมีสติที่ล้มเหลวต่อการพิจารณาการกระทำของตนเอง ประกอบด้วย อาการทางความคิดที่ถูกครอบงำ และ อาการทางพฤติกรรมที่ถูกกระตุ้น

3.1 การครอบงำทางความคิด (Cognitive preoccupation) หมายถึง การถูกครอบงำทางความคิดโดยความต้องการใช้สื่อสังคม โดยผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จะไม่สามารถหยุดนึกถึงหรือลดความอยากใช้ได้หรืออาจจะได้เพียงช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้น

3.2 การใช้ที่ขาดการยับยั้ง (Compulsive internet use) หมายถึง ความผิดปกติในการกำกับควบคุมตนเองต่อปริมาณการใช้สื่อสังคม บกพร่องในการหยุดยั้งพฤติกรรมการใช้ และนำมาซึ่งปัญหาในภายหลังทั้งต่อการใช้ชีวิตและการขาดการควบคุมตนเอง

4. การได้รับผลเชิงลบ (Negative outcomes) หมายถึง ผลกระทบหรือปัญหาที่ตามมาจากการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากและขาดการกำกับควบคุมตนเอง ไม่ว่าจะเป็นในด้านหน้าที่การงาน สังคม หรือกิจกรรมอื่น ๆ

Tao et al. (2010) ระบุเกณฑ์ในการวินิจฉัยลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การครอบงำ (Preoccupation) หมายถึง ความต้องการอย่างมากที่จะใช้สื่อสังคม มักจะนึกถึงกิจกรรมที่เคยได้ทำไปบนแพลตฟอร์มเหล่านั้นและคาดหวังถึงการใช้ในครั้งถัดไป สื่อสังคมกลายเป็นกิจกรรมสำคัญในชีวิต

2. การถูกถอนถอน (Withdrawal) หมายถึง การเกิดอารมณ์เชิงลบ เช่น ความวิตกกังวล ความหงุดหงิด ความเบื่อหน่าย หากไม่ได้ใช้สื่อสังคมตามที่ต้องการ

3. การมีความอดทน (Tolerance) หมายถึง การเพิ่มปริมาณการใช้สื่อสังคมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่เคยได้รับและต้องการจะได้รับอีก เนื่องจากการใช้ในปริมาณเท่าเดิมอาจไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความรู้สึกได้เท่าที่ต้องการ

4. ความยากลำบากในการควบคุม (Difficult to control) หมายถึง ความต้องการใช้สื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถควบคุมหรือลดปริมาณการใช้ลงได้

5. การเพิกเฉยต่อผลกระทบที่เป็นอันตราย (Disregard of harmful consequences) หมายถึง การยืนยันที่จะใช้สื่อสังคมในปริมาณมากถึงแม้จะส่งผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นกับตนเอง

6. การสูญเสียการสื่อสารและความสนใจทางสังคม (Social communications and interests are lost) หมายถึง การทุ่มเทเวลากับการใช้สื่อสังคมจนทำให้ละเลยกิจกรรมที่เคยสนใจ และกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ

7. การบรรเทาอารมณ์เชิงลบ (Alleviation of negative emotions) หมายถึง การที่ผู้ใช้สื่อสังคมเลือกใช้สื่อเหล่านั้นเพื่อหลีกเลี่ยงจากปัญหา ทำให้ผ่อนคลายจากอารมณ์เชิงลบและรู้สึกดีขึ้นได้

8. การหลบซ่อนจากเพื่อนและญาติ (Hiding from friends and relatives) หมายถึง การหลอกลวงครอบครัว นักบำบัด หรือผู้อื่นเกี่ยวกับระยะเวลาการใช้สื่อสังคมที่แท้จริง

จากเอกสารที่ศึกษาองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่กล่าวมา ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมได้ตามรายละเอียดในตารางที่ 2.1

**ตารางที่ 2.1** การสังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

องค์ประกอบ	นักวิชาการ	Browm (1993, 1997)	Griffiths (1995, 2005)	Caplan (2002)	Caplan (2010)	Tao et al. (2010)
1. การให้ความสำคัญทางความคิด (Cognitive salience)		✓			✓	
2. การให้ความสำคัญทางพฤติกรรม (Behavioral salience)		✓	✓*			✓*
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงความรู้สึก (Mood modification)		✓	✓	✓	✓	✓
4. การขาดการควบคุม/การมีความอดทน (Loss of control/Tolerance)		✓	✓	✓✓**	✓	✓✓**
5. การถูดถอน (Withdrawal)		✓	✓	✓		✓
6. ความขัดแย้งระหว่างบุคคล (Interpersonal conflict)		✓		✓		✓
7. ความขัดแย้งระหว่างกิจกรรมอื่น (Conflict with other activities)		✓	✓*		✓*	✓
8. การกลับสู่สภาพเดิม (Relapse)		✓	✓			✓
9. ความชื่นชอบในการปฏิสัมพันธ์ผ่านทาง สังคมออนไลน์ (Preference of online interaction)				✓✓**	✓	

### หมายเหตุ

\* องค์ประกอบแรกของ Griffiths (1995, 2005) และ Tao et al. (2010) คือ การใช้ความสำคัญ (Salience) โดยไม่ได้แบ่งเป็นการให้ความสำคัญทางความคิดหรือการให้ความสำคัญทางพฤติกรรมเช่นเดียวกับท่านอื่น และองค์ประกอบถัดไป คือ ความขัดแย้ง (Conflict) ของ Griffiths (1995, 2005) และ Caplan (2010) ที่ระบุมารวมเป็นองค์ประกอบเดียว ไม่ได้แบ่งแยก

\*\* องค์ประกอบมีนิยามคล้ายกัน จึงสามารถจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ อธิบายได้ดังนี้ การขาดการยับยั้ง (Compulsive use) และการใช้งานออนไลน์ในปริมาณมาก (Excessive time online) ของ Caplan (2002) มีนิยามที่สอดคล้องกับองค์ประกอบที่ 4 การขาดการควบคุม/การมีความอดทน (Loss of control/Tolerance) เช่นเดียวกับกับ ประโยชน์ทางสังคม (Social benefits) และการควบคุมทางสังคม (Social control) มีนิยามแบบเดียวกับองค์ประกอบที่ 9 ความชื่นชอบในการปฏิสัมพันธ์ผ่านทางสังคมออนไลน์ (Preference of online interaction) นอกจากนี้ การมีความอดทน (Tolerance) และความยากลำบากในการควบคุม (Difficult to control) ของ Tao et al. (2010) ถูกระบุในองค์ประกอบที่ 4 การขาดการควบคุม/การมีความอดทน (Loss of control/Tolerance)

จากการศึกษาองค์ประกอบของ Brown (1993, 1997), Griffiths (1995, 2005), Caplan (2002), Caplan (2010) และ Tao et al. (2010) ผู้วิจัยเห็นว่าองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบสามารถอธิบายลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้อย่างเหมาะสมและครอบคลุม จึงตัดสินใจใช้องค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบดังกล่าวเป็นองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการปรับภาษาเพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะสมกับบริบท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) หมายถึง การที่สื่อสังคมเข้ามามีอิทธิพลเหนือความคิด ความรู้สึก และการกระทำ เลือกให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมมากกว่ากิจกรรมอื่น ถูกครอบงำทางความคิดและพฤติกรรมทำให้นึกถึงและเลือกใช้สื่อสังคมก่อนเสมอ หมกมุ่นต่อการใช้สื่อสังคม

2. การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference) หมายถึง ความพึงพอใจในโลกของสื่อสังคม ชื่นชอบการปฏิสัมพันธ์ทางออนไลน์ และมักมีความมั่นใจ รู้สึกสบายใจกับการพูดคุยบนสื่อสังคมมากกว่าในชีวิตจริง โดยปรารถนาที่จะได้รับผลประโยชน์บางอย่างจากการใช้สื่อสังคม เช่น การมีตัวตนในสังคม ความมั่นใจในการแสดงออก เป็นต้น

3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) หมายถึง การเกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์หลังจากได้ใช้สื่อสังคม รู้สึกดีหรือลืมความรู้สึกเชิงลบที่มีก่อนหน้านี้ไป ใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการลดอารมณ์เชิงลบและเพิ่มอารมณ์เชิงบวก หรืออาจใช้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตที่ทำให้ทุกข์ใจ

4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control) หมายถึง ความต้องการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้นโดยไม่สามารถหยุดหรือลดลงได้ มักเพิ่มปริมาณการใช้เพื่อให้ได้รับความรู้สึกแบบเดียวกับที่เคยได้รับในครั้งก่อน เช่น บางคนอาจจะได้รับความรู้สึกตื่นเต้นจากการใช้สื่อสังคม จึงใช้ให้มากขึ้นในครั้งถัดไปเพื่อจะได้รับความรู้สึกตื่นเต้น รู้สึกมีความสุขเหมือนครั้งก่อน เป็นต้น

5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอนการใช้ (Withdrawal) หมายถึง ความรู้สึกไม่พอใจ หงุดหงิด วิตกกังวล หรือมี ความรู้สึกเชิงลบอื่น ๆ จากการถูกห้ามใช้หรือลดปริมาณการใช้สื่อสังคมลง จะแสดงอาการไม่พอใจหากไม่สามารถใช้สื่อสังคมได้ตามต้องการ

6. การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict) หมายถึง การใช้สื่อสังคมในปริมาณมากจนส่งผลกระทบต่อกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิต ทั้งหน้าที่การงาน การเรียน สุขภาพ รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้คนรอบตัว โดยอาจเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกัน หรือละเลยหน้าที่ที่รับผิดชอบจนทำให้เกิดความเสียหาย หรือเพิกเฉยต่องานอดิเรกที่เคยชื่นชอบ

7. การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse) หมายถึง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมากเท่าเดิมหรือมากกว่าเดิม ถึงแม้จะพยายามลดปริมาณการใช้ลง แต่ก็ไม่สำเร็จ ไม่สามารถลดความสนใจหรือความต้องการใช้สื่อสังคมได้อย่างถาวร ถึงแม้จะห่างหายจากการใช้ไประยะหนึ่ง ก็ยังคงต้องการใช้ถึงแม้จะทราบถึงผลกระทบที่จะตามมา แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธแรงกระตุ้นภายในได้

ดังนั้น ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจะมีลักษณะตาม 7 องค์ประกอบเบื้องต้น ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น หมกมุ่นกับการใช้สื่อสังคมมักนึกถึงสื่อสังคมตลอดเวลา มีความชื่นชอบโลกออนไลน์มากกว่าโลกแห่งความจริง ชอบที่จะสื่อสารกับผู้คนบนสื่อสังคม รู้สึกมั่นใจมากกว่าการพูดคุยกันซึ่งหน้า เลือกใช้สื่อสังคมเพื่อเปลี่ยนความรู้สึกเชิงลบให้กลายเป็นดีขึ้น รู้สึกมีความสุขมากขึ้นเมื่อได้ใช้ ใช้มากขึ้นจนขาดการควบคุมปริมาณการใช้ สื่อสังคม ไม่สามารถกำกับให้ตนเองใช้ในปริมาณที่พอดีได้ เพิ่มระยะเวลาใช้มากขึ้นเรื่อย ๆ มีการแสดงอารมณ์บางอย่างเมื่อถูกถอนการใช้ เช่น รู้สึกหงุดหงิด ไม่พอใจหากไม่ได้ใช้สื่อสังคมในเวลาที่ต้องการ ได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก ทั้งต่อตนเอง บุคคลรอบข้าง รวมถึงหน้าที่การงาน และจะกลับไปใช้สื่อสังคมซ้ำอีกถึงแม้จะพยายามลดการใช้ให้น้อยลง แต่ก็ไม่สามารถทำให้สำเร็จได้

#### 1.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ สามารถระบุแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ทั้งหมด 5 แนวคิด ได้แก่

1.4.1 โมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา (A cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use)

1.4.2 ทฤษฎีการเรียนรู้การวางเงื่อนไขไขผลกรรม (Operant conditioning)

1.4.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social cognitive theory)

1.4.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The uses and gratification theory)

1.4.5 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's needs hierarchy)

โดยผู้วิจัยอธิบายเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎี พร้อมก็นำเสนอมุมมองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของแนวคิดและทฤษฎีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไว้ ดังต่อไปนี้

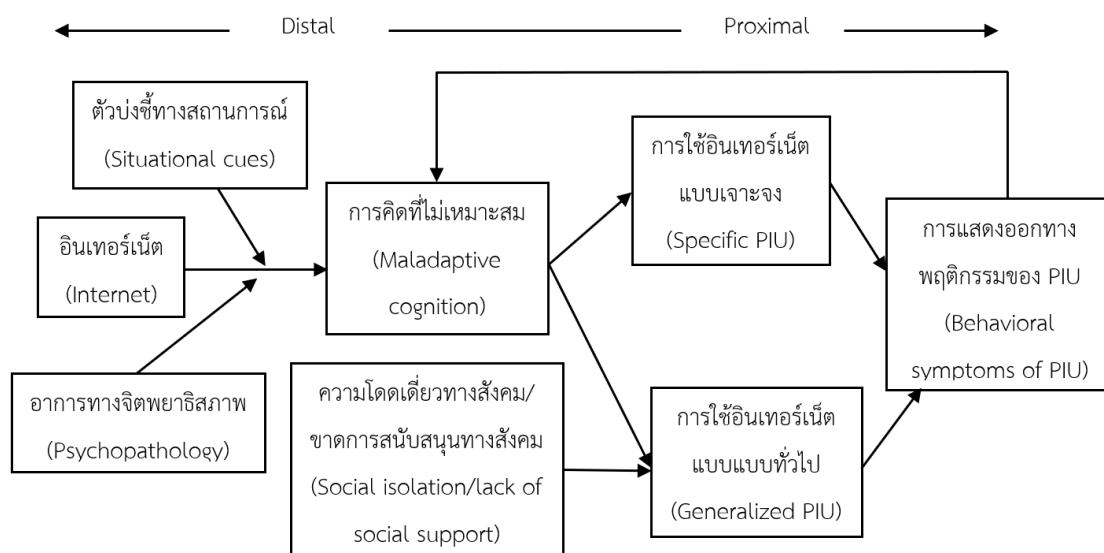
##### 1.4.1 โมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา (A cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use)

Davis (2001) พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา โดยการอธิบายผ่านโมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา (A cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use) มีข้อสันนิษฐานว่าการใช้ที่เป็นปัญหาเป็นผลมาจากความผิดปกติทางการคิด ประกอบกับการมีพฤติกรรมบางอย่าง จึงนำไปสู่การตอบสนองที่เป็นปัญหา โดย Davis ได้แบ่งลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาออกเป็น 2 ประเภท คือ การใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบเจาะจง (Specific Pathological Internet Use) และการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบทั่วไป (Generalized Pathological Internet Use)

1. การใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบเจาะจง (Specific pathological Internet use หรือ SPIU) คือ การที่บุคคลเลือกใช้อินเทอร์เน็ตแบบเฉพาะเจาะจง เช่น การเข้าถึงเว็บไซต์ที่ให้บริการทางเพศ การประมูลของ การซื้อขายหุ้น การพนัน เป็นต้น ผู้ใช้กลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จำเป็นจะต้องใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการ และอาจจะไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตเสมอไป

2. การใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบทั่วไป (Generalized Pathological Internet Use หรือ GPIU) คือ พฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตแบบทั่วไปในปริมาณมาก ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน

ทำให้เสียเวลา เช่น การส่งข้อความหากันผ่านโปรแกรมแชท (Chat) การติดต่อทางสังคมออนไลน์เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการมีตัวตนบนโลกเสมือนจริงเพิ่มมากขึ้น



**แผนภาพที่ 2.1** โมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีปัญหา (A cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use) (Davis, 2001)

จากแผนภาพที่ 2.1 แสดงโมเดลการเกิดการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาของ Davis โดยแสดงสาเหตุการเกิดปัญหาจากส่วน Distal ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของโมเดลหากแต่ไม่ใช่สาเหตุที่ทำให้เกิดอาการโดยตรง ไปสู่ส่วน Proximal ซึ่งเป็นจุดสิ้นสุดของโมเดล สาเหตุในส่วน Distal มีความจำเป็นต่อการเกิดอาการเสพติดหรือการใช้ที่เป็นปัญหา หนึ่งในสาเหตุคือ ลักษณะอาการทางจิตพยาธิสภาพ (Psychopathology) เช่น อาการซึมเศร้า ความวิตกกังวลทางสังคม การพึ่งพาสาร เป็นต้น ประกอบกับการได้รับการเสริมแรง (Reinforcement) จากตัวชี้ทางสถานการณ์บางอย่าง (Situational cues) เช่น เทคโนโลยีใหม่บนอินเทอร์เน็ต ประสบการณ์ทางบวกในการใช้อินเทอร์เน็ตจะส่งเสริมให้ผู้ใช้มีปริมาณการใช้ที่ยาวนานขึ้น การเสริมแรงนี้อาจรวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ผู้ใช้ให้ความสนใจ เช่น เสียงประกอบบนอินเทอร์เน็ต ความรู้สึกเมื่อได้สัมผัสสื่อบอร์ด หรือกลิ่นภายในห้องที่ชื่นชอบ จากสาเหตุส่วนปลายดังกล่าวจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการคิดที่ไม่เหมาะสม (Maladaptive cognition) เช่น การคิดแบบย้ำคิดย้ำทำ ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ใช้หนักถึงเพียงการใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปเข้ามาแทนการทำกิจกรรมอื่น ๆ หรือการเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตคือทุกสิ่งทุกอย่างของตน ประกอบกับบุคคล

เหล่านี้อาจขาดการเข้าสังคม จึงส่งผลเสียต่อการแก้ปัญหาระหว่างบุคคล อีกทั้งยังอาจเกิดมุมมองเชิงลบต่อตนเอง เป็นเหตุผลให้หมกมุ่นกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อที่จะได้รับการตอบสนองเชิงบวก และเชื่อว่าจะมีความเสี่ยงน้อยกว่าการเข้าสังคมจริง ความผิดที่ผิดเพี้ยนและความเชื่อว่าตนนั้นโดดเดี่ยว (Social isolation) และขาดการสนับสนุนจากสังคม (Lack of social support) จะกลายเป็นสาเหตุส่วน Proximal ที่ง่ายต่อการเกิดอาการที่เป็นปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ต

โดย Davis (2001) และ Caplan (2003) กล่าวว่า บุคคลที่มีปัญหาทางจิตสังคมจะชื่นชอบการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมออนไลน์มากกว่าแบบเจอหน้ากัน และความชอบนี้อาจชักจูงให้บุคคลมีการใช้อินเทอร์เน็ตแบบย่ำทำหรือการใช้มากขึ้นโดยไม่สามารถหยุดใช้ได้ ขาดการกำกับควบคุมตนเอง จนส่งผลให้เกิดผลกระทบเชิงลบตามมา

#### 1.4.2 ทฤษฎีการเรียนรู้การวางเงื่อนไขไขผลกรรม (Operant conditioning)

Skinner (1990) เชื่อว่า พฤติกรรมที่บุคคลหรือสิ่งมีชีวิตแสดงออกมานั้นเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมจะเปลี่ยนแปลงไปก็ต่อเมื่อได้รับผลกรรมบางอย่าง โดย Skinner (1990) ได้ทำการทดลองกับหนู เริ่มจากการจับหนูใส่ลงในกล่องที่สร้างขึ้นมา เรียกว่า Skinner's box เมื่อหนูเหยียบคานที่เตรียมเอาไว้จะมีอาหารหล่นลงมา หนูจึงเรียนรู้ที่จะเหยียบซ้ำเพื่อที่จะได้รับผลกรรมแบบเดิมอีก จึงอนุมานได้ว่าเมื่อหนูได้รับผลกรรมซึ่งก็คืออาหาร จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการเหยียบคานซ้ำอีก และการกระทำเพื่อให้ได้ผลกรรมแบบเดิมนั้นต้องเป็นผลกรรมที่น่าพึงพอใจ แบ่งผลกรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลกรรมที่น่าพึงพอใจ หรือ ตัวเสริมแรง (Reinforcer) และ ผลกรรมที่ไม่น่าพึงพอใจ หรือ ตัวลงโทษ (Punisher)

ตัวเสริมแรง (Reinforcer) เป็นลักษณะของผลกรรมที่ส่งเสริมให้พฤติกรรมมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น สามารถแบ่งตัวเสริมแรงเป็น 2 ประเภท คือ

1. ตัวเสริมแรงบวก (Positive reinforcer) หมายถึง การใช้ผลกรรมที่น่าพึงพอใจเพื่อช่วยให้พฤติกรรมมีความเข้มแข็งและถี่มากยิ่งขึ้น เช่น การให้คำชม รางวัล คະแนนพิเศษ

2. ตัวเสริมแรงลบ (Negative reinforcer) หมายถึง การถอนผลกรรมที่ไม่น่าพึงพอใจออกเพื่อทำให้พฤติกรรมมีความเข้มแข็งและถี่ขึ้น เช่น การงดให้การบ้านหากนักเรียนตั้งใจเรียน

ตัวลงโทษ (Punisher) เป็นการให้ผลกรรมที่ไม่น่าพึงพอใจเพื่อลดความเข้มแข็งและความถี่ของพฤติกรรมบางอย่างลง แบ่งได้ 2 ประเภท (วีรพล แสงปัญญา, 2561) ได้แก่



1. ตัวลงโทษบวก (Positive punisher) หมายถึง การใช้ผลกรรมหรือสิ่งเร้าที่บุคคลไม่พึงพอใจในการลดการเกิดพฤติกรรม เช่น การให้ทำรายงานเพิ่มเมื่อสอบไม่ผ่าน

2. ตัวลงโทษลบ (Negative punisher) หมายถึง การถอนผลกรรมที่บุคคลพึงพอใจออกเพื่อลดความถี่ของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การลดเวลาพักเมื่อนักเรียนส่งเสียงดังและไม่ตั้งใจ

จากการศึกษาทฤษฎีการเรียนรู้การวางเงื่อนไขผลกรรมที่สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของการใช้สื่อสังคม อนุมานได้ว่า บุคคลที่หมกมุ่นในการใช้สื่อสังคมอาจได้รับการเสริมแรงที่น่าพึงพอใจ จึงทำให้พฤติกรรมนั้นคงอยู่และมีความถี่มากขึ้น สำหรับผู้ที่มีสภาพจิตใจที่ผิดปกติอาจใช้อินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมเพื่อหลีกเลี่ยงอาการบางอย่างที่เกิดขึ้นภายใน เมื่อโลกออนไลน์สามารถช่วยลดความทุกข์ได้ บุคคลเหล่านั้นจึงใช้มากขึ้นเพื่อที่จะได้รับผลที่น่าพึงพอใจ เช่นที่เคยได้รับ Andreassen (2015) กล่าวว่า การได้รับผลลัพธ์เชิงบวก เช่น ความบันเทิง ความนิยม ความสนใจ และการได้รับผลตอบกลับที่น่าพอใจจากบุคคลอื่น หรือเมื่อสื่อสังคมช่วยทำให้หลีกเลี่ยงปัญหาหรือสถานการณ์เชิงลบในชีวิตจริง เช่น ความเบื่อหน่าย การถูกวิพากษ์วิจารณ์ การไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน เป็นต้น จะช่วยเพิ่มความเข้มข้นของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมให้เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีก เช่นเดียวกับผู้ที่มีความเชื่อว่าสื่อสังคมคือโลกทั้งใบ เป็นทุกสิ่งทุกอย่าง อาจเกิดมาจากการที่ได้รับความสุข ความสนุกสนาน และความพึงพอใจจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านทางออนไลน์ ส่งผลให้ละเลยความสัมพันธ์ในชีวิตจริงไป และมุ่งเน้นที่การใช้สื่อสังคมในการสร้างความสุขเพียงอย่างเดียว Ryan et al. (2014) พบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้สื่อสังคมคือความต้องการที่จะดูแลรักษาความสัมพันธ์แบบออฟไลน์ (Offline networks) หรือความสัมพันธ์ในชีวิตจริงผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสังคมเพื่อฆ่าเวลา ใช้เพราะรู้สึกสนุกสนาน และต้องการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ในขณะที่บางคนเลือกที่จะใช้เวลาบนสื่อสังคมนานมากขึ้นเพื่อหนีจากอารมณ์ด้านลบ เมื่อคนกลุ่มนี้ใช้สื่อสังคมแล้วสามารถลดความรู้สึกไม่ดีได้ ก็จะติดเป็นนิสัยและใช้มากขึ้นจนเสพติด ตรงกับงานวิจัยของ S.Z. et al. (2011) ที่พบว่า แรงจูงใจในการใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์และสามารถนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ อีกทั้งยังพบว่า ความรู้สึกกลัวว่าตนจะตกกระแส (Fear of missing out) หรือไม่ทันเหตุการณ์ ช่วยเสริมแรงให้ผู้ใช้ทุ่มเทเวลาให้กับสื่อสังคมมากยิ่งขึ้นด้วย (Przybylski et al., 2013) สอดคล้องกับโมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีปัญหาของ Davis (2001) ที่เชื่อว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะได้รับ

การเสริมแรงจากปัจจัยบางอย่างให้เกิดความต้องการใช้ที่มากขึ้น รู้สึกมีความสุขเมื่อได้ใช้ คิดวนเวียนเกี่ยวกับสิ่งนั้นจนกลายเป็นพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาในที่สุด

### 1.4.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social cognitive theory)

ทฤษฎีของ Bandura (1989) เชื่อว่า มนุษย์เรียนรู้ผ่านการสังเกตและเลียนแบบ เนื่องจากมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การเรียนรู้จึงเกิดจากอิทธิพลระหว่างตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อม ทฤษฎีนี้ไม่ได้เชื่อว่าการกระทำเกิดจากผลกรรม หากแต่เป็นการเรียนรู้โดยตรงผ่านตัวแบบ Bandura ศึกษาผ่านการสังเกตพฤติกรรมของเด็ก 3 กลุ่ม กลุ่มแรกได้เห็นพฤติกรรมก้าวร้าวจากตัวแบบ กลุ่มที่สองเห็นพฤติกรรมของตัวแบบที่ไม่แสดงความก้าวร้าว และกลุ่มที่สามไม่มีตัวแบบ ผลการทดลองพบว่าเด็กกลุ่มที่หนึ่งมีจะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงเช่นเดียวกับที่ตัวแบบแสดงออกมามากกว่าเด็กอีกสองกลุ่ม

กระบวนการการสังเกตและเลียนแบบ มีทั้งหมด 4 ขั้น (สุรงค์ ไคว้ตระกูล, 2559) ได้แก่

1. ความใส่ใจ (Attention) หมายถึง การสนใจ ใส่ใจต่อตัวแบบ ก่อนที่บุคคลจะเลียนแบบสิ่งใดก็ตาม จะต้องเกิดความใส่ใจต่อพฤติกรรมหรือการแสดงออกนั้นก่อน
2. การจดจำ (Retention) หมายถึง การนำสิ่งที่ใส่ใจมาเก็บจำไว้ในความจำระยะยาว หากไม่เก็บจำ ก็จะไม่สามารถแสดงพฤติกรรมเลียนแบบได้
3. การแสดงพฤติกรรมเหมือนตัวแบบ (Reproduction) หมายถึง การพยายามที่จะแสดงหรือกระทำตามพฤติกรรมของตัวแบบ โดยอาจจะแสดงได้เหมือนหรือต่าง ขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคลด้วย
4. การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การที่บุคคลเกิดความคาดหวังว่าพฤติกรรมที่ตนเลียนแบบตัวแบบนั้นจะช่วยให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของ Bandura มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จากงานของบุหงา ชัยสุวรรณ และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2558) ที่กล่าวว่า นักเรียนอายุ 11-19 ปี นิยมใช้สื่อสังคมในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน อีกทั้งยังเป็นการแสดงภาพลักษณ์ของตนเองให้แก่ผู้อื่น และใช้เพื่อติดตามศิลปินดารานักเต้นที่ตนชื่นชอบ จากตรงนี้สามารถอนุมานได้ว่าผู้ใช้เกิดการเรียนรู้และเลียนแบบจากผู้ใช้คนอื่นในการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือสื่อสาร เพื่อต้องการที่จะพูดคุยร่วมกันกับเพื่อน จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสมัครใช้สื่อสังคมเช่นกัน หากเพื่อนใช้ในปริมาณ

มาก ก็อาจเป็นไปได้ว่าระยะเวลาการใช้ของตนก็จะมากขึ้นไปด้วย นอกจากนี้การสังเกตว่าผู้อื่นมักสร้างตัวตนที่สวຍงามบนโลกออนไลน์ ส่งผลให้บุคคลนั้นต้องการคำชื่นชมหรือการยอมรับจึงเกิดการเลียนแบบขึ้น เช่นเดียวกับการติดตามดารา ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการสังเกตและเลียนแบบดารา นักร้องที่บุคคลยึดถือเป็นตัวแบบได้ การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์สอดคล้องกับงานของ Naaman et al. (2010) และ Nadkarni and Hofmann (2012) ที่อธิบายว่า บุคคลนิยมใช้สื่อสังคมเนื่องจากต้องการมีตัวตน ต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ตัวตนกำลังทำอะไร รู้สึกอย่างไร ปัจจุบันผู้ใช้สื่อสังคมนิยมเผยแพร่กิจกรรมที่ตนทำให้ผู้อื่นรับรู้ เป็นไปได้ว่าพฤติกรรมเหล่านี้มาจากการเรียนรู้จากผู้ใช้คนอื่น ๆ ที่กระทำให้เห็นก่อน จึงเลือกที่จะกระทำตาม ทั้งเพื่อจะได้รับคำชื่นชม รวมถึงอาจต้องการยอดไลค์จำนวนมากก็เป็นได้

#### 1.4.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The uses and gratification theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอธิบายถึงการแสวงหาในสิ่งที่ต้องการ มุ่งศึกษาในเรื่องของการสื่อสารทางสังคม จึงมักถูกอ้างถึงในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อสารมวลชน เพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อต่าง ๆ กับผู้ใช้สื่อ (Katz et al., 1973) หน้าที่หลักของสื่อ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร หากสามารถเติมเต็มในสิ่งที่ผู้ใช้สื่อหรือรับชมสื่อต้องการได้มากเท่าไร ก็จะยิ่งสร้างความพึงพอใจมากขึ้นเท่านั้น (Mehrad & Tajer, 2016) โดยผู้ใช้สื่อแต่ละคนเลือกใช้สื่อลักษณะต่างกัน มีวิธีการเลือกใช้ และสาเหตุของการใช้ที่ไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ผู้ใช้ทุกคนต่างใช้เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของตนเอง ไม่เพียงแต่ใช้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น หากแต่อาจรวมถึงความต้องการติดตามข่าวสารหรือเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่ไม่พึงประสงค์ ทฤษฎีดังกล่าวเชื่อว่าผู้ใช้สื่อจะพยายามทำความเข้าใจในสารที่ได้รับมากกว่าจะทำเพียงแค่รับข้อมูลจากสื่อ จึงกล่าวได้ว่า ผู้ใช้สื่อมีอิทธิพลเหนือสื่อ การเลือกใช้สื่อหรือรับข้อมูลต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของตัวผู้ใช้มากกว่าตัวสื่อเอง สื่อจะมีความน่าสนใจหรือเป็นที่นิยมมากแค่ไหน ก็จะไม่มีความหมายหากผู้ใช้ไม่ตัดสินใจเลือกใช้ Blumler and Katz (1974 as cited in Mehrad & Tajer, 2016) ระบุว่า เงื่อนไขที่เกิดขึ้นจากสภาวะทางสังคมและจิตใจกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้สื่อสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

Rosengren (1974 as cited in อธิพงษ์ แซ่ลี, 2557) อธิบายความหมายของคำว่า Use และ Gratification ไว้ว่า เป็นการรวมตัวกันของ “ประโยชน์” และ “ความพึงพอใจ”

เข้าด้วยกัน ซึ่งก็หมายความว่าความสัมพันธ์กันของทั้งสองคำ ความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความพึงพอใจที่แสวงหาจากสื่อ (Gratification sought) คือ ความคาดหวังของผู้ใช้ต่อสิ่งที่จะได้รับจากการเสพสื่อ เป็นสาเหตุของการเลือกใช้สื่อ โดยตั้งความหวังว่าเมื่อใช้สื่อแล้วจะต้องได้รับในสิ่งที่ต้องการ และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ (Gratification obtained) คือ ผลที่ต้องการ ซึ่งอาจจะได้รับหลังจากการใช้สื่อแล้ว อาจจะน่าพึงพอใจหรือไม่ก็ได้ แต่ก็เป็นที่ประสงค่ว่าจะได้ตามที่มุ่งหวังไว้ (สุภวัฒน์ สงวนนาม, 2557) หากสื่อที่เลือกใช้ในสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการได้ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจตามมา ผู้ใช้สื่อสังคมหลายคนอาจมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่าง เช่น สื่อสังคมช่วยลดความกังวลว่าจะตกกระสอหรือพลาดข้อมูลสำคัญบางอย่างไป (Fear of missing out) เป็นเครื่องมือที่เชื่อมต่อผู้ใช้เข้าด้วยกัน สามารถติดต่อและทราบความเคลื่อนไหวของคนอื่นได้ตลอดเวลา (Przybylski et al., 2013) เมื่อผู้ใช้ได้รับความพึงพอใจจากการประสบความสำเร็จในสิ่งที่ต้องการ จึงอาจส่งผลให้ปริมาณการใช้ในครั้งถัดไปเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ตัวอย่างจุดประสงค์ที่เปรียบเสมือนแรงจูงใจในการใช้สื่อสังคม คือ ใช้เพื่อรักษาความสัมพันธ์ ใช้เพื่อค้นเวลา สร้างความบันเทิงให้กับตนเอง และใช้เพื่อแก้เหงาหรือลดความรู้สึกโดดเดี่ยว (Ryan et al., 2014) เมื่อผู้ใช้สังเกตเห็นถึงประโยชน์จากการใช้สื่อสังคม คาดหวังว่าสื่อสังคมจะช่วยเพิ่มหรือลดความรู้สึกบางอย่างของตนได้ จึงเลือกใช้สื่อสังคมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ หากได้รับความพึงพอใจตามที่ตั้งเป้าไว้แล้ว อาจส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณการใช้มากขึ้นเพื่อให้ได้รับความรู้สึกดีแบบนั้นอีกครั้ง สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ที่ศึกษาถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (ทศไฉย สุนทรวิภาต, 2557) โดยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อาจนำความต้องการพื้นฐานเหล่านั้นมาใช้เป็นแรงจูงใจในการใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์และความพึงพอใจที่ต้องการ

#### 1.4.5 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's needs hierarchy)

Maslow (1943) เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะกลายเป็นแรงจูงใจหรือสิ่งเร้า กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ซึ่งเป็นระดับต่ำสุด พัฒนาเป็นความต้องการที่มากขึ้นจนระดับของความต้องการสูงขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองที่ต้องการ จะรู้สึกพึงพอใจ และจะเกิดความต้องการในลำดับขั้นถัดไป โดย Maslow (1943) กล่าวว่า ความต้องการมีติดตัวมนุษย์ทุกคนมาตั้งแต่เกิด ทุกคนจะเรียกร้องเพื่อให้ได้ในสิ่งที่

ต้องการโดยเป็นไปตามลำดับชั้น โดย Maslow ได้ระบุลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ไว้ทั้งหมด 5 ลำดับชั้น ดังนี้

ลำดับชั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (The physiological needs) คือ ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอด ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความต้องการขับถ่าย เป็นต้น ซึ่งในขั้นนี้ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาไปสู่ความต้องการในลำดับชั้นถัดไป

ลำดับชั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (The safety needs) คือ ความต้องการการปกป้องคุ้มครอง ต้องการรู้สึกปลอดภัยทั้งด้านร่างกายและจิตใจ รวมถึงความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความรู้สึกเชิงลบ หรือสถานการณ์ที่อันตราย

ลำดับชั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ (The love and belongingness needs) คือ ความต้องการที่จะได้รับความรักและการยอมรับจากคนรอบข้าง ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการเพื่อนพ้อง ต้องการคนรัก อยากมีครอบครัว ไม่ปรารถนาการถูกละเลยหรือทอดทิ้ง

ลำดับชั้นที่ 4 ความต้องการที่จะเห็นคุณค่าในตนเอง (The esteem needs) คือ ความต้องการได้รับการยกย่องและนับถือจากทั้งตนเองและผู้อื่น อยากรู้สึกว่ามีค่า มีเกียรติ เป็นที่นับหน้าถือตาให้ความสำคัญกับการประสบความสำเร็จ เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการในลำดับชั้นนี้แล้ว จะช่วยให้บุคคลมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

ลำดับชั้นที่ 5 ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (The need for self-actualization) คือ ลำดับชั้นของความต้องการที่สูงที่สุดในชีวิตมนุษย์ โดยผ่านการตอบสนองความต้องการในขั้นก่อนหน้ามาอย่างครบถ้วน จนกระทั่งเกิดความเข้าใจและยอมรับในตนเองมากยิ่งขึ้น ถือเป็นความปรารถนาที่สามารถบรรลุผลได้อย่างแท้จริง บุคคลได้เป็นหรือได้ทำในสิ่งที่ต้องการเต็มที่โดยขึ้นอยู่กับศักยภาพของแต่ละคนด้วย

ในภายหลัง ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ได้ถูกเพิ่มลำดับชั้นของความต้องการเข้ามาอีก 3 ชั้น ได้แก่ ลำดับชั้นที่ 6 ความต้องการความรู้ (The cognitive need) คือ ความอยากรู้และเข้าใจ ต้องการหาความหมาย ถูกขับเคลื่อนด้วยความรู้ ลำดับชั้นที่ 7 ความต้องการสุนทรียภาพ (The aesthetic need) คือ ความอยากค้นหาความสวยงาม ความสมดุลของสิ่งต่าง ๆ ปรารถนาที่จะชื่นชมรายละเอียดของสิ่งนั้นและการแสดงออกของตนเอง และลำดับชั้นที่ 8 ซึ่งเป็นลำดับสูงสุดคือ ความต้องการอยู่ในภาวะเหนือตนเอง (The need of self-transcendence) คือ

ความปรารถนาดีต่อการช่วยเหลือผู้อื่นให้เข้าใจในตนเองและศักยภาพของตนอย่างแท้จริง โดยลำดับ  
 ชั้นความต้องการทั้ง 8 ชั้นนี้ก็เป็นการแสดงถึงแรงจูงใจที่ขับเคลื่อนชีวิตมนุษย์อย่างเป็นลำดับขั้นตอน  
 (Huitt, 2007; McGregor, 2010; Ward & Lasen, 2009) ดังที่ปรากฏในแผนภาพที่ 2.2



**แผนภาพที่ 2.2** ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's needs hierarchy)  
 (Huitt, 2007)

ทฤษฎีดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมที่มีพฤติกรรมการใช้ในระยะเวลานาน มักใช้สื่อเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของตน บางคนอาจใช้เพื่อพบปะกับผู้คนใหม่ ๆ ในขณะที่บางคนอาจใช้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เผชิญอยู่ในโลกแห่งความจริง ความสุขจากการใช้สื่อสังคมจึงมีเปรียบเสมือนแรงกระตุ้นให้ผู้ใช้ต้องการใช้

มากขึ้น เพื่อความต้องการที่จะได้รับความรู้สึกแบบที่เคยได้รับ อีกทั้งยังเชื่อว่าโลกบนสื่อสังคมจะให้ความปลอดภัยได้มากกว่า และรู้สึกมั่นใจ ถูกยกย่องมากกว่าในสังคมจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลำดับขั้นที่ 3 การต้องการความรักและการยอมรับ และลำดับขั้นที่ 4 การต้องการที่จะเห็นคุณค่าในตนเอง อาจเป็นลำดับขั้นที่ผู้ใช้สื่อสังคมหลายคนใช้เป็นแรงผลักดันในการใช้เวลาไปกับสื่อมากยิ่งขึ้น การได้เป็นส่วนหนึ่งและมีความสัมพันธ์กันกับผู้อื่นเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Baumeister & Leary, 1995) เป้าหมายหลักของการใช้สื่อสังคมคือความต้องการที่จะกระชับความสัมพันธ์และต้องการสื่อสารกับผู้อื่นให้มากขึ้น พบว่าความเหงามีอิทธิพลต่อการเพิ่มปริมาณการใช้สื่อสังคม และอาจนำไปสู่พฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา (Wan, 2009) เห็นได้ชัดว่าบุคคลที่ใช้สื่อสังคมมีความต้องการความสนใจและการยอมรับจากผู้อื่น จึงเลือกใช้สื่อสังคมมาเพื่อดึงดูดความสนใจให้แก่ตนเอง การเลือกใช้สื่อสังคมเพื่อรักษาความสัมพันธ์อย่างขาดการควบคุม ทำให้บุคคลนั้นใช้งานสื่อสังคมในปริมาณมากและเกิดเป็นพฤติกรรมที่เป็นปัญหาในภายหลัง (Griffiths et al., 2014) การรู้สึกเป็นที่ยอมรับของคนรอบข้างจะช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ในขณะที่ความรู้สึกไม่เป็นที่ต้องการจะเป็นตัวกระตุ้นให้ใช้สื่อสังคมมากยิ่งขึ้นจนเกิดปัญหา (Badenes-Ribera et al., 2019; Pittman, 2015) เมื่อเห็นคุณค่าในตนเองต่ำก็ส่งผลให้ใช้สื่อสังคมมากขึ้น เป็นไปได้ว่าบุคคลนั้นอาจได้รับการยกย่องในโลกเสมือนจริงมากกว่าโลกแห่งความจริง รู้สึกมีความมั่นใจและเป็นตัวของตัวเองบนพื้นที่ออนไลน์ จึงเกิดความลุ่มหลงต่อการใช้จ่ายที่ตรงนี้เพื่อรักษาความต้องการของตน (Kircaburun, 2016)

แนวคิดและทฤษฎีทั้ง 5 แนวคิดข้างต้นมีความเกี่ยวข้องและสามารถอธิบายลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ความถี่ของการใช้สื่อสังคม ตัวบ่งชี้ทางสถานการณ์บางอย่าง ประกอบกับลักษณะอาการทางจิตพยาธิสภาพอาจนำไปสู่การมีรูปแบบทางความคิดที่ไม่เหมาะสมหรืออาจมีที่มาจากอาการขาดการยอมรับทางสังคม จึงเป็นสาเหตุของการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมอย่างหมกมุ่นและมีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาตามมา (Davis, 2001) ผู้ใช้สื่อสังคมมีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นตอบสนองความต้องการบางอย่างของตนเอง อาจจะเป็นความต้องการมีตัวตนในสังคม ต้องการการยอมรับ หรือความประสงค์บางอย่างแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (Blumler & Katz, 1974; Maslow, 1943) เมื่อได้รับในสิ่งที่ตนต้องการ จึงเกิดการเสริมแรงในครั้งถัดไปให้ใช้สื่อสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดเป็นพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Skinner,

1990) นอกจากนี้ มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมจากบุคคลอื่น (Bandura, 1989) ดังนั้น การจัดการกับปัญหาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจึงควรสร้างความเข้าใจใหม่ให้กับกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่น ปรับเปลี่ยนมุมมองและวิธีการคิดที่มีต่อการใช้สื่อสังคม รวมถึงการทำความเข้าใจกับค่านิยมและการให้ความสำคัญต่อสื่อสังคม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมอย่างเหมาะสม

### 1.5 วัยรุ่นตอนปลายกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จัดอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต วัยรุ่น (Adolescence) มีช่วงอายุประมาณ 12-18 ปี เป็นวัยของการสร้างอัตลักษณ์ เริ่มรู้จักตนเองชัดเจนมากขึ้น ต้องการแสดงความเป็นตัวตนของตนเองให้สังคมรับรู้ ให้ความสำคัญกับบทบาทของตนเอง รู้เกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ มีแนวทางที่เด่นชัดขึ้น มั่นใจในตนเอง ความเป็นผู้ใหญ่สูงขึ้น (Erikson, 1950 อ้างถึงใน Boyd & Bee, 2015) มีพัฒนาการทั้งในด้านของร่างกาย ความคิด อารมณ์ และสังคม เมื่อเข้าสู่ช่วงวัยรุ่น สรีระของร่างกายจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สัดส่วนและอวัยวะต่าง ๆ จะเจริญเติบโตมากขึ้นจากเดิม ส่งผลต่อความวิตกกังวลเกี่ยวกับร่างกายของตนเอง อาจทำให้บางคนรู้สึกไม่มั่นใจในตัวเอง วัยรุ่นเริ่มมีความคิดการตัดสินใจด้วยตนเอง การพัฒนาทักษะทางด้านความคิดจึงมีความสำคัญสำหรับวัยรุ่น อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นมีความแปรปรวนทางอารมณ์ค่อนข้างง่าย แสดงอารมณ์ฉุนเฉียว ใจร้อน ซึ่งอาจเป็นอิทธิพลจากความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของร่างกาย ดังนั้น การส่งเสริมทักษะการจัดการกับอารมณ์อย่างถูกต้องและเหมาะสม จึงมีความจำเป็นต่อวัยรุ่นเป็นอย่างมาก (สุรางค์ โค้วตระกูล, 2559) สำหรับพัฒนาการของวัยรุ่นตอนปลาย (Late adolescence) จะมีความใกล้เคียงกันการเป็นผู้ใหญ่เต็มตัว รับรู้บทบาทของตนเอง ต้องการอิสรภาพ แต่ก็รับฟังคำแนะนำจากผู้อื่นมากขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงวัยก่อนหน้า (พิมพิชา สุพัตกุล, 2551) อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นตอนปลายเปรียบเสมือนช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ ความกดดันจากการเปลี่ยนผ่านอาจส่งผลต่อสภาวะอารมณ์ที่ไม่มั่นคง อาจนำไปสู่การเกิดปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรม อารมณ์ และจิตใจ (ดวงใจ วัฒนสินธุ์, 2559)

วัยรุ่นในปัจจุบันเติบโตขึ้นในยุคสมัยของความเฟื่องฟูด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์อำนวยความสะดวกสบายล้อมรอบตัว ไม่ว่าจะเป็นการใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อติดต่อสื่อสาร พูดคุยกับเพื่อน และครอบครัว หรือการใช้เพื่อศึกษาหาความรู้ อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมจึงกลายเป็นอีกสิ่งสำคัญใน



ชีวิตที่ใช้กันเป็นเรื่องปกติ (Akabay, 2019; Bányaí et al., 2017) จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ตลอดปี พ.ศ. 2562 โดยสำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รายงานว่า กลุ่มนักเรียน นักศึกษามีอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด เฉลี่ย 10.50 ชั่วโมงต่อวัน กิจกรรมยอดนิยมบนโลกออนไลน์คือ การใช้สื่อสังคม สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของวัยรุ่นช่วงอายุ 10-19 ปี ที่มีการเปิดรับสื่อผ่านไลน์ (Line) ซึ่งเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันสื่อสังคมมากที่สุด และนักเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีระยะเวลาการใช้มากกว่ากลุ่มอื่น การใช้สื่อสังคม ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้วัยรุ่นทั้งในด้านของการเรียน อารมณ์ สังคม สุขภาพ ซึ่งด้านที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ ด้านของอารมณ์ ผู้ใช้จะรู้สึกหงุดหงิด กระทบกระชวยใจ เหงา โดดเดี่ยว หรือผิดหวัง เมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคม (ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ และ สมชาย ไชยโคต, 2558; ประวิตร จันอับ, 2561; หยาดพิรุณ ศุภรากรสกุล, 2560) จากลักษณะตามพัฒนาการของวัยรุ่น อาจเป็นที่มาของการพึ่งพา สื่อสังคมเพื่อเป็นพื้นที่การแสดงออกของตนเอง มีความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้วัยรุ่นจะใช้สื่อสังคมมากขึ้น เนื่องจากจากผู้คนรอบตัวล้วนใช้กัน จึงเป็นการกระตุ้นให้วัยรุ่นจำเป็นที่จะต้องใช้เพื่อไม่ให้เกิด ความแปลกแยกจากสังคม (Keles et al., 2029) ยิ่งไปกว่านั้น วัยรุ่นที่ไม่สามารถกำกับควบคุม ความต้องการของตนเองได้ดีมากพอ จึงมีความเสี่ยงสูงต่อการใช้สื่อสังคมจนกลายเป็นพฤติกรรม การใช้ที่เป็นปัญหา

การศึกษาแสดงอัตราความชุกของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยพบความชุก ร้อยละ 1.6 ในประเทศไนจีเรีย ร้อยละ 8.6 ในประเทศเปรู ร้อยละ 9.1 ในประเทศเนเธอร์แลนด์ และร้อยละ 12 ในประเทศจีน (Folaranmi, 2013; Mérelle et al., 2017; Wolniczak et al., 2013; Wu et al., 2013) สำหรับในประเทศไทย พบค่าความชุกในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายสูงมากถึง 41.8 ซึ่งนับว่าสูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น นอกจากนี้ยังมีรายงานเกี่ยวกับ ความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาตามระยะเวลาการใช้สื่อสังคมที่เพิ่มขึ้น โดยทุก 1 ชั่วโมงอาจเพิ่มการเกิดของพฤติกรรมดังกล่าวได้ 1.12 เท่าจากที่มีอยู่เดิม (Khumsri et al., 2015)

นอกจากนี้ วัยรุ่นยังมีการเจริญเติบโตในทุกส่วนของร่างกาย เช่นเดียวกับพัฒนาการเกี่ยวกับการทำงานของสมองด้านการจัดการ (Executive function) แสดงให้เห็นจากความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูลระหว่างกระบวนการทางอารมณ์ (Affect process) และกระบวนการให้รางวัล

(Reward process) (Luciana, 2013) เมื่อได้รับการกระตุ้นในลักษณะผลป้อนกลับเชิงบวกจากการใช้สื่อสังคม จะส่งผลต่อปริมาณการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้น การศึกษาของ Longobardi et al. (2020) พบว่า ผู้ใช้อินสตาแกรม (Instagram) แสดงแนวโน้มของการมีความสุขเชิงอัตวิสัย (Subjective happiness) น้อยลงเมื่อยอดผู้ติดตามลดลง และมีความเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมอาจเป็นการตอบสนองความต้องการบางอย่างภายในจิตใจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างพื้นที่แสดงตัวตนหรือความต้องการเป็นที่รัก เป็นที่นิยมของคนอื่น การได้รับผลป้อนกลับในรูปแบบของโลก จำนวนผู้ติดตาม หรือการคอมเมนต์แสดงความคิดเห็นเป็นการเสริมแรงเชิงบวกในรูปแบบของการยืนยันความสำคัญของตนเองต่อสังคม เมื่อได้รับการเสริมแรงน้อยกว่าที่เคยได้รับหรือที่คาดหวังไว้ จึงเป็นไปได้ที่จะกระทบต่อระดับความสุขสมหวัง นอกจากนี้ การถูกกระตุ้นการสิ่งเร้าบ่อยครั้งทำให้วัยรุ่นมีความถี่ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้อย่างง่ายดาย

สมองส่วนการให้รางวัลมีการทำงานอย่างว่องไวในช่วงวัยรุ่น เช่นเดียวกับระบบลิมบิก (Limbic system) ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับอารมณ์ และสมองส่วนหน้า (Prefrontal cortex) ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมยับยั้ง ทั้งสองส่วนมีความสำคัญต่อการสร้างอารมณ์และการกำกับพื้นที่ดังกล่าวมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในวัยรุ่นไปถึงวัยผู้ใหญ่ เป็นสาเหตุให้วัยรุ่นมีความผันผวนทางด้านอารมณ์ค่อนข้างสูง มีการกำกับอารมณ์ที่ไม่ดีมากนัก อ่อนไหวสิ่งเร้าจากทั้งภายนอกและภายในมากเป็นพิเศษ ช่วงวัยนี้จึงควรเรียนรู้และฝึกฝนระบบของกระบวนการทางอารมณ์ให้พัฒนาไปในทางที่เหมาะสม (Ahmed et al., 2015) วัยรุ่นที่ขาดการกำกับอารมณ์หรือมีทักษะการกำกับอารมณ์ต่ำ มีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาจากการเสพติดบางสิ่งบางอย่าง เช่น การหมกมุ่นทางเพศ การเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ต การให้ความสำคัญกับโทรศัพท์มือถือมากเกินไป พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา และพฤติกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย (Cashwell et al., 2017; Esmaeilinasab et al., 2014; Marino et al., 2019; Tsai et al., 2020; Yildiz, 2017) ดังนั้นการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการกำกับอารมณ์จึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาอย่างเร่งด่วนในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่ทักษะการกำกับอารมณ์ยังมีความเปราะบาง แต่ก็สามารถส่งเสริมและเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อให้วัยรุ่นมีความสามารถที่จะรับมือกับแรงกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมมากมาย รวมถึงความดึงดูดจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัว อย่างเช่น สื่อสังคม ที่มีความนิยมในกลุ่มวัยรุ่น การใช้โดยขาดการยับยั้งอาจทำให้วัยรุ่นประสบกับความเสี่ยงต่อการเสพติดในอนาคต

## 1.6 ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่อาจเป็นสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ประกอบด้วย รูปแบบการทำงานของสื่อสังคม ค่านิยมที่ผู้ใช้มีต่อสื่อสังคม ลักษณะบุคลิกภาพของผู้ใช้สื่อสังคม และปัญหาทางด้านจิตสังคมของผู้ใช้สื่อสังคม รายละเอียดของปัจจัยต่าง ๆ มีดังนี้

### 1.6.1 รูปแบบการทำงานของสื่อสังคม

เว็ปไซต์และแอปพลิเคชันสื่อสังคมมีรูปแบบการทำงานหรือฟังก์ชันบางอย่าง เช่น การกดไลค์ การแสดงความคิดเห็น การติดตาม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ เป็นการกระตุ้นผู้ใช้ให้ต้องการใช้สื่อสังคม โดยเฉพาะกลุ่มคนที่รู้สึกว่าการขยายขนาดของสังคม อยากมีคนรู้จักเพิ่มมากขึ้น (Aksoy, 2018) หากมีการโพสต์ข้อความหรือรูปภาพและได้รับยอดไลค์กลับมา เท่ากับว่าผู้ใช้ได้รับการป้อนกลับเป็นรางวัลที่ตอบสนองความพึงพอใจ อาจนำไปสู่ความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมเสี่ยง (Marengo et al., 2020) จากการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ติดตามบนอินสตาแกรม (Instagram) ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Köse and Doğan, 2019) เนื่องจากผู้ใช้บางคนให้ความหมายกับจำนวนผู้ติดตามหรือยอดไลค์เป็นเสมือนความสำเร็จบนโลกออนไลน์ หากไม่ได้รับผลป้อนกลับหรือการตอบสนองจากสังคมอย่างที่คาดหวังไว้ จึงเกิดเป็นผลกระทบเชิงลบต่อตนเอง (Andreassen, 2015) ผู้ใช้บางคนอาจจะมีการเห็นคุณค่าในตนเองที่ต่ำลง (Low self-esteem) ขาดความมั่นใจ รู้สึกว่าตนไม่เป็นที่นิยม จำนวนผู้ติดตามส่งผลต่อความสุขในชีวิตที่น้อยลง (Longobardi et al., 2020) ลักษณะของฟังก์ชันต่าง ๆ มีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

นอกจากนี้ Nadkarni and Hofmann (2012) กล่าวว่า ความต้องการพื้นฐานทางสังคมที่เป็นแรงจูงใจต่อการเลือกใช้สื่อสังคม ประกอบด้วย 2 อย่าง คือ ความต้องการนำเสนอตนเอง และความต้องการเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเบื้องต้นที่ระบุว่า ฟังก์ชันต่าง ๆ ของสื่อสังคมสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ เช่น สามารถแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวได้ ได้ตอบกับผู้ใช้คนอื่นและได้รับผลป้อนกลับเกี่ยวกับข้อความที่โพสต์ไปได้ เมื่อได้รับการตอบสนองที่พึงพอใจก็จะกระตุ้นการทำงานของสมองให้ต้องการใช้มากขึ้น และการใช้ที่มากขึ้นและควบคุมไม่ได้ อาจจะนำไปสู่พฤติกรรมที่เรียกว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Montag et al., 2017)

### 1.6.2 ค่านิยมที่ผู้ใช้มีต่อสื่อสังคม

สื่อสังคมมักถูกใช้เพื่อแสดงถึงการมีตัวตน แสดงการมีอยู่ (Status quo) ของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ การออนไลน์ตลอดเวลากลายเป็นพฤติกรรมที่ทุกคนกระทำ (Griffiths & Kuss, 2017) ด้วยรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย และยังเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพสูง (Oyman & Kocak, 2012) พฤติกรรมการก้มหน้าใช้เวลาไปกับโทรศัพท์มือถือหรือหน้าจคอมพิวเตอร์ จึงเป็นเรื่องปกติในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาการใช้ที่ค่อนข้างนานมีความเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Marino et al., 2018) มีการศึกษาพบว่าผู้ใช้สื่อสังคมเฉลี่ยสัปดาห์ละ 21.2 ชั่วโมงมีความเป็นไปได้ที่จะมีพฤติกรรมที่น่าเป็นห่วง (Yang & Tung, 2007) ยิ่งใช้มากก็อาจทำให้ติดได้มาก ความรู้สึกพึงพอใจที่มีต่อการทำงานของสื่อสังคมถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยง รวมถึงยังมีประสบการณ์บนสื่อสังคมที่มีมากเท่าไร ก็อาจมีแนวโน้มให้เกิดพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในภายหลัง (Al-Menayes, 2015)

อีกหนึ่งวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคม คือ ความต้องการรักษาเครือข่ายความสัมพันธ์ในชีวิตจริงไว้ หรือที่เรียกว่า เครือข่ายแบบออฟไลน์ (Offline networks) (Kuss & Griffiths, 2011) จึงเป็นสาเหตุของความทุ่มเทกับการใช้เวลาบนสื่อสังคมเพื่อสนทนากับเพื่อนฝูง บริบททางสังคม เช่น การรักษาไว้ซึ่งมิตรภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Sussman et al., 2011) โดยเฉพาะในวัยรุ่นที่เพื่อนมีอิทธิพลสูงมาก เมื่อเพื่อนทำอะไรก็ต้องทำด้วย หากเพื่อนมีปริมาณการใช้มากอาจส่งผลให้วัยรุ่นใช้สื่อสังคมนานขึ้นตามไปด้วย (Marino et al., 2020)

ความกลัวที่จะตกกระแส (Fear of missing out) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในวัยรุ่น (Blackwell et al., 2017; Fabris et al., 2020; Griffiths & Kuss, 2017) เนื่องจากวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการใช้สื่อสังคมคือ การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อนและคนใกล้ชิด ต้องการรับรู้ข่าวสารหรือกิจกรรมใหม่ ๆ ด้วยความรวดเร็ว เป็นต้น (Desreumaux, 2018) เมื่อรู้สึกกังวลว่าจะติดตามข่าวสารไม่ทันหรือพลาดข้อมูลสำคัญไปกลัวว่าจะมีใครพูดถึงตนเองอย่างไรบ้าง คิดไปว่าตนจะได้ทราบเหตุการณ์ช้ากว่าคนอื่น ความวิตกกังวลที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใช้สื่อสังคมบ่อยครั้ง และเกิดเป็นความเสี่ยงว่าจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในที่สุด (Casale et al., 2018) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่าปัจจัยสำคัญของการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในวัยรุ่น มาจากพฤติกรรมติดโทรศัพท์มือถือและความกลัวว่าตนจะตกกระแส (Akabay, 2019)

### 1.6.3 ลักษณะบุคลิกภาพของผู้ใช้สื่อสังคม

ลักษณะบุคลิกภาพบางอย่างมีความเสี่ยงที่จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยเฉพาะผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) และบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) ผู้ใช้สื่อสังคมที่มีลักษณะเปิดเผย ชอบแสดงออกมากขึ้นชอบการเข้าสังคม ชอบพบปะสังสรรค์จะมีการใช้สื่อสังคมบ่อย มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมค่อนข้างบ่อย (Correa et al., 2010; Ryan & Xenos, 2011) เพราะต้องการเชื่อมต่อกับผู้ใช้คนอื่นอยู่เสมอ (Kuss & Griffiths, 2011) มีนิสัยชอบรายงานความเคลื่อนไหวของตนเองบนสื่อสังคมเป็นประจำ เช่น การโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอ เมื่อได้รับผลตอบรับเชิงบวกจากผู้ใช้คนอื่นผ่านการกดไลก์หรือคอมเมนต์ อาจทำให้รู้สึกพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Hou et al., 2017; Shen et al., 2015; Wilson et al., 2010) กับผู้ที่มีบุคลิกไม่มั่นคงทางอารมณ์ที่มีโอกาสที่จะเกิดพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาเช่นกัน (Andreassen et al., 2012; Andreassen et al., 2013; Marengo et al., 2020; Sahraian et al., 2016) ซึ่งใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการลดความวิตกกังวลหรืออารมณ์เชิงลบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น อาจวิตกกังวลกับการทำความรู้จักผู้คนใหม่ ๆ ช่องทางนี้เปิดโอกาสให้ได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นมากขึ้น (Blackwell et al., 2017) ในขณะที่พบว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) มีแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา แต่มีความเป็นไปได้ที่ต่ำกว่าบุคลิกภาพสองแบบแรกค่อนข้างต่ำ (Andreassen et al., 2012; Sahraian et al., 2016) นอกจากนี้ผู้ใช้สื่อสังคมที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดกว้างต่อประสบการณ์ (Open to experience) ก็มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมค่อนข้างมาก แต่ยังไม่พบความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมใช้ที่เป็นปัญหาดังกล่าว (Correa et al., 2010)

### 1.6.4 ปัญหาทางด้านจิตสังคมของผู้ใช้สื่อสังคม

ลักษณะความผูกพัน (Attachment) ของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม โดยเฉพาะผู้ที่มีความวิตกกังวล (Anxious) เกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ ขาดความมั่นใจในการเข้าสังคม สื่อสังคมจึงเป็นพื้นที่สำหรับแสวงหาในสิ่งที่บกพร่อง ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมค่อนข้างนาน และมีความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมใช้ที่เป็นปัญหา (Blackwell et al., 2017; D'Arienzo et al., 2019; Schimmenti et al., 2013) เนื่องจากการพูดคุยผ่านสื่อสังคมไม่ได้เห็นหน้ากันโดยตรง ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการสนทนามากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การแชตซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัวระหว่างคู่

สนทนา พูดคุยผ่านตัวอักษร ผู้ที่มีความวิตกกังวลอาจชื่นชอบช่องทางดังกล่าว เพราะนอกจากจะช่วยลดความอึดอัดจากการเจอหน้ากันโดยตรง ยังสามารถควบคุมการโต้ตอบได้ด้วยตนเอง หยุดการสนทนาเมื่อเกิดความรู้สึกอึดอัดได้ ซึ่งการสนทนาแบบเห็นหน้าอาจไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ หรือหากทำก็จะดูไม่เหมาะสม (Kandell, 1998) ผู้ใช้อาจเกิดความวิตกกังวลหรือกลัวว่าตนจะตกกระแสมักจะถูกพูดถึงโดยไม่รู้ตัว จึงใช้สื่อสังคมให้มากขึ้นเพื่อให้ตนรับรู้ทุกความเคลื่อนไหวบนพื้นที่ออนไลน์ (Przybylski et al., 2013) หรืออาจใช้เพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหายไป เช่น ความรัก ความเอาใจใส่จากครอบครัว เป็นต้น เช่นเดียวกันกับผู้มีลักษณะความผูกพันแบบหลีกเลี่ยง ถึงแม้ผู้ที่มีลักษณะหลีกเลี่ยงจะแสดงถึงความไม่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนอื่น แต่ก็อาจเป็นไปได้ที่บุคคลนั้นจะความวิตกกังวลประกอบอยู่ด้วย จึงส่งผลให้ใช้สื่อสังคมเพื่อลดความรู้สึกดังกล่าว (Baek et al., 2014) ดังนั้นลักษณะความผูกพันทั้งสองแบบจึงเป็นปัจจัยที่อาจทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (D'Arienzo et al., 2019; Lin et al., 2011; Schimmenti et al., 2013)

นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจในชีวิต (Life satisfaction) มีผลต่อระดับของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Longstreet & Brooks, 2017) ความเหงาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ (Balci & Gölcü, 2013) ผู้ใช้เลือกใช้สื่อสังคมเพื่อเชื่อมต่อกับคนอื่น โดยคาดหวังว่ารู้สึกเหงาหรือโดดเดี่ยวจะลดน้อยลง เมื่อความรู้สึกอ้างว้างลดลงไปได้ จึงใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการดังกล่าวซ้ำ ๆ จนอาจนำไปสู่พฤติกรรมที่น่าเป็นห่วง อีกทั้ง (Steinfeld et al., 2008) พบว่า ผู้ที่มีการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem) ต่ำจะยึดเอาสื่อสังคมเป็นพื้นที่สร้างความมั่นใจ มองเห็นว่าการพูดคุยผ่านทางสื่อสังคมจะช่วยให้ตนรับมือกับการปฏิเสธหรือสถานการณ์เชิงลบบางอย่างได้ จึงส่งผลให้ใช้ในปริมาณที่เยอะมาก และมีความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาตามมา

Wegmann and Brand (2019) ศึกษาพบว่า สมมติฐานเรื่องแรงขับเคลื่อนของพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามี 2 แบบ คือ สมมติฐานว่าบุคคลถูกขับเคลื่อนด้วยความกลัวหรือการแสวงหาผลตอบแทน และสมมติฐานว่าบุคคลถูกขับเคลื่อนด้วยรางวัลที่ได้รับ

1) สมมติฐานว่าถูกขับเคลื่อนด้วยความกลัวหรือการแสวงหาผลตอบแทน (The fear-driven/compensation hypothesis) เป็นการที่ความต้องการใช้สื่อสังคมถูกกระตุ้นให้มากขึ้นจากความกลัว เช่น กลัวว่าจะต้องโดดเดี่ยว รู้สึกวิตกกังวล เป็นต้น รวมถึงถูกกระตุ้นจาก

ความต้องการค้นหาบางสิ่งบางอย่าง เช่น คาดหวังว่าจะได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นต้น สมมติฐานข้อแรกเป็นการเสริมแรงเชิงลบ

2) สมมติฐานว่าถูกขับเคลื่อนด้วยรางวัลที่ได้รับ (The reward-driven hypothesis) เป็นการเสริมแรงทางบวก เกิดความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคม ระบบการให้รางวัลภายในสมองได้รับการกระตุ้น เช่น ได้รับผลป้อนกลับเชิงบวก ได้รับไลก์จากผู้ใช้คนอื่น เป็นต้น เมื่อได้รับรางวัลที่พึงพอใจก็ประสงค์ที่จะได้รับเพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่อาจนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมีหลายปัจจัยด้วยกัน โดยข้อควรพึงระวังแรกคือพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้เอง หากใช้อย่างไม่ระมัดระวัง ขาดการไตร่ตรองถึงผลกระทบที่จะได้รับ ไม่สามารถกำกับพฤติกรรมของตนเองได้ ก็มีความเสี่ยงที่จะนำไปสู่ปัญหาที่จะตามมา การสร้างและรักษาความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์เป็นอีกหนึ่งปัจจัย ยิ่งในกลุ่มวัยรุ่นที่เพื่อนและการได้รับการยอมรับจากสังคมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ประกอบกับรูปแบบการทำงานต่าง ๆ บนสื่อสังคมที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อกระตุ้นความต้องการใช้ และอาจจะตอบสนองความปรารถนาบางอย่างของผู้ใช้ด้วยกัน เช่น ปุ่มไลก์ที่ถูกตีค่าเป็นปริมาณความชื่นชอบที่ได้รับจากคนอื่น หรือจำนวนผู้ติดตามที่ยังมีมาก ก็จะช่วยสร้างความภาคภูมิใจว่าตนเป็นที่นิยมชมชอบ แต่ก็อาจจะเป็นเชิงลบหากได้รับผลในทางตรงกันข้าม นอกจากนี้ยังพบว่า ความกลัวที่จะตกกระแสก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อีกทั้งลักษณะบุคลิกภาพของผู้ใช้ที่ส่งผลให้มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่ค่อนข้างเยอะ รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ภายในใจของแต่ละคนที่ถูกนำมาเปลี่ยนเป็นแรงขับเคลื่อนให้มุ่งใช้สื่อสังคมเพื่อให้ได้มาซึ่งบางสิ่งบางอย่างที่พึงจะได้รับ เมื่อสิ่งเหล่านี้ถูกแปรเป็นแรงกระตุ้น ก็มีความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

### 1.7 ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

Hawi and Samaha (2016) ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา พบว่า นักเรียนที่มีพฤติกรรมดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อระดับผลการเรียนที่ต่ำลง ประสิทธิภาพในการเรียนถูกรบกวนจากการใช้สื่อสังคม การกำกับตนเองต่อการเรียนรู้ลดลง การแจ้งเตือนจากโทรศัพท์มือถืออาจขัดจังหวะความสนใจในขณะที่ยังเรียนอยู่ เวลาในการศึกษาเล่าเรียนหรือทำการบ้านถูกทดแทนด้วยการใช้สื่อสังคม (Al-Menayes, 2015) ผลการเรียนของนักเรียนที่ใช้สื่อสังคมในปริมาณมากต่ำลง เมื่อเทียบกับนักเรียนที่ใช้สื่อสังคมน้อยกว่า (Lee et al., 2015; Mingle et al., 2016) นักเรียนที่มี

การใช้สื่อสังคมค่อนข้างบ่อย อาจมีการละเลยหน้าที่การทำงาน ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเอง ลดน้อยลง (Karaiskos et al., 2010; Paul et al., 2012) การใช้สื่อสังคมอย่างหมกมุ่นจนกระทบต่อเวลาในการทำกิจกรรมอื่น ทำให้ผู้ใช้สูญเสียการจัดการเวลาที่ดีไป อาจรวมถึงช่วงเวลาของการเรียน การศึกษาของตน จนส่งผลเสียที่เป็นส่วนให้ทำผลการเรียนได้แย่ง (Hou et al., 2019; Junco, 2012; Paul et al., 2012)

นอกจากนี้ยังส่งผลผลกระทบต่อเชิงลบอื่น ๆ ที่อาจตามมาได้ ระยะเวลาที่ใช้ไปกับการอยู่หน้าจอบริษัทคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือมากกว่า 2-3 ชั่วโมงในแต่ละวัน มีความเสี่ยงเป็นอย่างมากต่อปัญหาด้านสุขภาพจิตที่อาจตามมา ส่งผลให้ขาดความกระตือรือร้นในการใช้ชีวิต มีพฤติกรรมเนือยนิ่ง (Sedentary behaviors) ที่มักจะเน้นการทำกิจกรรมที่ไม่ใช้การเคลื่อนไหวร่างกายมากนัก เช่น การนั่งหรือนอน เป็นต้น (Hoare et al., 2016) นอกจากนี้ Bányai et al. (2017) ศึกษาพบว่า ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามีระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-esteem) ต่ำลง มีอาการซึมเศร้า (Depression) และยังคงมีการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากการเห็นคุณค่าในตนเองต่ำจะเป็นสาเหตุของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาแล้ว ยังสามารถเป็นผลกระทบจากปริมาณการใช้สื่อสังคมที่เพิ่มขึ้นได้เช่นกัน (Malik & Khan, 2015) เมื่อมีการเห็นคุณค่าต่อตนเองน้อยลง อาจทำให้มีความเสี่ยงที่จะมีอาการซึมเศร้าควบคู่ไปด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่น (McCay-Peet & Quan-Haase, 2016; Pantic et al., 2012) อาจเนื่องมาจากผู้ใช้ขาดความพึงพอใจในความสัมพันธ์ที่มีอยู่ หรือรู้สึกอิจฉาริษยา เกิดการเปรียบเทียบตนเองกับคนอื่น (Elphinston & Noller, 2011) มีความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพจิตที่มากขึ้น โดยเฉพาะอาการซึมเศร้า และวิตกกังวล (Marino et al., 2018) นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาอาจก่อให้เกิดปัญหาพฤติกรรมเกร (Conduct problems) สมาธิสั้น (Hyperactivity) พฤติกรรมเนือยนิ่ง (Sedentary behavior) ความพึงพอใจในชีวิต (Life satisfaction) ของตนเองน้อยลง รวมถึงปัญหาทางสุขภาพจิตต่าง ๆ (Frost & Rickwood, 2017; Mérelle et al., 2017; Şahin, 2017)

จากการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ช่วยให้เห็นถึงความสำคัญที่จำเป็นจะต้องป้องกันไม่ให้นักเรียนเข้าใจความเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมดังกล่าว นอกจากแนวโน้มที่จะถูกรบกวนจากกิจกรรมต่าง ๆ บนโลกออนไลน์จนบั่นทอนความสนใจในการเรียน และอาจจะทำให้มีผลการเรียนที่ต่ำลงแล้ว ยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อสภาพจิตใจของผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นคุณค่าในตนเองที่ลดน้อยลง หรือปัญหาสุขภาพจิตต่าง ๆ ที่จะตามมา หากยังขาด



การกำกับควบคุมปริมาณการใช้สื่อสังคมให้เหมาะสม นอกจากผู้ใช้จะต้องรับมือกับพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาแล้ว ผู้ใช้อาจต้องเตรียมตั้งรับกับปัญหาอื่น ๆ ที่อาจจะตามมาด้วย

### 1.8 การใช้สื่อสังคมเพื่อจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์ COVID-19

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน รวมถึงระบบการศึกษา ที่จำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (2563) กำหนดประเภทของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉินไว้ 3 ประเภท ได้แก่

1. การเรียนในชั้นเรียน (On-site) เป็นการจัดการเรียนรู้ภายในห้องเรียน ผู้สอนอาจนำรูปแบบการเรียนการสอนแบบอื่นมาผสมผสานร่วมกันได้ หากแต่มุ่งเน้นให้เกิดการเรียนรู้ขึ้นภายในชั้นเรียนเป็นหลัก เปรียบเสมือนการไปโรงเรียนตามปกติ

2. การเรียนผ่านโทรทัศน์ (On-air) เป็นรูปแบบการเรียนรู้ออกอากาศทางโทรทัศน์ ทั้งในระบบดิจิทัลและดาวเทียม โดยได้รับความอนุเคราะห์สัญญาณออกอากาศจากมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์

3. การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online) เป็นการเรียนรู้บนพื้นที่อินเทอร์เน็ต เนื้อหาที่ศึกษาอาจมาจากการที่ผู้สอนกำหนดให้หรือหัวข้อที่ผู้เรียนเลือกเรียนรู้ด้วยตนเอง ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้เรียนแต่ละคน การเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ทั้งผู้สอนและผู้เรียน

การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) มีความสำคัญอย่างยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าว อุตสาหกรรมการทำงานหลายแห่งอนุญาตให้ผู้ถูกว่าจ้างสามารถทำงานที่บ้าน (Work from home) ได้เพื่อตอบรับชีวิตวิถีใหม่ (New normal) เช่นเดียวกับการจัดการเรียนการสอนที่นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ร่วมด้วย สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตต่อชีวิตมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการดำเนินชีวิตในแบบวิถีใหม่นี้ที่ทุกคนจากทุกภาคส่วนจำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตในสถานการณ์นี้ต่อไปได้ การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่และทุกเวลาที่ต้องการ (พัชรภรณ์ ดวงชื่น, 2563) สถานศึกษาต้องจัดสรรจำนวนนักเรียนให้สอดคล้องกับพื้นที่ภายในห้องเรียน มีการเว้นระยะห่างตามที่สำนักงานศูนย์บริหาร

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) กำหนด ดังนั้น ในบางโรงเรียนจึงไม่สามารถที่จะจัดการเรียนการสอนตามปกติได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ในห้องเรียน มีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการมาโรงเรียนของนักเรียน ให้นักเรียนสลับวันมาเรียน เช่น การสลับแบบวันเว้นวัน หรือมาเรียนทุกวันแต่แบ่งช่วงเวลาให้กลุ่มหนึ่งเรียนช่วงเช้าและอีกกลุ่มเรียนช่วงบ่าย หรือการสลับกันเรียน 5 วัน หยุด 9 วัน เป็นต้น โรงเรียนสามารถเลือกรูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ครูผู้สอน และนักเรียน อย่างไรก็ตาม ขณะที่นักเรียนส่วนหนึ่งเรียนที่โรงเรียน นักเรียนส่วนที่เหลือมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนทางไกลผ่านโทรทัศน์หรือเรียนออนไลน์ เพื่อให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างต่อเนื่องด้วย รูปแบบการเรียนดังกล่าวเรียกว่าการจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสาน (Blended learning) ซึ่งจะช่วยให้ครูผู้สอนสามารถจัดรูปแบบการเรียนรู้ได้อย่างยืดหยุ่น มีความหลากหลาย และตอบสนองความแตกต่างของผู้เรียนได้มากขึ้น (ภูษิมา ภูษิณโณสินวัฒน์, 2563)

การเรียนรู้ทางออนไลน์มีความจำเป็นอย่างยิ่งในสถานการณ์นี้ จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในระยะเวลาดังกล่าว การปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการสอนแบบเผชิญหน้า (Face-to-face lectures) ไปสู่การเรียนทางออนไลน์ (Online learning) จึงเป็นการแก้ไขปัญหาค่าที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นมากที่สุด ถึงแม้ที่ผ่านมาบางสถานศึกษามีการนำการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์มาผสมผสานร่วมกับการเรียนในชั้นเรียนก่อนบ้างแล้ว หากแต่ครั้งนี้นับเป็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ของการศึกษาทั่วโลกในการเตรียมพร้อมรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ด้วยการเปิดกว้างและเปิดใจรับการศึกษาทางออนไลน์มากขึ้น (Mishra et al., 2020) ก่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการศึกษามากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยมีความเหมาะสมในการใช้จัดการเรียนการสอนกับนักเรียนจำนวนมากและสามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา มีอุปกรณ์หลากหลายให้ผู้สอนเลือกนำมาใช้ประกอบการจัดการเรียนการสอน แอปพลิเคชันต่าง ๆ ของ Google เช่น Google forms หรือ Google classroom เป็นเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อวงการการศึกษา (Dhawan, 2020)

การอนุญาตให้นำการเรียนการสอนรูปแบบอื่นมาบูรณาการร่วมกับการเรียนในชั้นเรียนในช่วงสถานการณ์วิกฤต ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนยังคงได้เรียนรู้และพัฒนาตนเองต่อไปในช่วงเวลาที่ไม่สามารถไปโรงเรียนได้ตามปกติ หากก็นำไปสู่ผลกระทบที่ตามมา การเรียนการสอนผ่านทางออนไลน์ส่งเสริมประสิทธิภาพการเรียนรู้ทางทฤษฎี หากแต่ไม่อาจพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติ

ได้ดีเท่าที่ควร (Nadeak, 2020) ผู้เรียนไม่มีทักษะการลงมือปฏิบัติที่ดีมากนักหากต้องเรียนแบบออนไลน์เป็นระยะเวลาานาน อีกทั้งยังส่งผลต่อการขาดวินัยและสมาธิในการเรียน ด้วยพื้นที่อินเทอร์เน็ตเต็มไปดด้วยสิ่งจูงใจมากมาย เช่น สื่อสังคม เป็นต้น ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้เรียนมากกว่าการศึกษาหาความรู้และเนื้อหาในบทเรียน (จิรศักดิ์ ทองปรีชา, 2562) สื่อสังคมเป็นแพลตฟอร์มที่มีประโยชน์ในเรื่องของการติดต่อและส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามภายใต้ความว่องไวยังแฝงไว้ด้วยภัยอันตราย ผู้ใช้ต้องมีความละเอียดและรอบคอบในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ ไม่หลงเชื่อโดยขาดการไตร่ตรอง (González-Padilla, 2020) เพชบุ๊คไลน์ และยูทูปเป็นแพลตฟอร์มที่นิยมใช้เป็นอย่างมากในช่วงสถานการณ์ที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอุปกรณ์สื่อสังคมต่อพฤติกรรมกรรมการเรียนรู้ในปัจจุบัน การส่งเสริมทักษะการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์อย่างรู้เท่าทันจึงมีความสำคัญ ผู้สอนควรมุ่งเน้นการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสานมากกว่าการให้ความสนใจกับการสอนผ่านทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว เพื่อให้ผู้เรียนมีประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่หลากหลาย ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเรียนรู้ที่ดีกว่า (รัชดากร พลภักดี, 2563)

ปริมาณการใช้สื่อสังคมที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อความเสี่ยงในการเกิดพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Kuss & Griffiths, 2011) ภายใต้เหตุการณ์ที่ช่องทางออนไลน์ต้องนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน สถานศึกษาจำเป็นต้องบูรณาการการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับการเรียนการสอนแบบปกติ ผู้สอนจึงควรตระหนักถึงการนำสื่อสังคมมาใช้ประกอบการเรียนการสอนที่ไม่เพียงแต่จะให้คุณประโยชน์ หากแต่ยังอาจเกิดโทษตามมา ดังนั้น การเสริมสร้างทักษะการรับมือกับพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในยุคสมัยที่ใช้สื่อสังคมและช่องทางออนไลน์ประกอบการเรียนการสอน

### 1.9 การวัดพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

การวัดพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจำเป็นต้องใช้แบบวัดที่สามารถวัดพฤติกรรมดังกล่าวได้โดยเฉพาะ ปัจจุบันพบว่า เกณฑ์ในการวัดพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของแบบวัดแต่ละอันมีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน บางอันเป็นแบบวัดที่ใช้สำหรับวัดการใช้สื่อสังคมบางประเภทเท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงเครือข่ายสื่อสังคมทั้งหมด หรืออาจเป็นการยืมเครื่องมือสำหรับวัดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาหรือการติดเกมมาใช้แทน เนื่องมาจากการขาดแคลนเครื่องมือวัดที่มี

ประสิทธิภาพ (Bányai et al., 2017) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการวัดพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา เพื่อศึกษาองค์ประกอบและรูปแบบการวัดจากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ มีรายละเอียดดังนี้

Caplan (2002) พัฒนาแบบวัดขึ้นจากการศึกษาโมเดลการคิดและพฤติกรรมของการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา (A cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use) ของ Davis (2001) แบบวัดดังกล่าวมุ่งเน้นการวัดพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบทั่วไป (Generalized Pathological Internet Use) ซึ่งเป็นลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป ขาดจุดประสงค์ที่ชัดเจนในการใช้ รวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงสื่อสังคม แบบวัดพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบทั่วไป (The Generalized Problematic Internet Use Scale: GPIUS) มีข้อคำถามทั้งหมด 29 ข้อ ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก (Mood Alteration) 2) ประโยชน์ทางสังคม (Social Benefits) 3) การได้รับผลเชิงลบ (Negative outcomes) 4) การใช้ที่ขาดการยับยั้ง (Compulsive use) 5) การใช้งานออนไลน์ในปริมาณมาก (Excessive time online) 6) การถูกกีดกัน (Withdrawal) และ 7) การควบคุมทางสังคม (Social control) นำไปใช้ศึกษากับนักศึกษาอายุเฉลี่ย 20 ปี จำนวน 386 คน การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีค่าความสอดคล้องภายในสูงและมีค่าความเที่ยงที่ระดับ 0.78-0.85 ในภายหลัง Caplan (2010) ได้ปรับแก้ไขและพัฒนาแบบวัดเพิ่มเติม จนกระทั่งได้เป็นแบบวัดพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบทั่วไป 2 (The Generalized Problematic Internet Use Scale 2: GPIUS2) โดยแบบวัดรุ่น 2 มีข้อคำถาม 15 ข้อ และมี 4 องค์ประกอบใหญ่ ได้แก่ 1) ความชื่นชอบการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านทางสังคมออนไลน์ (Preference for Online Social Interaction: POSI) องค์ประกอบนี้เกิดจากการรวมกันของ 2 องค์ประกอบในแบบวัดรุ่นแรก ซึ่งก็คือ ประโยชน์ทางสังคม (Social Benefits) และการควบคุมทางสังคม (Social control) 2) การกำกับอารมณ์ความรู้สึก (Mood regulation) ซึ่งเป็นองค์ประกอบเดิม หากแต่แก้ไขชื่อเพื่อมุ่งเน้นถึงจุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมเพื่อบรรเทาความรู้สึกเชิงลบบางอย่าง 3) การกำกับตนเองที่บกพร่อง (Deficient self-regulation) เป็นองค์ประกอบใหม่ที่มีอีก 2 องค์ประกอบย่อย คือ 3.1) การครอบงำทางการคิด (Cognitive preoccupation) ซึ่งถูกแก้ไขชื่อจากองค์ประกอบ การถูกกีดกัน (Withdrawal) ที่เป็นองค์ประกอบเดิม และ 3.2) การใช้ที่ขาดการยับยั้ง (Compulsive internet use) ถูกเพิ่มเข้ามาแทนที่ การใช้งานออนไลน์ในปริมาณมาก (Excessive time online) โดย Caplan (2010) ได้ศึกษาและพบว่า ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตไม่สามารถอนุมานว่าเป็นปัญหา

หรือไม่ได้ จึงให้ความสำคัญกับการขาดการยับยั้งของผู้ใช้แทน และ 4) การได้รับผลเชิงลบ (Negative outcomes) ลักษณะของแบบวัดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาแบบทั่วไป 2 (The Generalized Problematic Internet Use Scale 2: GPIUS2) เป็นมาตราส่วนการประมาณค่า 8 ระดับ จาก 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 8 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) แบบวัดรุ่น 2 ถูกนำไปใช้เก็บข้อมูลกับนักศึกษาอายุเฉลี่ย 33 ปี จำนวน 785 คน พบค่าความสอดคล้องอยู่ที่ .91

Andreassen et al. (2012) สร้างแบบวัด Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS) เพื่อใช้วัดพฤติกรรมเสพติดการใช้เฟซบุ๊ก เครื่องมือวัดชิ้นนี้ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย รวมถึงถูกแปลเป็นภาษาต่าง ๆ รวมถึงภาษาไทยด้วย (Phanasathit et al., 2015) แบบวัดประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ จาก 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญ (Salience) ข้อคำถามคือ ฉันใช้เวลามากในการคิดถึงเฟซบุ๊กหรือวางแผนการใช้เฟซบุ๊ก 2) การมีความอดทน (Tolerance) ข้อคำถามคือ ฉันรู้สึกว่ามีแรงกระตุ้นให้ใช้เฟซบุ๊กมากขึ้นเรื่อย ๆ 3) การปรับเปลี่ยนอารมณ์ (Mood modification) ข้อคำถามคือ ฉันใช้เฟซบุ๊กเพื่อให้ลืมปัญหาส่วนตัว 4) การกลับสู่สภาพเดิม (Relapse) ข้อคำถามคือ ฉันพยายามลดการใช้เฟซบุ๊กแล้วแต่ไม่สำเร็จ 5) การถอนถอน (Withdrawal) ข้อคำถามคือ ฉันเริ่มกระสับกระส่ายหรือไม่สบายใจเมื่อถูกห้ามไม่ให้ใช้เฟซบุ๊ก และ 6) การขัดแย้ง (Conflict) ข้อคำถามคือ ฉันใช้เฟซบุ๊กอย่างมากจนก่อให้เกิดผลเสียต่อการทำงานหรือการเรียน แบบวัดมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จาก 1 (น้อยมาก) ถึง 5 (บ่อยมาก) นำไปเก็บข้อมูลกับนักศึกษามหาวิทยาลัย อายุเฉลี่ย 22 ปี จำนวน 423 คน มีค่าความสอดคล้องภายในอยู่ที่ .83 หลังจากนั้น Andreassen et al. (2017) ได้นำแบบวัดดังกล่าวมาพัฒนาเพื่อใช้วัดการเสพติดสื่อสังคม ซึ่งก็คือ แบบวัด Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) โดยเปลี่ยนจากคำว่า เฟซบุ๊ก เป็นคำว่า สื่อสังคม ยังคงมีจำนวน 6 ข้อและเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับเช่นเดิม ไปใช้กับประชากรประเทศนอร์เวย์ อายุเฉลี่ย 35 ปี จำนวน 23,532 คน มีความสอดคล้องภายในของแบบวัดอยู่ที่ .88 เช่นเดียวกับ Bányai et al. (2017) ที่นำแบบวัด BFAS มาดัดแปลงเพื่อใช้กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยยังคงใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แต่ปรับเปลี่ยนจาก 1 (น้อยมาก) ถึง 5 (บ่อยมาก) เป็นจาก 1 (ไม่เคย) ถึง 5 (เป็นประจำ) ตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีอายุเฉลี่ย 16 ปี จำนวน 6,664 คน และมีความสอดคล้องภายในอยู่ที่ .85

Kaya et al. (2016) นำแบบวัด The Internet Addiction Test (IAT) ของ Young (1998) มาพัฒนาสำหรับใช้ในประเทศตุรกี เพื่อวัดสถานะและความรุนแรงจากการใช้อินเทอร์เน็ต แบบวัด

ของ Young เดิมประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ มีองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญ (Salience) 2) การใช้ในปริมาณมาก (Excessive use) 3) การเพิกเฉยต่องาน (Neglect work) 4) ความคาดหวัง (Anticipation) 5) การขาดการควบคุม (Lack of control) และ 6) การเพิกเฉยต่อชีวิตด้านสังคม (Neglect social life) มีลักษณะเป็นมาตราส่วนการประมาณค่า 5 ระดับ จาก 0 (พฤติกรรมที่เกิดขึ้นน้อย) ถึง 5 (พฤติกรรมที่เกิดขึ้นบ่อย) ตัวอย่างวิจัยอายุเฉลี่ย 20 ปี จำนวน 407 คน ภายหลังจาก Kaya et al. (2016) ทดสอบคุณสมบัติและโครงสร้างของเครื่องมือวัดกับนักศึกษาในประเทศไทย จึงปรับเปลี่ยนให้เหลือเพียง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) อารมณ์ความรู้สึก (Mood) 2) ความสัมพันธ์ (Relationship) 3) ความรับผิดชอบ (Responsibilities) และ 4) ความคงทน (Duration) มีค่าความสอดคล้องภายในอยู่ที่ .91 นอกจากนี้เครื่องมือวัดของ Young ยังถูกนำไปใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา รวมถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมาจนส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (Chen & Kim, 2013)

van den Eijnden et al. (2016) พัฒนาเครื่องมือ The Social Media Disorder Scale สำหรับใช้วัดโรคจากการใช้สื่อสังคม มีจำนวนทั้งหมด 9 ข้อ แบบวัดเป็นลักษณะที่ให้เลือกตอบเพียง 2 ตัวเลือก คือ ใช่ กับ ไม่ใช่ ผู้พัฒนาได้นำเครื่องมือดังกล่าวไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยรุ่นอายุเฉลี่ย 14 ปี ข้อคำถามทั้ง 9 ข้ออ้างอิงตามเกณฑ์ของพฤติกรรมการเสพติดที่ระบุใน DSM-5 ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การครอบงำ (Preoccupation) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณพบว่ามันยากมากที่จะไม่ดูข้อความบนสื่อสังคมในขณะที่กำลังทำสิ่งอื่นอยู่ เช่น การบ้าน 2) การมีความอดทน (Tolerance) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมักรู้สึกไม่พอใจเพราะคุณต้องการที่จะใช้เวลากับสื่อสังคมให้มากขึ้น 3) การถอนตัว (Withdrawal) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมักรู้สึกแย่มากเมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคม 4) การคงอยู่ (Persistence) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณพยายามที่จะใช้เวลากับสื่อสังคมให้น้อยลงแต่ก็ทำไม่สำเร็จ 5) การหลีกเลี่ยง (Escape) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมักใช้สื่อสังคมเพื่อหลีกเลี่ยงจากความรู้สึกเชิงลบ 6) การสร้างปัญหา (Problems) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมักจะมีข้อโต้แย้งกับบุคคลอื่นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของคุณ 7) การหลอกลวง (Deception) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมักจะโกหกพ่อแม่หรือเพื่อนเกี่ยวกับระยะเวลาที่คุณใช้กับสื่อสังคม 8) การแทนที่ (Displacement) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมักจะเมินเฉยต่อกิจกรรมอื่น ๆ เช่น งานอดิเรก การเล่นเกม เพราะคุณต้องการใช้สื่อสังคมมากกว่า และ

9) ความขัดแย้ง (Conflict) ข้อคำถามคือ ในปีที่ผ่านมา คุณมีความขัดแย้งกับพ่อแม่และญาติพี่น้องของคุณเพราะการใช้สื่อสังคมของคุณ สำหรับค่าความสอดคล้องของเครื่องมือวัดอยู่ที่ .81

Xanidis and Brignell (2016) พัฒนาแบบวัด Social media use questionnaire (SMUQ) ทั้งหมด 9 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนการประมาณค่า 5 ระดับ จาก 1 (ไม่เคย) ถึง 5 (เป็นประจำ) โดยพัฒนาจากแบบวัดต้นแบบ คือ เกณฑ์การวินิจฉัยการเสพติดการพนันใน DSM-5, เครื่องมือวัด The Internet Addiction Test (IAT) ของ Young (1999) และ Heatherton et al. (1991) แบบวัด SMUQ สร้างขึ้นเพื่อวัดพฤติกรรมการพึ่งพาสื่อสังคม โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง อายุเฉลี่ย 24 ปี จำนวน 324 คน ตัวอย่างข้อคำถามในแบบวัดประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ 1) อาการของการถอนถอน (Withdrawal symptoms) ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ฉันต้องฝืนทนอยู่ในที่ที่ฉันไม่สามารถใช้สื่อสังคมได้ ฉันจะรู้สึกกังวลเมื่อฉันไม่ได้ตรวจสอบบัญชีสื่อสังคมของฉัน ฉันจะรู้สึกโกรธเมื่อฉันไม่สามารถเข้าถึงบัญชีสื่อสังคมของฉันได้ และ 2) อาการของการขาดการยับยั้ง (Compulsion symptoms) ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น ฉันรู้สึกผิดเวลาที่ฉันใช้สื่อสังคม ฉันมักใช้เวลาไปกับสื่อสังคมนานกว่าที่ได้ตั้งใจไว้ ฉันใช้เวลาส่วนใหญ่กับการใช้สื่อสังคม ค่าความสอดคล้องของเครื่องมือวัดอยู่ที่ .87

จากการศึกษาแบบวัดในการประเมินพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาข้างต้น ประกอบกับการสังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในตารางที่ 2.1 ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบของพฤติกรรมของการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบวัดการใช้สื่อสังคม ทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) 2) การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference) 3) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) 4) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control) 5) การแสดงอารมณ์เมื่อถอนถอนการใช้ (Withdrawal) 6) การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict) และ 7) การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse) และนำองค์ประกอบที่ได้ไปพัฒนาเป็นแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่มีความเหมาะสมและสัมพันธ์กับช่วงอายุและบริบทของตัวอย่างวิจัย

### 1.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

Du et al. (2010) ทดลองใช้การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมแบบกลุ่ม (Group cognitive behavioral therapy) กับนักเรียนที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา โดยนักเรียนที่เข้าร่วมการทดลองเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในประเทศไทย อายุ 12-17 ปี จำนวน 56 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 32 คน และกลุ่มควบคุม 24 คน ระยะเวลาในการบำบัดมีทั้งหมด 8 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง 30 นาทีถึง 2 ชั่วโมง และมีการเก็บข้อมูลในระยะติดตามผลใน 6 เดือนต่อมา กิจกรรมการบำบัดมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนวิธีการคิดและการกระทำของผู้เข้าร่วม แนวทางการจัดการกับอารมณ์ความรู้สึก การรับมือกับความต้อการใช้อินเทอร์เน็ต การควบคุมพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ได้จัดอบรมทางความคิดและพฤติกรรมแบบกลุ่ม (Group cognitive behavioral training) ให้กับผู้ปกครองของนักเรียนกลุ่มทดลอง เป็นการอบรมเพื่อให้เข้าใจสภาวะอารมณ์ของเด็ก แนวทางการแก้ปัญหาและรับมือเมื่อบุตรหลานมีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังจัดการให้สุขภาพจิตศึกษากับคุณครูด้วย โดยเนื้อหาเกี่ยวกับความเข้าใจและวิธีการรับมือกับพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา ผลการทดลองพบว่า นักเรียนทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาน้อยลง อย่างไรก็ตาม นักเรียนกลุ่มทดลองมีทักษะการจัดการเวลาที่ดีขึ้นกว่ากลุ่มควบคุม เช่นเดียวกับกับทักษะทางด้านอารมณ์ ความคิด และพฤติกรรมที่ดีขึ้นด้วย

Su et al. (2011) พัฒนาระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert system) ซึ่งเป็นการผสมผสานการบำบัดเข้ากับความอัจฉริยะของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยเหลือผู้มีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา โดยผู้ใช้สามารถเข้ารับการรักษาได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ โปรแกรมดังกล่าวชื่อว่า Healthy Online Self-helping Center (HOSC) ผู้วิจัยนำการสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivational interviewing) มาใช้เป็นฐานของโปรแกรม แนวทางหรือทฤษฎีดังกล่าวเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ให้ผู้เข้าร่วมเป็นศูนย์กลาง มุ่งเน้นการเสริมสร้างแรงจูงใจด้วยการกระตุ้นให้ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยตนเอง ระบบจะแสดงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้เข้าร่วมในแต่ละสัปดาห์ ให้วิเคราะห์ถึงประโยชน์และโทษที่ได้รับจากการใช้งานของตนเอง และก่อนจะเข้าสู่การปรับเปลี่ยนทางพฤติกรรม นักศึกษาที่เข้าร่วมต้องมีความพร้อมและเต็มใจในการดำเนินตามวิธีการที่โปรแกรมนำเสนอ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของทฤษฎีที่ระบุไว้ในตอนต้น นักศึกษาที่ไม่พร้อมสามารถถอนตัวจากการวิจัยได้ทันที ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้เข้าร่วมเป็นนักศึกษาทั้งหมด 65 คน ศึกษาในประเทศไทย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลองที่ต้องใช้โปรแกรมที่



ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นภายในห้องทดลอง กลุ่มทดลองที่ต้องใช้โปรแกรมดังกล่าวภายนอกห้องทดลอง กลุ่มทดลองที่ต้องใช้โปรแกรม HOSC เหมือนกับสองกลุ่มแรก แต่ไม่มีขั้นตอนการเสนอแนะแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และกลุ่มควบคุมที่ไม่ต้องเข้าร่วมโปรแกรมใดเลย หลังเสร็จสิ้นการทดลอง ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลในระยะติดตามในอีก 1 เดือนถัดไป ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทดลองที่ใช้โปรแกรม HOSC กลุ่มที่หนึ่งและกลุ่มที่สองใช้เวลากับสื่อออนไลน์น้อยลง มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาต่ำลง และมีความรู้สึกพึงพอใจต่อพื้นที่ออนไลน์มากขึ้น เช่นเดียวกับกับกลุ่มที่สามที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยลงเมื่อเทียบกับกลุ่มควบคุม

Hou et al. (2017) ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเครียด (Perceived stress) กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social networking sites usage) และการกำกับความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยความสามารถในการฟื้นพลังทางจิตใจ (Psychological resilience) งานวิจัยศึกษากับนักศึกษาระดับอุดมศึกษาจาก 2 มหาวิทยาลัยในเมืองฉงชิ่ง ประเทศจีน จำนวน 499 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเครียดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ในขณะที่ความสามารถในการฟื้นพลังทางจิตใจมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา นอกจากนี้ยังพบว่าความสามารถในการฟื้นพลังทางจิตใจสามารถทำหน้าที่กำกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเครียดและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

Spada and Marino (2017) วิเคราะห์ห่อภิมานเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่เป็นปัญหา (Problematic Facebook use) ปัญหาทางด้านจิตใจ (Psychological distress) และสภาวะ (Well-being) ของกลุ่มคนในวัยรุ่นถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ผู้วิจัยศึกษาและสังเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 23 งาน จากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กที่เป็นปัญหาและปัญหาทางด้านจิตใจ นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์ทางลบระหว่างพฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กที่เป็นปัญหาและสภาวะ

Lan et al. (2018) ศึกษาการลดพฤติกรรมใช้โทรศัพท์มือถือที่เป็นปัญหาด้วยการปรับเปลี่ยนทางความคิดและพฤติกรรมโดยมีการฝึกสติเป็นฐานในรูปแบบกลุ่ม (Group mindfulness-based cognitive-behavioral intervention) กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาในประเทศจีน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 27 คน และกลุ่มควบคุม 27 คน ระยะเวลาการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 8 สัปดาห์ โดยจัดกิจกรรมสัปดาห์ละครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง เนื้อหาของกิจกรรมมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยน

ทางความคิด (Cognitive reconstruction) ด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถืออย่างถูกต้อง อธิบายถึงจุดประสงค์หลักของการใช้ คุณประโยชน์และผลที่ตามมาจากการใช้โทรศัพท์มือถือ และวิธีการรับมือกับความต้องการกลับไปใช้ซ้ำ ผสมผสานกับการฝึกการเจริญสติ (Mindfulness meditation) เข้ากับการดำเนินการปรับเปลี่ยนความคิด ผู้เข้าร่วมยังได้รับการบ้านเป็นการทบทวนบทเรียนในแต่ละครั้งและฝึกฝนการเจริญสติด้วยตนเองเพิ่มเติม หลังจากการทดลองจบลง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลสำหรับระยะติดตามผลครั้งแรกใน 6 สัปดาห์หลังจากนั้น และเก็บข้อมูลระยะติดตามผลอีกครั้งในอีก 6 สัปดาห์ถัดไป จากผลการทดลองพบว่า ระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์และพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองลดลงตั้งแต่ช่วงหลังการทดลองจนกระทั่งในระยะติดตามผลครั้งที่ 2 นอกจากนี้ยังมีรายงานว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมบางส่วนยังคงฝึกการเจริญสติด้วยตนเองหลังจบการทดลอง จึงอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพของโปรแกรมที่คงทน ทำให้ระดับพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง

Manwong et al. (2018) ได้พัฒนาโปรแกรมกิจกรรมกลุ่มโดยใช้วิธีการบำบัดเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจ (Group activity-based motivational enhancement therapy (GA-MET) โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำไปใช้ลดพฤติกรรมการติดสื่อสังคม ผู้วิจัยนำเอาการบำบัดเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจ (Motivational enhancement therapy) มาใช้ประกอบในการทดลองครั้งนี้ ตัวอย่างในการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-2 ในประเทศไทยจำนวน 245 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 125 คน และกลุ่มควบคุม 120 คน ระยะเวลาในการเข้าร่วมคือ 8 ครั้ง ครั้งละ 45-50 นาที และเก็บข้อมูลระยะติดตามผล 1 เดือนหลังจากจบการทดลอง ในระหว่างการทดลอง นักเรียนกลุ่มทดลองถูกแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 8-10 คน เพื่อเข้ารับการให้ความรู้จากผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้รับผิดชอบของแต่ละกลุ่ม ลักษณะกิจกรรมจะเป็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสังคมและผลกระทบจากการใช้ ผู้วิจัยเน้นการเสริมสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตระหนักรู้และสร้างเป้าหมายที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม ผลการทดลองพบว่า กลุ่มทดลองใช้เวลากับสื่อสังคมน้อยลง พฤติกรรมด้านอารมณ์ลดลง รวมถึงภาวะซึมเศร้าก็ลดลงเช่นกัน

Putri et al. (2018) พัฒนาโปรแกรมเพื่อใช้ลดปัญหาการเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ตที่เกิดจากความวิตกกังวลในการเข้าสังคม (Social anxiety) จุดประสงค์ของการขึ้นนี้คือ ต้องการลดทั้งพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหาและความวิตกกังวลในการเข้าสังคม การทดลองแบ่งเป็น 2 ครั้ง โดยครั้งแรกทดลองกับผู้เข้าร่วมเพศหญิง อายุ 25 ปี เพื่อทดลองใช้และปรับแก้ไข

โปรแกรมเพิ่มเติม ก่อนจะนำไปใช้อีกครั้งในการทดลองครั้งที่สอง มีผู้เข้าร่วมเพศหญิง อายุ 19-22 ปี จำนวน 3 คน ผู้วิจัยนำการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมมาใช้ในโปรแกรมที่สร้างขึ้น ประกอบด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรมทั้งสองพฤติกรรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจ ในพฤติกรรมของตนเองมากขึ้น เรียนรู้เกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมดังกล่าว ก่อนจะเริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อควบคุมปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ต หลังจากนั้นจะมีการปรับเปลี่ยนการคิด เพื่อให้เข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างลึกซึ้ง มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมเกิดความตระหนักถึงปัญหาได้ด้วยตนเอง จึงจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้ ระยะเวลาเข้าร่วมโปรแกรมคือ 6 ครั้ง ครั้งละ 2 ชั่วโมง ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าร่วมการทดลองทั้งสองครั้งมีคะแนนความวิตกกังวลในการเข้าสังคมและการเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ตลดลง และเมื่อเก็บข้อมูลระยะติดตามผล ใน 2 สัปดาห์ถัดไปก็พบว่า คะแนนของความวิตกกังวลในการเข้าสังคมและการเสพติดการใช้อินเทอร์เน็ตยังคงต่ำกว่า ในระยะหลังการทดลอง

Brevers and Turel (2019) ทำการศึกษาค้นคว้า 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะกลยุทธ์ในการควบคุมตนเอง (Self-control) ที่กลุ่มตัวอย่างมักจะใช้ในการกำกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเอง และครั้งที่ 2 เป็นการศึกษาต่อยอดจากการศึกษาครั้งที่ 1 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ความถี่และความยากลำบากในการใช้กลยุทธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เพื่อตรวจสอบหากกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ในอนาคต กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาทั้ง 2 ครั้งเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกา การศึกษาครั้งที่ 1 จำนวน 751 คน และครั้งที่ 2 จำนวน 298 คน สำหรับผลจากการศึกษาครั้งที่ 1 ผู้วิจัยสามารถแบ่งประเภทของการควบคุมตนเองที่กลุ่มตัวอย่างมักเลือกใช้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การควบคุมตนเองเชิงรับ (Reactive) หมายถึง การจัดการกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นโดยตรง เช่น การพูดกับตนเอง (Self-control) การควบคุมตนเองโดยตรง (Straightforward self-control) เป็นต้น และการควบคุมตนเองเชิงรุก (Proactive) หมายถึง การคัดเลือกหรือเปลี่ยนแปลงสถานการณ์เพื่อลดการใช้สื่อสังคม เช่น การงดใช้สื่อสังคม เป็นต้น และผลจากการศึกษาครั้งที่ 2 พบว่า การควบคุมตนเองโดยตรงเป็นกลยุทธ์ที่ทำได้ยากที่สุด หากแต่เป็นวิธีที่ถูกใช้บ่อยที่สุดเช่นกัน ผู้วิจัยอธิบายว่า กลยุทธ์การควบคุมตนเองโดยตรง เป็นการจัดการกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเองด้วยการสั่งให้ตนเองทำกิจกรรมหรืองานอื่นให้เสร็จก่อน จึงจะใช้สื่อสังคมได้ ผู้วิจัยระบุว่า

การที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้กลยุทธ์นี้เป็นประจำถึงแม้จะทำได้ยาก อาจเป็นเพราะกลยุทธ์นี้เป็นวิธีการที่ไม่ตัดขาดจากสื่อสังคมโดยเด็ดขาด ยังสามารถกลับไปใช้สื่อสังคมได้เมื่อทำภารกิจอื่นเสร็จแล้ว สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้วิจัยพบว่า การควบคุมตนเองที่เป็นลักษณะนิสัย (Trait self-control) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการใช้สื่อสังคม ความถี่ของการใช้กลยุทธ์การควบคุมตนเองที่มากขึ้น และความยากของการใช้กลยุทธ์การควบคุมตนเองที่น้อยลง อีกทั้งการควบคุมตนเองที่เป็นลักษณะนิสัย การใช้สื่อสังคม และความยากของการใช้กลยุทธ์การควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์กับความรุนแรงของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา นอกจากนี้ การใช้สื่อสังคมและความยากของกลยุทธ์ในการควบคุมตนเองยังทำหน้าที่กำกับความสัมพันธ์ของการควบคุมตนเองที่เป็นลักษณะนิสัยที่มีต่อความรุนแรงของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จากงานวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า หากผู้ใช้มีการควบคุมตนเองต่อการใช้สื่อสังคมต่ำ จะส่งผลให้มีระยะเวลาการใช้เพิ่มมากขึ้น และยังทำให้กำกับควบคุมตนเองได้ยากขึ้นตามไปด้วย อาจนำไปสู่การเกิดพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาตามมา

เอชรา วสุพันธ์จิต (2557) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เวลาคุณภาพภายในครอบครัว (Quality family time) การเสพติดสื่อสังคม (Social media addiction) รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีความเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 348 คน จาก 6 โรงเรียน ในกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาพบว่า นักเรียนใช้เวลากับสื่อสังคมโดยเฉลี่ยของวันธรรมดาคือ 3 ชั่วโมง และวันหยุด 6 ชั่วโมง โดยมีนักเรียนที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มเสพติดสื่อสังคม ร้อยละ 27.9 และกลุ่มคลั่งไคล้การใช้สื่อสังคม ร้อยละ 33.9 ผู้วิจัยพบว่า การเสพติดสื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้ใช้ การใช้โทรศัพท์มือถือถือเป็นอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อสังคม การใช้เวลาคุณภาพกับครอบครัว และระยะเวลาในการใช้สื่อสังคม

## ตอนที่ 2 การกำกับอารมณ์ (Emotion regulation)

### 2.1 ความหมายของอารมณ์

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายของคำว่า อารมณ์ ไว้ว่าเป็นสิ่งที่ยึดหน่วงจิตหรือถูกกระตุ้นให้เกิด โดยรับสิ่งเร้าผ่านทางประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กาย และผ่านทางใจ ที่ผู้เป็นเจ้าของอารมณ์ยึดเอาไว้หรือใช้เป็นหลักในการแสดงออกทางการกระทำ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในใจ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่มากระตุ้น

และอารมณ์ยังหมายถึง อธิบายหรือลักษณะนิสัยโดยทั่วไป เช่น อารมณ์ร้อน อารมณ์เย็น เป็นต้น สอดคล้องกับคำอธิบายใน Cambridge Dictionary (2019) ที่ระบุว่า อารมณ์ (Emotion) หมายถึง ความรู้สึกที่เข้มข้น รุนแรง (Strong feeling) เช่น เมื่อรู้สึกชอบหรือรักใคร่สักคน จะเกิดความรู้สึกดี เมื่อได้เจอหน้า เป็นปฏิกิริยาของจิตสำนึกที่ได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกอันแรงกล้าต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือ เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง และความรู้สึกนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย (Merriam-Webster, 2020)

สำหรับความหมายของ อารมณ์ ที่ปรากฏใน พจนานุกรมศัพท์จิตวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2556 หมายถึง ภาวะทางความรู้สึกภายในจิตใจที่เกิดจากการกระตุ้น จนเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยอาจมาจากสิ่งเร้าภายนอกหรือภายในก็ได้ อารมณ์มี 2 ประเภท ได้แก่ อารมณ์เชิงบวก ซึ่งเป็นอารมณ์ที่ทำให้เกิดความสุข รู้สึกดี และอารมณ์เชิงลบ ซึ่งเป็นอารมณ์ที่เมื่อเกิดแล้วจะทำให้รู้สึกทุกข์ รู้สึกไม่ดี

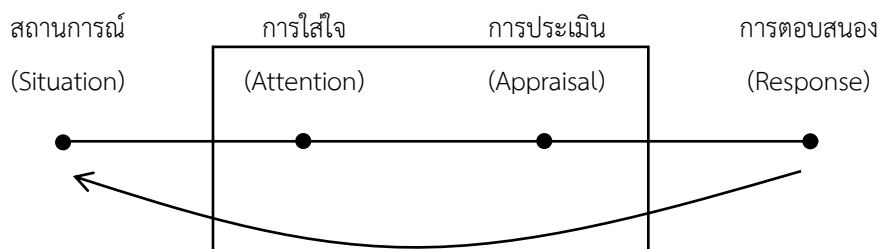
Scherer (1987, 2001 as cited in Scherer, 2005) ระบุว่า อารมณ์เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์และสอดคล้องกันกับประสาทสัมผัสทั้งห้า เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากทั้งภายในและภายนอกร่างกาย และเป็นสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับความวิตกกังวลของบุคคล ดังนั้น ประสาทสัมผัสทั้งห้าจึงเป็นช่องทางหรือส่วนประกอบที่สำคัญต่อการเกิดอารมณ์ และยังมีส่วนให้เกิดการทำงานร่วมกันกับกระบวนการทางอารมณ์อยู่ตลอดเวลา (Scherer, 2005)

Ekman (1992) กล่าวว่า อารมณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะถูกปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่พบเจอ และมีลักษณะของสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดอารมณ์ต่างกัน สัญญาณและการแสดงออกทางอารมณ์ก็แตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตาม สิ่งของแต่ละอารมณ์มีเหมือนกัน คือ การปรากฏขึ้นอย่างรวดเร็วและไม่ทันตั้งตัว ผ่านการประเมินต่อสิ่งเร้าหรืออารมณ์ที่อาจเกิดขึ้นแบบอัตโนมัติ เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็จะมีช่วงเวลาการคงอยู่ไม่นานนัก นอกจากนี้ อารมณ์ที่เกิดขึ้นมีความเชื่อมโยง สอดคล้องกับการตอบสนอง หรือกล่าวโดยง่ายคือ การแสดงออกของการกระทำเป็นผลมาจากอารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ

Gross and Thompson (2007) ให้คำจำกัดความของ อารมณ์ ไว้ว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลให้ความสนใจกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง และมองเหตุการณ์นั้นเป็นดังเป้าหมายหรือ สิ่งที่มีความหมาย เมื่อเหตุการณ์ได้รับความสนใจและให้คุณค่า จึงนำไปสู่การเกิดอารมณ์ตามมา

เมื่อเป้าหมายหรือความหมายของเหตุการณ์เปลี่ยนไป อารมณ์ก็จะเปลี่ยนด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ Gross and Thompson (2007) ยังนำเสนอกระบวนการเกิดอารมณ์ (The modal model of emotion) ซึ่งเป็นกระบวนการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ โดยการถูกทำให้สนใจและให้คุณค่าดังที่กล่าวไปก่อนหน้านี้ กระบวนการนี้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือสิ่งเร้าที่เป็นสาเหตุของการเกิดอารมณ์
  - 2) การใส่ใจ (Attention) หมายถึง การที่บุคคลให้ความสนใจต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้า
  - 3) การประเมิน (Appraisal) หมายถึง การดำเนินการทางความคิด ทบทวนเกี่ยวกับสิ่งเร้า เพื่อค้นหาทางออกหรือการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสถานการณ์
  - 4) การตอบสนอง (Response) หมายถึง การแสดงออกทางอารมณ์ต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้า
- จากขั้นตอนทั้งหมด สามารถอธิบายได้ว่า อารมณ์จะเกิดขึ้นจากสถานการณ์หรือบริบทที่ทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้า ซึ่งจะเป็นสิ่งเร้าที่มาจากภายนอกหรือภายในก็ได้ โดยสิ่งเร้าจะคอยกระตุ้นความสนใจด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้น เมื่อบุคคลให้ความสนใจกับสิ่งเร้าหรือสถานการณ์แล้ว ก็จะก่อให้เกิดการประเมินทางความคิดต่อสิ่งเร้า ในขั้นตอนนี้ Gross and Thompson (2007) กล่าวว่า บุคคลสามารถประเมินสถานการณ์ร่วมกับข้อมูลบางอย่าง เช่น ความคุ้นเคยต่อสถานการณ์ดังกล่าว ความพึงพอใจหรือทัศนคติที่มีต่อสถานการณ์ การเห็นคุณค่าของสถานการณ์ต่อตนเอง เป็นต้น ผลจากการประเมินจะนำไปสู่การตอบสนองทางอารมณ์ ดังที่แสดงในแผนภาพที่ 2.3 จะเห็นได้ว่า ในขั้นตอนที่ 2 และ 3 มีกรอบล้อมรอบไว้ กรอบดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่างสถานการณ์และการตอบสนอง โดยมีการใส่ใจและประเมินสถานการณ์เป็นจุดเชื่อมโยง นอกจากนี้ การตอบสนองในขั้นตอนสุดท้ายของอารมณ์ สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เป็นสาเหตุของการตอบสนองในตอนแรก และอาจเกิดเป็นการตอบสนองทางอารมณ์ในอีกรูปแบบ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสนใจและประเมินของบุคคลที่มีต่ออารมณ์การตอบสนองที่เกิดขึ้น



แผนภาพที่ 2.3 กระบวนการเกิดอารมณ์ (The modal model) (Gross & Thompson, 2007)

## 2.2 ความหมายของการกำกับอารมณ์

Thompson (1994) ให้ความหมายของการกำกับอารมณ์ว่า เป็นการดำเนินงานของทั้งกระบวนการภายในและภายนอกในการสังเกต ประเมิน และปรับเปลี่ยนแก้ไขการตอบสนองทางอารมณ์ที่แสดงออกมา เพื่อนำไปสู่การทำเป้าหมายให้สำเร็จ สอดคล้องกับ Masters (1991) ที่กล่าวว่า การกำกับอารมณ์ คือ การคงไว้หรือเพิ่มพูนอารมณ์ความรู้สึก รวมถึงการยับยั้งอารมณ์ให้ลดน้อยลง กลยุทธ์การกำกับอารมณ์ไม่เพียงถูกใช้เพื่อจัดการกับผลกระทบทางลบเท่านั้น แต่ยังคงถูกใช้เพื่อเพิ่มอารมณ์เชิงบวกอีกด้วย นอกจากนี้อิทธิพลภายนอกก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง การกำกับอารมณ์อาจมาจากการแทรกแซงของบุคคลอื่น เช่น พ่อแม่ ผู้เลี้ยงดู บุคคลต้นแบบ เป็นต้น ด้วยการดูแลเอาใจใส่และปรับเปลี่ยนอารมณ์ความรู้สึกของเด็ก จึงถือว่าการกำกับอารมณ์เช่นกัน

Gross (1998) ให้ความหมายของการกำกับอารมณ์ว่า กระบวนการแสดงอิทธิพลเหนืออารมณ์ความรู้สึก รู้จักอารมณ์ที่เกิดขึ้น และมีวิธีการเพื่อให้แสดงออกอย่างเหมาะสม โดยทักษะการกำกับอารมณ์สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ซึ่งการจะกำกับอารมณ์ได้อย่างทันทีทันใดต้องอาศัยการฝึกฝน อีกทั้งยังได้อธิบายว่าการกำกับอารมณ์นั้นสามารถทำได้ทั้งภายในและภายนอก เช่น การที่บุคคลระงับอารมณ์โกรธของบุคคลอื่น เพื่อที่จะสงบสติอารมณ์ของตนเช่นกัน Gross (1998) กล่าวว่า การกำกับอารมณ์สามารถทำได้ทั้งเชิงลบและเชิงบวก ไม่จำเป็นต้องเป็นในแง่ของการลดอารมณ์เสมอไป แต่เกี่ยวพันถึงการคงไว้หรือเพิ่มอารมณ์ความรู้สึกด้วยเช่นกัน การกำกับอารมณ์ทำได้ทั้งภายในและภายนอก ยกตัวอย่างเช่น พี่สาวสั่งให้น้องสาวหยุดบ่น เพื่อที่ตนจะไม่ต้องฟังคำบ่นและรู้สึกรำคาญ เป็นต้น (Gross & Thompson, 2007)

Campos et al. (2004) อธิบายว่า การกำกับอารมณ์เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่ปรับเปลี่ยนอารมณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งอารมณ์มาจากการที่บุคคลให้ความสำคัญต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งต่อ

ร่างกายหรือจิตใจ มีทั้งอารมณ์เชิงบวกและอารมณ์เชิงลบ โดยเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลพบจะมี ความสัมพันธ์ต่อการกำหนดอารมณ์ เช่น การสอบได้คะแนนดี การดูละครที่มีฉากเศร้า การได้รับการ ดุจถูก การถูกคุกคาม การถูกต่อต้านจากคนในสังคม เป็นต้น ระดับของความสำคัญเหล่านี้ จะทำนายถึงขนาดและความแรงค่านในการตอบสนองทางอารมณ์ ในขณะที่การกำกับอารมณ์ก็ทำได้ ทั้งเพิ่มอารมณ์เชิงบวกและลดอารมณ์เชิงลบเช่นเดียวกัน หนึ่งอารมณ์ความรู้สึกอาจแสดงออกผ่าน พฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่มีการระบุตายตัวว่าพฤติกรรมใดจะต้องควบคุมไปกับอารมณ์แบบ ไหน สิ่งเหล่านี้ขึ้นกับวิธีการกำกับอารมณ์ของแต่ละบุคคลว่าต้องการที่จะแสดงออกมาอย่างไร การกำกับอารมณ์จะช่วยปรับเปลี่ยนในส่วนของกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งของการเกิดอารมณ์ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรม โดย Campos et al. (2004) เชื่อว่าอารมณ์และการกำกับอารมณ์ เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน การกำกับอารมณ์สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการทางอารมณ์ ในทุกช่วงเวลาที่เกิดอารมณ์ความรู้สึก รวมทั้งก่อนที่อารมณ์จะถูกแสดงออกมา บุคคลจะสามารถ กำกับอารมณ์ให้ออกมาในลักษณะที่ต้องการให้เป็น ทุกอารมณ์ที่แสดงออกมัล้วนถูกกำกับมาแล้ว

Cole et al. (2004) อธิบายว่า การกำกับอารมณ์เป็นกระบวนการที่ไม่สามารถแยกออกจาก โครงสร้างของอารมณ์ได้ ทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงอารมณ์ที่เกิดขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงนี้อาจหมายถึง การเปลี่ยนแปลงของตัวอารมณ์เอง เช่น ระดับความรุนแรงของอารมณ์ หรืออาจจะเป็น การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางจิตวิทยาในด้านอื่น ๆ เช่น การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม บุคคลสามารถปรับปรุงแก้ไขปฏิกิริยาทางอารมณ์ กำจัด ลด สลับปรับเปลี่ยน ขยาย รวมถึงสามารถ เปลี่ยนแนวทางของอารมณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ได้ อารมณ์ที่เกิดขึ้นไม่สามารถควบคุมการกำกับอารมณ์ หรือตัวมันเองได้ หากแต่การกำกับอารมณ์จะถูกกำหนดหรือสั่งการผ่านการเปลี่ยนแปลง อย่างเป็นระบบต่ออารมณ์นั้น ๆ การที่บุคคลหนึ่งจะมีความโกรธมากกว่าอีกคน ไม่ได้หมายความว่า คนแรกจะมีการกำกับที่แตกต่างไปจากคนที่สอง แต่ขึ้นอยู่กับวิธีการหรือแนวทางที่ใช้ในการกำกับ อารมณ์โกรธที่บุคคลเลือกใช้ Cole et al. (2004) กล่าวว่า การกำกับอารมณ์คือทักษะการรับมือ กับอารมณ์ความรู้สึกทั้งของตนเองและผู้อื่นด้วย การกำกับอารมณ์สามารถทำได้กับอารมณ์ที่เกิดขึ้น ภายในความรู้สึกของบุคคลเอง เช่น การลดความเครียดด้วยการผ่อนคลายตนเอง หรือกำกับอารมณ์ ที่เกิดขึ้นระหว่างตนเองกับบุคคลอื่น หรือเกิดกับบุคคลอื่น เช่น ลูกทำให้พ่อแม่มีความสุข

Gratz and Roemer (2004) กล่าวว่า การกำกับอารมณ์เปรียบเสมือนการประเมินอารมณ์ ที่เกิดขึ้น ประกอบกับการประเมินความสามารถในการควบคุมการแสดงออกทางพฤติกรรม



ของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อเกิดอารมณ์เชิงลบ บุคคลจะสามารถประเมินว่าตนกำลังรู้สึกอย่างไร มีวิธีรับมือการอารมณ์ดังกล่าวอย่างไรจึงจะเหมาะสมกับสถานการณ์ ผู้ที่มีทักษะการกำกับอารมณ์จะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการตระหนักรู้และเข้าใจอารมณ์ที่เกิดขึ้น ยอมรับเมื่ออารมณ์เกิดขึ้นมาแล้ว มีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง หาวิธีการหรือกลยุทธ์ที่จะนำพาอารมณ์ไปในทิศทางที่ต้องการ โดยกลยุทธ์ที่ใช้ปรับเปลี่ยนอารมณ์จะต้องมีความเหมาะสมกับทั้งสถานการณ์และเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ Gratz and Roemer (2004) ระบุองค์ประกอบที่แสดงถึงการไม่สามารถกำกับอารมณ์ของตนเองได้ (Emotion dysregulation) ไว้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การไม่ยอมรับการตอบสนองทางอารมณ์ (Nonacceptance of emotional responses) รับไม่ได้เมื่อต้องพบกับอารมณ์เชิงลบหรืออารมณ์ที่ไม่ต้องการ อาจเกิดเป็นอารมณ์เชิงลบเป็นทับซ้อน ซึ่งก็คือการรู้สึกไม่ดีต่ออารมณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า เช่น มีการตอบสนองทางอารมณ์ในเชิงลบต่ออารมณ์เชิงลบของตนเอง 2) ความยากลำบากในการไปสู่พฤติกรรมเป้าหมาย (Difficulties engaging in goal-directed behavior) มีความมุ่งมั่นตั้งใจเพื่อไปถึงเป้าหมายน้อยลง ไม่สามารถตั้งสมาธิจดจ่อกับสถานการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดขึ้น 3) ความยากลำบากในการควบคุมแรงกระตุ้น (Impulse control difficulty) ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเองเมื่อต้องเผชิญกับอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่ต้องการได้ดีเท่าที่ควร 4) การขาดการตระหนักรู้ทางอารมณ์ (Lack of emotional awareness) รับรู้หรือใส่ใจในอารมณ์ที่เกิดขึ้นน้อยจนเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับที่กล่าวไปตอนต้นว่า การตระหนักรู้ต่ออารมณ์มีความสำคัญอย่างมากในการกำกับอารมณ์ 5) การเข้าถึงกลยุทธ์การกำกับอารมณ์อย่างจำกัด (Limited access to emotion regulation strategies) ไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะสามารถกำกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นได้ อาจเนื่องมาจากมีความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ของการกำกับอารมณ์ไม่มากนัก และ 6) การขาดความชัดเจนทางอารมณ์ (Lack of emotional clarity) ไม่ทราบขอบเขตของอารมณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน ไม่สามารถบอกได้ว่ากำลังรู้สึกอย่างไร จากองค์ประกอบทั้งหมดที่กล่าวมาแสดงลักษณะของการขาดทักษะการกำกับอารมณ์ ดังนั้น ในการพัฒนาทักษะของการจัดการกับสภาวะทางอารมณ์ จึงจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างองค์ความรู้แบบตรงกันข้ามกับองค์ประกอบทั้ง 6 องค์ประกอบข้างต้น

จากการศึกษาคำนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การกำกับอารมณ์ หมายถึง ความสามารถในการจัดการกับอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้น หลังจากทีบุคคลให้ความสำคัญกับเหตุการณ์บางอย่าง จนกระทั่งเกิดเป็นความรู้สึก โดยระดับอารมณ์ที่เกิดขึ้นสามารถบ่งบอกถึงระดับการให้ความสำคัญ

ต่อสถานการณ์นั้น บุคคลที่มีทักษะการกำกับอารมณ์จะทราบถึงวิธีการรับมือต่ออารมณ์นั้น ๆ อาศัยการสังเกตตนเอง ประเมินสิ่งเร้าที่พบเจออย่างรอบคอบ และสามารถที่จะปรับเปลี่ยนอารมณ์ความรู้สึกไปจนถึงการแสดงออกทางอารมณ์ในลักษณะที่เหมาะสมต่อสถานการณ์ หรือให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยอารมณ์ที่ต้องการกำกับสามารถเป็นได้ทั้งอารมณ์เชิงบวกและเชิงลบ อีกทั้งยังกำกับได้ทั้งในรูปแบบของการเพิ่ม ลด หรือคงไว้ซึ่งอารมณ์นั้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของการกำกับว่าต้องการให้ไปในทิศทางใด กระบวนการทางอารมณ์และการกำกับอารมณ์จะทำงานไปพร้อมกันอย่างเป็นระบบ เมื่อเกิดอารมณ์ความรู้สึกก็จะเกิดการกำกับอารมณ์ในทันทีเพื่อจัดการกับอารมณ์นั้นได้ตามที่บุคคลต้องการ โดยผลของการกำกับอารมณ์อาจนำไปสู่การปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นในตอนต้นได้ เพื่อให้บุคคลมีอำนาจเหนืออารมณ์ของตนเอง การฝึกฝนการกำกับอารมณ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก นอกจากบุคคลจะสามารถกำกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตนได้แล้ว ยังสามารถจัดการอารมณ์จากผู้อื่นได้อีกด้วย โดยผู้ที่มีการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอจึงจะมีทักษะการกำกับอารมณ์ที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสถานการณ์ และเป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ได้

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยศึกษาและพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์ ประกอบด้วย 3 ทฤษฎี ได้แก่

#### 2.3.1 ทฤษฎีการกำกับตนเองของ Boekaerts

#### 2.3.2 โมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือ (The transactional model of stress and coping)

#### 2.3.3 ทฤษฎีการกำกับอารมณ์ของ Gross

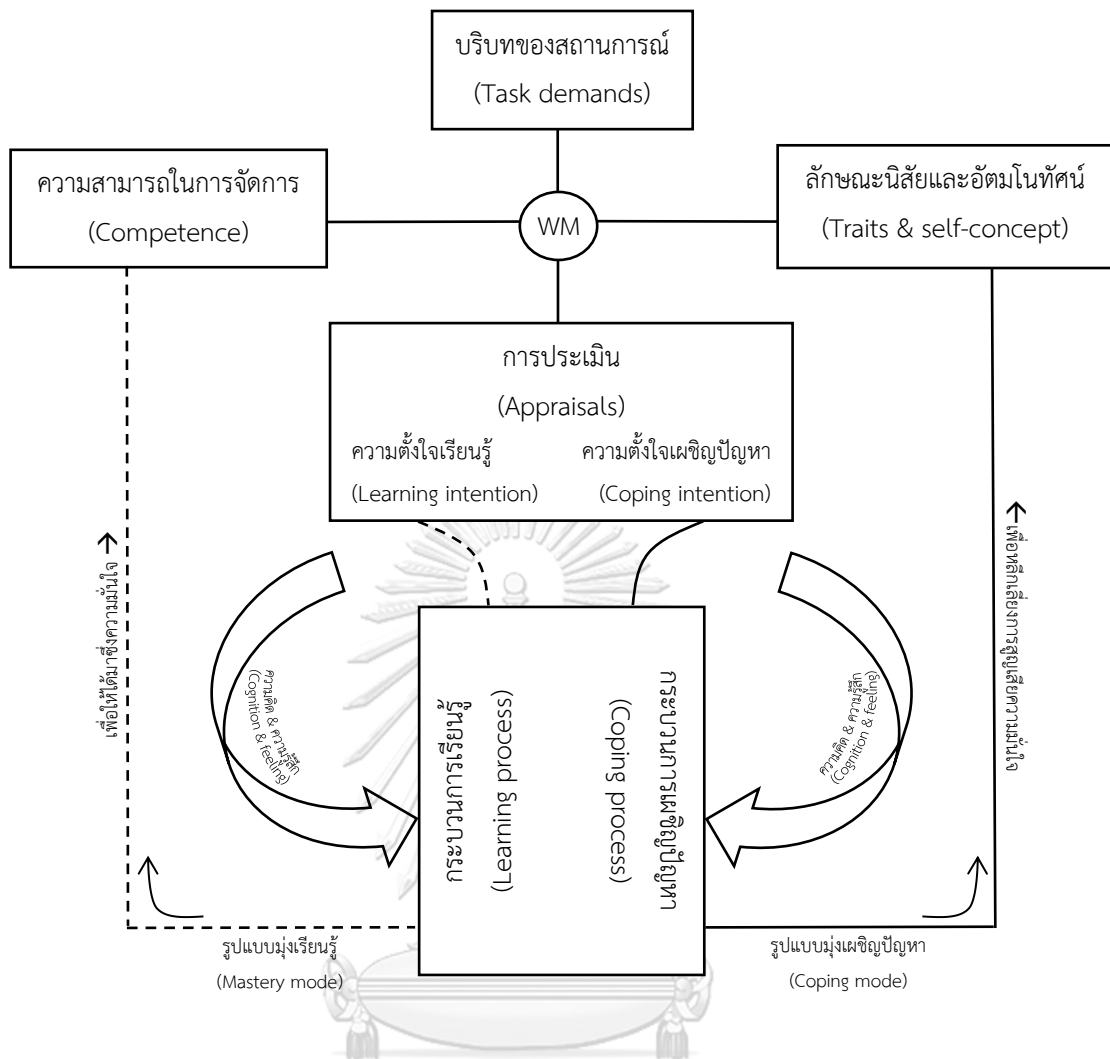
ผู้วิจัยแสดงรายละเอียดของแต่ละแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการกำกับอารมณ์ ดังต่อไปนี้

#### 2.3.1 ทฤษฎีการกำกับตนเองของ Boekaerts

Boekaerts (1992 as cited in Punmongkol, 2009) นำเสนอทฤษฎีการกำกับตนเองที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการประเมิน (Appraisal) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-perception of competence) และความเชื่อที่เป็นแรงจูงใจ (Motivational belief) ซึ่งทั้งหมด

มีความสัมพันธ์กันต่อการเกิดกระบวนการกำกับตนเอง นอกจากนี้ อารมณ์เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประเมินเพื่อค้นหากลยุทธ์ที่ต้องการใช้ในการกำกับตนเองเพื่อนำไปสู่การตั้งเป้าหมาย (Goal orientation) หากบุคคลมีอารมณ์เชิงบวก ก็จะส่งผลให้มีการประเมินเชิงบวก แต่ถ้าบุคคลมีอารมณ์เชิงลบ ผลการประเมินก็ออกไปในทิศทางลบด้วยเช่นกัน และแน่นอนว่าแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการกำกับตนเองก็จะมีแนวโน้มตามอารมณ์และผลของการประเมิน Boekaerts (1992 as cited in Punmongsol, 2009) กล่าวว่า กระบวนการกำกับตนเองมีความยืดหยุ่นและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากบริบทเปลี่ยนไปและบุคคลมีการประเมินแล้วว่าเหมาะสมต่อการปรับเปลี่ยน โดยในโมเดลการกำกับตนเองแบบสองกระบวนการ (The dual processing self-regulation model) แสดงโครงสร้างของการกำกับตนเอง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลักที่จำเป็นต้องใช้ในการกำกับตนเอง ได้แก่ 1) บริบทของสถานการณ์ (Task demands) 2) ความสามารถในการจัดการกับสถานการณ์ (Competence) 3) ลักษณะนิสัยและอัตมโนทัศน์ที่มีต่อสถานการณ์ (Traits and self-concept) และ 4) การประเมินการจัดการกับสถานการณ์ (Appraisal) ซึ่งแบ่งเป็นความตั้งใจที่จะเรียนรู้ (Learning intention) และความตั้งใจที่จะเผชิญปัญหา (Coping intention) หลังจากผ่านการประเมินสถานการณ์แล้ว ผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินจะถูกแยกออกไปตามแต่ละกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วย 2 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการเรียนรู้ (Learning process) และกระบวนการเผชิญปัญหา (Coping process)

กระบวนการแรกคือกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) เป็นลักษณะของการกำกับตนเองเชิงบวก มีผลมาจากการมีทัศนคติและอารมณ์เชิงบวกต่อสถานการณ์ โดยผลจากการประเมินที่เข้าสู่กระบวนการนี้ จะส่งผลให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกเมื่อต้องอยู่ภายใต้สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง มีแรงจูงใจต่อการมุ่งค้นหาความรู้หรือเก็บเกี่ยวประสบการณ์ เชื่อมั่นว่าจะได้รับประโยชน์เพิ่มเติมจากสิ่งนั้น เกิดการตั้งเป้าหมายที่ดี ต้องการพัฒนาทักษะของตนให้ดียิ่งขึ้น มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะนำพาตนเองไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ตรงกับข้ามกับกระบวนการเผชิญปัญหา (Coping process) ซึ่งเป็นการกำกับตนเองเชิงลบ เกิดจากการที่บุคคลมีอารมณ์เชิงลบต่อบริบทของสถานการณ์ จึงทำให้ผลของการประเมินไม่ดีนัก ผู้ที่เข้าสู่กระบวนการดังกล่าวจะมีลักษณะหวาดกลัวต่อความสูญเสีย อาจจะเป็นความมั่นใจ จึงทำให้บุคคลนั้นขาดความพยายามในการจัดการกับต้นเหตุของปัญหา เลือกว่าจะกำกับควบคุมอารมณ์ที่เกิดขึ้นแทน เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับสถานการณ์โดยตรง การกำกับตนเองด้วยกระบวนการนี้อาจนำไปสู่ผลเสีย



แผนภาพที่ 2.4 โมเดลการกำกับตนเองแบบสองกระบวนการ (The dual processing self-regulation model) (Boekaerts, 1992 as cited in Punmongkol, 2009)

เนื่องจากการตั้งเป้าหมายเป็นผลมาจากการประเมินต่อสถานการณ์และนำไปสู่แนวทางการกำกับตนเอง Boekaerts (1992 as cited in Punmongkol, 2009) ได้แบ่งประเภทของเป้าหมายของการกำกับตนเองเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) การกำกับตนเองแบบบนลงล่าง (Top-down self-regulation) หมายถึง การกำกับตนเองแบบมุ่งเรียนรู้ (Mastery mode) ประสงค์จะได้รับประโยชน์จากการเรียนรู้ มีแรงจูงใจสูงสามารถกระตุ้นตนเองได้ดี นำไปสู่การเกิดผลลัพธ์ทางบวกที่ดีเช่นกัน เป้าหมายของการกำกับตนเองแบบบนลงล่างสอดคล้องกับกระบวนการการเรียนรู้ (Learning process) ที่ปรากฏในแผนภาพที่ 2.4 ทางด้านซ้าย

2) การกำกับตนเองแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up self-regulation) หมายถึง การกำกับตนเองแบบมุ่งรับมือ (Coping mode) เป้าหมายนี้สัมพันธ์กันกับกระบวนการรับมือ (Coping process) ที่แสดงบนแผนภาพที่ 2.4 ทางฝั่งขวา โดยบุคคลที่มีเป้าหมายนี้มักจะต้องการหลีกเลี่ยงจากสถานะการถูกคุกคาม การถูกทำร้าย การสูญเสีย หรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดอารมณ์เชิงลบ วิตกกังวลว่าตนจะประสบกับความรู้สึกไม่สบายกายและใจ

3) การกำกับตนเองด้วยความตั้งใจ (Volition-drive self-regulation) หมายถึง การเปลี่ยนทิศทางหรือเป้าหมายของการกำกับตนเอง จากการมุ่งรับมือกับปัญหาไปสู่การการเรียนรู้จากปัญหา เมื่อบริบทของสถานการณ์เปลี่ยน อารมณ์ความรู้สึกเปลี่ยน อาจส่งผลให้การตั้งเป้าหมายเปลี่ยนไปเพื่อให้เกิดกลยุทธ์ในการกำกับตนเองที่ดีและเหมาะสมมากขึ้น

ทฤษฎีดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการกำกับอารมณ์เพื่อนำไปใช้ในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เนื่องจากจุดประสงค์ของทฤษฎีที่ต้องการแสดงให้เห็นความสำคัญของอารมณ์ที่มีต่อความคิด เช่นเดียวกับผลของความคิดต่อการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ ซึ่งทำงานสอดคล้องกัน การกำกับอารมณ์เป็นเสมือนอีกหนึ่งทักษะที่สำคัญของการกำกับตนเอง (Boekaerts & Cascallar, 2006) ทิศทางของอารมณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อวิธีการประเมินผลข้อมูล รวมถึงอัตมโนทัศน์ต่อความสามารถของตนเองและการตั้งเป้าหมายเพื่อกำกับตนเองไปในรูปแบบที่ต้องการ ถึงแม้ผลลัพธ์ของการประเมินจะแตกต่างกันไปตามความสามารถของแต่ละบุคคล แต่หากได้รับการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการประเมินสถานการณ์ ฝึกฝนความสามารถในการจัดการกับสิ่งนั้นอย่างเหมาะสม จะช่วยพัฒนาลักษณะนิสัยและอัตมโนทัศน์ มีความเชื่อและแรงจูงใจที่ดีขึ้น และนำไปสู่การประเมินผลเชิงบวกเพื่อจัดการกับพฤติกรรมของตนเองในเชิงบวกเช่นกัน

### 2.3.2 โมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือ (The transactional model of stress and coping)

Lazarus and Folkman (1984 as cited in Berjot & Gillet, 2011; Folkman & Lazarus, 1985; Schuster et al., 2003) ศึกษาเกี่ยวกับความเครียด (Stress) และวิธีการรับมือกับความเครียด (Coping) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการกำกับอารมณ์เช่นกัน โดยอธิบายไว้ว่าความเครียดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมในรูปแบบของความขัดแย้ง โดยบุคคลทุ่มเทให้กับการประเมินต่อสถานการณ์หรือสิ่งเร้ามากจนเกินไป จนกระทั่งเกิดผลเสีย

ต่อสุขภาพทางจิตใจ ทักษะการรับมือเป็นการตอบสนองของบุคคลต่อสถานการณ์ความตึงเครียดหรือสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อค้นหาแนวทางการปรับตัวให้อยู่กับสถานการณ์นั้นได้อย่างเหมาะสม โดยอาจใช้วิธีการจัดการกับปัญหาโดยการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขที่ต้นตอของปัญหา หรือลดอารมณ์เชิงลบที่เกิดขึ้นจากการเผชิญปัญหา (Baker & Berenbaum, 2011) ในโมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือในแผนภาพที่ 2.5 แสดงให้เห็นถึง 2 ช่วงที่สำคัญต่อกระบวนการรับมือกับความเครียด ดังนี้

1) การประเมินทางความคิด (Cognitive appraisal) เป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับสถานการณ์หรือสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดความรู้สึกเครียด ด้วยการประเมินทุกแง่มุมของสถานการณ์ รวมถึงผลที่อาจจะตามมา ในช่วงของการประเมินทางความคิด แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

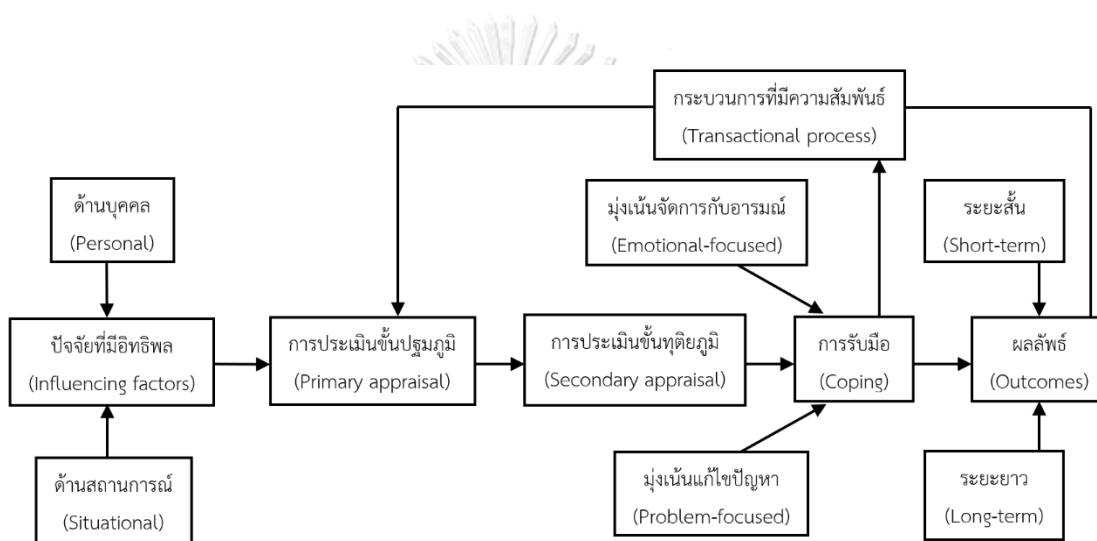
1.1) การประเมินขั้นปฐมภูมิ (Primary appraisal) เป็นการประเมินสถานการณ์ในด่านแรก เพื่อจัดแยกประเภทของสิ่งที่ได้เจอ หากผลของการประเมินพบว่า สถานการณ์มีอิทธิพลต่อจิตใจ ก่อให้เกิดความเครียด ก็จะนำไปสู่การประเมินขั้นถัดไป

1.2) การประเมินขั้นทุติยภูมิ (Secondary appraisal) เป็นการประเมินความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์อันตึงเครียดดังกล่าว

2) การรับมือ (Coping) เป็นขั้นตอนถัดมาจากการประเมินทางความคิด หลังจากบุคคลเกิดอารมณ์ความรู้สึกเครียด และประเมินแล้วว่าต้องการหาแนวทางการรับมือ จึงเกิดเป็นความพยายามในการจัดการกับความเครียดที่เกิดขึ้นด้วยวิธีการที่รู้สึกมั่นใจว่าจะมีประสิทธิภาพเพียงพอ วิธีการรับมือกับความเครียดมี 2 วิธี ได้แก่

2.1) การรับมือแบบมุ่งเน้นจัดการกับอารมณ์ (Emotion-focused coping) หมายถึงการกำกับอารมณ์เชิงลบที่เกิดขึ้นจากการประสบกับสถานการณ์ตึงเครียด โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนอารมณ์ของตนเอง เพื่อลดการบั่นทอนและรักษาสมดุลทางจิตใจ หากบุคคลประเมินแล้วว่าไม่สามารถเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ได้หรืออาจจะมีโอกาสน้อย จึงมักตัดสินใจจัดการกับอารมณ์ของตนเองแทนหรือหาทางออกด้วยการแสดงพฤติกรรมบางอย่าง ที่ไม่ใช้การแก้ที่ปัญหาของความเครียด เช่น การหลีกเลี่ยงจากปัญหา การเลือกสนใจเฉพาะสิ่งที่ควรสนใจ การหาข้อดีจากสถานการณ์ดังกล่าว เป็นต้น วิธีการนี้ถือเป็นการรับมือที่ไม่ดี ไม่เหมาะสมมากนัก (Maladaptive coping) เพราะเป็นเพียงการเบี่ยงเบนความสนใจออกจากความเครียดชั่วคราว อย่างไรก็ตามบุคคลอาจเกิดความเครียดเพิ่มขึ้นจากปัญหาเดิมในอนาคต

2.2) การรับมือแบบมุ่งเน้นแก้ไขปัญหา (Problem-focused coping) หมายถึง การจัดการกับต้นตอของปัญหาความเครียดโดยตรง เพื่อให้สถานการณ์คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น พยายามทำความเข้าใจกับสถานการณ์ที่เผชิญอยู่ เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุและที่มาของสถานการณ์นั้น ก่อนคิดหาทางแก้ไขหรือจัดการที่เหมาะสม ผ่านการวิเคราะห์ ประเมิน ตัดสินใจ และลงมือกระทำ เพื่อลดภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น นำไปสู่การเกิดผลลัพธ์เชิงบวก เนื่องจากบุคคลได้จัดการกับที่มาของ ปัญหาโดยตรง มักเกิดขึ้นในกรณีที่บุคคลประเมินแล้วว่าสถานการณ์สามารถเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นได้ เช่น การวิเคราะห์ที่มาของปัญหา การหาทางแก้ไข เป็นต้น



แผนภาพที่ 2.5 โมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือ (The transactional model of stress and coping) Lazarus and Folkman (1984 as cited in Schuster et al., 2003)

ผลลัพธ์ที่ได้จากการรับมือกับความเครียดสามารถแบ่งเป็น 2 แบบ คือ ผลระยะสั้น (Short-term outcomes) และผลระยะยาว (Long-term outcomes) ซึ่ง Lazarus and Folkman ระบุว่าความรู้สึกไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ ถูกจัดเป็นผลระยะสั้นจากการรับมือกับปัญหาความเครียด ในขณะที่ผลระยะยาวคือ การทำหน้าที่ทางสังคม (Social functioning) และขวัญกำลังใจ (Morale) ของบุคคลในการเผชิญหน้ากับปัญหาครั้งถัดไปหรือปัญหาเดิมที่ยังคงอยู่ นอกจากนี้ ผลลัพธ์ที่ได้จากประสบการณ์การรับมือจะส่งผลต่อการประเมินและวิธีการรับมือในครั้งถัดไป

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า บุคคลจะมีวิธีการรับมือกับความเครียดหรือปัญหาต่าง ๆ ในลักษณะใด ขึ้นอยู่กับการประเมินทางความคิดในช่วงแรกๆ ของโมเดล โดยปัจจัยอื่น ๆ จากทั้งตัวบุคคล

และความสำคัญของสถานการณ์ที่พบเจอ อาจส่งผลต่อแนวทางการประเมินและการรับมือ เช่น ความเชื่อและลักษณะนิสัยของบุคคล ความแปลกใหม่หรือไม่ชัดเจนของสถานการณ์ เป็นต้น เช่นเดียวกันกับผลลัพธ์ของการรับมือกับปัญหาจะได้เป็นผลระยะสั้นหรือระยะยาว และแตกต่างกันไปในแต่ละคน อยู่ที่ประเภทของกลยุทธ์ที่ถูกใช้ในการจัดการกับอุปสรรคทางอารมณ์ โมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือแสดงให้เห็นถึงวัฏจักรของผลลัพธ์ที่วนกลับไปมีอิทธิพลกับขั้นตอนก่อนหน้า แนวทางการประเมินในขั้นแรกและการรับมืออาจเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการรับมือกับปัญหาในครั้งก่อน

### 2.3.3 ทฤษฎีการกำกับอารมณ์ของ Gross

Gross (1998) กล่าวว่า ทักษะการกำกับอารมณ์มีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางในการแสดงออกทางอารมณ์ บุคคลมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้วิธีการรับมือกับอารมณ์ของตนเองและแสดงออกอย่างเหมาะสม ผลจากการแสดงออกทางอารมณ์จะต้องไม่นำมาซึ่งผลเสียในภายหลัง โดยบุคคลสามารถกำกับอารมณ์ได้ด้วยความตั้งใจและไม่ตั้งใจ กระบวนการกำกับอารมณ์สามารถเกิดขึ้นพร้อมกันได้หลายกระบวนการ โดยจะทำงานควบคู่กันกับกระบวนการเกิดอารมณ์ หากบุคคลเกิดอารมณ์มากกว่าหนึ่งอารมณ์ ก็จะทำให้มีการกำกับอารมณ์มากขึ้นเพื่อให้สัมพันธ์กับความต้องการจัดการกำกับอารมณ์ที่เพิ่มมา เป้าหมายของการกำกับอารมณ์อาจเป็นได้ทั้งการลดอารมณ์ เพิ่มอารมณ์ หรือเพียงแค่รักษาระดับของอารมณ์ (Gross & Thompson, 2007) ทฤษฎีการกำกับอารมณ์ที่ Gross นำเสนอแสดงกระบวนการในการกำกับอารมณ์ ระบุว่า สามารถกำกับควบคุมอารมณ์ได้ในทุกช่วงของกระบวนการเกิดอารมณ์ ภายในกระบวนการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือกสถานการณ์ การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ การจัดการความสนใจ การเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง โดยทั้ง 5 ขั้นตอนถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์ก่อนอารมณ์เกิด (Antecedent-focused emotion regulation) และกลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์หลังอารมณ์เกิด (Response-focused emotion regulation) สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1) กลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์ก่อนอารมณ์เกิด (Antecedent-focused emotion regulation) เป็นการกำกับ ควบคุม ปรับเปลี่ยนกระบวนการเกิดอารมณ์ก่อนที่อารมณ์จะเกิดขึ้นมา มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ



1.1) การเลือกสถานการณ์ (Situation selection) หมายถึง การจัดการเลือกสถานการณ์หรือสิ่งเร้าที่ต้องประสบเพื่อนำไปสู่การเกิดอารมณ์ที่ต้องการในภายหลัง เนื่องจากบางสถานการณ์ บางสถานที่ หรือบางคนที่ต้องพบเจอ อาจจะทำให้เกิดอารมณ์ที่ไม่พึงประสงค์ได้ ในขั้นตอนนี้บุคคลอาจเลือกที่จะไปเจอหรือไม่เจอกับสถานการณ์ก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าต้องการกำกับอารมณ์แบบใด บุคคลต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ รวมถึงการคาดเดาความเป็นไปได้ที่อาจตามมาหลังจากเลือกสถานการณ์หรือสิ่งเร้านั้น เพื่อให้ดำเนินการเลือกได้อย่างเหมาะสม เช่น การตั้งใจทำการบ้านเพื่อจะไม่ต้องโดนลงโทษ สถานการณ์คือจุดเริ่มต้นของการเกิดอารมณ์ทั้งหมด การเลือกสถานการณ์จึงเป็นจุดเริ่มต้นจากการเกิดอารมณ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่า การกำกับอารมณ์ในขั้นตอนนี้จะช่วยให้ได้รับผลประโยชน์ในระยะสั้นหรือยาว เช่น การลดความเครียดด้วยการกินของหวานเป็นผลประโยชน์ในระยะสั้น แต่ความอ้วนเป็นผลประโยชน์ระยะยาวที่อาจจะตามมาหากยังคงกินของหวานอยู่เป็นประจำ เป็นต้น

1.2) การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ (Situation modification) หมายถึง การไม่สามารถเลือกหรือหลีกเลี่ยงสถานการณ์ได้ จึงทำการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขบางอย่างของสถานการณ์เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอารมณ์ที่ไม่ต้องการ หรือปรับเปลี่ยนแก้ไขสถานการณ์เพื่อนำไปสู่อารมณ์ความรู้สึกที่คาดหวังว่าจะเกิด หรืออาจกล่าวได้ว่า ขั้นตอนนี้ทำให้เกิดสถานการณ์หรือสิ่งเร้าแบบใหม่มาแทนที่ เช่น นักเรียนยกมือถามครูเมื่อไม่เข้าใจที่ครูสอน เป็นต้น ขั้นตอนนี้สอดคล้องกับการรับมือที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหา (Problem-focused coping) ของ Lazarus and Folkman (1984) ในโมเดลความสัมพันธ์ของความเครียดและการรับมือ ที่มุ่งเน้นการจัดการกับอารมณ์ด้วยการแก้ที่ต้นตอของปัญหา นอกจากนี้ ยังสามารถใช้การแสดงออกทางอารมณ์เป็นวิธีการปรับเปลี่ยนสถานการณ์ได้ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อเพื่อนอยู่ในสภาวะตึงเครียด เราจึงแสดงความเป็นห่วงเป็นใย ให้กำลังใจเพื่อน ส่งผลให้ความเครียดของเพื่อนลดลงเล็กน้อยหรือรู้สึกซาบซึ้ง หรือการบังเอิญอยู่ในสถานการณ์อึดอัด จึงตัดสินใจพูดเรื่องตลกขึ้นมาเพื่อสร้างบรรยากาศใหม่ เป็นต้น

1.3) การจัดการความสนใจ (Attentional deployment) หมายถึง การที่บุคคลมุ่งความสนใจของตนเองให้อยู่พื้นที่หรือบริเวณที่ต้องการ เป็นการให้ความสนใจกับสถานการณ์หรือสิ่งเร้าที่คิดว่าส่งผลดีต่อกระบวนการทางอารมณ์ภายในตัวบุคคลเอง โดยไม่จำเป็นต้องจัดการกับสภาพแวดล้อมดังเช่นในสองขั้นตอนแรก นอกจากจะสามารถจัดการกับความสนใจต่อสถานการณ์

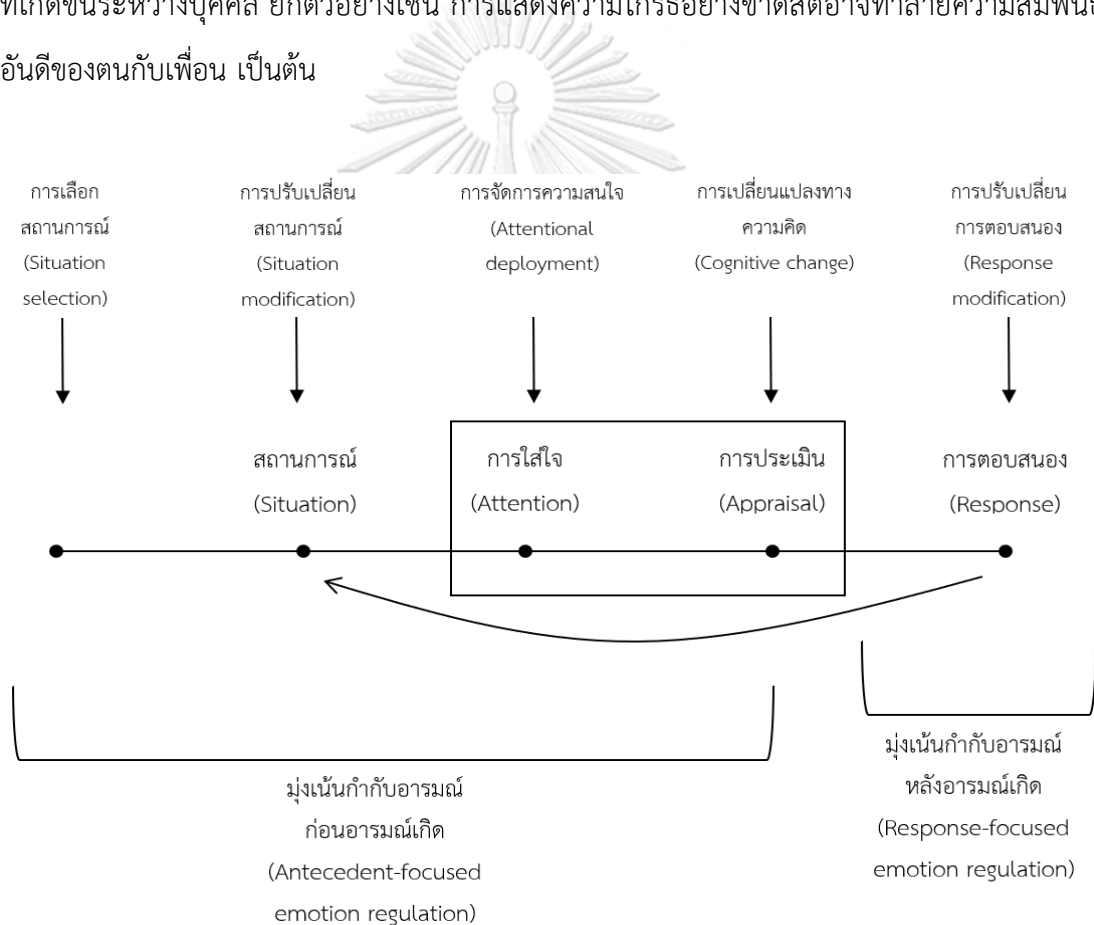
ที่เกิดขึ้นจริงแล้ว ยังจัดการกับความสนใจที่มีให้กับสิ่งสมมติในจินตนาการได้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากอารมณ์สามารถเกิดได้ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ขั้นตอนนี้อ่อนนุ่มนวลได้ว่าเป็นการเลือกสถานการณ์ใหม่จากภายใน Gross จัดแยกกลยุทธ์สำหรับใช้เพื่อจัดการกับความสนใจทั้งหมด 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การเบี่ยงเบนความสนใจ (Distraction) เป็นการหันเหความสนใจไปสู่สถานการณ์ใหม่ หรือยังคงให้ความสนใจกับสถานการณ์แต่เป็นในอีกแง่มุม เพื่อทำให้ไม่เกิดอารมณ์ 2) การจดจ่ออย่างมีสมาธิ (Concentration) เป็นการมุ่งความสนใจไปที่สิ่งเร้าทางอารมณ์ ไม่ละความสนใจไปจากสิ่งนั้น ปลอ่ยให้สถานการณ์ดำเนินต่อไป สำหรับกลยุทธ์นี้อาจทำควบคู่กับกระบวนการทางความคิด มักนิยมใช้ในหมวกแสดง และ 3) การหมกมุ่นครุ่นคิด (Rumination) เป็นการมุ่งความสนใจไปที่สถานการณ์เช่นเดียวกับการจดจ่ออย่างมีสมาธิ หากแต่ส่งผลกระทบต่อตรงต่อความรู้สึกและนำไปสู่ผลเสีย

1.4) การเปลี่ยนแปลงทางความคิด (Cognitive change) หมายถึง การเปลี่ยนหรือแก้ไขการให้ความหมายกับสถานการณ์หรือสิ่งเร้าหลังจากเกิดความรู้สึก เนื่องจากอารมณ์มีที่มาจากการให้ความหมายและความสำคัญต่อสถานการณ์ จึงทำให้เกิดความรู้สึกในทางใดทางหนึ่งตามมามาก่อนที่อารมณ์จะเกิดขึ้นมา ขั้นตอนที่เกิดหลังจากการให้คุณค่าต่อสิ่งเร้าก็คือ การประเมินทางความคิดเกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการจัดการกับสถานการณ์ เมื่อรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการรับมือกับสถานการณ์นั้น ก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ตอบสนองที่สอดคล้องกับการประเมิน รูปแบบการประเมินที่แตกต่างจะนำไปสู่การตอบสนองทางอารมณ์ที่แตกต่างเช่นกัน ยกตัวอย่างกลยุทธ์ในขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ได้แก่ การตีความเหตุการณ์ (Event interpretation) การปฏิเสธ (Denial) การเปรียบเทียบกับบุคคลที่ด้อยกว่า (Downward social comparison) การประเมินทางความคิดใหม่ (Reappraisal) เป็นต้น

2) กลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์หลังอารมณ์เกิด (Response-focused emotion regulation) เป็นการกำกับอารมณ์หลังจากที่อารมณ์ได้เกิดขึ้นแล้ว มี 1 ขั้นตอน คือ

2.1) การปรับเปลี่ยนการตอบสนอง (Response modification) หมายถึง แนวทางการจัดการกับการแสดงออกทางอารมณ์หลังจากที่อารมณ์เกิดขึ้นแล้ว โดยบุคคลสามารถจัดการกับอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้ก่อนที่จะแสดงออกหรือส่งผลต่อพฤติกรรมและการกระทำในเวลาต่อมา ในขั้นตอนนี้ทำได้หลากหลายวิธี ไม่ใช่เพียงแค่การลดหรือเพิ่มการตอบสนอง โดยสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทั้งการตอบสนองทางด้านพฤติกรรม (Behavioral response) การตอบสนองทางด้าน

ประสบการณ์ (Experiential response) และการตอบสนองทางด้านร่างกาย (Physiological response) สำหรับวิธีการหรือกลยุทธ์สำหรับการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง อาจทำได้โดยใช้ยา (Drugs) (ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนการตอบสนองทางร่างกาย) การออกกำลังกาย (Exercise) การผ่อนคลาย (Relaxation) การปิดกั้นการแสดงออก (Suppression) เป็นต้น นอกจากนี้การกำกับอารมณ์หลังจากที่อารมณ์เกิดขึ้นแล้ว ไม่เพียงแต่ปรับเปลี่ยนลักษณะการตอบสนองเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการเกิดขึ้นของอารมณ์ถัดไปที่เกิดมาจากการตอบสนองดังกล่าว ตามกระบวนการของการเกิดอารมณ์ในแผนภาพที่ 2.6 นอกจากนี้ การตอบสนองทางอารมณ์ยังมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล ยกตัวอย่างเช่น การแสดงความโกรธอย่างขาดสติอาจทำลายความสัมพันธ์อันดีของตนกับเพื่อน เป็นต้น



แผนภาพที่ 2.6 โมเดลกระบวนการเกิดกลยุทธ์ในการกำกับอารมณ์ (Gross, 1998; Gross & Thompson, 2007)

จากการศึกษาของ Gross and John (2003) เกี่ยวกับกลยุทธ์การกำกับอารมณ์ที่มักจะถูกนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งก็คือ กลยุทธ์การประเมินทางความคิดใหม่ (Reappraisal) และ

การปิดกั้นการแสดงออก (Suppression) ผู้ที่เลือกใช้กลยุทธ์การประเมินทางความคิดใหม่จะสามารถจัดการกับแนวทางการประเมินที่มีต่อสิ่งกระตุ้น เนื่องจากกลยุทธ์นี้อยู่ในขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์ก่อนอารมณ์เกิด การตีความและประเมินสถานการณ์ใหม่จึงช่วยเปลี่ยนทิศทางของการเกิดอารมณ์ได้ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการตอบสนองทางอารมณ์ในทางที่เหมาะสม เช่น การนึกถึงประสบการณ์ที่จะได้รับจากการทำงานที่ตนไม่ประสงค์จะทำ การเลือกใช้กลยุทธ์นี้จึงหมายถึงการมีทัศนคติที่ดี สามารถตีความสถานการณ์ในรูปแบบที่หลากหลาย รวมถึงมีความตั้งใจในการกำกับอารมณ์เพื่อไม่ให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกเชิงลบ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดอารมณ์เชิงบวกเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อระดับความสัมพันธ์กับคนรอบข้างที่ดีขึ้น และมีสุขภาพจิตที่ดีขึ้นเช่นกัน ตรงกันข้ามกับผู้ที่นิยมใช้กลยุทธ์การปิดกั้นการแสดงออก ซึ่งจะไม่เลือกปรับวิธีการคิดต่อสถานการณ์ แต่จะรอจัดการหลังจากที่อารมณ์เกิดขึ้นมาแล้วจึงเลือกปรับเปลี่ยนวิธีการแสดงออกแทน เนื่องจากกลยุทธ์นี้มุ่งเน้นกำกับอารมณ์หลังจากที่อารมณ์เกิดแล้ว โดยกระทำในลักษณะของการยับยั้งแนวโน้มของพฤติกรรมแสดงออกทางอารมณ์ จึงมักนำไปใช้ในการลดการแสดงออกของอารมณ์เชิงลบ เพื่อให้แสดงออกอย่างเหมาะสม เช่น การฝันทำงานที่ตนไม่ประสงค์จะทำ อย่างไรก็ตาม การแสดงออกของอารมณ์เชิงบวกก็สามารถยับยั้งและปิดกั้นได้เช่นกัน กลยุทธ์นี้อาจนำมาซึ่งผลกระทบในภายหลัง เช่น การปกปิดตัวตนและอารมณ์ความรู้สึกข้างใน เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นที่สามารถจัดการอารมณ์ได้ดีกว่า รู้สึกอัดอั้นที่ต้องแสดงพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับอารมณ์ ไม่สามารถจัดการกับต้นเหตุของอารมณ์ได้อย่างแท้จริง เป็นต้น นอกจากนี้การปิดกั้นตนเองจากการแบ่งปันความรู้สึกแก่ผู้อื่น อาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์และสุขภาพจิตได้

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่านักวิชาการทำการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการกำกับอารมณ์มาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว หากแต่ยังคงค้นพบงานมากมายที่ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับตัวแปรดังกล่าว เนื่องจากการกำกับอารมณ์เป็นทักษะสำคัญต่อการจัดการอารมณ์ความรู้สึกก่อนที่จะแสดงออกอย่างเหมาะสม การฝึกการกำกับอารมณ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มีการเจริญเติบโตขึ้นจากวัยเด็ก ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีปฏิริยาทางอารมณ์สูง ขาดความมั่นคงทางอารมณ์ หรือเรียกว่ามีความผันผวนทางอารมณ์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การศึกษามากมายพบว่าโครงสร้างสมองส่วนหน้าซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับอารมณ์

และการกำกับอารมณ์จะมีการพัฒนาในช่วงวัยรุ่น ดังนั้นวัยรุ่นจึงเป็นวัยที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการส่งเสริมทักษะการกำกับอารมณ์ (Ahmed et al., 2015) และการกำกับอารมณ์ยังถูกพบว่าเป็นทักษะที่จะช่วยในการลดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา เช่น การส่งเสริมทักษะการประเมินทางารรู้คิดใหม่ (Cognitive reappraisal) เพื่อใช้ในการประเมินความคิดก่อนการเกิดอารมณ์ และสามารถปรับเปลี่ยนความคิดเพื่อแสดงอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่าทักษะการประเมินทางารรู้คิดใหม่จะช่วยลดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาจากการใช้สื่อสังคมที่มากเกินไปจนเกินไป (Spada & Marino, 2017; Trumello et al., 2018)

## 2.4 แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานเอกสารและงานวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์สำหรับใช้ในการทดลองซึ่งสันนิษฐานว่าจะสามารถลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้ โดยผู้วิจัยศึกษาทั้งเอกสารที่เกี่ยวกับการเสริมสร้างทักษะการกำกับอารมณ์ และเอกสารที่เกี่ยวกับแนวทางและวิธีการที่นักวิชาการท่านอื่นใช้ในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ผู้วิจัยพบว่า มีหลากหลายแนวทางที่มีประสิทธิภาพ มีความน่าสนใจในการนำไปประยุกต์ใช้ในการโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ในงานของผู้วิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาและสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มการกำกับอารมณ์ รวมถึงการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา มีรายละเอียดดังนี้

### 2.4.1 การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์

ผู้วิจัยเริ่มต้นการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ด้วยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับโปรแกรมเพิ่มทักษะการกำกับอารมณ์ ประกอบกับศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับโปรแกรมลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เพื่อนำเนื้อหาที่ได้มาสังเคราะห์และบูรณาการร่วมกันกับการพัฒนาการกำกับอารมณ์ โดยรายละเอียดของโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์ที่ผู้วิจัยศึกษาจากงานของ Broderick and Metz (2009), Huppert and Johnson (2010), Chiodelli et al., (2018) และ Volkaert et al. (2018) มีดังนี้

Broderick and Metz (2009) พัฒนาโปรแกรม Learning to BREATHE เพื่อเพิ่มทักษะการกำกับอารมณ์ด้วยการนำวิธีการที่มีการฝึกสติเป็นฐาน (Mindfulness-based approaches) เข้ามาผสมผสานในโปรแกรม กิจกรรมทั้งหมดมี 6 ครั้ง ได้แก่ การตระหนักรู้ทางร่างกาย (Body

awareness) การทำความเข้าใจกับความคิด (Understanding and working with thoughts) การทำความเข้าใจกับความรู้สึก (Understanding and working with feelings) การตระหนักรู้ทางความคิด ความรู้สึกทางใจและทางร่างกาย (Integrating awareness of thoughts, feelings and bodily sensations) การไม่ตัดสินตนเองในด้านลบ (Reducing harmful self-judgment) และการนำการตระหนักรู้อย่างมีสติไปใช้ในชีวิตประจำวัน (Integrating mindful awareness into daily life) กิจกรรมแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 32-43 นาที โปรแกรมนี้มีจุดประสงค์ในการช่วยวัยรุ่นในการพัฒนาการกำกับอารมณ์ สามารถจัดการกับอารมณ์เชิงลบ ด้วยการเข้าใจในอารมณ์และความคิดของตนเองมากขึ้นผ่านการฝึกสติสมาธิ และสามารถนำสติไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

Huppert and Johnson (2010) นำเสนอการฝึกสติระยะสั้นเพื่อใช้ในการพัฒนาทักษะการรับมือกับแรงกระตุ้นทางอารมณ์ ยอมรับอารมณ์ที่เกิดขึ้นและจัดการได้อย่างมีสติ ผู้วิจัยศึกษาโปรแกรมการบำบัดที่มีการฝึกสติเป็นฐาน (Mindfulness-based intervention) ของ Kabat-Zinn (2003) และใช้อ้างอิงในการพัฒนาโปรแกรมในงานวิจัยครั้งนี้ โดยในโปรแกรมใช้เวลาเพียง 4 ครั้ง ครั้งละ 40 นาที ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการตระหนักรู้และเข้าใจในตนเอง ร่วมกับการฝึกสติ กิจกรรมทั้งหมด ได้แก่ การตระหนักรู้ทางร่างกาย (Bodily awareness) การฝึกหายใจอย่างมีสติ (Mindfulness of breathing) การตระหนักรู้ทางเสียง (Awareness of sound) และการเข้าใจความไม่ยั่งยืนของความคิด (Understanding the transient nature of thoughts) อีกทั้งยังให้ผู้เข้าร่วมได้เดินจงกรมเพื่อฝึกสติสมาธิ นอกจากนี้ ทุกคนจะได้รับการบ้านด้วยการฝึกสติด้วยตนเอง ครั้งละ 8 นาทีและถ่ายวิดีโอส่งผู้วิจัยทุกครั้ง สำหรับข้อดีของการฝึกสติเพิ่มเติมที่บ้าน ส่งผลให้ตัวอย่างมีสติสมาธิสูงขึ้น มีความมั่นคงทางอารมณ์มากขึ้น และมีสุขภาวะทางจิตที่ดีขึ้นด้วย

โปรแกรมการบำบัดโดยใช้การฝึกสติเป็นฐานแบบระยะสั้น (Brief mindfulness-based intervention) ที่ถูกพัฒนาโดย Chiodelli et al. (2018) เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มนักศึกษาที่กำลังทำวิทยานิพนธ์ มีจุดประสงค์ให้ตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยสามารถรับมือและจัดการกับความเครียดที่เกิดขึ้นขณะทำงานได้ มีการกำกับอารมณ์และสติสมาธิที่ดี ในโปรแกรมมีกิจกรรม 6 ครั้ง ได้แก่ การทำความเข้าใจกับความหมายของสติ (The concept of mindfulness) ความสัมพันธ์ของสติกับร่างกาย (Mindfulness and the body) ความสัมพันธ์ของสติกับอารมณ์ (Mindfulness and emotions) การประยุกต์ใช้สติในชีวิตประจำวัน (Mindfulness on a daily basis) การนำสติไปใช้ในการทำงาน (Mindfulness and the undergraduate thesis) และการสรุปกิจกรรมทั้งหมด (The

rest of your lives) กิจกรรมครั้งแรกและครั้งสุดท้ายใช้เวลา 1 ชั่วโมง 15 นาที และครั้งอื่นใช้เวลา 35 นาที ผู้วิจัยศึกษาหนังสือ Mindfulness: How to find peace in a Frantic world ของ Williams and Penman (2015) และนำมาประยุกต์ใช้กับโปรแกรม โดยมีการบำบัดทางความคิดที่มีการฝึกสติเป็นฐาน (Mindfulness-based cognitive therapy: MBCT) ผู้วิจัยจะทบทวนเนื้อหาที่ได้เรียนไปในกิจกรรมก่อนหน้าทุกครั้งก่อนเริ่มกิจกรรมใหม่ รวมถึงให้ตัวอย่างฝึกสมาธิทุกครั้งเช่นกัน หลังการทดลอง ตัวอย่างการวิจัยมีการกำกับอารมณ์และสติสมาธิที่ดีมากยิ่งขึ้น

Volkaert et al. (2018) สร้างโปรแกรม Boost camp ขึ้นมาเพื่อต้องการพัฒนาทักษะการกำกับอารมณ์ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ผู้วิจัยพัฒนาโปรแกรมจากการศึกษาแนวทางการฝึกการกำกับอารมณ์ (Affect Regulation Training: ART) ของ Berking and Whitley (2014) ที่ใช้ในการเพิ่มทักษะการกำกับอารมณ์ที่ไม่ต้องการ ในทฤษฎี ART ประกอบด้วย 7 หัวข้อ ได้แก่ การผ่อนคลายกล้ามเนื้อ (Muscle relaxation) การผ่อนคลายลมหายใจ (Breathing relaxation) การตระหนักรู้โดยไม่พิจารณาตัดสิน (Nonjudgmental awareness) การยอมรับและอดทน (Acceptance and tolerance) การสนับสนุนตนเองด้วยความเห็นอกเห็นใจ (Compassionate self-support) การวิเคราะห์อารมณ์ (Analyzing emotions) และการเปลี่ยนแปลงอารมณ์ (Modifying emotions) สำหรับในโปรแกรม Boost camp ผู้วิจัยรวมบางหัวข้อเข้าด้วยกันให้เหลือเพียง 5 หัวข้อหลัก กิจกรรมจัด 2 วัน วันละ 4 ชั่วโมง ในวันแรกจะสอนเกี่ยวกับวิธีการผ่อนคลาย การตระหนักรู้ การยอมรับอารมณ์ของตนเอง และการสนับสนุนตนเองด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อยับยั้งอารมณ์เชิงลบ เช่น การเห็นคุณค่าในตนเอง การให้กำลังใจตนเอง เป็นต้น และในวันที่สองจะมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์และเปลี่ยนแปลงอารมณ์ที่เกิดขึ้น ด้วยกลยุทธ์การประเมินทางความคิดใหม่ (Cognitive reappraisal) และการแก้ปัญหา (Problem solving) หลังจากการเข้าร่วมการทดลอง ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า ตัวอย่างการวิจัยจะสามารถเพิ่มการใช้กลยุทธ์การกำกับอารมณ์ที่เหมาะสมได้ รวมถึงลดการใช้กลยุทธ์การกำกับอารมณ์ที่ไม่เหมาะสมให้น้อยลง และมีความสามารถในการรับมือกับความเครียดได้ดียิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์ทั้ง 4 โปรแกรม ดังรายละเอียดในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 การสังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์

ลำดับที่	กิจกรรมในโปรแกรมการทดลอง	โปรแกรม			
		Learning to BREATHE (Broderick & Metz, 2009)	The mindfulness training (Huppert & Johnson, 2010)	Brief mindfulness program (Chiodelli et al., 2018)	Boost camp (Volkaert et al., 2018)
		6 ครั้ง 32-43 นาที/ครั้ง	4 ครั้ง 40 นาที/ครั้ง	6 ครั้ง ครั้งที่ 1, 6 ครั้งที่ 2-5 35 นาที/ครั้ง	2 ครั้ง 240 นาที/ครั้ง
1.	กิจกรรมละลายพฤติกรรม		1	1	1
2.	ความสัมพันธ์กับอารมณ์ ความคิดและพฤติกรรม การตระหนักรู้ทางร่างกาย และเสียง การสำรวจร่างกาย การผ่อนคลาย และการกำหนดลมหายใจ	1-4	1-4	2	1
3.	การยอมรับและยับยั้งอารมณ์เชิงลบ			3	1
4.	การสนับสนุนตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเอง และการให้กำลังใจตนเอง	5			1
5.	การปรับเปลี่ยนการคิดและการฝึกแก้ปัญหา				2
6.	การฝึกสมาธิ สติ และการผ่อนคลาย	6		4-5	
7.	การทบทวนกิจกรรม			6	
	การบ้าน	-	ฝึกสมาธิ	-	-
	หมายเหตุ			ทบทวนกิจกรรมครั้ง ก่อนและฝึกสมาธิ ทุกครั้ง	

\*ตัวเลขในช่อง Interventions แสดงลำดับของกิจกรรมในแต่ละโปรแกรม

จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์ พบว่างานดังกล่าวนำการฝึกสติและสมาธิมาใช้ประกอบในโปรแกรม มุ่งเน้นการตระหนักรู้ต่ออารมณ์และความรู้สึกของตนเอง เพื่อเสริมสร้างทักษะการกำกับอารมณ์ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังพบ



การใช้การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมเข้ามาผสมผสานร่วมกับการฝึกสติ (Volkaert et al., 2018) ซึ่งมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากอารมณ์ ความคิด และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กัน มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน การนำแนวคิดการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมมาใช้จะสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดกระบวนการคิด และไตร่ตรองก่อนที่จะนำไปสู่การสร้างอารมณ์และพฤติกรรมที่เหมาะสม ผลจากการศึกษาโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์ พบว่า จำนวนครั้งที่ใช้ในการจัดกิจกรรมมีตั้งแต่ 2-6 ครั้ง โดยแต่ละกิจกรรมใช้ระยะเวลาสั้นที่สุด 32 นาที/ครั้ง และมากที่สุด 4 ชั่วโมง/ครั้ง รวมระยะเวลาตลอดโปรแกรมตั้งแต่ 2 ชั่วโมง 40 นาที ถึง 8 ชั่วโมง

#### 2.4.2 การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับโปรแกรมลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเพิ่มทักษะการกำกับอารมณ์ ผู้วิจัยทำการค้นคว้าเอกสารเพิ่มเติม เพื่อศึกษาแนวทางจากงานวิจัยในเรื่องของโปรแกรมที่สามารถลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ประกอบด้วย งานวิจัยของ Du et al. (2010), Lan et al. (2018), Manwong et al. (2018) และ Su et al. (2011) และ มีรายละเอียด ดังนี้

ในงานวิจัยของ Du et al. (2010) ที่ศึกษาผลของการใช้การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมแบบกลุ่ม (Group cognitive behavioral therapy) ในการลดพฤติกรรมการเล่นติดอินเทอร์เน็ต (Internet addiction) ผู้วิจัยไม่เพียงให้ความรู้กับตัวอย่างการวิจัย แต่ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นติดและวิธีการรับมือแก่ผู้ปกครองและครู จัดกิจกรรมกับนักเรียนครั้งละ 1 ชั่วโมง 30 นาทีถึง 2 ชั่วโมง มีทั้งหมด 8 ครั้ง ได้แก่ การทำความเข้าใจและควบคุมความรู้สึก (Recognizing and controlling feelings) วิธีการสื่อสารที่ดีระหว่างผู้ปกครองและเด็ก (Principles of healthy communication between parents and children) วิธีการจัดการกับความสัมพันธ์ที่มีกับอินเทอร์เน็ต (Techniques for dealing with relationships developed via the internet) วิธีการจัดการกับเนื้อหาข้อมูลที่พบเจอบนอินเทอร์เน็ต (Techniques for controlling with content experienced via the internet) วิธีการควบคุมความต้องการใช้ (Techniques for controlling your impulses) วิธีการทำความเข้าใจเมื่อมีพฤติกรรมเล่นติดอินเทอร์เน็ต (Techniques for recognizing when addictive behavioral is occurring) แนวทางในการหยุดพฤติกรรมเล่นติด (How to stop addictive behavior) และครั้งสุดท้ายเป็นการสรุปกิจกรรมทั้งหมด นอกเหนือจากการลดพฤติกรรมเล่นติดอินเทอร์เน็ตให้น้อยลง ยังเสริมสร้างความสามารถ

ในการจัดการเวลา (Time management) รวมถึงลักษณะอาการทางด้านอารมณ์ ความคิด และ พฤติกรรมที่ตื้อขึ้น (Emotional, cognitive and behavioral symptoms)

หลังจากนั้น Lan et al. (2018) ได้ศึกษางานของ Du et al. (2010) และพัฒนาต่อยอดด้วยการนำการฝึกสติมาใช้เป็นฐาน ในงานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการใช้โปรแกรมการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมที่มีการฝึกสติเป็นฐานแบบกลุ่ม (Group mindfulness-based cognitive-behavioral intervention) เพื่อลดการเสพติดการใช้โทรศัพท์มือถือ (Smartphone addiction) จำนวนของการเข้าร่วมโปรแกรมคือ 8 ครั้ง โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนทางความคิด ก่อนที่จะฝึกสติในช่วงหลังของโปรแกรม รูปแบบกิจกรรมในโปรแกรมจะเน้นการทำงานแบบกลุ่ม อภิปราย และแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ร่วมกัน ประกอบด้วย การแบ่งปันแรงจูงใจของตนเองในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Smartphone use incentives) สถานการณ์เสี่ยงจากการมีพฤติกรรมเสพติด (High-risk situations) ความคิดเชิงลบและการปรับเปลี่ยนทางความคิด (Negative thoughts and cognitive reconstruction) การฝึกสมาธิและการผ่อนคลาย (Mediation and relaxation learning) การรับมือกับความต้องการกลับมาใช้ซ้ำ (Coping with relapse) การหากิจกรรมทดแทนการใช้โทรศัพท์มือถือ (Others activities replacing smartphone use) การตั้งเป้าหมายและกฎ (Setting goals and rules) และทบทวนเนื้อหาทั้งหมดในกิจกรรมครั้งสุดท้าย การเข้าร่วมในแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ ผู้วิจัยมอบหมายการบ้านให้แก่ตัวอย่าง เป็นการเขียนสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ในแต่ละครั้ง รวมถึงการฝึกสติสมาธิด้วยตนเองทุกวัน การทบทวนบทเรียนและปฏิบัติเพิ่มเติมด้วยตนเอง อาจช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับโปรแกรมในครั้งนี้

Su et al. (2011) พัฒนาระบบปฏิบัติทางออนไลน์สำหรับช่วยเหลือผู้ที่ต้องการลดพฤติกรรมเสพติดอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีชื่อว่า Healthy Online Self-helping Center (HOSC) มีเป้าหมายคือ ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตที่ลดลงหลังเข้าร่วมการทดลอง เมื่อผู้ใช้เข้าระบบของโปรแกรมดังกล่าว จะพบกับการเตรียมความพร้อม (Ready to start) ซึ่งเป็นการอธิบายเกี่ยวกับโปรแกรม วิธีการใช้งาน และกรอกข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วม หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนการทำความเข้าใจในตนเอง (Understanding myself) ด้วยการระบุข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต เช่น ระยะเวลาที่ใช้ สิ่งที่ทำเมื่อใช้ เป็นต้น ระบบจะให้ผู้ใช้โปรแกรมทำแบบวัดการเสพติดอินเทอร์เน็ต และประมวลผลข้อมูลทั้งหมดเพื่อแสดงระดับของพฤติกรรมแก่เจ้าของข้อมูล ก่อนจะให้พิจารณาถึงผลดี และผลเสียจากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของตนเอง ในขั้นตอนถัดไป เป็นการตั้งเป้าหมาย

เพื่อเปลี่ยนแปลงตนเอง (Goal of change) โดยระบบจะสอบถามผู้ใช้ก่อนว่า มีความต้องการและความพร้อมในปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือไม่ และหากผู้ใช้พร้อมก็จะนำไปสู่ขั้นตอนสุดท้าย คือ วิธีการเปลี่ยนแปลง (Methods of change) ที่มีการนำแนวทางการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมมาประกอบในขั้นตอนนี้ด้วย สำหรับทฤษฎีหลักที่ผู้วิจัยใช้เป็นฐานของโปรแกรมก็คือ การสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivational Interviewing) ซึ่งเป็นการให้ผู้เข้ารับการบำบัดเป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง ผ่านการให้กำลังใจจากผู้บำบัดหรือระบบของโปรแกรม สังเกตได้จากการที่ระบบทำเพียงแสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ตัวอย่างวิจัยระบุ มาวิเคราะห์และประมวลผล และให้ตัวอย่างได้เลือกด้วยตนเองว่าจะเข้ารับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่อหรือไม่ โดยไม่มีการบังคับ สิ่งนี้เป็นหัวใจหลักของการสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะทำโปรแกรมเพียงครั้งเดียว ใช้เวลาประมาณ 30 นาที

Manwong et al. (2018) ทดลองลดพฤติกรรมการเล่นโซเชียลมีเดียด้วยโปรแกรมการบำบัดเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจแบบกลุ่ม (Group activity-based motivational enhancement therapy) โดยเน้นการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้กับตัวอย่างวิจัย ทำกิจกรรมทั้งหมด 8 ครั้ง ครั้งละ 45-50 นาที เริ่มจากการทำกิจกรรมละลายพฤติกรรมในครั้งแรก (Ice breaking) ตามด้วยการอภิปรายแบบกลุ่มเกี่ยวกับความหมายและประสบการณ์การใช้โซเชียลมีเดีย (The definition of social media and the experience of using social media) การวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของโซเชียลมีเดียหลังจากที่ดูคลิปหนังสั้นเกี่ยวกับการเล่นโซเชียลมีเดีย (Pros and cons of social media) แบ่งปันประสบการณ์และผลกระทบที่เคยได้รับจากการใช้โซเชียลมีเดีย (The effects of social media use) ค้นหาวิธีการลดพฤติกรรมการเล่นโซเชียลมีเดียร่วมกัน (The optional choice of reducing social media use behavior) ตั้งเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (The goal of behavior change) ทำกรณีศึกษาผ่านการแสดงบทบาทสมมติ (Role play) และสุดท้ายเป็นการย้ำเตือนเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยการทำการ์ดเตือน (Reminding card) ผู้วิจัยเน้นการกระตุ้นเพื่อให้ตัวอย่างวิจัยเกิดแรงจูงใจในการลดพฤติกรรมการเล่นโซเชียลมีเดียด้วยตนเอง

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมลดการใช้โซเชียลมีเดียที่เป็นปัญหาทั้ง 4 โปรแกรม ดังรายละเอียดในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 การสังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

ลำดับ ที่	กิจกรรมในโปรแกรมการทดลอง	โปรแกรม			
		Group CBT (Du et al., 2010)	HOSC (Su et al., 2011)	GMCI (Lan et al., 2018)	GA-MET (Manwong et al., 2018)
		8 ครั้ง 90-120 นาที/ครั้ง	1 ครั้ง ประมาณ 30 นาที/ครั้ง	8 ครั้ง 60 นาที/ครั้ง	8 ครั้ง 45-50 นาที/ครั้ง
1.	กิจกรรมละลายพฤติกรรม		1	1	1
2.	ความหมายของสื่อสังคม ประสบการณ์การใช้		1	1	2
3.	การตรวจสอบความพร้อมใน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม		1		
4.	วิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจ พฤติกรรมเสพติดและผลกระทบ	6		2	3-4
5.	วิธีการหยุดใช้สื่อสังคม				5
6.	การกำหนดเป้าหมายของการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในอนาคต		1		6
7.	การระบุนิสัยคิดเชิงลบ การเปลี่ยนแปลงความคิดและ พฤติกรรม และการฝึกแก้ปัญหา		1	3	7
8.	หลักการสื่อสารระหว่างเด็กและ ผู้ปกครอง และวิธีการจัดการกับ อินเทอร์เน็ตและสิ่งเร้า	2-4			
9.	การรับมือกับการกลับมาใช้	5, 7	1	5-6	
10.	การตั้งเป้าหมายและกฎในการ เปลี่ยนแปลง		1	7	8
11.	การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ทำให้ ช่วยเหลือ		1		
12.	การทบทวนกิจกรรม	8		8	
	การบ้าน	-		ทบทวนเนื้อหาที่เรียน และฝึกสมาธิ	-

\*ตัวเลขในช่อง Interventions แสดงลำดับของกิจกรรมในแต่ละโปรแกรม

สำหรับการสังเคราะห์โปรแกรมลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา สามารถอธิบายได้ว่าการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมมีประสิทธิภาพในการลดพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา ด้วยการส่งเสริมให้เกิดความตระหนักต่อผลกระทบที่เกิดจากพฤติกรรมดังกล่าว ปรับเปลี่ยนวิธีการคิดต่อการใช้สื่อสังคมใหม่ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างเหมาะสม และร่วมกันวางแผนเพื่อรับมือกับการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อีกทั้งยังมีการผสมผสานวิธีการเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมเข้ากับการฝึกสติ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจต่อการแก้ไขและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ผลจากการศึกษาโปรแกรมลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา พบว่า จำนวนครั้งที่ใช้ในการจัดกิจกรรมมีตั้งแต่ 1-8 ครั้ง โดยแต่ละกิจกรรมใช้ระยะเวลาสั้นที่สุด 30 นาที/ครั้ง และมากที่สุด 120 นาที/ครั้ง รวมระยะเวลาตลอดโปรแกรมตั้งแต่ 30 นาที ถึง 14 ชั่วโมง

#### 2.4.3 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการฝึกสติ การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรม และการสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ

หลังจากที่ผู้วิจัยสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่ทำการทดลองกับทั้งการกำกับอารมณ์และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาแล้ว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แนวทางที่น่าสนใจต่อการประยุกต์ใช้ในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของผู้วิจัยในงานชิ้นนี้ ประกอบด้วย การฝึกสติ (Mindfulness) การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรม (Cognitive behavioral therapy) และการสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivational interviewing) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเนื้อหาเหล่านั้นเพิ่มเติม และอธิบายได้ดังนี้

##### 1) การฝึกสติ (Mindfulness)

สติ หมายถึง การตระหนักรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นผ่านการให้ความสนใจต่อสถานการณ์ ณ ขณะนั้น หรือกิจกรรมที่กำลังทำอยู่ โดยไม่ถูกสิ่งเร้าอื่นรบกวนให้ไขว่เขวได้อย่างง่ายดาย และไม่ใช้ประสบการณ์หรือเรื่องราวส่วนตัวในการตัดสินเหตุการณ์ (Kabat-Zinn, 2003) กล่าวได้ว่า ผู้ที่มีสติจะเป็นผู้ที่ระลึกรู้ถึงและจดจ่อกับสิ่งที่ปัจจุบัน สติมีที่มาจากการฝึกสมาธิของศาสนาพุทธ ภายหลังได้รับการยอมรับและนิยมนำมาใช้ในการพัฒนาทักษะทางด้านอารมณ์ โดนเฉพาะการจัดการกับความสนใจต่อสิ่งเร้า (Jacobs & Blustein, 2010) ในทางพระพุทธศาสนา สติถือเป็นหัวใจสำคัญของการฝึกสมาธิ เป็นพื้นฐานของจิตสำนึกมนุษย์ทุกคนที่สามารถฝึกฝนให้เข้มแข็งขึ้นได้ผ่านกระบวนการต่าง ๆ เช่น การนั่งสมาธิ การเดินจงกรม การฝึกกำหนดลมหายใจ เป็นต้น การฝึกฝนสติส่งผลให้มี

สุขภาพทางจิตที่ดี กำกับตนเองได้ดีขึ้น มีสภาวะทางอารมณ์เชิงบวก ลดความเครียดและภาวะซึมเศร้า เกิดอารมณ์เชิงลบน้อยลง อีกทั้งยังช่วยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอีกด้วย (Barry et al., 2017; Broderick, 2005; Brown & Ryan, 2003)

จากการศึกษาของ Sriwilai and Charoensukmongkol (2015) ระบุว่า ผู้ที่ขาดสติหรือมีคะแนนสติในระดับต่ำ ไม่สามารถมุ่งความสนใจต่อความรับผิดชอบในหน้าที่การงานหรือการทำกิจกรรมอื่นได้ มีความเสี่ยงต่อการใช้สื่อสังคมโดยขาดการยับยั้ง และมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมในการจัดการกับปัญหา ผู้ใช้บางคนอาจใช้สื่อสังคมในการจัดการกับปัญหาทางอารมณ์ การใช้อย่างขาดสตินำไปสู่ผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ นอกจากจะเกิดปัญหาพฤติกรรมแล้ว การขาดสติยังนำมาซึ่งปัญหาทางจิตใจด้วย (Pattananarongkorn et al., 2014) ทักษะการกำกับอารมณ์สามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้จากการฝึกสติ เสริมสร้างสมาธิ ทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพในการยอมรับอารมณ์และการประเมินความคิดใหม่ ซึ่งเป็นผลดีต่อการกำกับอารมณ์ในทางที่เหมาะสม (Iani et al., 2019)

## 2) การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรม (Cognitive behavioral therapy)

การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมเป็นกระบวนการลดความทุกข์และความผิดปกติทางจิตใจด้วยการสำรวจความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของเพื่อค้นหาที่มาของปัญหา โดยมีการดำเนินการเริ่มจากการประเมินถึงสภาพความคิด พฤติกรรม และความรู้สึกของบุคคล ก่อนจะเข้าช่วยเหลือและมีการประเมินผลหลังการบำบัดเสร็จสิ้น แนวทางการบำบัดนี้เกิดจากการรวมกันของการบำบัดทางพฤติกรรมและการบำบัดทางความคิดเข้าด้วยกัน เนื่องจากพฤติกรรมและความคิดมีความสัมพันธ์ต่อกัน การเริ่มจากการปรับเปลี่ยนวิธีการคิด จึงส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป (Teater, 2013) การบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมมักถูกนำไปใช้ในการรักษาโรคทางจิตเวช เช่น อาการวิตกกังวล อาการซึมเศร้า เป็นต้น โดยผู้ที่เข้ารับการบำบัดจะได้ปรับเปลี่ยนวิธีการคิดด้วยการสร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์ใหม่ ให้มีความเหมาะสมและมีเหตุผล แก้ไขแนวความคิดที่บิดเบือนให้ถูกต้อง และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นปัญหาให้น้อยลง (ปัทมา แก้วสีใส, 2552)

งานวิจัยมากมายนำการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมไปใช้เพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา รวมถึงพฤติกรรมเสพติดอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต (Young,

2007) ผู้เข้ารับการรักษาจะได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ทราบถึงผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก ปรับเปลี่ยนการคิดต่อการใช้สื่อสังคมของตนเองเพื่อลดการใช้เวลากับสื่อเหล่านั้นให้น้อยลง (Du et al., 2010; Lan et al., 2018) นอกจากนี้การบำบัดด้วยวิธีการดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลายแนวคิดในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาการกำกับอารมณ์ และถูกนำไปบูรณาการร่วมกับอีกหลายแนวคิด เช่น การฝึกสติ เป็นต้น (Volkaert et al., 2018)

### 3) การสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivational Interviewing)

การสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจเป็นการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมุ่งเน้นผู้เข้ารับการรักษาเป็นศูนย์กลาง มีเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นปัญหา วิธีการนี้เริ่มต้นศึกษาจากผู้ป่วยติดแอลกอฮอล์ ด้วยการนำเสนอแนวทางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมให้กับผู้เข้ารับการรักษา และสร้างแรงจูงใจให้กับบุคคลนั้นให้ต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงด้วยตนเอง ผู้ให้การสัมภาษณ์ทำหน้าที่เพียงชี้แนะแนวทางสู่เป้าหมายและให้กำลังใจเท่านั้น (Rollnick & Miller, 1995) นำไปสู่การพัฒนาเป็นการบำบัดเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจ (Motivation enhancement therapy) ซึ่งมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ และมีประสิทธิภาพในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Manwong et al., 2018) การมีพฤติกรรมเสพติดหรือพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา อาจบำบัดได้ด้วยการสัมภาษณ์เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Andreassen, 2015; Killeen et al., 2013; Navidian et al., 2016)

จากการสังเคราะห์กิจกรรมจากโปรแกรมเพิ่มการกำกับอารมณ์และโปรแกรมลดพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาข้างต้น เป็นประโยชน์ต่อการนำไปบูรณาการเพื่อพัฒนาโปรแกรมสำหรับการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ในงานวิจัยครั้งนี้ จากการผสมผสานกันของการกำกับอารมณ์ การปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรม การฝึกสติ และการเสริมสร้างแรงจูงใจต่อการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ให้กับตัวอย่างการวิจัยตลอดการเข้าร่วมโปรแกรม

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับอารมณ์ มีดังต่อไปนี้

Hormes et al. (2014) ศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ของการกำกับอารมณ์ การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Disordered online social networking use) รวมถึงความสัมพันธ์ของการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหากับลักษณะของการเสพติดทางพฤติกรรมประเภทอื่น โดยแบบวัดที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลของการเสพติดทางพฤติกรรมอื่น คือ แบบวัดพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ต ผู้เข้าร่วมการศึกษาคั้งนี้คือนักศึกษา จำนวน 253 คน อายุเฉลี่ยประมาณ 20 ปี ผลการศึกษาระบุได้ว่า การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตเล็กน้อยถึงปานกลาง ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าทั้งสองตัวแปรอาจสอดคล้องกันในบางบริบท หากแต่ไม่เหมือนกันทั้งหมด ไม่สามารถกล่าวได้ว่าเป็นพฤติกรรมแบบเดียวกัน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาสัมพันธ์กับปัญหาในการกำกับอารมณ์ เมื่อบุคคลไม่สามารถจัดการกำกับอารมณ์ความรู้สึกได้เท่าที่ควร อาจนำไปสู่การใช้สื่อสังคมมากขึ้นจนเกิดปัญหา

งานวิจัยของ Estévez et al. (2017) ที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับอารมณ์ รูปแบบความผูกพัน (Attachment) และพฤติกรรมเสพติด (Addictive behavior) โดยผู้วิจัยศึกษาทั้งในรูปแบบของการเสพติดแบบใช้สาร (Substance-related addiction) และการเสพติดแบบไม่ใช้สาร (Non-substance-related addiction) หรือเรียกอีกอย่างว่า การเสพติดทางพฤติกรรม (Behavioral addiction) สำหรับประเภทของการเสพติดแบบใช้สารที่ระบุในงานชิ้นนี้คือ การเสพติดแอลกอฮอล์และสาร (Alcohol and drug abuse) และประเภทของการเสพติดแบบไม่ใช้สารคือ การเสพติดการพนัน (Gambling disorder) การเสพติดวิดีโอเกม (Video game addiction) และการเสพติดอินเทอร์เน็ต (Problematic internet use) ตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาและนักเรียนระดับอาชีวศึกษา จำนวน 472 คน อายุ 13-21 ปี ผลการศึกษาระบุว่า ทักษะการกำกับอารมณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเสพติดทุกประเภท โดยประเภทของรูปแบบความผูกพันที่ศึกษาในงานนี้ได้แก่ ความผูกพันกับบิดา (Paternal attachment) ความผูกพันกับมารดา (Maternal attachment) และความผูกพันกับเพื่อน (Peer attachment) ผลการศึกษาระบุว่า รูปแบบความผูกพันกับบิดามารดามีความสัมพันธ์ทางลบกับการเสพติดวิดีโอเกมและการเสพติดอินเทอร์เน็ต ในขณะที่รูปแบบความผูกพันกับเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางลบกับวิดีโอเกมเพียงอย่างเดียว ลักษณะของรูปแบบความสัมพันธ์ที่ไม่ดี



โดยเฉพาะกับผู้ปกครองหรือเพื่อนซึ่งเป็นบุคคลใกล้ชิด อาจเป็นสาเหตุของการเสพติดและพฤติกรรมที่เป็นปัญหา นอกจากนี้ผลการทดลองยังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเสพติดแบบใช้สารและการเสพติดแบบไม่ใช้สาร จึงอาจเป็นไปได้ว่า เมื่อมีปัญหาการเสพติดสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว อาจมีความเสี่ยงในการเสพติดสิ่งอื่นเพิ่มเติม หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การถดถอยเพิ่มเติมและผลที่ได้ก็คือ ตัวแปรการกำกับอารมณ์สามารถทำนายการเกิดพฤติกรรมการเสพติดทุกประเภท โดยเฉพาะความสามารถในการควบคุมอารมณ์ (Emotional control) ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการกำกับอารมณ์ที่มีคะแนนทำนายพฤติกรรมเสพติดมากที่สุด อาจอนุมานได้ว่า การมีทักษะการกำกับอารมณ์ที่ไม่ดีมากพอ ทำให้ไม่สามารถรับมือหรือตอบสนองต่อการแสดงออกทางอารมณ์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม เมื่อเกิดความต้องการก็จะมุ่งทำตามความต้องการ ทำให้ใช้มากขึ้นหากได้รับผลป้อนกลับที่ดี จนเสพติดในที่สุด นอกจากนี้ ตัวแปรรูปแบบความผูกพันสามารถทำนายพฤติกรรมการเสพติดแบบไม่ใช้สาร ซึ่งก็คือการเสพติดการพนัน การเสพติดวิดีโอเกม และการเสพติดอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการขาดความพึงพอใจในชีวิตหรือปัญหาของความสัมพันธ์ที่มีต่อความรุนแรงของการเสพติด และสุดท้าย ผู้วิจัยได้รายงานผลเกี่ยวกับความแตกต่างของเพศ โดยนักเรียนเพศหญิงมีคะแนนรูปแบบความผูกพันกับมารดาและความผูกพันกับเพื่อนสูงกว่าเพศชาย ในขณะที่นักเรียนเพศชายมีคะแนนการเสพติดการพนันและการเสพติดวิดีโอเกมสูงกว่า และไม่พบความแตกต่างของทักษะการกำกับอารมณ์ในนักเรียนทั้งสองเพศ ยกเว้นการตระหนักรู้ทางอารมณ์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการกำกับอารมณ์ในการศึกษาครั้งนี้

Spada and Marino (2017) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการกำกับอารมณ์ อภิปัญญา (Metacognition) และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา ในการศึกษาครั้งนี้ นักเรียนที่เข้าร่วมคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในประเทศอิตาลี อายุประมาณ 13-20 ปี จำนวน 380 คน หลังจากการทำแบบทดสอบเพื่อเก็บข้อมูลและผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลเสร็จแล้ว พบว่า ตัวแปรอภิปัญญา ซึ่งประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเชื่อเชิงบวก (Positive beliefs) ความเชื่อเชิงลบ (Negative beliefs) ความมั่นใจทางความคิด (Cognitive confidence) ความต้องการควบคุมความคิด (Need to control thoughts) และการครุ่นคิดเกี่ยวกับตนเอง (Cognitive self-consciousness) ทุกองค์ประกอบของอภิปัญญา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา ยกเว้นการครุ่นคิดเกี่ยวกับตนเอง ในขณะที่ทักษะการกำกับอารมณ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ การศึกษาในครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างการกำกับอารมณ์และ

อภิปัญญา ถึงแม้ว่าทั้งสองตัวแปรมีอิทธิพลทางตรง (Direct effect) กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ที่เป็นปัญหา

Marino et al. (2020) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของการกำกับอารมณ์ บรรทัดฐานทางสังคม (Social norm) และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ผู้วิจัยอธิบายขอบข่ายของตัวแปรบรรทัดฐานทางสังคมว่า เป็นแนวปฏิบัติของกลุ่มคนที่ยึดถือการใช้สื่อสังคมเป็นกิจกรรมจำเป็นต้องทำ มองการใช้สื่อสังคมเป็นสิ่งปกติ ซึ่งในตัวแปรนี้ยังประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม (Social media use) และการรับรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมของเพื่อน (Perceived social media use by friends) สำหรับตัวแปรการกำกับอารมณ์ในงานนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่ความยากลำบากในการกำกับอารมณ์ (Difficulty of emotion regulation) โดยผู้วิจัยนำเสนอว่าการใช้สื่อสังคมเป็นพื้นที่ระบายอารมณ์หรือเพื่อจัดการกับปัญหาทางอารมณ์บางอย่างที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง (E-motion) อาจเป็นสาเหตุที่แท้จริงของการใช้สื่อสังคม ผู้วิจัยระบุว่า การใช้สื่อสังคมเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การแสดงออกทางอารมณ์บนสื่อสังคม (E-emotional expression) และการใช้สื่อสังคมเพื่ออำนวยความสะดวกในการแสดงออกทางอารมณ์ (Facilitating use of e-motion) ในการทดลองครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในประเทศอิตาลี อายุ 13-19 ปี จำนวน 761 คน หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จสิ้น ผลการศึกษาที่ได้คือ บรรทัดฐานทางสังคมและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา หากแต่ทั้งสองตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การรับรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมของเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม แต่ไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา นอกจากนี้พบว่า ความยากลำบากในการกำกับอารมณ์ มีความสัมพันธ์ทางตรงกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์กับตัวแปรดังกล่าวในทางอ้อม โดยมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม การแสดงออกทางอารมณ์บนสื่อสังคม และการใช้สื่อสังคมเพื่ออำนวยความสะดวกในการแสดงออกทางอารมณ์ เป็นตัวแปรส่งผ่าน ผลสรุปที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของผู้คนรอบข้าง สังคม และทักษะการกำกับอารมณ์ที่มีต่อการใช้สื่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำกับอารมณ์ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในการยับยั้งความต้องการใช้สื่อสังคมมากเกินไป เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหา อาจมีความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้สื่อสังคมบางคนมองว่า สื่อสังคมเป็นเสมือนอุปกรณ์บรรเทาอารมณ์ ใช้เพื่อหลีกเลี่ยงจากปัญหาบางอย่าง เชื่อว่าสื่อสังคมจะช่วยให้ตนหลุดพ้นจาก

สถานภาพเชิงลบ ได้พบเจอผู้คนใหม่ ได้มีตัวตนบนโลกออนไลน์ และอีกหลายหลายสาเหตุที่แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมอย่างหมกมุ่น หากผู้ใช้ขาดการกำกับอารมณ์ของตนเอง ประกอบกับมีลักษณะดังที่กล่าวไป ก็อาจจะยิ่งทวีความรุนแรงของการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้มากยิ่งขึ้น

ณัฐธิดา คุ่มรอด และ รังสิมันต์ สุนทรไชยา (2560) นำโปรแกรมการกำกับอารมณ์ไปใช้ลดภาวะซึมเศร้า (Depressive symptoms) ในผู้ป่วยโรคซึมเศร้า ตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ป่วยโรคซึมเศร้าที่เข้ารับการรักษาในแผนกผู้ป่วยนอก ณ โรงพยาบาลแห่งหนึ่ง ก่อนเริ่มการทดลอง ผู้วิจัยแบ่งตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลอง 21 คน และกลุ่มควบคุม 21 คน รวมทั้งหมด 42 คน กลุ่มทดลองเข้าร่วมกิจกรรมของโปรแกรมการกำกับอารมณ์ทั้งสิ้น 5 กิจกรรม ประกอบด้วย การให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโรคซึมเศร้า การฝึกเลือกและปรับเปลี่ยนสถานการณ์ที่อาจก่อให้เกิดการกระตุ้นทางอารมณ์ การรู้จักจำแนกความใส่ใจต่อสถานการณ์ที่แตกต่างกัน การเพิ่มความสามารถในการประเมินและเปลี่ยนแปลงความคิดที่มีต่อสถานการณ์ และการเรียนรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและผลที่ได้รับจากการตอบสนองทางอารมณ์ จากการศึกษาพบว่า ในระยะหลังการทดลอง คะแนนเฉลี่ยความซึมเศร้าของกลุ่มทดลองลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับในระยะก่อนทดลอง และกลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยความซึมเศร้าในระยะหลังการทดลองต่ำกว่ากลุ่มควบคุม จึงสามารถสรุปได้ว่า โปรแกรมการกำกับอารมณ์มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมทักษะการรับมือกับภาวะซึมเศร้า ช่วยให้ผู้ป่วยสามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเองได้เป็นอย่างดี

ธนภรณ์ เนียมกลิ่น (2560) ศึกษาการเสริมสร้างความสามารถในการฟื้นพลัง (Resilience) ด้วยการใช้โปรแกรมฝึกการกำกับอารมณ์ ผู้วิจัยทดลองใช้โปรแกรมกับนักเรียนอาชีวศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 จำนวน 62 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทดลอง 30 คน และกลุ่มควบคุม 32 คน นักเรียนที่เป็นกลุ่มทดลองเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 8 ครั้ง ครั้งละ 60-70 นาที โดยในกิจกรรมที่ 1-3 นักเรียนจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับความสามารถในการฟื้นพลังและการกำกับอารมณ์ ผู้วิจัยระบุให้มี 5 ขั้นตอนสำหรับใช้ในการฝึกฝนทักษะการกำกับอารมณ์เพื่อพัฒนาความสามารถในการฟื้นพลัง ขั้นตอนดังกล่าว ได้แก่ การตรวจสอบสถานการณ์ที่ทำให้เกิดปัญหา การประเมินอารมณ์ของตนเอง การระบุสาเหตุที่แท้จริงของอารมณ์ที่เกิดขึ้น การเลือกหากลยุทธ์หรือวิธีจัดการกับอารมณ์เชิงลบ และการประเมินผลของการกำกับอารมณ์ และในกิจกรรมส่วนที่เหลือเป็นการนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปใช้เพื่อเป็นการเสริมสร้างทักษะให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ นักเรียนที่เข้าร่วมยังได้รู้จักการประยุกต์ใช้การกำกับอารมณ์กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง ควบคู่ไปกับการเพิ่มความสามารถในการฟื้นฟูพลังไปพร้อมกัน ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้คือนักเรียนกลุ่มทดลองมีคะแนนความสามารถในการฟื้นฟูพลังเพิ่มขึ้นสูงกว่าก่อนการทดลอง อีกทั้งคะแนนที่ได้จากระยะหลังการทดลองยังสูงกว่านักเรียนกลุ่มควบคุม

พรพิมล พรมนัส (2561) พัฒนาโปรแกรมการกำกับอารมณ์เพื่อใช้ในการส่งเสริมความสามารถทางอารมณ์และสังคม (Social and emotional competency) ให้กับเด็กที่มาจากครอบครัวที่มีการหย่าร้าง ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาความสามารถทางอารมณ์และสังคมให้กับนักเรียนที่มาจากครอบครัวหย่าร้าง ซึ่งการมีประสบการณ์พบเห็นการหย่าร้างอาจมีผลกระทบและความเสี่ยงต่อการมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม โดยความสามารถทางอารมณ์และสังคมประกอบด้วยความสามารถในการตระหนักรู้ตนเอง ความสามารถในการจัดการตนเอง ความสามารถในการตระหนักรู้สังคม ความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพ และความสามารถในการตัดสินใจ โปรแกรมการกำกับอารมณ์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ถูกอ้างอิงตามทฤษฎีการกำกับอารมณ์ของ Gross (1998) โดยมีทั้งสิ้น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือกสถานการณ์ การปรับเปลี่ยนวิธีการคิด และการปรับเปลี่ยนวิธีการแสดงออก ตัวอย่างการวิจัยเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 จำนวน 60 ราย ทั้งหมดเป็นเด็กที่ครอบครัวมีประวัติการหย่าร้าง ผู้วิจัยแบ่งนักเรียนเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง 30 คน และกลุ่มควบคุม 30 คน โดยกลุ่มทดลองจะเข้าร่วมกิจกรรมของโปรแกรมการกำกับอารมณ์ทั้งหมด 10 ครั้ง ครั้งละ 90 นาที ผลการศึกษาระบุว่า กลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรม มีคะแนนความสามารถทางอารมณ์และสังคมในระยะเวลาหลังการทดลองสูงขึ้นจากระยะก่อนการทดลอง นอกจากนี้ นักเรียนกลุ่มทดลองยังมีคะแนนความสามารถทางอารมณ์และสังคมมากกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมซึ่งไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรม

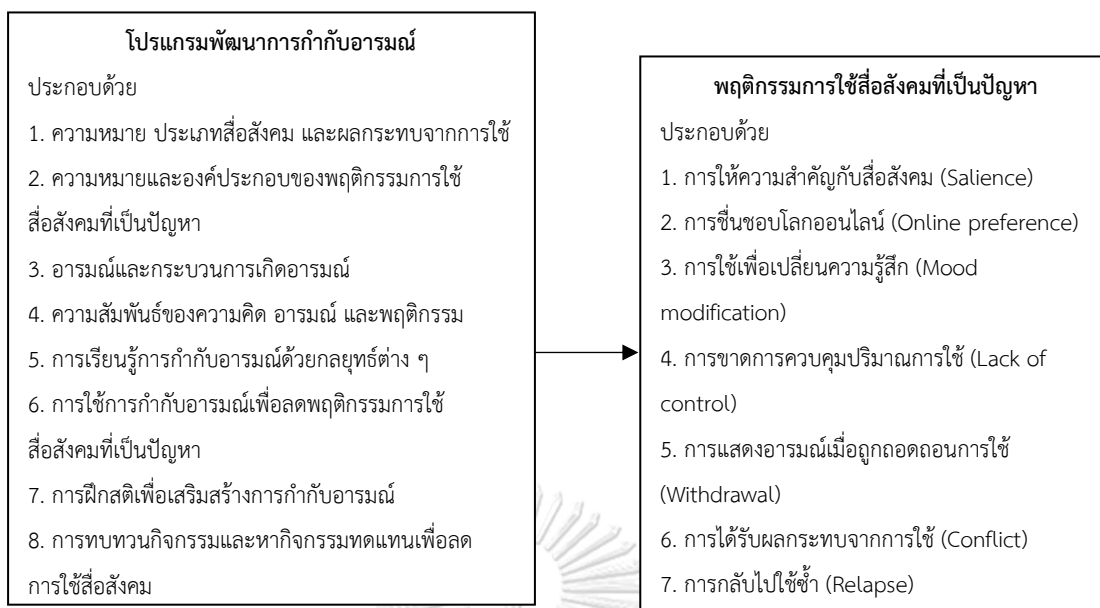
### ตอนที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาและพบปริมาณการใช้ที่ค่อนข้างสูงในกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 เนื่องจากเป็นนักเรียนกลุ่มที่พบว่ามีค่าความชุกของการใช้สื่อสังคมอยู่ในระดับที่สูง และอาจส่งผลต่อการเสพติดสื่อสังคมจนทำให้เกิดผลกระทบด้านต่าง ๆ ตามมา ทั้งนี้ นักเรียนจึงควรได้รับการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับ

ความเสี่ยงของการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ด้วยการให้การพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่สังเคราะห์จากงานวิจัยและแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน (Campos et al., 2004; Gross, 1998; Gross & Thompson, 2007; Gross & John, 2003 & Lazarus & Folkman, 1984) รวมถึงโปรแกรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการเพิ่มการกำกับอารมณ์ (Broderick and Metz, 2009; Huppert & Johnson, 2010; Volkaert et al., 2018 & Chiodelli et al., 2018) และโปรแกรมเกี่ยวกับการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Du et al., 2010; Su et al., 2011; Lan et al., 2018; Manwong et al., 2018) สามารถสรุปได้ว่า โปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์ในการวิจัยครั้งนี้มี 8 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การเข้าใจความหมายและประเภทของสื่อสังคม และผลกระทบจากการใช้ 2) การเข้าใจความหมายและองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา 3) การเข้าใจอารมณ์และกระบวนการเกิดอารมณ์ 4) การเข้าใจความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม 5) การเรียนรู้การกำกับอารมณ์ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ 6) การใช้การกำกับอารมณ์เพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา 7) การฝึกสติเพื่อเสริมสร้างการกำกับอารมณ์ และ 8) การทบทวนกิจกรรมและหากิจกรรมทดแทนเพื่อลดการใช้สื่อสังคม โดยผู้วิจัยนำกิจกรรมเหล่านี้มาพัฒนาเป็นกระบวนการและเทคนิคในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้ครอบคลุมองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ไว้ (Brown, 1993, 1997; Griffiths, 1995, 2005; Caplan, 2002; Caplan, 2010; Tao et al., 2010) ซึ่งประกอบด้วย 1) การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) 2) การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference) 3) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) 4) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control) 5) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ (Withdrawal) 6) การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict) และ 7) การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)

กิจกรรมทั้ง 8 กิจกรรมที่ผู้วิจัยสังเคราะห์มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยกิจกรรมครั้งที่ 1-2 เป็นการสร้างความตระหนักรู้ต่อความอันตรายของการใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสังคมและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจะช่วยให้ตัวอย่างวิจัยเกิดการประเมินถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเอง รวมถึงผลกระทบหากไม่สามารถจัดการกับพฤติกรรมดังกล่าวได้ ซึ่งเป็นผลดีต่อการมีทักษะการกำกับอารมณ์อย่างเหมาะสม (Boekaerts, 1992 as cited in Punmombkol, 2009) สัมพันธ์กับองค์ประกอบที่ 1 และ 2 การให้ความสำคัญกับสื่อสังคมและการชื่นชอบโลกออนไลน์ เมื่อตัวอย่าง

วิจัยเกิดการตระหนักรู้จากการคิดวิเคราะห์และประเมินข้อดีข้อเสียของการใช้สื่อสังคม อาจช่วยให้มีการหมกมุ่นต่อการใช้น้อยลง และลดการพึ่งพาการใช้สื่อสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการน้อยลง นอกจากนี้ กิจกรรมครั้งที่ 3-7 ที่มุ่งเน้นการทำความเข้าใจกับอารมณ์ของตนเอง รู้ถึงที่มาของอารมณ์และความสำคัญของความคิดต่ออารมณ์และพฤติกรรม จะช่วยส่งเสริมให้ตัวอย่างวิจัยเกิดทักษะการคิดที่ดี มีมุมมองการคิดต่อการใช้สื่อสังคมที่เปลี่ยนไป รู้จักการคิดวิเคราะห์ถึงที่มาของความต้องการใช้สื่อสังคม นำไปสู่การจัดการกับอารมณ์และความรู้สึกของตนเองได้อย่างเหมาะสม (Du et al., 2010; Lan et al., 2018; Spada and Marino, 2017) ตัวอย่างวิจัยสามารถรับมือกับองค์ประกอบทั้งหมดของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยเฉพาะการใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ และการแสดงอารมณ์เมื่อถูกถกถอนการใช้ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เกี่ยวกับกับอารมณ์โดยตรง ยิ่งไปกว่านั้น การฝึกสติจะช่วยส่งเสริมความสามารถในการกำกับอารมณ์และมุ่งสนใจต่อเป้าหมายในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ตัวอย่างวิจัยมีความตั้งใจมุ่งมั่น จดจ่อกับกิจกรรม และสามารถจัดการกับสิ่งเร้าที่คอยกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้สื่อสังคมได้ (Jacobs & Blustein, 2010; Kabat-Zinn, 2003; Sriwilai & Charoensukmongkol, 2015) และกิจกรรมครั้งสุดท้ายเป็นการเน้นย้ำถึงการให้ความสนใจกับกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการใช้สื่อสังคม เพื่อรับมือกับองค์ประกอบ การกลับมาใช้ซ้ำของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างกำลังใจและแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตัวอย่างวิจัยด้วยการพูดคุย กระตุ้น และแสดงความเชื่อมั่นว่าทุกคนสามารถลดการใช้สื่อสังคมได้ (Manwong et al., 2018) จึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิดการวิจัยตามแผนภาพที่ 2.7



แผนภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของโปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในปีการศึกษา 2563 จำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์ และกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับโปรแกรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental design) มีการวัดผลทั้งหมด 3 ครั้ง คือ ระยะเวลาก่อนการทดลอง ระยะเวลาหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

โดยวิธีการดำเนินการวิจัย นำเสนอเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและตัวอย่างในการวิจัย
- ตอนที่ 2 การออกแบบการวิจัย
- ตอนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ตอนที่ 4 การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล
- ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและตัวอย่างในการวิจัย

##### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12 (สพม.12) นครศรีธรรมราช จำนวน 7,549 (Data Management Center: DMC, 2020)

##### 2. ตัวอย่างในการวิจัย

ตัวอย่างในการวิจัยคือ นักเรียนที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12 (สพม.12) นครศรีธรรมราช ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 41 คน ตัวอย่างวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลองจำนวน 21 คน และกลุ่มควบคุมจำนวน 20 คน โดยขั้นตอนที่ผู้วิจัยใช้ในการคัดเลือกตัวอย่างในการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้



2.1 การเลือกโรงเรียน ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างดังนี้

2.1.1 สถานศึกษามีการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ

2.1.2 สถานศึกษามีการจัดห้องเรียน โดยคละความสามารถของนักเรียน

2.1.3 ผู้บริหารและคณะครูในสถานศึกษายินดีให้ความร่วมมือในการวิจัยเป็นอย่างดี

2.1.4 ผู้วิจัยสามารถเดินทางไปยังสถานศึกษาได้สะดวก สามารถดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การเลือกตัวอย่างวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการทดลองในช่วงของสถานการณ์ฉุกเฉินจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทางโรงเรียนมีการแบ่งนักเรียนทุกห้องเรียนเป็น 2 กลุ่มตามเลขที่คี่และคู่ ซึ่งเป็นการแบ่งนักเรียนด้วยการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic random sampling) โรงเรียนใช้รูปแบบการเรียนการสอนแบบ On-site และ Online ควบคู่กันไป นักเรียนสลับกันมาโรงเรียนสัปดาห์ละหนึ่งกลุ่ม โดยกลุ่มแรกเรียนในห้องเรียนทั้งสิ้น 5 วันและเรียนออนไลน์ในสัปดาห์ถัดไปอีก 5 วัน ขณะเดียวกันนักเรียนอีกกลุ่มจะเริ่มจากการเรียนผ่านทางออนไลน์ก่อนแล้วจึงมาเรียนที่โรงเรียน ทำอย่างนี้สลับกันไปทุกสัปดาห์ การจัดการเรียนการสอนรูปแบบนี้ช่วยให้เกิดการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ภายในห้องเรียน ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการได้มาซึ่งตัวอย่างวิจัยดังนี้

2.2.1 ผู้วิจัยคัดเลือกห้องเรียนด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จับสลากเลือก 1 ห้องเรียนจากทั้งหมด 4 ห้องเรียน นักเรียนห้องที่ถูกเลือกจึงเป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

2.2.2 ผู้วิจัยทำการคัดเลือกตัวอย่างวิจัยด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากนักเรียนในห้องเรียนดังกล่าว ซึ่งได้ถูกแบ่งเป็น 2 กลุ่มอยู่ก่อนแล้วด้วยการจับสลาก เพื่อเลือกเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยให้นักเรียนเลขที่คู่เป็นกลุ่มทดลองและนักเรียนเลขที่คี่เป็นกลุ่มควบคุม ผู้วิจัยให้ตัวอย่างวิจัยทั้งสองกลุ่มทำแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และพบว่าทั้งสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยในระยะก่อนการทดลองไม่แตกต่างกันรายละเอียดของจำนวนตัวอย่างในการวิจัยดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง	รูปแบบการฝึก	จำนวน		
		ชาย	หญิง	รวม
กลุ่มทดลอง	โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์	11	10	21
กลุ่มควบคุม	การเรียนการสอนตามปกติ	11	9	20

## ตอนที่ 2 การออกแบบการวิจัย

การออกแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental design) มีตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ 1 กลุ่ม และกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนตามปกติ 1 กลุ่ม มีการวัดผลทั้งหมด 3 ครั้ง คือ ระยะเวลาก่อนการทดลอง ระยะเวลาหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 รูปแบบการวิจัย

ตัวอย่าง	การทดสอบ	การดำเนิน	การทดสอบ	การทดสอบ
	ก่อนการทดลอง	การทดลอง	หลังการทดลอง	ในระยะติดตามผล
E	O <sub>1</sub>	X	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>
C	O <sub>1</sub>	-	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>

E	หมายถึง	กลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์
C	หมายถึง	กลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ แต่เข้าเรียนในชั้นเรียนตามปกติ
O <sub>1</sub>	หมายถึง	การวัดประเมินด้วยแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ใน ระยะเวลาก่อนการทดลอง
O <sub>2</sub>	หมายถึง	การวัดประเมินด้วยแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ใน ระยะเวลาหลังการทดลอง
O <sub>3</sub>	หมายถึง	การวัดประเมินด้วยแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ในระยะติดตามผล
X	หมายถึง	การดำเนินการทดลองด้วยโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

การทดลองใช้เวลาทั้งสิ้น 8 ครั้ง ครั้งละ 50 นาที รวมระยะเวลาทั้งหมด 6 ชั่วโมง 40 นาที ค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของกิจกรรมดังกล่าวได้มาจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างการกำกับอารมณ์และการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ซึ่งมีระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยอยู่ระหว่าง 30 นาที ถึง 14 ชั่วโมง โดยมีการทดสอบก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และในระยะติดตามผล มีรายละเอียดดังนี้

- 1) การทดสอบระยะก่อนการทดลอง (Pretest) ทดสอบ 1 สัปดาห์ก่อนการทดลอง
- 2) การทดสอบระยะหลังการทดลอง (Posttest) ทดสอบครั้งสุดท้ายของการทดลอง
- 3) การทดสอบระยะติดตามผล (Follow up) ทดสอบ 2 สัปดาห์หลังการทดลอง

### ตอนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ชนิด ได้แก่ 1) เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการทดลอง คือ โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ และ 2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

#### 3.1 โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างโปรแกรม ดังนี้

3.1.1 ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีการกำกับอารมณ์ (Campos et al., 2004; Gross, 1998; Gross & John, 2003; Gross & Thompson, 2007; Lazarus & Folkman, 1984) ร่วมกับวิธีการพัฒนาการกำกับอารมณ์ (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; Huppert & Johnson, 2010; Volkaert et al., 2018) และวิธีการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Du et al., 2010; Lan et al., 2018; Manwong et al, 2018; Su et al., 2011) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ โดยเน้นการออกแบบลักษณะและเนื้อหาของกิจกรรมให้เหมาะสมกับตัวอย่างการวิจัย

3.1.2 ผู้วิจัยกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของกิจกรรมให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย โดยโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่สร้างขึ้น ประกอบด้วยการจัดกิจกรรมจำนวน 8 ครั้ง ดำเนินกิจกรรมวันละ 1 ครั้ง ครั้งละ 50 นาที รวมระยะเวลาทั้งหมด 6 ชั่วโมง 40 นาที กิจกรรมครั้งที่ 1 เป็นการทำความรู้จักกันระหว่างผู้วิจัยและนักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรม

อธิบายวัตถุประสงค์ของกิจกรรม บอกประโยชน์ที่นักเรียนจะได้รับจากการเข้าร่วมโปรแกรม และทำความเข้าใจกับสื่อสังคมซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน กิจกรรมครั้งที่ 2 ถึง 7 เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ผลกระทบจากพฤติกรรมดังกล่าว ก่อนจะเริ่มทำความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาของอารมณ์ ความสัมพันธ์ของอารมณ์และความคิด ผีการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา รวมถึงการฝึกสติเพื่อส่งเสริมทักษะ การกำกับอารมณ์ที่ดียิ่งขึ้น และกิจกรรมครั้งที่ 8 เป็นการสรุปผลจากกิจกรรมทั้งหมดของโปรแกรม พัฒนาการกำกับอารมณ์ มีรายละเอียดในการดำเนินกิจกรรมแต่ละกิจกรรมดังนี้

### ตารางที่ 3.3 รายละเอียดกิจกรรมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

ครั้งที่	ชื่อกิจกรรม	วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม	รายละเอียดของกิจกรรม	เทคนิคจัดกิจกรรม
1.	Social media ที่ฉันรู้จัก	1. อธิบายความหมายของสื่อสังคมได้ 2. ระบุประเภทของสื่อสังคมได้ 3. อธิบายพฤติกรรมและประสบการณ์การใช้สื่อสังคมของตนเองได้	ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ของโปรแกรม ทำความรู้จักและสร้างสัมพันธภาพกับตัวอย่างวิจัย กิจกรรมครั้งนี้มุ่งเน้นให้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำว่า สื่อสังคม หน้าที่และประเภทของสื่อสังคม และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การใช้งานสื่อสังคมร่วมกัน (Chiodelli et al., 2018; Huppert & Johnson, 2010; Lan et al., 2018; Su et al., 2011; Volkaert et al., 2018; Manwong et al., 2018)	T1, T4
2.	โลกดิจิทัล	1. อธิบายความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ 2. อธิบายองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ 3. ยกตัวอย่างผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้	ผู้วิจัยอธิบายความหมายของ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาและองค์ประกอบของพฤติกรรม เพื่อให้ตัวอย่างวิจัยได้สังเกตพฤติกรรมตนเอง อีกทั้งยังได้ตระหนักถึงผลกระทบจากพฤติกรรมดังกล่าว ระมัดระวังในการใช้สื่อสังคมมากขึ้น (Du et al., 2010; Lan et al., 2018; Manwong et al., 2018)	T1, T2, T3, T5
3.	Where's อารมณ์ from?	1. อธิบายความหมายของอารมณ์ได้ 2. อธิบายกระบวนการเกิดอารมณ์ได้ 3. ระบุอารมณ์ที่มักเกิดขึ้นใน	ตัวอย่างวิจัยได้ทำความรู้จักกับกระบวนการเกิดอารมณ์ ได้ทราบถึงที่มาของอารมณ์ของตนเอง และได้ตระหนักถึงอารมณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อมีความต้องการใช้สื่อสังคมและขณะใช้สื่อสังคม	T1, T2, T5

ครั้งที่	ชื่อกิจกรรม	วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม	รายละเอียดของกิจกรรม	เทคนิคจัดกิจกรรม
		การใช้สื่อสังคมได้	เห็นความสัมพันธ์ของความคิดและอารมณ์	
		4. อธิบายความสัมพันธ์ของอารมณ์และความคิดได้	ที่ทำงานควบคู่กัน (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; Huppert & Johnson, 2010; Volkaert et al., 2018)	
4.	ความคิด เปลี่ยน อารมณ์เปลี่ยน	1. อธิบายความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และการกระทำ ได้ 2. ยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงทางความคิดที่ส่งผลต่ออารมณ์และพฤติกรรมได้	ตัวอย่างวิจัยเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความคิดและอารมณ์ ฝึกคิดและปรับเปลี่ยนมุมมองต่อการใช้สื่อสังคม ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของอารมณ์ความรู้สึกและการแสดงออกทางพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; Huppert & Johnson, 2010; Lan et al., 2018; Su et al., 2011; Volkaert et al., 2018)	T1, T2, T5
5.	กำกับอารมณ์ ง่ายนิดเดียว	1. อธิบายความหมายของการกำกับอารมณ์ได้ 2. อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการกำกับอารมณ์ได้ 3. นำการกำกับอารมณ์ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	ผู้วิจัยอธิบายความหมายและกระบวนการกำกับอารมณ์ทั้ง 5 ขั้นตอนจากทฤษฎีของ Gross (1998) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการฝึกทักษะการกำกับอารมณ์	T1, T2
6.	กำกับอารมณ์ ลดโซเซียล	1. อธิบายความหมายของการกำกับอารมณ์ได้ 2. อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการกำกับอารมณ์ได้ 3. ยกตัวอย่างวิธีการการกำกับอารมณ์ ต่อพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ 4. นำขั้นตอนและการกำกับอารมณ์ไปใช้ในการลดพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในชีวิตประจำวันได้	ผู้วิจัยให้ตัวอย่างวิจัยได้ฝึกฝนการกำกับอารมณ์เพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างให้ทักษะเชิงแรงมากยิ่งขึ้น สามารถกำกับอารมณ์ต่อความต้องการใช้สื่อสังคม ขณะใช้สื่อสังคมและหลังการใช้สื่อสังคม ตัวอย่างวิจัยสามารถนำทักษะการกำกับอารมณ์ไปใช้รับมือกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วหรืออาจเกิดขึ้นในอนาคตได้	T1, T4
7.	ตั้งสติ	1. อธิบายความหมายของสติได้ 2. อธิบายความสำคัญของสติต่อทักษะการกำกับอารมณ์ได้ 3. ยกตัวอย่างการนำสติไปใช้กับ	การมีสติจะช่วยให้เกิดความตระหนักรู้อย่างเท่าทันต่อสิ่งที่เกิดขึ้นได้ มีความระมัดระวังในการแสดงออกทางพฤติกรรมมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยพัฒนาการกำกับอารมณ์ได้เป็นอย่างดี	T1, T2, T5

ครั้งที่	ชื่อกิจกรรม	วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม	รายละเอียดของกิจกรรม	เทคนิคจัดกิจกรรม		
		สถานการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมได้	การฝึกสติและสมาธิจะช่วยให้ตัวอย่างวิจัยสามารถไตร่ตรองถึงแนวทางการรับมือกับอารมณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018)			
8.	ฉันจะทำให้ได้	1. ระบุกิจกรรมทดแทนการใช้สื่อสังคมได้ 2. นำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน 3. ลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้	ตัวอย่างวิจัยค้นหากิจกรรมอื่นเพื่อทดแทนการใช้สื่อสังคม และสามารถรับมือกับความต้องการกลับมาใช้ (Relapse) นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีการทบทวนถึงเนื้อหาทั้งหมดในโปรแกรม และกระตุ้นให้ตัวอย่างวิจัยเกิดแรงจูงใจในการฝึกกำกับอารมณ์เพื่อป้องกันการเกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Chiodelli et al., 2018; Du et al., 2010; Lan et al., 2018; Manwong et al., 2018; Su et al., 2011)	T1, T2		
<b>หมายเหตุ</b>	T1	หมายถึง	การอภิปราย	T2	หมายถึง	กิจกรรมเดี่ยว
	T3	หมายถึง	กิจกรรมคู่	T4	หมายถึง	กิจกรรมกลุ่ม
	T5	หมายถึง	คลิปวิดีโอ			

3.1.3 หลังจากที่คุณวิจัยพัฒนากิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์แล้ว จึงนำแผนการจัดกิจกรรมดังกล่าวไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนจะนำแผนการจัดกิจกรรมที่ผ่านการแก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยาการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา การวัด และประเมินผลการศึกษา และการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา (รายละเอียดตามภาคผนวก ก) เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) พิจารณาความเหมาะสมของความสอดคล้องของแผนการจัดกิจกรรมกับวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วจึงนำคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาที่วัตถุประสงค์ (Item Objectives Congruence: IOC) โดยกำหนดให้ค่า IOC ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556 อ้างถึงใน ปารีชาติ ทาโน, 2561) พบว่าทั้งฉบับมีค่าความสอดคล้องที่ระดับ 0.80-1.00 ซึ่งหมายความว่า รายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาที่วัตถุประสงค์ ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ประกอบการวิจัยได้ แต่มี 1 ประเด็นการพิจารณาที่มีค่าเฉลี่ยของค่าดัชนี

ความสอดคล้องเท่ากับ 0.40 ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำให้ปรับปรุงเรื่องของสื่อที่ใช้ในกิจกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยดำเนินการแก้ไขในบางส่วนตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปใช้ เช่น ปรับแก้เอกสารประกอบการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับวัยของตัวอย่างวิจัย แก้ไขบางกิจกรรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์มากขึ้น เป็นต้น (รายละเอียดตามภาคผนวก ข)

### 3.2 แบบวัดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างแบบวัด ดังนี้

3.2.1 ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดการใช้สื่อสังคม จากการศึกษาองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบได้ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 2.1 เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

3.2.2 ผู้วิจัยสร้างแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมให้มีเนื้อหาครอบคลุมองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาทั้ง 7 องค์ประกอบ แต่ละองค์ประกอบ มีนิยามและตัวอย่างข้อคำถาม ดังนี้

ตารางที่ 3.4 นิยามและตัวอย่างข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

องค์ประกอบ	นิยาม	ตัวอย่างข้อคำถาม
1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)	การที่สื่อสังคมเข้ามามีอิทธิพลเหนือความคิด ความรู้สึก และการกระทำ บุคคลเลือกให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมมากกว่ากิจกรรมอื่น ถูกครอบงำทางความคิดและพฤติกรรมทำให้นึกถึงและเลือกใช้สื่อสังคมก่อนเสมอ หมกมุ่นต่อการใช้สื่อสังคม	ฉันมักใช้สื่อสังคมใน ขณะที่ทำกิจกรรมอื่น อยู่ เช่น ขณะเรียน รับประทานอาหาร พูดคุยกับเพื่อน ๆ
2. การขึ้นชอปลอกออนไลน์ (Online preference)	ความพึงพอใจในโลกของสื่อสังคม ชื่นชอบ การมีปฏิสัมพันธ์ทางออนไลน์ และมักมีความมั่นใจ รู้สึกสบายใจกับการพูดคุยบนสื่อสังคมมากกว่าในชีวิตจริง โดยปรารถนาที่จะ	การพูดคุยผ่านทางออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกสบายใจมากกว่าแบบ เจอหน้า

องค์ประกอบ	นิยาม	ตัวอย่างข้อคำถาม
	ได้รับผลประโยชน์บางอย่างจากการใช้สื่อสังคม เช่น การมีตัวตนในสังคม ความมั่นใจในการแสดงออก เป็นต้น	
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)	การเกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ความรู้สึกหลังจากได้ใช้สื่อสังคม รู้สึกดีหรือลืมนความรู้สึกเชิงลบที่มีก่อนหน้านี้ไป จึงใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือในการลดอารมณ์เชิงลบและเพิ่มอารมณ์เชิงบวก หรืออาจเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตที่ทำให้ทุกข์ใจ	สื่อสังคมช่วยให้ฉันเพลิดเพลินจนลืมนความรู้สึกทุกขใจ
4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control)	ความต้องการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้นโดยไม่สามารถหยุดหรือลดลงได้ มักเพิ่มปริมาณการใช้เพื่อให้ได้รับความรู้สึกแบบเดียวกับที่เคยได้รับในครั้งก่อน เช่น บางคนอาจจะได้รับความรู้สึกตื่นเต้นจากการใช้สื่อสังคม จึงใช้ให้มากขึ้นในครั้งถัดไปเพื่อจะได้รู้สึกตื่นเต้น รู้สึกมีความสุขเหมือนครั้งก่อน เป็นต้น	ฉันมักเพลิดเพลินกับการใช้สื่อสังคมจนลืมนเวลา
5. การถูกถอนการใช้ออก (Withdrawal)	ความรู้สึกไม่พอใจ หงุดหงิด วิตกกังวล หรือมีความรู้สึกเชิงลบอื่น ๆ จากการถูกห้ามหรือลดปริมาณการใช้สื่อสังคมลง มักจะแสดงอาการไม่พอใจหากไม่สามารถใช้สื่อสังคมได้ตามต้องการ	ถ้าไม่ได้ใช้สื่อสังคมฉันจะรู้สึกเบื่อและมีความสุข
6. การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict)	การใช้สื่อสังคมในปริมาณมากจนส่งผลกระทบต่อกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหน้าที่การงาน การเรียน สุขภาพ รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้รอบตัว โดยอาจเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกัน หรือ	ฉันใช้เวลาไปกับสื่อสังคมมากกว่าการพูดคุยกับคนรอบข้าง



องค์ประกอบ	นิยาม	ตัวอย่างข้อความ
	ละเลยหน้าที่ที่รับผิดชอบจนทำให้เกิดความเสียหาย หรือเพิกเฉยต่องานอดิเรกที่เคยชื่นชอบ	
7. การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมากเท่าเดิมหรือมากกว่าเดิม ถึงแม้จะพยายามลดปริมาณการใช้ลง แต่ก็ไม่สำเร็จ ไม่สามารถลดความสนใจหรือความต้องการใช้สื่อสังคมได้อย่างถาวร ถึงแม้จะห่างหายจากการใช้ไประยะหนึ่ง ก็ยังคงต้องการใช้ ถึงแม้จะทราบถึงผลกระทบที่จะตามมา แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธแรงกระตุ้นภายในได้	ฉันเคยลองลดการใช้สื่อสังคมแล้ว แต่ก็ทำไม่ได้สักที

ผู้วิจัยพัฒนาข้อความคำถามในแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมตามนิยามของแต่ละองค์ประกอบและสอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน มีจำนวนทั้งหมด 35 ข้อ ใช้มาตราส่วนประเมิน (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) โดยมีเกณฑ์ 5 ระดับ คือ

1	หมายถึง	ไม่ตรงกับฉันที่สุด
2	หมายถึง	ไม่ตรงกับฉัน
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าตรงหรือไม่ตรงกับฉัน
4	หมายถึง	ตรงกับฉัน
5	หมายถึง	ตรงกับฉันที่สุด

มาตราส่วนประมาณค่าสำหรับข้อความ มีดังต่อไปนี้

ไม่ตรงกับฉันที่สุด	1	คะแนน
ไม่ตรงกับฉัน	2	คะแนน
ไม่แน่ใจว่าตรงหรือไม่ตรงกับฉัน	3	คะแนน
ตรงกับฉัน	4	คะแนน
ตรงกับฉันที่สุด	5	คะแนน

3.2.3 หลังจากสร้างแบบวัดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบวัดดังกล่าวให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบข้อคำถามเพื่อความถูกต้อง เหมาะสมและสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบวัด พร้อมทั้งปรับปรุงและแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของแบบวัด หลังจากนั้นจึงขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยาการศึกษา จิตวิทยาการศึกษา การวัดและประเมินผลการศึกษา และการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา (รายละเอียดตามภาคผนวก ก) ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objectives Congruence: IOC) และใช้เกณฑ์การเลือกข้อคำถามจากค่าดัชนีความสอดคล้องที่มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556 อ้างถึงใน ปารีชาติ ทาโน, 2561) ผลพบว่า แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ระดับ 0.60-1.00 ซึ่งสามารถนำแบบวัดดังกล่าวไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยได้ ผู้วิจัยทำการแก้ไขข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อที่มีคะแนนต่ำกว่า 1.00 และมีการใช้ภาษาที่ไม่ชัดเจนตามการเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ข้อคำถามแต่ละข้อมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (รายละเอียดตามภาคผนวก ข)

3.2.4 ผู้วิจัยนำแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 66 คน ซึ่งไม่ใช่ตัวอย่างในการวิจัยแต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และนำผลการประเมินการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามาตรวจให้คะแนนและหาค่าความเที่ยงของแบบวัด โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมทั้งฉบับ เท่ากับ .915 ซึ่งค่อนข้างสูง (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544 อ้างถึงใน ปฐมพร ฉวีวิเศษ, 2556) (รายละเอียดตามภาคผนวก ค) แสดงค่าความเที่ยงทั้งฉบับและรายองค์ประกอบดังตารางที่ 3.5

**ตารางที่ 3.5** ค่าความเที่ยงทั้งฉบับและรายองค์ประกอบของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

องค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา	ค่าความเที่ยง
1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)	.524
2. การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference)	.518
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)	.355

4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control)	.590
5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอนการใช้ (Withdrawal)	.603
6. การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict)	.722
7. การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)	.769
<b>ทั้งหมด</b>	<b>.915</b>

3.2.5 ผู้วิจัยตัดข้อความในองค์ประกอบที่ 1, 2 และ 3 องค์ประกอบละ 1 ข้อ รวมทั้งหมด 3 ข้อและวิเคราะห์ค่าความเที่ยงใหม่อีกครั้ง พบว่า ได้ค่าความเที่ยงของแบบวัด พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมทั้งหมด เท่ากับ .926 และได้ค่าความเที่ยงรายองค์ประกอบของการให้ ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference) และการใช้ เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) เท่ากับ .584, .564 และ .579 ตามลำดับ (รายละเอียด ตามภาคผนวก ง) จำนวนข้อความหลังตัดออกแล้วคือ 32 ข้อ แสดงลำดับข้อและจำนวนข้อความ ของแต่ละองค์ประกอบตามตารางที่ 3.6

**ตารางที่ 3.6** การจำแนกข้อความตามองค์ประกอบของข้อความในแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ที่เป็นปัญหา

องค์ประกอบของพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา	ลำดับข้อของ แต่ละองค์ประกอบ	จำนวนข้อ
1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)	1, 9, 22, 31	4
2. การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference)	6, 14, 20, 25	4
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)	16, 21, 26, 30	4
4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control)	7, 10, 15, 24, 28	5
5. การถูกถอนการใช้ (Withdrawal)	2, 8, 12, 18, 19	5
6. การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict)	3, 4, 5, 23, 27	5
7. การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)	11, 13, 17, 29, 32	5
<b>รวม</b>		<b>32</b>

## ตอนที่ 4 การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งการดำเนินการทดลองออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

### 4.1 ระยะก่อนการทดลอง

4.1.1 ผู้วิจัยส่งหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือจากผู้อำนวยการโรงเรียนให้อนุญาตทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 ผู้วิจัยเข้าพบครูประจำชั้นของตัวอย่างในการวิจัย เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการดำเนินการของการวิจัย และร่วมปรึกษาเพื่อกำหนดตารางในการจัดกิจกรรมโดยเครื่องมือที่ใช้ในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมในคนจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (แนบเอกสารในภาคผนวก)

4.1.3 ผู้วิจัยแบ่งนักเรียนด้วยวิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic random sampling) ตามเลขที่ในห้องของนักเรียน 1 ห้องเรียน หลังจากนั้นทำการคัดเลือกกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับสลากได้นักเรียนเลขคู่เป็นกลุ่มทดลองและนักเรียนเลขคี่เป็นกลุ่มควบคุม

4.1.4 ผู้วิจัยเข้าพบตัวอย่างการวิจัยทั้งสองกลุ่ม เพื่อชี้แจงการดำเนินการทดลองระยะเวลาการเก็บข้อมูล สิ่งที่ตัวอย่างการวิจัยจะได้รับจากการเข้าร่วมวิจัย สิทธิการเข้าร่วมและถอนตัวจากการวิจัย เอกสารต่าง ๆ ที่ตัวอย่างและผู้ปกครองจะต้องลงนาม รวมถึงรายละเอียดของกิจกรรมและการบ้านที่ตัวอย่างจะต้องทำเมื่อเข้าร่วมการวิจัย (เฉพาะกลุ่มทดลอง) เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ถามในสิ่งที่สงสัยก่อนตัดสินใจเข้าร่วม โดยผู้วิจัยจะไม่บังคับนักเรียนที่ไม่สมัครใจมาเข้าร่วมการวิจัย

4.1.5 ผู้วิจัยแจ้งตัวอย่างการวิจัยเกี่ยวกับการพิทักษ์สิทธิ์และรักษาความลับของตัวอย่างในการวิจัย โดยผู้วิจัยจะดำเนินกระบวนการวิจัยอย่างรัดกุมตามที่ได้ระบุไปในแผนการดำเนินการวิจัย ตัวอย่างที่ต้องการถอนตัวจากการเข้าร่วมการวิจัยจะไม่ได้รับผลกระทบใด ๆ ทั้งในด้านการเรียน ผลการเรียน และความสัมพันธ์ภายในโรงเรียน สำหรับข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำกิจกรรมในโปรแกรมและข้อมูลจากการตอบแบบวัดจะถูกเก็บเป็นความลับ มีเพียงผู้วิจัยและ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้ และจะทำลายเอกสารทุกชิ้น หลังการวิจัยเสร็จสิ้นลง

4.1.6 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างการวิจัยด้วยแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ระยะเวลาการทำแบบวัดประมาณ 20 นาที

#### 4.2 ระยะดำเนินการทดลอง

2.1 ในการทดลองผู้วิจัยใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่พัฒนาขึ้นกับ กลุ่มทดลอง โดยดำเนินกิจกรรมทั้งสิ้น 8 ครั้ง ครั้งละ 50 นาที รวมระยะเวลาทั้งหมด 6 ชั่วโมง 40 นาที สำหรับกลุ่มควบคุมจะได้รับการเรียนการสอนตามปกติ ไม่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมพัฒนา การกำกับอารมณ์ เพื่อเป็นกลุ่มเปรียบเทียบผลที่ได้จากการทดลอง

2.2 ผู้วิจัยจะขออนุญาตตัวอย่างและผู้ปกครองในการบันทึกภาพและวิดีโอขณะทำ การทดลอง สำหรับการดำเนินกิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

#### 4.3 ระยะหลังการทดลอง

3.1 เมื่อดำเนินกิจกรรมของโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ครบตามที่กำหนดไว้ แล้ว ผู้วิจัยให้ตัวอย่างการวิจัยทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทำแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม อีกครั้งหลังจบกิจกรรม ระยะเวลาในการทำแบบวัดประมาณ 20 นาที

3.2 ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากแบบวัดไปทดสอบค่าทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ของการวิจัย

#### 4.4 ระยะติดตามผล

4.1 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มทำแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมอีกครั้ง หลังครบกำหนด 2 สัปดาห์ถัดไป ใช้เวลาประมาณ 20 นาที

4.2 หลังจากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้จากแบบวัดไปทดสอบค่าทางสถิติเพื่อทดสอบ สมมติฐานของการวิจัย

## ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของตัวอย่างในงานวิจัย โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ระหว่างระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของผลการพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์กับกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล โดยใช้สถิติทดสอบที (Independent t-test) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอาการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอาการกับกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรม มีการวัดผล 3 ครั้ง คือ ระยะเวลาก่อนการทดลอง (Pretest) ระยะเวลาหลังการทดลอง (Posttest) และระยะติดตามผล (Follow up test) เพื่อนำความแตกต่างของการพัฒนาการกำกับอาการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองในแต่ละระยะมาเปรียบเทียบกัน รวมถึงเปรียบเทียบผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม โดยมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอาการมีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยกว่าในระยะก่อนการทดลอง
2. ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอาการมีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอาการ

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างในการวิจัยและผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะเวลาหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

**ตอนที่ 2** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะเวลาหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA)

**ตอนที่ 3** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหากับกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะเวลาหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้สถิติทดสอบที (Independent sample t-test)

**ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างการวิจัยและผลของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล**

ข้อมูลเบื้องต้นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ทั้งหมด 41 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 21 คน และกลุ่มควบคุม 20 คน ทั้งสองกลุ่มมีจำนวนนักเรียนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มทดลองเป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 52.38 และเพศหญิงจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 44.62 และกลุ่มควบคุมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ข้อมูลดังกล่าวแสดงในตารางที่ 4.1

**ตารางที่ 4.1** จำนวนและร้อยละของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม จำแนกตามเพศ

ลักษณะ ตัวอย่าง (เพศ)	กลุ่มทดลอง (n=21)		กลุ่มควบคุม (n=20)		รวม (n=41)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	11	52.38	11	55.00	22	53.66
หญิง	10	44.62	9	45.00	19	46.34
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>	<b>20</b>	<b>100.00</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>

ข้อมูลการจัดอันดับการใช้สื่อสังคมที่นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มทดลองนิยมใช้ ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยสื่อสังคมที่กลุ่มทดลองใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรกในระยะก่อนการทดลอง อันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊ก อันดับที่ 2 คือ เมสเซนเจอร์ และอันดับที่ 3 คือ ยูทูป (ค่าเฉลี่ยคะแนน 9.24, 8.75, 8.48 ตามลำดับ) ในระยะหลังการทดลอง อันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊ก อันดับที่ 2 คือ เมสเซนเจอร์ และอันดับที่ 3 คือ ยูทูป (ค่าเฉลี่ยคะแนน 9.24, 8.75, 7.86 ตามลำดับ) และสื่อสังคมที่ใช้ในระยะติดตามผล อันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊ก อันดับที่ 2 เมสเซนเจอร์ และอันดับที่ 3 ยูทูป (ค่าเฉลี่ยคะแนน 9.05, 8.80, 8.10 ตามลำดับ)

สำหรับข้อมูลการจัดอันดับการใช้สื่อสังคมที่นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 กลุ่มควบคุมนิยมใช้ ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล สื่อสังคมที่กลุ่มควบคุมใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรกในระยะก่อนการทดลอง อันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊ก อันดับที่ 2 คือ ยูทูป และอันดับที่ 3 เมสเซนเจอร์ (ค่าเฉลี่ยคะแนน 8.90, 8.79, 8.61 ตามลำดับ) ในระยะหลังการทดลอง อันดับที่ 1 คือ



ยูทูป อันดับที่ 2 คือ เฟซบุ๊ก และอันดับที่ 3 เมสเซนเจอร์ (ค่าเฉลี่ยคะแนน 8.95, 8.80, 8.50 ตามลำดับ) และสื่อสังคมที่ใช้ในระยะติดตามผล อันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊ก อันดับที่ 2 คือ ยูทูป และอันดับที่ 3 เมสเซนเจอร์ (ค่าเฉลี่ยคะแนน 9.00, 8.80, 8.65 ตามลำดับ) ข้อมูลดังกล่าวแสดงในตารางที่ 4.2

**ตารางที่ 4.2** ข้อมูลการจัดอันดับการใช้สื่อสังคมของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

สื่อสังคมที่ใช้	ตัวอย่าง การวิจัย	ระยะก่อนการทดลอง		ระยะหลังการทดลอง		ระยะติดตามผล	
		จำนวน	ค่าเฉลี่ย คะแนน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย คะแนน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย คะแนน
เฟซบุ๊ก	ทดลอง	21	9.24	21	9.24	21	9.05
	ควบคุม	20	8.90	20	8.80	20	9.00
อินสตา แกรม	ทดลอง	18	6.78	17	7.24	17	7.18
	ควบคุม	16	6.25	14	7.43	14	8.80
ยูทูป	ทดลอง	21	8.48	21	7.86	20	8.10
	ควบคุม	19	8.79	20	8.95	20	6.80
ไลน์	ทดลอง	20	6.75	19	6.74	17	6.65
	ควบคุม	15	7.00	18	6.83	15	8.65
เมสเซนเจอร์	ทดลอง	20	8.75	20	8.75	20	8.80
	ควบคุม	18	8.61	20	8.50	20	8.65
ทวิตเตอร์	ทดลอง	9	5.22	3	5.33	3	5.00
	ควบคุม	3	7.00	2	3.00	2	4.00
พินเทอเรส	ทดลอง	5	3.20	1	3.00	1	4.00
	ควบคุม	3	4.67	3	4.00	3	4.00
พันทิป	ทดลอง	6	2.83	1	4.00	1	3.00
	ควบคุม	2	4.50	2	4.00	2	3.50
บล็อก	ทดลอง	0	0	0	0	0	0
	ควบคุม	0	0	0	0	0	0
อื่น ๆ	ทดลอง	2	2.50	6	6.50	11	6.27
	ควบคุม	4	6.75	3	5.33	6	5.67

จำนวนชั่วโมงที่กลุ่มทดลองใช้สื่อสังคมในแต่ละวัน ในระยะก่อนการทดลอง มีการเข้าถึงสื่อสังคม 5-6 ชั่วโมง ซึ่งเท่ากับกลุ่มที่มีการเข้าถึงสื่อสังคมมากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 7 คน และรองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 33.33, 19.05 ตามลำดับ) ในระยะหลังการทดลอง มีการเข้าถึงสื่อสังคม 3-4 ชั่วโมง จำนวน 7 คน รองลงมาคือ มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 6 คน และ 5-6 ชั่วโมง จำนวน 5 คน (ร้อยละ 33.33, 28.57, 23.81 ตามลำดับ) และจำนวนชั่วโมงในระยะหลังติดตามผล มีการเข้าถึงสื่อสังคม 5-6 ชั่วโมง จำนวน 7 คน รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง ซึ่งเท่ากับกลุ่มที่มีการเข้าถึงสื่อสังคมมากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 6 คน (ร้อยละ 33.33, 28.57 ตามลำดับ)

จำนวนชั่วโมงที่กลุ่มควบคุมใช้สื่อสังคมในแต่ละวัน ในระยะก่อนการทดลอง มีการเข้าถึงสื่อสังคม 3-4 ชั่วโมง จำนวน 9 คน รองลงมาคือ 5-6 ชั่วโมง จำนวน 6 คน และ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 3 คน (ร้อยละ 45.00, 30.00, 15.00 ตามลำดับ) ในระยะหลังการทดลอง มีการเข้าถึงสื่อสังคม 3-4 ชั่วโมง จำนวน 7 คน รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 6 คน และ 5-6 ชั่วโมง จำนวน 5 คน (ร้อยละ 35.00, 30.00, 25.00 ตามลำดับ) และจำนวนชั่วโมงในระยะหลังติดตามผล มีการเข้าถึงสื่อสังคม 3-4 ชั่วโมง จำนวน 10 คน รองลงมาคือ 5-6 ชั่วโมง จำนวน 7 คน และ 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 2 คน (ร้อยละ 50.00, 35.00, 10.00 ตามลำดับ) ข้อมูลดังกล่าวแสดงในตารางที่ 4.3

**ตารางที่ 4.3** ข้อมูลจำนวนชั่วโมงการใช้สื่อสังคมในแต่ละวันของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

จำนวนชั่วโมงที่ใช้สื่อสังคม	ตัวอย่างการวิจัย	ระยะก่อนการทดลอง		ระยะหลังการทดลอง		ระยะติดตามผล	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ชั่วโมง	ทดลอง	3	14.29	3	14.29	2	9.52
	ควบคุม	3	15.00	6	30.00	1	5.00
3-4 ชั่วโมง	ทดลอง	4	19.05	7	33.33	6	28.57
	ควบคุม	9	45.00	7	35.00	10	50.00
5-6 ชั่วโมง	ทดลอง	7	33.33	5	23.81	7	33.33
	ควบคุม	6	30.00	5	25.00	7	35.00
6 ชั่วโมงขึ้นไป	ทดลอง	7	33.33	6	28.57	6	28.57
	ควบคุม	2	10.00	2	10.00	2	10.00

กิจกรรมยามว่างของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ส่วนใหญ่คือ เล่นโทรศัพท์มากที่สุด จำนวน 18 คน รองลงมาคือ เกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 12 คน และดูหนัง/โทรทัศน์ซึ่งเท่ากับ ฟังเพลง จำนวน 11 คน (ร้อยละ 85.71, 57.14, 52.38 ตามลำดับ) ในระยะหลังการทดลอง ส่วนใหญ่คือ เล่นโทรศัพท์ จำนวน 19 คน รองลงมาคือ ฟังเพลง จำนวน 14 คน และดูหนัง/โทรทัศน์ ซึ่งเท่ากับเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 11 คน (ร้อยละ 90.48, 66.67, 52.38 ตามลำดับ) และกิจกรรมยามว่างในระยะติดตามผล ส่วนใหญ่คือ เล่นโทรศัพท์ จำนวน 17 คน รองลงมาคือ ฟังเพลง จำนวน 16 คน และเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 15 คน (ร้อยละ 80.95, 76.19, 71.43 ตามลำดับ)

กิจกรรมยามว่างของกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ส่วนใหญ่คือ เล่นโทรศัพท์ จำนวน 18 คน รองลงมาคือ ฟังเพลง จำนวน 13 คน และใช้เวลากับครอบครัว จำนวน 11 คน (ร้อยละ 90.00, 65.00, 55.00 ตามลำดับ) ในระยะหลังการทดลอง ส่วนใหญ่คือ เล่นโทรศัพท์ จำนวน 18 คน รองลงมาคือ ฟังเพลง จำนวน 17 คน และดูหนัง/โทรทัศน์ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 90.00, 85.00, 70.00 ตามลำดับ) สำหรับจำนวนชั่วโมงในระยะติดตามผล ส่วนใหญ่คือ ฟังเพลง จำนวน 19 คน รองลงมาคือ เล่นโทรศัพท์ จำนวน 18 คน และดูหนัง/โทรทัศน์ซึ่งเท่ากับใช้เวลากับครอบครัว จำนวน 13 คน (ร้อยละ 95.00, 90.00, 65.00 ตามลำดับ) ข้อมูลดังกล่าวแสดงในตารางที่ 4.4

**ตารางที่ 4.4** ข้อมูลกิจกรรมยามว่างของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล

กิจกรรมยามว่าง	ตัวอย่างการวิจัย	ระยะก่อนการทดลอง		ระยะหลังการทดลอง		ระยะติดตามผล	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดูหนัง/ โทรทัศน์	ทดลอง	11	52.38	11	52.38	12	57.14
	ควบคุม	9	45.00	14	70.00	13	65.00
ฟังเพลง	ทดลอง	11	52.38	14	66.67	16	76.19
	ควบคุม	13	65.00	17	85.00	19	95.00
อ่านหนังสือ	ทดลอง	2	9.52	7	33.33	3	14.29
	ควบคุม	3	15.00	5	25.00	4	20.00
ออกกำลังกาย	ทดลอง	4	19.05	7	33.33	9	42.86
	ควบคุม	8	40.00	10	50.00	9	45.00
เล่นโทรศัพท์	ทดลอง	18	85.71	19	90.48	17	80.95

กิจกรรมยามว่าง	ตัวอย่างการวิจัย	ระยะก่อนการทดลอง		ระยะหลังการทดลอง		ระยะติดตามผล	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	ควบคุม	18	90.00	18	90.00	18	90.00
เล่นคอมพิวเตอร์	ทดลอง	4	19.05	6	28.57	6	28.57
	ควบคุม	0	0.00	2	10.00	1	5.00
เที่ยวกับเพื่อน	ทดลอง	12	57.14	11	52.38	15	71.43
	ควบคุม	8	40.00	9	45.00	11	55.00
ใช้เวลาไปกับครอบครัว	ทดลอง	11	52.38	10	47.62	11	52.38
	ควบคุม	11	55.00	10	50.00	13	65.00
อื่น ๆ	ทดลอง	1	4.76	2	9.52	5	23.81
	ควบคุม	2	10.00	3	15.00	4	20.00

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม พบว่า กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผลเท่ากับ 3.050, 2.871 และ 3.534 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .729, .851 และ .717 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มควบคุมมีค่าเฉลี่ยในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผลเท่ากับ 2.800, 2.756 และ 2.888 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .491, .742, .817 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

ตัวอย่างการวิจัย	ช่วงเวลาการทดลอง					
	ระยะก่อนการทดลอง		ระยะหลังการทดลอง		ระยะติดตามผล	
	M	SD	M	SD	M	SD
กลุ่มทดลอง (n=21)	3.050	.729	2.871	.851	3.534	.717
กลุ่มควบคุม (n=20)	2.800	.491	2.756	.742	2.888	.817

**ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA)**

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ของนักเรียนกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผลด้วยสถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA) ผู้วิจัย ได้ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA) ด้วย Mauchly's Test of Sphericity เพื่อตรวจสอบ ความสัมพันธ์และความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในการวัด ซ้ำทั้งสามระยะ (Compound symmetry) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ Mauchly's  $W = .895$  และมีค่า Sig. = .349 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าความแปรปรวนของการวัด ทั้งสามระยะมีขนาดเท่า ๆ กัน ดังที่แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.6

**ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ด้วย Mauchly's Test of Sphericity**

ระยะในการประเมิน	M	SD	Mauchly's W	df	Sig.
ระยะก่อนการทดลอง	3.050	.729	.895	2	.349
ระยะหลังการทดลอง	2.871	.851			
ระยะติดตามผล	3.534	.717			

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ Mauchly's Test of Sphericity พบว่า ความแปรปรวนของ ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามไม่เป็น Compound symmetry ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เลือกใช้การอ่านค่า แบบ Sphericity Assumed และพบว่า มีค่า Sig. = .079 แสดงว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาทั้ง 3 ระยะ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังที่แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.7

**ตารางที่ 4.7** การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผลด้วยสถิติ Sphericity Assumed

Source	SS	df	MS	F	Sig.
Time	.459	2	.229	2.704	.079
Error(Time)	3.392	40	.085		

**ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบ ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้สถิติทดสอบที (Independent sample t-test)**

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test) พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.050$ ,  $SD = .729$ ) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มควบคุม ( $M = 2.800$ ,  $SD = .491$ ) และมีค่า  $p = .207$  แสดงว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การให้ความสำคัญกับสื่อสังคมของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.036$ ,  $SD = .841$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.975$ ,  $SD = .673$ ) การขึ้นชอบโลกออนไลน์ของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.036$ ,  $SD = .863$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.813$ ,  $SD = .688$ ) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึกของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.571$ ,  $SD = .699$ ) ต่ำกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 3.600$ ,  $SD = .784$ ) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.124$ ,  $SD = .926$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.750$ ,  $SD = .642$ ) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.943$ ,  $SD = 1.041$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.560$ ,  $SD = .545$ ) การได้รับผลกระทบจากการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.857$ ,  $SD = .830$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.530$ ,  $SD = .666$ ) การกลับไปใช้ซ้ำของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.781$ ,  $SD = .890$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.370$ ,  $SD = .544$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 4.8

**ตารางที่ 4.8** การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test)

องค์ประกอบของพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา	กลุ่มทดลอง		กลุ่มควบคุม		t	p
	M	SD	M	SD		
1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม	3.036	.841	2.975	.673	.254	.801
2. การขึ้นชอปลอกออนไลน์	3.036	.863	2.813	.688	.913	.367
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก	3.571	.699	3.600	.784	-.123	.902
4. การขาดการควบคุมปริมาณ การใช้	3.124	.926	2.750	.642	1.495	.143
5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอด ถอนการใช้	2.943	1.041	2.560	.545	1.464	.151
6. การได้รับผลกระทบจากการใช้	2.857	.830	2.530	.666	1.388	.173
7. การกลับไปใช้ซ้ำ	2.781	.890	2.370	.544	1.794	.082
<b>รวม</b>	<b>3.050</b>	<b>.729</b>	<b>2.800</b>	<b>.491</b>	<b>1.282</b>	<b>.207</b>

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะหลังการทดลอง ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test) พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.871$ ,  $SD = .851$ ) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มควบคุม ( $M = 2.756$ ,  $SD = .743$ ) และมีค่า  $p = .649$  แสดงว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การให้ความสำคัญกับสื่อสังคมของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.798$ ,  $SD = .951$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.688$ ,  $SD = .777$ ) การขึ้นชอปลอกออนไลน์ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.905$ ,  $SD = .896$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.788$ ,  $SD = .991$ ) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึกของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.583$ ,  $SD = 1.038$ ) ต่ำกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 3.688$ ,  $SD = .917$ ) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.943$ ,  $SD = 1.020$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.890$ ,  $SD = .847$ ) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.676$ ,  $SD = 1.013$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.450$ ,  $SD = .901$ ) การได้รับผลกระทบจากการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.591$ ,  $SD = .902$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.520$ ,  $SD = .950$ ) การกลับไปใช้ซ้ำของ

กลุ่มทดลอง ( $M = 2.600$ ,  $SD = .947$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.270$ ,  $SD = .909$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 4.9

**ตารางที่ 4.9** การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะหลังการทดลอง ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test)

องค์ประกอบของพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา	กลุ่มทดลอง		กลุ่มควบคุม		t	p
	M	SD	M	SD		
1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม	2.798	.951	2.688	.777	.405	.688
2. การขึ้นชอโลกออนไลน์	2.905	.896	2.788	.991	.398	.693
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก	3.583	1.038	3.688	.917	-.340	.736
4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้	2.943	1.020	2.890	.847	.180	.858
5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้	2.676	1.013	2.450	.901	.754	.455
6. การได้รับผลกระทบจากการใช้	2.591	.902	2.520	.950	.244	.809
7. การกลับไปใช้ซ้ำ	2.600	.947	2.270	.909	1.138	.262
<b>รวม</b>	<b>2.871</b>	<b>.851</b>	<b>2.756</b>	<b>.743</b>	<b>.459</b>	<b>.649</b>

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะติดตามผล ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test) พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.054$ ,  $SD = .717$ ) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มควบคุม ( $M = 2.888$ ,  $SD = .817$ ) และมีค่า  $p = .493$  แสดงว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยะก่อนการทดลอง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การให้ความสำคัญกับสื่อสังคมของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.119$ ,  $SD = .879$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.825$ ,  $SD = .885$ ) การขึ้นชอโลกออนไลน์ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.941$ ,  $SD = .798$ ) ต่ำกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 3.113$ ,  $SD = 1.271$ ) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึกของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.774$ ,  $SD = .770$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 3.588$ ,  $SD = .967$ ) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 3.229$ ,  $SD = .788$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.910$ ,  $SD = .948$ ) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ของกลุ่มทดลอง



( $M = 2.743$ ,  $SD = .998$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.620$ ,  $SD = .984$ ) การได้รับผลกระทบจากการใช้ของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.838$ ,  $SD = .882$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.630$ ,  $SD = .809$ ) การกลับไปใช้ซ้ำของกลุ่มทดลอง ( $M = 2.733$ ,  $SD = .884$ ) สูงกว่ากลุ่มควบคุม ( $M = 2.530$ ,  $SD = .864$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 4.10

**ตารางที่ 4.10** การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกรายองค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะติดตามผล ด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test)

องค์ประกอบของพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา	กลุ่มทดลอง		กลุ่มควบคุม		t	p
	M	SD	M	SD		
1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม	3.119	.879	2.825	.885	1.067	.293
2. การขึ้นชอปลอกออนไลน์	2.941	.798	3.113	1.271	-.516	.609
3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก	3.774	.770	3.588	.967	.684	.498
4. การขาดการควบคุมปริมาณ การใช้	3.229	.788	2.910	.948	1.172	.248
5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอด ถอนการใช้	2.743	.998	2.620	.984	.397	.694
6. การได้รับผลกระทบจากการใช้	2.838	.882	2.630	.809	.786	.437
7. การกลับไปใช้ซ้ำ	2.733	.884	2.530	.864	.744	.461
รวม	3.054	.717	2.888	.817	.692	.493

#### ตอนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1

2. ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยมีสมมติฐานการวิจัยคือ 1) ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยกว่าในระยะก่อนการทดลอง และ 2) ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาน้อยกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

ตัวอย่างในการวิจัยเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12 จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลองที่เข้าร่วมในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ จำนวน 21 คน และกลุ่มควบคุมที่เข้าร่วมการเรียนการสอนตามปกติ จำนวน 20 คน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research) ผู้วิจัยทำการวัดผล 3 ครั้ง ได้แก่ ระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผลใน 2 สัปดาห์หลังโปรแกรมเสร็จสิ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อเสริมสร้างทักษะการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้แก่ตัวอย่างการวิจัย มีกิจกรรมทั้งหมด 8 ครั้ง ครั้งละ 50 นาที ผู้วิจัยบูรณาการแนวทางการกำกับอารมณ์ตามทฤษฎีของ Gross (1998) ที่มีขั้นตอนในการกำกับอารมณ์ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือกสถานการณ์ (Situation selection) การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ (Situation modification) การจัดการความสนใจ (Attentional deployment) การเปลี่ยนแปลงทางความคิด (Cognitive change) และการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง (Response modification) ร่วมกับแนวทางการเพิ่มการกำกับอารมณ์และการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ที่ผู้วิจัยศึกษาและสังเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กิจกรรมทั้ง 8 ครั้ง มีดังนี้ 1) การเข้าใจความหมายและประเภทของสื่อสังคม และผลกระทบจากการใช้ 2) การเข้าใจความหมายและองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา 3) การเข้าใจอารมณ์และกระบวนการเกิดอารมณ์ 4) การเข้าใจ

ความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม 5) การเรียนรู้การกำกับอารมณ์ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ 6) การใช้การกำกับอารมณ์เพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา 7) การฝึกสติเพื่อเสริมสร้างการกำกับอารมณ์ และ 8) การทบทวนกิจกรรมและหากิจกรรมทดแทนเพื่อลดการใช้สื่อสังคม โดยมีจุดประสงค์ให้นักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ มีทักษะการกำกับอารมณ์ที่ดีขึ้นสามารถรับมือกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ด้วยตนเอง และ 2) แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยอีกหนึ่งชิ้นคือ แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อประเมินพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของตัวอย่างในการวิจัย มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) การขึ้นชอปกออนไลน์ (Online preference) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ (Withdrawal) การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict) และการกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)

ผู้วิจัยนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการคำนวณค่าเฉลี่ย (M) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของข้อมูลทั่วไปและคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา หาความแตกต่างของคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA) และหาความแตกต่างของคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหากลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล โดยใช้สถิติทดสอบที (Independent t-test) จากโปรแกรม SPSS

### สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเพื่อศึกษาผลของการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองซึ่งเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (One-way repeated measures ANOVA) พบว่า คะแนนของกลุ่มทดลองในระยะหลังการทดลองและระยะ

ติดตามผลไม่แตกต่างจากระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1

2. การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์และกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมในระยหลังการทดลองและระยะติดตามผลด้วยสถิติทดสอบที (Independent t-test) พบว่า คะแนนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมในระยหลังการทดลองและระยะติดตามผลไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2

### การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลของการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้ทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

#### 1. ช่วงเวลาของการจัดกิจกรรมภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

ช่วงเวลาการดำเนินการทดลองใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จัดขึ้นตอนต้นของภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 เป็นช่วงของสถานการณ์ฉุกเฉินจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการเฝ้าระวังของสำนักงานศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการจึงพิจารณาให้ทดลองจัดการเรียนการสอนแบบ On-site เป็นการเรียนที่โรงเรียน 5 วันและเรียนผ่านทางออนไลน์ที่บ้าน 5 วัน จึงหมายความว่านักเรียนที่เป็นตัวอย่างการวิจัยสามารถเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ได้สัปดาห์เว้นสัปดาห์ สอดคล้องกับผลการวิจัยข้อที่ 2 ในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล กลุ่มทดลองที่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะระยะเวลาการจัดกิจกรรมที่ต้องเว้นช่วง ส่งผลต่อการเรียนรู้ที่ไม่ต่อเนื่อง

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในสถานการณ์นี้สามารถสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้เรียนได้เป็นอย่างดี (Mishra et al., 2020) อีกทั้งยังตอบสนองกับความต้องการที่หลากหลายภายในชั้นเรียน (ภูษิมา ภูญโญสินวัฒน์, 2563) ในช่วงเวลาที่มี

การเรียนการสอนทางออนไลน์ นักเรียนสามารถเรียนอยู่ที่บ้านได้ จึงมีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนแบบออนไลน์ สิ่งนี้เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นความต้องการใช้สื่อสังคมให้มากขึ้น ในกรณีที่นักเรียนไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ตลอดเวลา การเรียนออนไลน์ทำให้มีโอกาสที่จะได้ใช้สื่อสังคม หรือนักเรียนคนไหนที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาอยู่แล้ว ก็อย่างยิ่งเสริมแรงกระตุ้นให้เพิ่มปริมาณการใช้ขึ้นอีก เมื่อนักเรียนรู้สึกพึงพอใจหรือสนุกสนานจากการใช้สื่อสังคม ก็จะเสริมให้พฤติกรรมนั้น แข็งแกร่งและมีความถี่มากขึ้น ต้องการใช้อีกในครั้งถัดไป (Skinner, 1990) การเรียนรู้ผ่าน อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมลดการมีปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้ากันระหว่างผู้เรียนและผู้สอนหรือระหว่าง ผู้เรียนด้วยกันเอง แต่กลับมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของปฏิสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ (จิรกีดี ทองปรีชา, 2562) มีแรงจูงใจเป็นความต้องการทราบความเคลื่อนไหวของคนอื่น การรับข่าวสารแบบทัน เหตุการณ์ การปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน เป็นต้น (Blackwell et al., 2017; Desreumaux, 2018; Fabris et al., 2020)

นอกจากนี้ สถานการณ์การเรียนผ่านออนไลน์ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 (COVID-19) ทำให้นักเรียนต้องเรียนที่บ้าน เช่นเดียวกับผู้ปกครองบางคนที่จะต้องหยุดงาน เมื่อไม่ได้ออกไปข้างนอก กิจกรรมที่ทำได้จึงอาจเป็นการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อเข้าถึงสื่อสังคม ดังนั้น การอยู่ในพื้นที่ที่คนรอบตัวใช้โทรศัพท์จึงช่วยส่งเสริมให้เกิดการจดจำและเลียนแบบพฤติกรรมซึ่งกัน และกัน (Bandura, 1989) วิธีการและรูปแบบการแสดงออกของบุคคลอื่นในสังคมมีอิทธิพลต่อ ความถี่ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้น (Marino et al., 2020) เมื่อทุกคนรอบตัวต่างใช้เวลา กับสื่อสังคม จึงส่งผลให้ตัวอย่างวิจัยเพิ่มปริมาณการใช้สื่อสังคม จนกลายเป็นค่านิยมที่แสดงถึงการมี ตัวตน (Status quo) มองการใช้สื่อสังคมเป็นเรื่องปกติ (Griffiths & Kuss, 2017)

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสื่อสังคมที่ตัวอย่างมักจะใช้ ระยะเวลาการใช้สื่อสังคมในหนึ่งวัน และกิจกรรมว่างจะทำเป็นประจำ พบว่า ตัวอย่างวิจัยทั้งสองกลุ่มเลือกที่จะเล่นโทรศัพท์มือถือ ในเวลาว่างมากที่สุด ประกอบกับผลการวิเคราะห์ของระยะเวลาการใช้สื่อสังคมที่ระบุว่า ส่วนใหญ่ ใช้เวลากับสื่อสังคมตั้งแต่ 3-4 ชั่วโมงเป็นต้นไป ซึ่งเป็นระยะเวลาการใช้ที่ค่อนข้างนานและน่าเป็นห่วง ปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อความเสี่ยงที่จะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่มากขึ้นเช่นกัน (Al-Menayes, 2015; Marino et al., 2018; Yang & Tung, 2007) ถึงแม้จะไม่พบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม แต่จะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยสูงกว่าหลังทดลองทั้งสองกลุ่มและมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอีกหากขาดการยับยั้ง โดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง ในช่วงเวลาของการทดลองซึ่งอยู่ในสถานการณ์ที่ตัวอย่างวิจัยมีเวลากับการใช้สื่อสังคมมากกว่าปกติ เล่นโทรศัพท์มือถือมากขึ้น หากใช้มากก็จะเสี่ยงมากขึ้น (เอชรา วสุพันธ์จิต, 2557)

ยิ่งไปกว่านั้น ตัวอย่างวิจัยเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 อยู่ในช่วงวัยรุ่นซึ่งเป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับเพื่อนฝูงและการเข้าสังคม (บุหงา ชัยสุวรรณ และ พรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2558; Deters & Mehl, 2012; Nadkarni & Hofmann, 2012) การใช้สื่อสังคมจึงเป็นการตอบสนองความโดดเดี่ยวและความเหงาของวัยรุ่นในช่วงที่ไม่ได้เจอเพื่อนเป็นเวลานาน โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ต้องเรียนที่บ้าน 5 วัน (Ryan et al., 2014) จึงเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่คะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของตัวอย่างการวิจัยทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากสามารถจัดกิจกรรมในช่วงเวลาปกติ ได้เจอตัวอย่างวิจัยอย่างสม่ำเสมอ อาจช่วยให้ผลลัพธ์ของการเพิ่มการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาดีขึ้น

## 2. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมของโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา นำไปใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งเป็นตัวอย่างวิจัยกลุ่มทดลอง โดยต้องเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 8 ครั้ง ครั้งละ 50 นาที ในระยะก่อนการทดลอง กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเท่ากับ 3.050 ระยะหลังการทดลองมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 2.871 และในระยะติดตามผลมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.054 พบว่ามีการลดลงของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเล็กน้อยในระยะหลังการทดลอง ถึงแม้ผลของคะแนนจะไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ก็แสดงให้เห็นแนวโน้มในการลดลงของพฤติกรรมดังกล่าว จึงมีความเป็นไปได้ว่า หากตัวอย่างได้รับโปรแกรมในระยะเวลาที่นานขึ้น อาจเพิ่มประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ดี

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเป็นการบูรณาการร่วมกันของแนวทางการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาและการเพิ่มการกำกับอารมณ์จากการศึกษาของ Broderick and Metz (2009), Chiodelli et al. (2018) และ Huppert and Johnson (2010) มีการใช้การฝึกสติเพื่อเสริมสร้างการกำกับอารมณ์โดยการใช้ระยะเวลาต่อครั้งและจำนวนครั้งในการจัดกิจกรรมน้อยกว่าโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ของผู้วิจัย เนื่องจากผู้วิจัยบูรณาการการฝึกสติที่ได้จากการสังเคราะห์ในงานวิจัยข้างต้น ร่วมกับการปรับเปลี่ยน

การคิดและพฤติกรรม (Du et al., 2010; Lan et al., 2018) ขั้นตอนการกำกับอารมณ์ (Gross, 1998) และการเสริมสร้างแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Su et al., 2011; Manwong et al., 2018) ผู้วิจัยให้ตัวอย่างการวิจัยทำสมาธิเพื่อฝึกสติในห้องเรียนสองครั้ง คือ ในกิจกรรมที่ 7 และ ช่วงก่อนเริ่มกิจกรรมที่ 8 ซึ่งอาจจะต้องเพิ่มจำนวนครั้งในฝึกสติให้มากขึ้น เพื่อที่จะช่วยพัฒนา การกำกับอารมณ์ให้เข้มแข็ง หากมีการฝึกสติและสมาธิทุกครั้งที่ร่วมกิจกรรม อาจส่งเสริมให้มีทักษะ การกำกับอารมณ์ที่ดีขึ้นได้ (Chiodelli et al., 2018) เช่นเดียวกับกิจกรรมในการฝึกกำกับอารมณ์ ซึ่งจัดในกิจกรรมครั้งที่ 5 และ 6 ซึ่งผู้วิจัยให้ตัวอย่างกลุ่มทดลองฝึกฝนและพัฒนาทักษะการกำกับ อารมณ์ด้วยการนำกระบวนการของ Gross (1998) ไปใช้ในการกำกับอารมณ์ในชีวิตประจำวันและ จัดการกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จากแบบบันทึกในกิจกรรมครั้งที่ 5 ที่ตัวอย่างวิจัย แสดงการนำขั้นตอนการกำกับอารมณ์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างจากใบงานของตัวอย่างวิจัย หมายเลข 1 ที่ระบุแนวทางการกำกับอารมณ์เมื่อโดนเพื่อนหยอกล้อว่า “ให้เราคิดว่าเพื่อนแค่ หยอกเราเล่น ๆ สนุก ๆ เพื่อนอาจไม่ได้ตั้งใจว่าเรา” ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทางความคิดตาม กระบวนการกำกับอารมณ์ หรือตัวอย่างจากใบงานของตัวอย่างวิจัยหมายเลข 2 ที่ระบุแนวทางการ กำกับอารมณ์เมื่อเพื่อนพูดในสิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่สบายใจว่า “ชวนเพื่อนพูดเรื่องอื่น พยายามไม่ให้ เพื่อนพูดเรื่องที่เราไม่ชอบ” ซึ่งเป็นวิธีการของการปรับเปลี่ยนสถานการณ์ คำตอบของตัวอย่างวิจัย แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในกระบวนการกำกับอารมณ์และสามารถนำทักษะไปใช้ในชีวิตประจำวัน ได้ สำหรับในกิจกรรมครั้งที่ 6 ตัวอย่างวิจัยอธิบายการกำกับอารมณ์ต่อการใช้สื่อสังคมได้เป็นอย่างดี เช่นกัน ตัวอย่างวิจัยหมายเลข 3 ระบุว่า “สนใจโซเชียลให้น้อยลง หากิจกรรมทำแทน” ผลจากการ ทำกิจกรรมการพัฒนาการกำกับอารมณ์สามารถช่วยให้ตัวอย่างวิจัยได้เรียนรู้ ค้นหาวิธีการต่าง ๆ ใน การกำกับอารมณ์ และฝึกการนำไปใช้ อย่างไรก็ตาม หากเพิ่มระยะเวลาให้ตัวอย่างวิจัยได้ฝึกฝน การกำกับอารมณ์เพื่อไปใช้กับความต้องการใช้สื่อสังคมมากขึ้น อาจทำให้ผลจากการใช้การกำกับ อารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามีประสิทธิภาพมากกว่านี้

### 3. รูปแบบของกิจกรรมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

ผู้วิจัยพัฒนาโปรแกรมจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาโปรแกรมเกี่ยวกับการเพิ่มการกำกับ อารมณ์ (Broderick and Metz, 2009; Huppert & Johnson, 2010; Volkaert et al., 2018 & Chiodelli et al., 2018) และโปรแกรมเกี่ยวกับการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Du et

al., 2010; Su et al., 2011; Lan et al., 2018 & Manwong, 2018) โดยนำมาบูรณาการร่วมกับแนวทางการกำกับอารมณ์ตามทฤษฎีการ Gross (1998) และแนวทางการกำกับอารมณ์ของนักวิชาการหลายท่าน (Campos et al., 2004; Gross, 1998; Gross & Thompson, 2007; Gross & John, 2003; Lazarus & Folkman, 1984) ประกอบด้วย การให้ตัวอย่างวิจัยทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อสังคมและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา รวมถึงผลกระทบที่อาจจะตามมาจากการใช้สื่อสังคมที่ขาดการยับยั้งในกิจกรรมครั้งที่ 1 และ 2 หลังจากนั้น จึงอธิบายถึงกระบวนการและที่มาของอารมณ์ อิทธิพลของความคิดที่สำคัญต่อการแสดงออกทางอารมณ์และพฤติกรรมในกิจกรรมครั้งที่ 3 และ 4 ต่อด้วยให้ตัวอย่างวิจัยเรียนรู้การกำกับอารมณ์และฝึกใช้ทักษะการกำกับอารมณ์เพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในกิจกรรมครั้งที่ 5 และ 6 สำหรับกิจกรรมครั้งที่ 7 ผู้วิจัยให้ตัวอย่างวิจัยฝึกการทำสมาธิเพื่อเสริมสร้างการกำกับอารมณ์ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และกิจกรรมสุดท้ายเป็นการทบทวนกิจกรรมทั้งหมด พร้อมทั้งให้ตัวอย่างวิจัยร่วมกันค้นหากิจกรรมทดแทนการใช้สื่อสังคมเพื่อลดความเสี่ยงต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ผู้วิจัยคอยพูดสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ตัวอย่างวิจัยในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม รวมถึงแสดงตนเป็นแบบอย่างที่ดีด้วยการไม่เข้าถึงสื่อสังคมในช่วงเวลาการทำกิจกรรม อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยที่แสดงว่ากลุ่มทดลองในระยะหลังการทดลองและระยะติดตาม มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากระยะก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มทดลองในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล มีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไม่แตกต่างจากกลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อนุมานได้ว่า อาจจะเป็นเพราะรูปแบบของกิจกรรมที่ใช้ในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ โดยรูปแบบการจัดกิจกรรมที่ใช้ประกอบด้วย การอภิปราย การทำกิจกรรมแบบเดี่ยว การทำกิจกรรมแบบคู่ การทำกิจกรรมแบบกลุ่ม และการเรียนรู้ผ่านคลิปวิดีโอ จากการสังเกตพบว่า ตัวอย่างวิจัยค่อนข้างชื่นชอบการดูคลิปวิดีโอซึ่งผู้วิจัยเปิดให้ดูในกิจกรรมครั้งที่ 2, 4 และ 7 เป็นอย่างมาก อาจเป็นเพราะคลิปวิดีโอเป็นสื่อแบบภาพเคลื่อนไหว มีสีสันและเสียงประกอบในคลิปที่น่าสนใจ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ผู้วิจัยคัดเลือกมาแล้วว่าเหมาะสมที่จะนำไปใช้ประกอบในโปรแกรม จึงสามารถดึงดูดความสนใจของตัวอย่างมากเป็นพิเศษ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย ต้องการความกระฉับกระเฉง ได้เคลื่อนไหว ชื่นชอบความตื่นเต้นมากกว่าการนั่งฟังเฉย ๆ (ดวงใจ วัฒนสินธุ์, 2559; พิมพ์ชา สุพัตกุล, 2551; สุรางค์



โคว์ตระกูล, 2559) หากเพิ่มกิจกรรมที่ให้อำนาจวิจยได้ยับยั้ง เช่น การแสดงบทบาทสมมติเกี่ยวกับการมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา อาจช่วยให้ตัวอย่างวิจยสนุกสนานและให้ความสนใจกับการทำกิจกรรมมากขึ้น (Manwong et al., 2018) หรือใช้สื่อวิดีโอประกอบการสอนมากขึ้น อาจเพิ่มความรู้อีกสักสนใจให้กับตัวอย่างวิจย

ระหว่างการเข้าร่วมโปรแกรม ตัวอย่างวิจยจะได้รับการบ้านกลับไปทำเพื่อเป็นการทบทวนบทเรียนและสังเกตพฤติกรรมของตนเองตามหัวข้อของกิจกรรมในแต่ละครั้ง อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม ซึ่งเป็นรูปแบบของการช่วยเหลือตนเอง (Self-help) เริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงด้วยตัวของตัวอย่างวิจย การทำการบ้านอย่างสม่ำเสมอจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของโปรแกรมดียิ่งขึ้น (Huppert & Johnson, 2010; Lan et al., 2018) เนื่องจากวิธีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ดีและมีประสิทธิภาพต้องเริ่มจากตัวบุคคลเองเป็นสำคัญ (Andressen, 2015) โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมซึ่งกลายเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมสำคัญในชีวิตประจำวัน (Kuss & Griffiths, 2017) อีกทั้งยังมีฟังก์ชันมากมายที่คอยกระตุ้นความต้องการใช้อย่างสม่ำเสมอ (Cheng et al., 2019; Folaranmi, 2013) ในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ประกอบด้วย การให้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาและผลกระทบที่จะตามมา เพื่อให้ตัวอย่างวิจยได้ตระหนักถึงภัยอันตรายของพฤติกรรมดังกล่าว หลังจากนั้นจึงให้ตัวอย่างวิจยได้เรียนรู้ถึงอิทธิพลที่ความคิดและอารมณ์มีส่วนร่วม ปรับเปลี่ยนวิธีการคิดเพื่อให้การแสดงออกทางอารมณ์เปลี่ยนไปด้วย (Du et al., 2010; Lan et al., 2018) หากตัวอย่างวิจยสามารถสร้างมุมมองใหม่ต่อการใช้สื่อสังคมได้ ก็จะจัดการกับความต้องการใช้อุปกรณ์เหล่านั้นได้เช่นกัน นอกจากนี้ผู้วิจยยังนำการฝึกสติมาผสมผสานเข้ากับการกำกับอารมณ์ ผู้ที่มีสติและสมาธิที่ดีจะสามารถรับมือกับความลุ่มหลงและแรงกระตุ้นจากสิ่งเร้าได้ สติสมาธิช่วยเสริมสร้างทักษะการกำกับอารมณ์ได้เป็นอย่างดี (Broderick and Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; Huppert and Johnson, 2010) แต่เนื่องจากผลการวิจยพบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผลไม่แตกต่างจากระยะก่อนการทดลอง อาจเป็นเพราะว่า การบ้านที่ผู้วิจยให้ไปยังไม่สามารถช่วยเสริมทักษะการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของตัวอย่างวิจยได้จากการเก็บรวบรวมการบ้านที่ให้ไปพบว่า ตัวอย่างวิจยทำการบ้านไม่ครบทุกชิ้น และผู้วิจยไม่สามารถทราบได้ว่าตัวอย่างวิจยฝึกสติสมาธิด้วยตนเองตามที่ผู้วิจยกำหนดให้หรือไม่ การไม่ทำการบ้านทุกครั้งและการฝึกสติไม่ครบมีความเป็นไปได้ที่จะทำให้กระบวนการของโปรแกรมพัฒนา

การกำกับอารมณ์ไม่สมบูรณ์ ส่งผลให้คะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองลดลงเพียงเล็กน้อยในระยะหลังการทดลอง และเพิ่มขึ้นอีกในระยะติดตามผล

ผู้วิจัยพัฒนาโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ด้วยความมุ่งหวังว่าจะช่วยให้ตัวอย่างวิจัยเกิดการตระหนักรู้ต่อภัยอันตรายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา แต่รูปแบบของกิจกรรมในโปรแกรมอาจจะยังไม่สามารถสร้างความตระหนักรู้ในส่วนนี้ให้กับตัวอย่างวิจัยได้ดีพอ สอดคล้องกับแนวคิดในโมเดลการกำกับตนเองแบบสองกระบวนการ (The dual processing self-regulation model) ของ Boekaerts (1992 as cited in Punmongkol, 2009) ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของวิธีการประเมินสถานการณ์ หากเกิดการประเมินด้วยความตั้งใจ มุ่งเรียนรู้ จะเกิดแรงจูงใจในการกระทำเพื่อบรรลุเป้าหมายให้สำเร็จ หากผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนสามารถประเมิน คิติวิเคราะห์ถึงความสำคัญของการปรับเปลี่ยนการใช้สื่อสังคมของตนได้ อาจเกิดความต้องการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาอย่างจริงจัง และมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาที่ต่ำลงในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล รวมถึงมีความแตกต่างจากระยะก่อนการทดลอง ตัวอย่างวิจัยที่เข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์อาจยังไม่สามารถประเมินเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาและรับมือกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ดีเท่าที่ควร (Lazarus and Folkman, 1984 as cited in Folkman & Lazarus, 1985; Schuster et al., 2003; Berjot & Gillet, 2011)

#### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ผู้วิจัยพัฒนาแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาจากการสังเคราะห์องค์ประกอบในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Brown, 1993, 1997; Griffiths, 1995, 2005; Caplan, 2002; Caplan, 2010; Tao et al., 2010) เพื่อนำไปใช้ประเมินพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลจากการทดลองพบว่า กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมไม่มีความแตกต่างกันในระยะหลังการทดลองและระยะติดตามผล อาจมีสาเหตุมาจากเครื่องมือประเมิน อย่างไรก็ตาม แบบวัดถูกพัฒนาขึ้นก่อนที่จะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ข้อคำถามบางข้ออาจไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ตัวอย่างวิจัยต้องใช้ อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมเป็นช่องทางในการเรียนการสอน เช่น ข้อที่ 3 ‘ฉันใช้เวลาไปกับสื่อสังคมมากกว่าการพูดคุยกับครอบครัว’ และข้อที่ 5 ‘ฉันทำงานอดิเรกและกิจกรรมอื่น ๆ น้อยลงเพราะมัวแต่ใช้สื่อสังคม’ เนื่องจากไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม และทั้งสองกลุ่ม

ต่างก็ใช้สื่อออนไลน์ในการเรียนรู้เช่นเดียวกัน อาจเป็นไปได้ที่ข้อคำถามในเครื่องมือวัดประเมินไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน ตัวอย่างวิจัยสับสนระหว่างการใช้สื่อสังคมเพื่อการศึกษา กับการใช้สื่อสังคมเพื่อความบันเทิง เช่นเดียวกับการพัฒนาโปรแกรมการกำกับอารมณ์ (Broderick & Metz, 2009; Chiodelli et al., 2018; 2018Du et al., 2010; Huppert & Johnson, 2010; Manwong et al, 2018; Su et al., 2011; Volkaert et al., 2018; Lan et al., 2018) ที่ไม่ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในสถานการณ์ไม่ปกติ อาจขาดการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมในการเรียนการสอนตามปกติกับการใช้สื่อสังคมเพื่อความบันเทิงนอกเวลา ตัวอย่างวิจัยจึงไม่เข้าใจอย่างแน่ชัดว่าต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างไรในกรณีที่จำเป็นจะต้องใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อการศึกษา

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. งานวิจัยครั้งนี้จัดในช่วงของสถานการณ์ฉุกเฉินจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมได้ต่อเนื่อง ในการทำวิจัยครั้งถัดไป ผู้ดำเนินการวิจัยควรวางแผนการดำเนินกิจกรรมในช่วงที่เหมาะสมและตัวอย่างวิจัยสามารถเข้าร่วมโปรแกรมได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้โปรแกรมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยอาจหารือกับทางโรงเรียนให้เห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้วิธีการรับมือกับพฤติกรรมนี้ เพื่อที่จะสามารถจัดสรรเวลาในการดำเนินกิจกรรมให้ดียิ่งขึ้น
2. ผู้ที่ต้องการนำโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ไปใช้ ควรเพิ่มระยะเวลาในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งให้นานขึ้น เพื่อให้ตัวอย่างวิจัยได้มีเวลาเพิ่มในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจและได้ฝึกฝนทักษะต่าง ๆ ที่จะช่วยในการเสริมสร้างทักษะการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้มากขึ้น
3. ผู้ที่ต้องการทำแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไปใช้ ควรปรับแก้ไขบริบทของข้อคำถามบางข้อที่อาจสร้างความสับสนและไม่ชัดเจนแก่ผู้ทำแบบวัด โดยอาจจะเพิ่มเติมว่า ประเมินเฉพาะพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่นอกเหนือจากการใช้เพื่อการเรียนรู้ จึงจะสามารถวัดประเมินพฤติกรรมได้ถูกต้องตามต้องการ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้วัดระดับของการกำกับอารมณ์ของตัวอย่างวิจัย จึงไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการมีทักษะการกำกับอารมณ์ที่แตกต่างกันของตัวอย่างวิจัยส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาอย่างไรบ้าง ในการทำวิจัยครั้งถัดไป ผู้ดำเนินการวิจัยในครั้งถัดไปอาจจะวัดประเมินทักษะการกำกับอารมณ์ของตัวอย่างวิจัยก่อนเข้าร่วมโปรแกรม

2. จากการศึกษาของ Hou et al. (2017) พบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหากับการรับรู้ความเครียด (Perceived stress) และการฟื้นฟูพลังทางจิตใจ (Psychological resilience) ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยในครั้งถัดไปอาจพัฒนาโปรแกรมที่มีกิจกรรมสำหรับลดความเครียดในกลุ่มนักเรียนที่ใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก สอดคล้องกับองค์ประกอบหนึ่งของพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ซึ่งก็คือ การใช้สื่อสังคมเพื่อปรับเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) ปัญหาเกี่ยวกับความเครียดอาจส่งผลให้มีการพึ่งพาสื่อสังคมเพื่อบรรเทาความรู้สึกดังกล่าว อีกทั้งยังสามารถศึกษาเกี่ยวกับการนำทักษะการฟื้นฟูพลังทางจิตใจเพื่อลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา หากศึกษาแนวทางดังที่กล่าวไป อาจพบวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการจัดการกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเพิ่มเติม

3. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กิจกรรมแบบกลุ่มในการดำเนินกิจกรรม สำหรับการศึกษางานวิจัยในครั้งถัดไป อาจใช้กิจกรรมเดี่ยว หรือกลุ่มสลับเดี่ยว หรือทำกิจกรรมแบบกลุ่มแต่ลดจำนวนตัวอย่างวิจัยลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ยาก อีกทั้งการพัฒนาการกำกับอารมณ์ด้วยการเรียนรู้ขั้นตอนและวิธีการกำกับอารมณ์ ประกอบด้วย การฝึกสติ จำเป็นต้องใช้ความตั้งใจเป็นอย่างมาก ทักษะทั้งหมดที่กล่าวมาต้องใช้การฝึกฝน หากตัวอย่างวิจัยต่อกลุ่มน้อยลง หรือใช้กิจกรรมแบบเดี่ยว อาจจะช่วยให้ผู้วิจัยในครั้งถัดไปสามารถอธิบายเนื้อหาและติดตามผลได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

4. ครูและผู้ปกครองเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียน ทั้งในแง่ของการอบรมสั่งสอนและการเป็นตัวอย่างที่ดี ผู้ที่จะทำวิจัยในครั้งถัดไปควรคำนึงถึงความสำคัญของการนำครูและผู้ปกครองมาเข้าร่วมการให้ความรู้เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา เพื่อเกิดการตระหนักรู้ต่อภัยอันตรายของพฤติกรรมดังกล่าว และสามารถหาหรือเพื่อค้นหาแนวทางการจัดการกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไปในทิศทางเดียวกัน ถึงแม้จะจบการวิจัยไป ครูและผู้ปกครองจะยังมีความรู้ในการรับมือกับพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาหากเกิดขึ้นกับนักเรียนในอนาคต

5. ผู้ที่จะทำการวิจัยในครั้งถัดไป ควรพัฒนาแบบวัดที่นำทุกองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหามาบูรณาการร่วมกันเป็นเหตุการณ์ตัวอย่างในแต่ละข้อคำถาม เนื่องจากการวัดแบบแยกองค์ประกอบอาจไม่สามารถประเมินได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังเกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้เก็บข้อมูลและผู้ทำแบบวัด การทำแบบวัดในรูปแบบบูรณาการอาจจะสามารถประเมินลักษณะอาการของผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กษมา เทพรักษ์, ภัทริการ์ โฮ, & ประรณนา สวัสดิสุธา. (2557). *Interesting Topic :Internet Gaming Disorder*
- กันยา พาณิชัยศิริ และ เบญจพร ตันตสุติ. (2559). การติดสื่อสังคมออนไลน์และภาวะสมาธิสั้นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, 61(3), 191-204.
- ชญานิกา ศรีวิชัย. (2561). การดูแลตนเองของเด็กวัยรุ่นติดสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 19(2), 31-36.
- ณัฐธิดา คุ่มรอด, & รังสิมันต์ สุนทรไชยา. (2560). ผลของโปรแกรมการกำกับอารมณ์ต่ออาการซึมเศร้าของผู้ป่วยโรคซึมเศร้า. *The Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*, 31(2), 136-151.
- ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ, & สมชาย ไชยโคต. (2558). ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษาในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 11(1), 157-186.
- ดวงใจ วัฒนสินธุ์. (2559). การป้องกันภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่น: จากหลักฐานเชิงประจักษ์สู่การปฏิบัติ. *วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 24(1), 1-12.
- ทักษิณ สุนทรวิภาต. (2557). ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 7(1), 82-89.
- ธนาภรณ์ เนียมกลั่น และ วาทีนี อมรไพศาลเลิศ. (2018). การเสริมสร้างความสามารถในการฟื้นพลังของนักเรียนระดับอาชีวศึกษาโดยใช้โปรแกรมฝึกการกำกับอารมณ์. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 13(1), 376-388.
- บุหงา ชัยสุวรรณ, & พรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง 10-19 ปี. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, 1(1), 31-57.
- ปฐมพร ฉ่ำวิเศษ. (2556). สาเหตุหนี้ค้ำชำระของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวังซิ่น จังหวัดแพร่ [คณะบริหารธุรกิจ].

- ประวิตร จันอับ. (2561). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดพิษณุโลก*. ปรินญาหมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา] มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปัทมา แก้วสีใส. (2552). *ผลของโปรแกรมการบำบัดทางความคิดและพฤติกรรมแบบกลุ่มต่อการรับรู้อาการหูแว่วในผู้ป่วยจิตเภท*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะธิดา สมบูรณ์ธนากร, วิชญ์วิษญ์ เขาวนิรนาท และ สุภาพ กัญญาคำ. (2559). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนกรณีศึกษา รายวิชาการใช้โปรแกรมกราฟิกของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยการอาชีพสว่างแดนดิน*. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม* 6(1), 115-129.
- ปาริชาติ ทาโน. (2561). *การพัฒนาแบบวัดอภิปัญญาโดยใช้คอมพิวเตอร์มัลติมีเดียสำหรับนักศึกษาพยาบาล: การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตอบสนองข้อสอบแบบพหุมิติ* [ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *อารมณ์*. <https://dictionary.orst.go.th/>
- พรพิมล พรมนัส. (2561). *ผลของโปรแกรมการกำกับอารมณ์ต่อความสามารถทางอารมณ์และสังคมของเด็กที่มาจากครอบครัวหย่าร้าง* [พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต คณะพยาบาลศาสตร์] มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์ิชา สุพัตถกุล. (2551). *การเห็นคุณค่าในตนเอง ความรู้เรื่องโรคเอดส์ และเหตุผลของวัยรุ่นตอนปลายที่มีพฤติกรรมกามีเพศสัมพันธ์ข้ามคืน* [ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภารตี หนูสังข์. (2556). *ผลการใช้เครื่องมือการสื่อสารในเฟซบุ๊กกรุป จัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดโซเซียลคอนสตรัคติวิสต์ (Social Constructivist) ในรายวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ 2 เรื่องการสร้างเว็บไซต์ ด้วยโปรแกรม Adobe Dreamweaver cs4 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/11*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณิสา หนูช่วย. (2561). *รูปแบบการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐานด้วยสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย* [ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วราพร คำจับ. (2562). *สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21*. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 7(2), 143-159.
- วีรพล แสงปัญญา. (2561). *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562*.

[https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2019\\_Th.aspx?viewmode=0](https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2019_Th.aspx?viewmode=0)

- สุทธิมนัส ชินอัครพงศ์. (2562). *กระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ*. [นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวัฒน์ สงวนนาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกาเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร* [บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2559). *จิตวิทยาการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 12 ed.). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หยาดพิรุณ ศุภรากรสกุล. (2560). *พฤติกรรมกาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในจังหวัดเพชรบูรณ์*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 53-71.
- อธิพงศ์ แซ่ลี. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาใช้สื่อกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟลบุ๊กของผู้ใช้งานเฟลบุ๊กในประเทศไทย*. [นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด] มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เอษรา วสุพันธ์จิต. (2557). *เวลาคุณภาพในครอบครัวและการติดสื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร*. [วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขภาพจิต] จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาอังกฤษ

- Ahmed, S. P., Bittencourt-Hewitt, A., & Sebastian, C. L. (2015, 2015/10/01/). Neurocognitive bases of emotion regulation development in adolescence. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 15, 11-25.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dcn.2015.07.006>
- Aichner, T., & Jacob, F. (2015, 01/01). Measuring the Degree of Corporate Social Media Use. *International Journal of Market Research*, 57, 257-275.  
<https://doi.org/10.2501/IJMR-2015-018>
- Akbay, S. (2019). Smartphone Addiction, Fear of Missing Out, and Perceived Competence as Predictors of Social Media Addiction of Adolescents. *European Journal of Educational Research*, 8, 559-566. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.8.2.559>
- Aksoy, M. (2018). A Qualitative Study on the Reasons for Social Media Addiction. *European Journal of Educational Research*, 7, 861-865. <https://doi.org/10.>



12973/eu-jer.7.4.861

- Al-Menayes, J. (2015). Dimensions of Social Media Addiction among University Students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences, 4*. <https://doi.org/10.11648/j.pbs.20150401.14>
- Alimoradi, Z., Lin, C. Y., Imani, V., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2019). Social media addiction and sexual dysfunction among Iranian women: The mediating role of intimacy and social support. *J Behav Addict, 8*(2), 318-325. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.24>
- Andreassen, C., Billieux, J., Griffiths, M., Kuss, D., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors, 30*, 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C., Torsheim, T., Brunborg, G., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological reports, 110*, 501-517. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports, 2*(2), 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Gjertsen, S. R., Krossbakken, E., Kvam, S., & Pallesen, S. (2013). The relationships between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *J Behav Addict, 2*(2), 90-99. <https://doi.org/10.1556/jba.2.2013.003>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors, 64*, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Badenes-Ribera, L., Fabris, M. A., Gastaldi, F., Prino, L., & Longobardi, C. (2019). Parent and peer attachment as predictors of facebook addiction symptoms in different developmental stages (early adolescents and adolescents). *Addictive Behaviors, 95*, 226-232. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.05.009>

- Baek, Y. M., Cho, Y., & Kim, H. (2014). Attachment Style and its Influence on the Activities, Motives, and Consequences of SNS Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 522-541. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966362>
- Baker, J., & Berenbaum, H. (2011). Dyadic Moderators of the Effectiveness of Problem-Focused and Emotional-Approach Coping Interventions. *Cognitive Therapy and Research*, 35. <https://doi.org/10.1007/s10608-011-9386-7>
- Balci, Ş., & Gölcü, A. (2013). Facebook addiction among university students in Turkey: Selcuk University example. *Journal of Studies in Turkology*, 34, 255-278.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *Am Psychol*, 44(9), 1175-1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.44.9.1175>
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., & Demetrovics, Z. (2017). Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample. *PLoS One*, 12(1), e0169839-e0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>
- Baumeister, R., & Leary, M. (1995). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological bulletin*, 117, 497-529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Berjot, S., & Gillet, N. (2011). Stress and Coping with Discrimination and Stigmatization. *Frontiers in psychology*, 2, 33. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2011.00033>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Boyd, D., & Bee, H. (2015). *Lifespan Development* (7 ed.). Ashford Colour Press Ltd.
- Brevers, D., & Turel, O. (2019). Strategies for Self-Controlling Social Media Use: Classification and Role in Preventing Social Media Addiction Symptoms. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(3):554-563 <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.49>

- Broderick, P., & Metz, S. (2009). Learning to BREATHE: A Pilot Trial of a Mindfulness Curriculum for Adolescents. *Advances in School Mental Health Promotion, 2*, 35-46. <https://doi.org/10.1080/1754730X.2009.9715696>
- Broderick, P. C. (2005). Mindfulness and Coping with Dysphoric Mood: Contrasts with Rumination and Distraction. *Cognitive Therapy and Research, 29*(5), 501-510. <https://doi.org/10.1007/s10608-005-3888-0>
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well-being. *J Pers Soc Psychol, 84*(4), 822-848. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.4.822>
- Cambridge Dictionary. (2019). *Emotion*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/emotion>
- Campos, J. J., Frankel, C. B., & Camras, L. (2004). On the nature of emotion regulation. *Child Dev, 75*(2), 377-394. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2004.00681.x>
- Caplan, S. (2003). Preference for Online Social Interaction: A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being. *Communication Research - COMMUN RES, 30*, 625-648. <https://doi.org/10.1177/0093650203257842>
- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior, 18*(5), 553-575. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00004-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00004-3)
- Caplan, S. E. (2010, 2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior, 26*(5), 1089-1097. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.012>
- Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addict Behav, 85*, 83-87. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.05.020>
- Cashwell, C. S., Giordano, A. L., King, K., Lankford, C., & Henson, R. K. (2017). Emotion Regulation and Sex Addiction among College Students. *International Journal of Mental Health and Addiction, 15*(1), 16-27. <https://doi.org/10.1007/s11469-016-9646-6>

- Chen, H.-T., & Kim, Y. (2013). Problematic Use of Social Network Sites: The Interactive Relationship Between Gratifications Sought and Privacy Concerns. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 16. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0608>
- Cheng, Z., Pan, Y., & Ni, Y. (2019). Self-determination Affects the Use of Self-presentation Strategies On Social Networking Sites. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47, 1-11. <https://doi.org/10.2224/sbp.7758>
- Chiodelli, R., Mello, L. T. N., Jesus, S. N., & Andretta, I. (2018). Effects of a brief mindfulness-based intervention on emotional regulation and levels of mindfulness in senior students. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.1186/s41155-018-0099-7>
- Cole, P. M., Martin, S. E., & Dennis, T. A. (2004). Emotion regulation as a scientific construct: methodological challenges and directions for child development research. *Child Dev*, 75(2), 317-333. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2004.00673.x>
- Correa, T., Hinsley, A., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247-253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00082-5>
- Davis, R., Flett, G., & Besser, A. (2002). Validation of a New Scale for Measuring Problematic Internet Use: Implications for Pre-employment Screening. *Cyberpsychology & behavior : the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*, 5, 331-345. <https://doi.org/10.1089/109493102760275581>
- Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187-195. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00041-8](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00041-8)
- Desreumaux, G. (2018). *The 10 Top Reasons Why We Use Social Networks*. <https://wersm.com/the-10-top-reasons-why-we-use-social-networks/>

- Deters, F., & Mehl, M. (2013). Does Posting Facebook Status Updates Increase or Decrease Loneliness? An Online Social Networking Experiment. *Social psychological and personality science*, 4, 579-586. <https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- Drahošová, M., & Balco, P. (2017). The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union. *Procedia Computer Science*, 109, 1005-1009. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.05.446>
- Du, Y.-s., Wenqing, J., & Vance, A. (2010). Longer Term Effect of Randomized, Controlled Group Cognitive Behavioural Therapy for Internet Addiction in Adolescent Students in Shanghai. *The Australian and New Zealand journal of psychiatry*, 44, 129-134. <https://doi.org/10.3109/00048670903282725>
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6(3-4), 169-200. <https://doi.org/10.1080/02699939208411068>
- Elphinston, R., & Noller, P. (2011). Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 14, 631-635. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0318>
- Esmailinasab, M., Andami Khoshk, A., Azarmi, H., & Samar Rakhi, A. (2014). The Predicting Role of Difficulties in Emotion Regulation and Distress Tolerance in Students' Addiction Potential. *etiadpajohi*, 8(29), 49-63. <http://etiadpajohi.ir/article-1-607-en.html>
- Estévez, A., Jáuregui, P., Sánchez-Marcos, I., López-González, H., & Griffiths, M. D. (2017). Attachment and emotion regulation in substance addictions and behavioral addictions. *J Behav Addict*, 6(4), 534-544. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.086>
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & Settanni, M. (2020). Investigating the Links between Fear of Missing Out, Social Media Addiction, and Emotional Symptoms in Adolescence: The Role of Stress Associated with Neglect and Negative Reactions on Social Media. *Addictive Behaviors*, 106. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>

- Faizi, R., El Afia, A., & Chiheb, R. (2013). Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 3, 50-53. <https://doi.org/10.3991/ijep.v3i4.2836>
- Folaranmi, A. (2013). A Survey of Facebook Addiction Level among Selected Nigerian University Undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70-80.
- Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1985). If it changes it must be a process: study of emotion and coping during three stages of a college examination. *J Pers Soc Psychol*, 48(1), 150-170. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.48.1.150>
- Franchina, V., Abeele, M., Rooij, A., Lo Coco, G., & Marez, L. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Frost, R. L., & Rickwood, D. J. (2017). A systematic review of the mental health outcomes associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 76, 576-600. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.001>
- Gratz, K., & Roemer, L. (2004). Multidimensional Assessment of Emotion Regulation and Dysregulation: Development, Factor Structure, and Initial Validation of the Difficulties in Emotion Regulation Scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 26, 41-54. <https://doi.org/10.1007/s10862-008-9102-4>
- Griffiths, M. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- Griffiths, M. (1996). Behavioural addictions: An issue for everybody? *Journal of Workplace Learning*, 8, 19-25.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M., & Kuss, D. (2017). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35, 49-52.
- Griffiths, M., Pontes, H., & Kuss, D. (2016). Online Addictions: Conceptualizations, Debates, and Controversies. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*. <https://doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0101>

- Griffiths, M. D. (2017). Commentary: Development and Validation of a Self-reported Questionnaire for Measuring Internet Search Dependence. *Frontiers in public health*, 5, 95-95. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2017.00095>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Billieux, J., & Pontes, H. M. (2016). The evolution of Internet addiction: A global perspective. *Addictive Behaviors*, 53, 193-195. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.11.001>
- Gross, J. (1998). The Emerging Field of Emotion Regulation: An Integrative Review. *Review of General Psychology*, 2, 271 - 299.
- Gross, J. J., & John, O. P. (2003). Individual differences in two emotion regulation processes: implications for affect, relationships, and well-being. *J Pers Soc Psychol*, 85(2), 348-362. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.2.348>
- Gross, J. J., & Thompson, R. (2007). Emotion Regulation: Conceptual Foundations. *Handbook of Emotion Regulation*, 3-27.
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2016). To excel or not to excel: Strong evidence on the adverse effect of smartphone addiction on academic performance. *Computers & Education*, 98, 81-89. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.03.007>
- Heatherton, T. F., Kozlowski, L., Frecker, R., & Fagerström, K. (1991). The Fagerstrom Test for Nicotine Dependence: A revision of the Fagerstrom Tolerance Questionnaire. *British journal of addiction*, 86, 1119-1127.
- Hoare, E., Milton, K., Foster, C., & Allender, S. (2016). The associations between sedentary behaviour and mental health among adolescents: A systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 13, 108. <https://doi.org/10.1186/s12966-016-0432-4>
- Hormes, J., Kearns, B., & Timko, C. (2014). Craving Facebook? Behavioral addiction to online social networking and its association with emotion regulation deficits. *Addiction*, 109. <https://doi.org/10.1111/add.12713>
- Horzum, m. b., & Ayas, T. (2013). Relation between depression, loneliness, self-esteem and internet addiction. *Education*, 133, 283-290.
- Hou, X., Wang, H.-Z., Guo, C., Gaskin, J., Rost, D., & Wang, J.-L. (2017). Psychological resilience can help combat the effect of stress on problematic social

- networking site usage. *Personality and Individual Differences*, 109, 61-66.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.12.048>
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13. <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Huitt, W. (2007). *Maslow's hierarchy of needs*. <http://www.edpsycinteractive.org/topics/regsys/maslow.html>
- Huppert, F., & Johnson, D. (2010). A controlled trial of mindfulness training in schools: The importance of practice for an impact on well-being. *The Journal of Positive Psychology*, 5, 264-274. <https://doi.org/10.1080/17439761003794148>
- Iani, L., Quinto, R. M., Lauriola, M., Crosta, M. L., & Pozzi, G. (2019). Psychological well-being and distress in patients with generalized anxiety disorder: The roles of positive and negative functioning. *PLoS One*, 14(11), e0225646. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225646>
- Jacobs, S., & Blustein, D. (2010). Mindfulness as a Coping Mechanism for Employment Uncertainty. *IEEE Engineering Management Review*, 38, 22-27. <https://doi.org/10.1109/EMR.2010.5645752>
- Junco, R. (2012). Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 187-198. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.026>
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-Based Interventions in Context: Past, Present, and Future. *Clinical Psychology-science and Practice*, 10, 144-156.
- Kandell, J. J. (1998). Internet Addiction on Campus: The Vulnerability of College Students. *Cyberpsychology Behav. Soc. Netw.*, 1, 11-17.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G., & Paparrigopoulos, T. (2010). P02-232 - Social network addiction : a new clinical disorder? *European Psychiatry*, 25, 855. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0924-9338\(10\)70846-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0924-9338(10)70846-4)



- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). USES AND GRATIFICATIONS RESEARCH. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kaya, F., Delen, E., & Young, K. S. (2016). Psychometric properties of the Internet Addiction Test in Turkish. *J Behav Addict*, 5(1), 130-134. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.042>
- 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, 1-15. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Khumsri, J., Yingyeun, R., Manwong, M., Hanprathet, N., & Phanasathit, M. (2015). Prevalence of Facebook Addiction and Related Factors Among Thai High School Students. *Journal of the Medical Association of Thailand = Chotmaihet thangphaet*, 98, S51-S60.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Killeen, T., Cassin, S., & Geller, J. (2013). Motivational Interviewing in the Treatment of Substance Use Disorders, Addictions, and Eating Disorders. *Eating Disorders, Addictions and Substance Use Disorders: Research, Clinical and Treatment Perspectives*, 491-507. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-45378-6\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-642-45378-6_22)
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. 7.
- Kırık, A. M., Arslan, A., Çetinkaya, A., & Gül, M. (2015). A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction Among Young People in Turkey. 3, 108-122. [https://doi.org/10.14486/IntJSCS444\\_](https://doi.org/10.14486/IntJSCS444_)
- Köse, Ö., & Doğan, A. (2019). The Relationship between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6, 175-190. <https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.1.0036>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction--a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>

- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *14*(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., Karila, L., & Billieux, J. (2014). Internet addiction: a systematic review of epidemiological research for the last decade. *Curr Pharm Des*, *20*(25), 4026-4052. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990617>
- Lai, L. S. L., & Turban, E. (2008). Groups Formation and Operations in the Web 2.0 Environment and Social Networks. *Group Decision and Negotiation*, *17*(5), 387-402. <https://doi.org/10.1007/s10726-008-9113-2>
- Lan, Y., Ding, J.-E., Li, W., Li, J., Zhang, Y., Liu, M., & Fu, H.-H. (2018). A pilot study of a group mindfulness-based cognitive-behavioral intervention for smartphone addiction among university students. *Journal of Behavioral Addictions*, *7*, 1-6. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.103>
- Lee, J., Cho, B., Kim, Y., & Noh, J. (2015). Smartphone Addiction in University Students and Its Implication for Learning. *Emerging Issues in Smart Learning*, Berlin, Heidelberg.
- Lin, M. P., Ko, H. C., & Wu, J. Y. (2011). Prevalence and psychosocial risk factors associated with internet addiction in a nationally representative sample of college students in Taiwan. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, *14*(12), 741-746. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0574>
- Liu, C., & ma, J. (2020). Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety. *Current Psychology*, *39*. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9998-0>
- Longobardi, C., Settanni, M., Fabris, M. A., & Marengo, D. (2020). Follow or be followed: Exploring the links between Instagram popularity, social media addiction, cyber victimization, and subjective happiness in Italian adolescents. *Children and Youth Services Review*, *113*, 104955. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104955>
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, *50*, 73-77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>

- Luciana, M. (2013). Adolescent brain development in normality and psychopathology. *Development and psychopathology*, 25(4 Pt 2), 1325-1345. <https://doi.org/10.1017/S0954579413000643>
- Malik, S., & Khan, M. (2015). Impact of facebook addiction on narcissistic behavior and Self-Esteem among students. *JPMA. The Journal of the Pakistan Medical Association*, 65, 260-263.
- Manwong, M., Lohsoonthorn, V., Booranasuksakul, T., & Chaikoolvatana, A. (2018). Effects of a group activity-based motivational enhancement therapy program on social media addictive behaviors among junior high school students in Thailand: a cluster randomized trial. *Psychology research and behavior management*, 11, 329-339. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S168869>
- Marengo, D., Poletti, I., & Settanni, M. (2020). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive Behaviors*, 102, 106150. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106150>
- Marino, C. (2018). Quality of Social-Media Use May Matter More Than Frequency of Use for Adolescents' Depression. *Clinical Psychological Science*, 6, 216770261877197. <https://doi.org/10.1177/2167702618771979>
- Marino, C., Caselli, G., Lenzi, M., Monaci, M. G., Vieno, A., Nikčević, A. V., & Spada, M. M. (2019). Emotion Regulation and Desire Thinking as Predictors of Problematic Facebook Use. *Psychiatric Quarterly*, 90(2), 405-411. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09628-1>
- Marino, C., Gini, G., Angelini, F., Vieno, A., & Spada, M. M. (2020). Social norms and emotions in problematic social media use among adolescents. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100250. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100250>
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *J Affect Disord*, 226, 274-281. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2017.10.007>

- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). A comprehensive meta-analysis on Problematic Facebook Use. *Computers in Human Behavior, 83*, 262-277. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.009>
- Marino, C., Vieno, A., Pastore, M., Albery, I. P., Frings, D., & Spada, M. M. (2016). Modeling the contribution of personality, social identity and social norms to problematic Facebook use in adolescents. *Addictive Behaviors, 63*, 51-56. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.07.001>
- Masters, J. C. (1991). Strategies and mechanisms for the personal and social control of emotion. In J. Garber & K. A. Dodge (Eds.), *The Development of Emotion Regulation and Dysregulation* (pp. 182-207). Cambridge University Press.
- McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2016). What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer.
- McGregor, S. L. (2010). Well-being , Wellness and Basic Human Needs in Home Economics.
- Mehrad, J., & Tajer, P. (2016). Uses and Gratification Theory in Connection with Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model. *International Journal of Information Science and Management, 14*, 1-14.
- Mérelle, S., Kleiboer, A., Schotanus, M., Cluitmans, T., Waardenburg, C., Kramer, D., Mheen, D., & van Rooij, A. (2017). Which health-related problems are associated with problematic video-gaming or social media use in adolescents? A large-scale cross-sectional study. *Clinical Neuropsychiatry, 14*, 11-19.
- Merriam-Webster. (2020). Emotion. In <https://www.merriam-webster.com/dictionary/emotion>
- Mingle, J., Adams, M., & Adjei, E. (2016). A Comparative Analysis of Social Media Usage and Academic Performance in Public and Private Senior High Schools. 7.
- Montag, C., Markowitz, A., Blaszkiwicz, K., Andone, I., Lachmann, B., Sariyska, R., Trendafilov, B., Eibes, M., Kolb, J., Reuter, M., Weber, B., & Markett, S. (2017). Facebook usage on smartphones and gray matter volume of the nucleus accumbens. *Behavioural Brain Research, 329*, 221-228. <https://doi.org/10.1016/j.bbr.2017.04.035>

- Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior, 55*, 172-177. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.007>
- Naaman, M., Boase, J., & Lai, C.-H. (2010). *Is it Really About Me? Message Content in Social Awareness Streams*. <https://doi.org/10.1145/1718918.1718953>
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences, 52*(3), 243-249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Navidian, A., Kermansaravi, F., Tabas, E. E., & Saeedinezhad, F. (2016). Efficacy of Group Motivational Interviewing in the Degree of Drug Craving in the Addicts Under the Methadone Maintenance Treatment (MMT) in South East of Iran. *Archives of Psychiatric Nursing, 30*(2), 144-149. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2015.08.002>
- Obar, J., & Wildman, S. (2015). Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2637879>
- Oyman, M., & Kocak, N. (2012). Social Media Usage Behaviors of Individuals: An Application in Eskisehir. *International Journal of Business and Social Science, 3*, 177-188.
- Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S., & Pantic, S. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiatr Danub, 24*(1), 90-93.
- Pattananarongkorn, P., Padungsatayawong, N., & Cherdchoochart, C. (2014). *Psychological distress and emotion regulation in Thai adolescents : the moderating role of mindfulness*. [Faculty of Psychology, Chulalongkorn University].
- Paul, J. A., Baker, H. M., & Cochran, J. D. (2012). Effect of online social networking on student academic performance. *Computers in Human Behavior, 28*(6), 2117-2127. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.016>

- Pernsungnern, P., Pornnoppadol, C., Sitdhiraksa, N., & Buntub, D. (2014). Social media addiction: prevalence and association with depression among 7th-12th grade students in Bangkok. *Graduate Research Conference*.
- Pittman, M. (2015). Creating, Consuming, and Connecting: Examining the Relationship Between Social Media Engagement and Loneliness. *New Media & Society, 4*.
- Primack, B., Shensa, A., Escobar-Viera, C., Barrett, E., Sidani, J., Colditz, J., & James, A. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. *Computers in Human Behavior, 69*, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Punmongkol, P. (2009). *The regulation of academic emotions*. [Faculty of Education and Social Work, University of Sydney].
- Putri, A., Poerwandari, E., & Rusli, E. (2018). *Social Anxiety and Internet Addiction: CBT Intervention Module Development Based on Self-Reflection*. <https://doi.org/10.2991/iciap-17.2018.38>
- Rollnick, S., & Miller, W. R. (1995). What is Motivational Interviewing? *Behavioural and Cognitive Psychotherapy, 23*(4), 325-334. <https://doi.org/10.1017/S135246580001643X>
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions, 3*(3), 133-148. <https://doi.org/10.1556/JBA.3.2014.016>
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior, 27*(5), 1658-1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- S.Z., S. S., Omar, S., Bolong, J., & Osman, M. N. (2011). Facebook addiction among female university students.
- Şahin, C. (2017). The predictive level of social media addiction for life satisfaction: A study on university students. *Turkish Online Journal of Educational Technology, 16*, 120-125.

- Sahraian, A., Hedayati, S., Mani, A., & Hedayati, A. (2016). Internet Addiction Based on Personality Characteristics in Medical Students. *Shiraz E-Medical Journal*, *17*, 1-7. <https://doi.org/10.17795/semj41149>
- Scherer, K. R. (2005). What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, *44*(4), 695-729. <https://doi.org/10.1177/0539018405058216>
- Schimmenti, A., Passanisi, A., Gervasi, A., Manzella, S., & Famà, F. (2013). Insecure Attachment Attitudes in the Onset of Problematic Internet Use Among Late Adolescents. *Child psychiatry and human development*, *45*. <https://doi.org/10.1007/s10578-013-0428-0>
- Schuster, R., Hammitt, W., & Moore, D. (2003). A Theoretical Model to Measure the Appraisal and Coping Response to Hassles in Outdoor Recreation Settings. *Leisure Sciences - LEISURE SCI*, *25*. <https://doi.org/10.1080/01490400306568>
- Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S., & Stein, D. J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depress Anxiety*, *17*(4), 207-216. <https://doi.org/10.1002/da.10094>
- Shen, J., Brdiczka, O., & Liu, J. (2015). A study of Facebook behavior: What does it tell about your Neuroticism and Extraversion? *Computers in Human Behavior*, *45*, 32-38. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.067>
- Sherman, L., Greenfield, P., Hernandez, L., & Dapretto, M. (2017). Peer Influence Via Instagram: Effects on Brain and Behavior in Adolescence and Young Adulthood. *Child development*, *89*. <https://doi.org/10.1111/cdev.12838>
- Skinner, B. (1990). Can psychology be a science of mind. *American Psychologist*, *45*, 1206-1210.
- Spada, M., & Marino, C. (2017). Metacognitions and emotion regulation as predictors of problematic Internet use in adolescents. *Clinical Neuropsychiatry*, *14*, 59-63.
- Sriwilai, K., & Charoensukmongkol, P. (2015). Face it, don't Facebook it: Impacts of Social Media Addiction on Mindfulness, Coping Strategies and the Consequence on Emotional Exhaustion: Social Media Addiction, Mindfulness and Coping. *Stress and health : journal of the International Society for the Investigation of Stress*, *32*. <https://doi.org/10.1002/smi.2637>

- Steinfeld, C., Ellison, N., & Lampe, C. (2008). Social Capital, Self-Esteem, and Use of Online Social Network Sites: A Longitudinal Analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology - J APPLIED DEV PSYCHOLOGY*, 29. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.002>
- Su, W., Fang, X., Miller, J., & Wang, Y. (2011). Internet-Based Intervention for the Treatment of Online Addiction for College Students in China: A Pilot Study of the Healthy Online Self-Helping Center. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 14, 497-503. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0167>
- Sussman, S., Leventhal, A., Bluthenthal, R. N., Freimuth, M., Forster, M., & Ames, S. L. (2011). A framework for the specificity of addictions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(8), 3399-3415. <https://doi.org/10.3390/ijerph8083399>
- Tao, R., Huang, X., Wang, J., Zhang, H., Zhang, Y., & Li, M. (2010). Proposed diagnostic criteria for internet addiction. *Addiction*, 105(3), 556-564. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2009.02828.x>
- Teater, B. (2013). Cognitive Behavioural Therapy. In book: *The Blackwell Companion to Social Work* (Eds.) Publisher: Wiley-Blackwell
- Thompson, R. (1994). Emotion Regulation: A Theme in Search of Definition. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 59, 25-52. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5834.1994.tb01276.x>
- Trumello, C., Babore, A., Candelori, C., Morelli, M., & Bianchi, D. (2018). Relationship with Parents, Emotion Regulation, and Callous-Unemotional Traits in Adolescents' Internet Addiction. *BioMed Research International*, 2018, 1-10. <https://doi.org/10.1155/2018/7914261>
- Tsai, J.-K., Lu, W.-H., Hsiao, R., & Hu, H.-F. (2020). Relationship between Difficulty in Emotion Regulation and Internet Addiction in College Students: A One-Year Prospective Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 4766. <https://doi.org/10.3390/ijerph17134766>
- Tsitsika, A. K., Tzavela, E. C., Janikian, M., Ólafsson, K., Lordache, A., Schoenmakers, T. M., Tzavara, C., & Richardson, C. (2014). Online Social Networking in Adolescence:



- Patterns of Use in Six European Countries and Links With Psychosocial Functioning. *Journal of Adolescent Health*, 55(1), 141-147. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2013.11.010>
- van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Volkaert, B., Wante, L., Vervoort, L., & Braet, C. (2018). 'Boost Camp', a universal school-based transdiagnostic prevention program targeting adolescent emotion regulation; Evaluating the effectiveness by a clustered RCT: A protocol paper. *BMC Public Health*, 18. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-5754-5>
- Walsh, S. P., White, K. M., & McD Young, R. (2010). Needing to connect: The effect of self and others on young people's involvement with their mobile phones. *Australian Journal of Psychology*, 62(4), 194-203. <https://doi.org/10.1080/00049530903567229>
- Wan, C. (2009). *Gratifications & loneliness as predictors of campus-SNS websites addiction & usage pattern among Chinese college students*. [Master of Science, School of Journalism & Communication, The Chinese University of Hong Kong].
- Ward, D., & Lasen, M. (2009). An Overview of Needs Theories behind Consumerism. *Journal of Applied Economic Sciences*, 4.
- We Are Social, & Hootsuite. (2020). *DIGITAL 2020: THAILAND*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand>
- Wegmann, E., & Brand, M. (2019). A narrative Overview About Psychosocial Characteristics as Risk Factors of a Problematic Social Networks Use. *Current Addiction Reports*, 6(4), 402-409. <https://doi.org/10.1007/s40429-019-00286-8>
- Williamson, A. (2013). *Social media guidelines for parliaments*. <https://www.ipu.org/resources/publications/reference/2016-07/social-media-guidelines-parliaments>
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. (2010). Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 13, 173-177. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0094>

- Wolniczak, I., Cáceres-DelAguila, J. A., Palma-Ardiles, G., Arroyo, K. J., Solís-Visscher, R., Paredes-Yauri, S., Mego-Aquije, K., & Bernabe-Ortiz, A. (2013). Association between Facebook dependence and poor sleep quality: a study in a sample of undergraduate students in Peru. *PLoS One*, *8*(3), e59087. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0059087>
- Wu, A. M., Cheung, V. I., Ku, L., & Hung, E. P. (2013). Psychological risk factors of addiction to social networking sites among Chinese smartphone users. *J Behav Addict*, *2*(3), 160-166. <https://doi.org/10.1556/jba.2.2013.006>
- Xanidis, N., & Brignell, C. M. (2016). The association between the use of social network sites, sleep quality and cognitive function during the day. *Computers in Human Behavior*, *55*, 121-126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.004>
- Yacoub, C., & Spoede, J. (2018). The Impact of Social Media on Romantic Relationships.
- Yang, S. C., & Tung, C.-J. (2007). Comparison of Internet addicts and non-addicts in Taiwanese high school. *Computers in Human Behavior*, *23*(1), 79-96. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.037>
- Yao, M., & Zhong, Z.-J. (2014). Loneliness, social contacts and Internet addiction: A cross-lagged panel study. *Computers in Human Behavior*, *30*, 164. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.08.007>
- Yıldız, M. (2017). Emotion regulation strategies as predictors of internet addiction and smartphone addiction in adolescents. *Journal of Educational Sciences & Psychology*, *VII*, 66-78.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภรณ์ หลาวทอง  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการวัดและประเมินทางการศึกษา  
 ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. อาจารย์ ดร.ครรชิต แสนอุบล  
 อาจารย์ประจำภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาศึกษา  
 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ ดร.จรินทร์ วินทะไชย์  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา  
 ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. อาจารย์ ดร. สมบุญ จารุเกษมทวี  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา  
 คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. อาจารย์ ดร.รับขวัญ ภูเขาแก้ว  
 หัวหน้าศูนย์แนะแนวและอาจารย์ประจำกลุ่มกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน  
 โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายมัธยม



ภาคผนวก ข

ผลการตรวจดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของผู้ทรงคุณวุฒิ  
(Index of Congruence หรือค่า IOC)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผลการพิจารณาความตรงตามเนื้อหา ความตรงตามวัตถุประสงค์ และความเหมาะสมของ  
ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อกิจกรรมในโปรแกรมพัฒนาการกำกับอาธรรม ทั้งหมด 8 ครั้ง

ครั้งที่	ประเด็น	ค่าดัชนี IOC					ค่าเฉลี่ย
		คนที่	คนที่	คนที่	คนที่	คนที่	
		1	2	3	4	5	
1	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	+1	+1	1
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	0	+1	+1	+1	0.80
2	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	+1	+1	1
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
3	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	+1	+1	1
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
4	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.80
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	0	+1	0.80

ครั้งที่	ประเด็น	ค่าดัชนี IOC					ค่าเฉลี่ย
		คนที่	คนที่	คนที่	คนที่	คนที่	
		1	2	3	4	5	
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	0	+1	0.80
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	0	+1	0.80
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	+1	-1	0	+1	0.40
5	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	+1	+1	1
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
6	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	0	+1	+1	+1	0.80
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	0	+1	+1	+1	0.80
7	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	3. กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	0	+1	+1	+1	0.80
	4. ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1
	5. สื่อประกอบกิจกรรม	+1	0	+1	+1	+1	0.80
8	1. แผนการจัดกิจกรรมพัฒนาจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	0	+1	0.80




ครั้งที่	ประเด็น	ค่าดัชนี IOC					ค่าเฉลี่ย
		คนที่	คนที่	คนที่	คนที่	คนที่	
		1	2	3	4	5	
2.	การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	+1	+1	+1	0	+1	0.80
3.	กิจกรรมมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	+1	+1	+1	0	+1	0.80
4.	ระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม	+1	+1	+1	0	+1	0.80
5.	สื่อประกอบกิจกรรม	+1	+1	+1	0	+1	0.80



ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม  
ที่เป็นปัญหา

องค์ประกอบ/ ข้อที่	ค่าดัชนี IOC					ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	
<b>1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)</b>						
1.	+1	+1	+1	+1	+1	1
2.	+1	+1	+1	+1	+1	1
3.	+1	+1	+1	+1	+1	1
4.	+1	+1	+1	+1	+1	1
5.	+1	+1	+1	+1	+1	1
<b>2. การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference)</b>						
1.	+1	+1	+1	+1	+1	1
2.	+1	+1	+1	+1	+1	1
3.	+1	0	+1	+1	+1	0.80
4.	+1	0	+1	+1	+1	0.80
5.	+1	0	+1	+1	+1	0.80
<b>3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)</b>						
1.	+1	+1	+1	+1	+1	1
2.	+1	-1	+1	+1	+1	0.60
3.	+1	+1	+1	+1	+1	1
4.	+1	0	+1	+1	+1	0.80
5.	+1	+1	+1	+1	+1	1
<b>4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control)</b>						
1.	+1	+1	+1	+1	+1	1
2.	+1	+1	+1	+1	+1	1
3.	+1	+1	+1	+1	+1	1
4.	+1	+1	+1	+1	0	0.80
5.	+1	0	+1	+1	+1	0.80

องค์ประกอบ/ ข้อที่	ค่าดัชนี IOC					ค่าเฉลี่ย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	
<b>5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ (Withdrawal)</b>						
1.	+1	+1	+1	+1	+1	1
2.	+1	+1	+1	+1	+1	1
3.	+1	+1	+1	+1	+1	1
4.	+1	+1	+1	+1	0	0.80
5.	+1	+1	+1	+1	+1	1
<b>6. การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict)</b>						
1.	+1	+1	+1	-1	+1	0.60
2.	+1	+1	+1	+1	+1	1
3.	+1	+1	+1	+1	+1	1
4.	+1	+1	+1	+1	+1	1
5.	+1	+1	+1	+1	+1	1
<b>7. การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)</b>						
1.	+1	+1	+1	+1	+1	1
2.	+1	+1	+1	+1	+1	1
3.	+1	+1	+1	+1	+1	1
4.	+1	+1	+1	+1	+1	1
5.	+1	+1	+1	+1	+1	1



ภาคผนวก ค  
ค่าความเที่ยงของแบบวัดทั้งฉบับและรายองค์ประกอบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การหาค่าความเที่ยงของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา  
ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ทั้งฉบับ

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.915	.913	35

องค์ประกอบที่ 1 การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.524	.515	5

องค์ประกอบที่ 2 การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.518	.511	5

องค์ประกอบที่ 3 การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.355	.337	5

องค์ประกอบที่ 4 การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.590	.591	5

องค์ประกอบที่ 5 การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอดถอนการใช้ (Withdrawal)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.603	.598	5

องค์ประกอบที่ 6 การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.722	.720	5

## องค์ประกอบที่ 7 การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.769	.773	5



การหาค่าความเที่ยงของแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา องค์ประกอบที่ 1, 2 และ 3  
ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)  
หลังจากตัดข้อคำถามออก

ทั้งหมด

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.926	.926	32

องค์ประกอบที่ 1 การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.584	.583	4

องค์ประกอบที่ 2 การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.564	.561	4



## องค์ประกอบที่ 3 การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.579	.573	4





ภาคผนวก ง

เอกสารแสดงการผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2  
 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 1 ห้อง 114 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330  
 โทรศัพท์ : 0 2218 3210-11 E-mail curec2.ch1@chula.ac.th

COA No. 090/2563

### ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 046/63 ผลการใช้โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา  
 ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4

ผู้วิจัยหลัก นางสาวปิยากร อ่อนละออ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และ  
 ศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิจารณาจริยธรรมการวิจัยโดยยึดหลัก ของ Declaration of Helsinki,  
 the Belmont report, CIOMS guidelines และ The international conference on harmonization – Good  
 clinical practice (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม ธีระพันธ์ เหลืองทองคำ  
 (ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ธีระพันธ์ เหลืองทองคำ)  
 ประธานคณะกรรมการ

ลงนาม เนือง ทรัพย์  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนืองทรัพย์ แรงผลสัมฤทธิ์)  
 กรรมการและเลขานุการ

รูปแบบการพิจารณาทบทวน: แบบเต็มขั้นตอน

วันที่รับรอง: 26 พฤษภาคม 2563



วันหมดอายุ: 25 พฤษภาคม 2564

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

1. ข้อเสนอโครงการวิจัย
2. ประวัติและผลงานของผู้วิจัย
3. เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มผู้ร่วมการวิจัย
4. หนังสือยินยอมเข้าร่วมในการวิจัย
5. แผนการจัดกิจกรรม และแบบวัดพฤติกรรม

เลขที่โครงการ... 0 4 6 / 6 3  
 วันที่รับรอง... 2 6 พ.ค. 2 5 6 3  
 วันหมดอายุ... 2 5 พ.ค. 2 5 6 4

เงื่อนไข

1. ผู้วิจัยรับทราบว่าเป็นการผลิตจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยฯ
  2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
  3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
  4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี)
- เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น**
5. หากเกิดเหตุความไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลหรือข้อมูลจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
  6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
  7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-13) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นสถิติฐานข้อมูลวิจัย
  8. โครงการวิจัยที่ได้รับการอนุมัติโครงการโดยการพิจารณาทบทวนแบบกรณียกเว้น (Exemption review)

Scanned by TapScanner



ภาคผนวก จ  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. โปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 1

ชื่อกิจกรรม Social media ที่ฉันรู้จัก

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

ในยุคสมัยปัจจุบันที่สื่อสังคม (Social media) กลายเป็นเทคโนโลยีสำคัญสำหรับผู้ใช้หลายคน หากแต่มีวัตถุประสงค์การใช้ที่แตกต่างกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความรู้จักและรู้เท่าทันสื่อสังคม โดยนักเรียนที่เป็นผู้ใช้สื่อสังคมควรเริ่มจากการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของสื่อสังคม ประเภทของสื่อสังคมซึ่งมีมากมายที่ถึงแม้จะถูกสร้างมาในลักษณะที่ต่างกัน หากแต่ก็มีจุดประสงค์เพื่อเป็นเครือข่าย ทางสังคมให้กับผู้ใช้ รวมถึงร่วมกันแลกเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม กิจกรรมนี้จะช่วยให้นักเรียน ได้ไตร่ตรองและทบทวนถึงลักษณะการใช้งานสื่อสังคมที่ผ่านมาของตนเองและได้รู้จักสิ่งที่ตนใช้ในทุกวันมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอธิบายความหมายของสื่อสังคมได้
2. นักเรียนสามารถระบุประเภทของสื่อสังคมได้
3. นักเรียนสามารถอธิบายพฤติกรรมและประสบการณ์การใช้สื่อสังคมของตนเองได้

### เนื้อหา

สื่อสังคม (Social media) หมายถึง พื้นที่สังคมเสมือนจริงบนอินเทอร์เน็ต ถูกพัฒนาขึ้นจากอินเทอร์เน็ตรูปแบบเดิมเพื่อให้การเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการทางสังคมของผู้ใช้ที่หลากหลาย สื่อสังคมเชื่อมโยงผู้ใช้จากพื้นที่ต่าง ๆ ให้สามารถพูดคุยและสื่อสารกันได้อย่างง่ายดายผ่านการมีความสนใจร่วมกัน สื่อสังคมสามารถใช้งานได้ผ่านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่

สื่อสังคมซึ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. เครือข่ายสังคม (Social networking) หมายถึง เว็บไซต์หรือพื้นที่สำหรับการสร้างโปรไฟล์ของตนเองและแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอให้แก่ผู้ใช้คนอื่น ๆ เช่น Facebook, LinkedIn

2. การแบ่งปันรูปภาพและวิดีโอ (Photo and video sharing) หมายถึง พื้นที่สื่อสังคมที่ใช้สำหรับแบ่งปันข้อมูลในรูปแบบของภาพและวิดีโอ เช่น YouTube, Instagram, Twitch
3. การส่งข้อความด่วน (Instant messaging) หมายถึง พื้นที่สำหรับส่งข้อความหากันในเวลาอันรวดเร็ว เช่น LINE, Facebook Messenger, WhatsApp, Snapchat, WeChat, Skype
4. ไมโครบล็อก (Microblog) หมายถึง การผสมผสานระหว่างบล็อกและเครือข่ายสังคม ผู้ใช้สามารถแบ่งปันข้อมูลได้ภายในจำนวนอักขระที่จำกัด เช่น Twitter, Tumblr, Sina Weibo
5. โซเชียลบุ๊กมาร์ก (Social bookmark) หมายถึง พื้นที่ที่ผู้ใช้สามารถติดป้ายสิ่งที่สนใจ อีกทั้งยังค้นหาสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องการผ่านป้าย เช่น Pinterest
6. บล็อก (Blog) หมายถึง เว็บไซต์สำหรับบอกเล่าประสบการณ์หรือข้อมูลส่วนตัว ลักษณะคล้ายกับการเขียนบันทึกประจำวัน
7. ฟอรัม (Forum) หมายถึง พื้นที่สำหรับการอภิปรายภายใต้หัวข้อที่กำหนดร่วมกันระหว่างผู้ใช้คนอื่น ๆ เช่น Pantip

สื่อสังคมเป็นเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกให้กับมนุษย์ได้เป็นอย่างมาก สำหรับข้อดีของสื่อสังคมคือ การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของการใช้สื่อสังคม เป็นพื้นที่ที่สามารถติดตามข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ส่งเสริมการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและง่ายดายมากขึ้น ผู้ใช้มีพื้นที่ส่วนตัวในการแสดงความเป็นตัวตน รวมถึงการนำเสนอภาพหรือผลงานที่ตนสร้างสรรค์ขึ้นมา ในด้านของการศึกษา สื่อสังคมสามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม สะดวกต่อนักเรียนในการแลกเปลี่ยนความรู้ได้ทันทีทันใด อีกทั้ง ครูผู้สอนยังสามารถใช้สื่อสังคมสำหรับจัดการเรียนการสอนให้กับผู้เรียนยุคใหม่ได้เช่นกัน (จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์ และคณะ, 2560; นฤมล บุญส่ง, 2561)

อย่างไรก็ตามทุกสิ่งย่อมมีหลากหลายด้าน การใช้สื่อสังคมในปริมาณมากและใช้อย่างไม่เหมาะสมก็จะส่งผลเสียตามมาเช่นกัน การใช้สื่อสังคมโดยขาดการระมัดระวังส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ใช้ อารมณ์แปรปรวน มีอาการซึมเศร้า กระทบกระส่าย หงุดหงิดหรือโมโหง่าย มักรู้สึกโดดเดี่ยวเมื่ออยู่ในสังคมจริง เมื่อใช้มากเข้าจะส่งผลต่อการเข้าสังคม ผู้ใช้อาจเริ่มแยกตัวจากสังคมที่ตนอยู่ ส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์กับคนรอบตัว และอาจจะเกิดความขัดแย้งหรือการกระทบกระทั่งกับบุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับพฤติกรรมดังกล่าว การใช้ที่ขาดการควบคุมจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและใจ พักผ่อนน้อย ทานอาหารไม่ตรงเวลา ร่างกายอ่อนเพลีย มีปัญหาสายตา อาจทำให้เกิดความเจ็บปวดตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ขาดการออกกำลังกาย เนื่องจากหมกมุ่นกับการใช้สื่อสังคม สุขภาพจิต

แย่ง เกิดความรู้สึกเชิงลบง่ายขึ้น ไม่สามารถควบคุมสติและอารมณ์ของตนได้ การใช้สื่อสังคมมากเกินไปยังส่งผลต่อความรับผิดชอบในหน้าที่การงานของตน มีผลกระทบต่อสมาธิและความจำ ขาดความสนใจต่อการเรียนหรือสิ่งต่าง ๆ และยังพบว่าส่งผลให้นักเรียนมีผลการเรียนต่ำลง (ประวิตร จันอับ, 2561; สุกัญญา ฆารสินธุ์ และ เจนรบ พลเดช, 2559; หยาดพิรุณ ศุภรากรสกุล, 2560)

## วิธีดำเนินการ

### 1. ขั้นนำ

1.1 ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ ระยะเวลา รายละเอียดของการจัดกิจกรรมในโปรแกรม พัฒนาการกำกับอารมณ์ และกฎของการร่วมกิจกรรมให้กับนักเรียนที่เข้าร่วมได้ทราบ

1.2 ผู้วิจัยแจกป้ายชื่อเปล่าที่เตรียมไว้ให้นักเรียนเขียนชื่อของตนและติดไว้ที่อกเสื้อ

1.3 ผู้วิจัยพูดคุยกับนักเรียนเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพก่อนเริ่มกิจกรรม โดยเปิดโอกาสให้นักเรียนซักถามคำถามที่ต้องการทราบเกี่ยวกับผู้วิจัย

1.4 ผู้วิจัยชวนนักเรียนพูดคุยถึงสิ่งที่นักเรียนมักจะทำเมื่อเปิดใช้คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ และชวนนักเรียนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นเรื่อง ‘น้อง ๆ คิดว่าสื่อสังคมเป็นพื้นที่ส่วนตัวหรือพื้นที่สาธารณะ เพราะอะไร’

### 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยแบ่งนักเรียนเป็น 5 กลุ่ม และแจกใบงาน “น้อง ๆ รู้จักสื่อสังคมดีแค่ไหน” ให้แต่ละกลุ่มในใบงานประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับความเข้าใจและความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการใช้สื่อสังคมจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ 1) น้อง ๆ คิดว่าสื่อสังคมคืออะไร 2) สื่อสังคมใดบ้างที่น้อง ๆ ใช้เป็นประจำ 3) น้อง ๆ ใช้สื่อสังคมทำอะไรบ้าง 4) น้อง ๆ ใช้เวลากับสื่อสังคมไปเท่าไรในหนึ่งวัน 5) ผลกระทบที่น้อง ๆ ได้รับจากการใช้สื่อสังคม และ 6) หากไม่มีสื่อสังคม น้อง ๆ จะเป็นอย่างไร

2.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันอภิปรายเพื่อตอบคำถามจากใบงานลงบนกระดาษแข็ง

2.3 ผู้วิจัยให้นักเรียนนั่งเป็นวงกลมใหญ่และแบ่งปันคำตอบของแต่ละกลุ่มให้เพื่อนฟัง

2.4 ผู้วิจัยอธิบายความหมายของสื่อสังคม ประเภทของสื่อสังคมที่เป็นที่นิยมเพิ่มเติม รวมถึงผลกระทบที่อาจจะได้รับหากใช้สื่อสังคมมากเกินไปจนควรผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา และร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับคำตอบของทุกกลุ่มในแต่ละข้อ

### 3. ชั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมเกี่ยวกับความหมายของสื่อสังคม ประเภทของสื่อสังคม และกิจกรรมการตอบคำถามในใบงาน จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยให้การบ้านโดยการให้นักเรียนทุกคนสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมว่าใช้สื่อสังคมใดบ้างในแต่ละวัน จุดประสงค์ในการใช้สื่อสังคมเหล่านั้น และใช้ระยะเวลาต่อครั้งนานเท่าไร โดยจดบันทึกลงในแบบสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่ผู้วิจัยแจกให้ เป็นระยะเวลา 3 วันนับจากวันที่ได้รับแบบสังเกต ก่อนนำส่งผู้วิจัยในกิจกรรมครั้งถัดไป

### วัสดุ อุปกรณ์

1. ป้ายชื่อเปล่า
2. ปากกาเมจิก
3. กระดาษแข็ง
4. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับความหมายของสื่อสังคม ประเภทของสื่อสังคม และตัวอย่างผลกระทบที่อาจได้รับจากการใช้สื่อสังคมมากเกินไป
5. ใบงาน “น้อง ๆ รู้จักสื่อสังคมดีแค่ไหน”
6. แบบสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม
7. กระดาษโน้ต

### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม
2. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
3. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
4. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามจากใบงาน
5. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต



## ใบงาน “น้อง ๆ รู้จักสื่อสังคมดีแค่ไหน”

คำชี้แจง ให้น้อง ๆ แต่ละกลุ่มช่วยกันอภิปรายเพื่อตอบคำถาม และเขียนคำตอบที่ได้ลงบนกระดาษแข็ง

1. น้อง ๆ คิดว่า  
สื่อสังคมคืออะไร

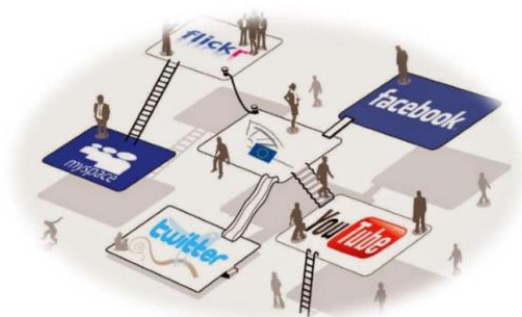


2. สื่อสังคมใดบ้างที่  
น้อง ๆ ใช้เป็นประจำ



3. น้อง ๆ ใช้สื่อสังคม  
ทำอะไรบ้าง

4. น้อง ๆ ใช้เวลากับสื่อ  
สังคมไปเท่าไรในหนึ่งวัน



5. ผลกระทบที่น้อง ๆ  
ได้รับจากการใช้สื่อสังคม

6. หากไม่มีสื่อสังคม  
น้อง ๆ จะเป็นอย่างไร



ชื่อ..... เลขที่.....



### แบบสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

คำชี้แจง ให้องค์กรสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเองในแต่ละวัน โดยระบุสื่อสังคมที่ใช้ การ ✓ หน้าจุดประสงค์ในการใช้สื่อสังคม สามารถทำได้มากกว่า 1 ข้อ ระบุเพิ่มหากเป็นจุดประสงค์ที่นอกเหนือจากที่กำหนด และเลือกระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมทั้งหมดในวันนั้น

สื่อสังคมที่ใช้	จุดประสงค์ที่ใช้	ระยะเวลาที่ใช้
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">MON</div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อการศึกษา ค้นคว้า</li> <li>2. เพื่อการพูดคุยสื่อสาร</li> <li>3. เพื่อการติดตามข่าวสาร</li> <li>4. เพื่อความบันเทิง/บันเทิงใจ</li> <li>5. อื่น ๆ (ระบุ).....</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อการศึกษา ค้นคว้า</li> <li>2. เพื่อการพูดคุยสื่อสาร</li> <li>3. เพื่อการติดตามข่าวสาร</li> <li>4. เพื่อความบันเทิง/บันเทิงใจ</li> <li>5. อื่น ๆ (ระบุ).....</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 1-2 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 3-4 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 5-6 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ชั่วโมง</li> </ol>
<div style="background-color: #FF00FF; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">TUE</div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อการศึกษา ค้นคว้า</li> <li>2. เพื่อการพูดคุยสื่อสาร</li> <li>3. เพื่อการติดตามข่าวสาร</li> <li>4. เพื่อความบันเทิง/บันเทิงใจ</li> <li>5. อื่น ๆ (ระบุ).....</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อการศึกษา ค้นคว้า</li> <li>2. เพื่อการพูดคุยสื่อสาร</li> <li>3. เพื่อการติดตามข่าวสาร</li> <li>4. เพื่อความบันเทิง/บันเทิงใจ</li> <li>5. อื่น ๆ (ระบุ).....</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 1-2 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 3-4 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 5-6 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ชั่วโมง</li> </ol>
<div style="background-color: #008000; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">WED</div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อการศึกษา ค้นคว้า</li> <li>2. เพื่อการพูดคุยสื่อสาร</li> <li>3. เพื่อการติดตามข่าวสาร</li> <li>4. เพื่อความบันเทิง/บันเทิงใจ</li> <li>5. อื่น ๆ (ระบุ).....</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อการศึกษา ค้นคว้า</li> <li>2. เพื่อการพูดคุยสื่อสาร</li> <li>3. เพื่อการติดตามข่าวสาร</li> <li>4. เพื่อความบันเทิง/บันเทิงใจ</li> <li>5. อื่น ๆ (ระบุ).....</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 1-2 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 3-4 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> 5-6 ชั่วโมง</li> <li><input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ชั่วโมง</li> </ol>

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 2

ชื่อกิจกรรม โลกติดโซเชียล

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

เมื่อสื่อสังคมเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น หากนักเรียนให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมเหล่านั้นมากเกินไป อาจนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาได้ในที่สุด ก่อนที่นักเรียนเข้าสู่ขั้นตอนการลดหรือหยุดพฤติกรรมที่เป็นปัญหานั้น การทราบความหมาย ที่มาและลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา (Problematic social media use) หรือการเสพติดสื่อสังคม (Social media addiction) ก่อน จึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อให้นักเรียนได้ทำความเข้าใจและเกิดการสำรวจตนเองมากขึ้นเมื่อใช้สื่อสังคม

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอธิบายความหมายของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้
2. นักเรียนสามารถอธิบายองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้
3. นักเรียนสามารถยกตัวอย่างผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้

### เนื้อหา

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเกิดจากการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากจนนำไปสู่ปัญหา ซึ่งก็คือการเสพติดสื่อสังคม เป็นการเสพติดทางพฤติกรรมประเภทหนึ่งที่สามารถนำไปสู่ปัญหาในภายหลัง หากไม่ได้รับการแก้ไข โดยผู้ที่มีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาดังกล่าวจะหมกมุ่นกับการใช้สื่อสังคม เกิดเป็นผลกระทบเชิงลบต่อตนเอง บุคคลรอบข้าง และหน้าที่การงาน ไม่สามารถควบคุมปริมาณการใช้ได้ และกลับมาใช้ซ้ำอีกหลังพยายามหยุดใช้

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience) หมายถึง การมีสื่อสังคมเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุด สื่อสังคมมีอำนาจเหนือความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม มีความรู้สึกต้องการใช้สื่อสังคม

บ่อยครั้งหรือตลอดเวลา นึกถึงการใช้สื่อสังคมแม้ขณะทำกิจกรรมอื่นอยู่ มีความต้องการใช้สื่อสังคมที่ค่อนข้างสูง

2) การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference) หมายถึง ความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคม ชื่นชอบการสานสัมพันธ์และพูดคุยกับผู้ใช้คนอื่นบนโลกออนไลน์ รู้สึกว่าตนมีความมั่นใจการใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์มากกว่าชีวิตจริง รู้สึกสบายใจและปลอดภัยกับการใช้สื่อสังคม

3) การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification) หมายถึง การใช้สื่อสังคมโดยมีสาเหตุเพื่อเปลี่ยนแปลง ลดทอน หรือหลีกเลี่ยงจากอารมณ์หรือความรู้สึกเชิงลบ เช่น ความวิตกกังวล ความโดดเดี่ยว หรืออาจใช้สื่อสังคมเพื่อให้ได้รับความรู้สึกดีหรือสบายใจมากยิ่งขึ้น

4) การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control) หมายถึง การที่ผู้ใช้ไม่สามารถควบคุมปริมาณการใช้สื่อสังคมของตนเองได้ ระยะเวลาการใช้ต่อครั้งเพิ่มมากขึ้น โดยอาจจะรู้หรือไม่รู้ตัว การเพิ่มปริมาณการใช้สื่อสังคมเพื่อให้ได้รับผลทางบวก เช่น ความพึงพอใจ ความสุข ความตื่นเต้น หรือความรู้สึกดีที่เคยได้รับจากการใช้ครั้งก่อน

5) การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอนถอนการใช้ (Withdrawal) หมายถึง การแสดงออกทางความรู้สึกและการกระทำเชิงลบ เช่น เป็นทุกข์ หงุดหงิด กระสับกระส่าย ซึมเศร้า เบื่อหน่าย โวยวาย แสดงท่าทางไม่พอใจ เมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคมหรือถูกลดปริมาณการใช้ลง

6) การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict) หมายถึง การเกิดความขัดแย้งหรือผลกระทบต่าง ๆ จากการใช้สื่อสังคมมากเกินไป โดยอาจจะเกิดขึ้นระหว่างผู้ใช้กับบุคคลรอบข้าง หน้าที่การงาน หรือกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ รวมถึงเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลเอง ผู้ใช้อาจใช้สื่อสังคมมากจนเพิกเฉยต่อสิ่งต่าง ๆ ทำให้เกิดผลกระทบตามมา

7) การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse) หมายถึง ความล้มเหลวต่อความต้องการลดหรือหยุดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมในปริมาณมาก ถึงแม้จะพยายามปรับเปลี่ยนหรือวางแผนการใช้ใหม่ ก็ยังคงใช้ในปริมาณมากเช่นเดิมหรืออาจจะมากขึ้น

ผู้ที่ใช้สื่อสังคมในปริมาณมากอาจไม่จำเป็นต้องมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาเสมอไป อย่างไรก็ตามผู้ใช้ที่มีลักษณะตามองค์ประกอบเบื้องต้นมีความเสี่ยงที่จะมีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหา โดยพฤติกรรมเหล่านี้อาจนำไปสู่ผลกระทบอื่นในภายหลังได้ การศึกษาพบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กจะมีผลการเรียนที่ต่ำกว่าผู้ที่ไม่ใช้ เนื่องมาจากการทุ่มเทเวลาให้กับสื่อสังคมมากจนเกินไป (Kirschner & Karpinski, 2010) นอกจากนี้ผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้ที่เป็นปัญหาอาจนำไปสู่การมีปัญหา

ทางด้านจิตใจ เช่น ความซึมเศร้า ความวิตกกังวล เป็นต้น มีความสุขและความพึงพอใจในชีวิตน้อยลง มีความภูมิใจในตนเองลดลง รู้สึกโดดเดี่ยวมากขึ้น ผู้ที่ใช้มากจะส่งผลต่อเวลานอนที่น้อยลงจนกระทบต่อการรู้คิดที่ต่ำลงเช่นกัน (ขวัญข้าว พลเพชร, 2558; Kim et al., 2009; Kirschner & Karpinsji, 2010; Marino et al., 2018; Xanidis & Brugnell, 2016)

## วิธีดำเนินการ

### 1. ชี้นำ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายเกี่ยวกับการสังเกตพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมของตนเองซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นการบ้านในครั้งก่อน

1.2 ให้นักเรียนจับคู่กัน เลือกเป็นหมายเลข 1 หรือ 2 รอบแรกให้หมายเลข 1 เล่าเรื่องอะไรก็ได้ที่สำคัญสำหรับตนเองให้หมายเลข 2 ฟัง โดยหมายเลข 2 จะต้องฟังอย่างตั้งใจ รอบสองให้สลับกันเล่า แต่ครั้งนี้หมายเลข 1 จะไม่ตั้งใจฟังและก้มหน้าเล่นโทรศัพท์ หลังจากนั้นผู้วิจัยถามความรู้สึกของทั้งสองฝ่าย พร้อมกับ ให้นักเรียนอภิปรายถึงประสบการณ์การก้มหน้าอยู่กับโทรศัพท์มือถือ

### 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยให้นักเรียนร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความหมายลักษณะของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมตามความเข้าใจของนักเรียน

2.2 ผู้วิจัยเปิดคลิปวิดีโอ “ล้างพิษโซเชียล” ให้นักเรียนดู ซึ่งเป็นคลิปที่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยา อธิบายถึงที่มาและลักษณะของการเสพติดทางพฤติกรรม หลังจากนั้นร่วมอภิปรายเกี่ยวกับเนื้อหาในคลิปวิดีโอ

2.3 ผู้วิจัยอธิบายความหมายและองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้นักเรียนฟังผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา

2.4 ผู้วิจัยแจกใบงาน “Social media หมุนรอบฉันมากแค่ไหนกันนะ” ให้นักเรียนได้ทบทวนถึงพฤติกรรมของตนเองที่เคยกระทำหรือยังคงทำอยู่ซึ่งมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบทั้งหมดของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

2.5 ผู้วิจัยให้นักเรียนร่วมกันแลกเปลี่ยนและอภิปรายคำตอบจากใบงาน

2.6 ผู้วิจัยให้นักเรียนวิเคราะห์ว่าผลกระทบใดบ้างที่อาจเกิดขึ้นหากมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยมีผู้วิจัยคอยให้ความรู้เพิ่มเติม

### 3. ชั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา ที่มาของพฤติกรรมองค์ประกอบที่แสดงลักษณะอาการของพฤติกรรม รวมถึงผลกระทบที่อาจตามมาหากยังคงมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา รวมถึงสิ่งที่ได้จากคลิปวิดีโอและกิจกรรมการตอบคำถามในใบงาน จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยให้การบ้านโดยการให้นักเรียนกลับไปสอบถามหรือสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ปกครอง เพื่อนสนิท หรือบุคคลใกล้ชิด 1 คนถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียนและความรู้สึกต่อพฤติกรรมดังกล่าว ให้นักเรียนจดบันทึกลงในแบบบันทึกความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียนที่ผู้วิจัยแจกให้ และให้ผู้รับสัมภาษณ์ลงชื่อในแบบบันทึก เน้นย้ำว่าการทำแบบบันทึกความคิดเห็นนี้เพื่อให้นักเรียนได้สำรวจตนเองเท่านั้น จะไม่มีผลต่อการวิจัยหรือผลการเรียน

3.3 ผู้วิจัยเก็บแบบสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมซึ่งเป็นการบ้านจากกิจกรรมครั้งที่แล้วคืน

### วัสดุ อุปกรณ์

1. คลิปวิดีโอ “ล้างพิษโซเชียล”
2. ใบงาน “Social media หมุนรอบฉันมากแค่ไหนกันนะ”
3. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับความหมายและองค์ประกอบของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา
4. แบบบันทึกความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียน
5. กระดาษโน้ต

### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม
2. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
3. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม

4. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามจากใบงาน
5. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต
6. ผู้วิจัยประเมินจากแบบสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม



## เนื้อหาย่อจากคลิปวิดีโอ “ล้างพิษโซเชียลมีเดีย”

จากรายการ So เชี่ยว ทางช่อง ThaiPBS

จากค่านิยมของสื่อสังคม (Social media) ที่ถูกใช้เป็นพื้นที่สำหรับแสดงตัวตน การถ่ายทอด เรื่องราวประจำวันให้กับผู้อื่นที่ติดตาม การติดตามข้อมูลข่าวสาร และแสดงความคิดเห็น ในแง่มุมที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามการใช้สื่อสังคมที่มากกว่าวันละ 2 ชั่วโมง ส่งผลต่อความเสี่ยงที่จะมี ภาวะเสพติดสื่อสังคม โดยดร.หยกฟ้า อิศรานนท์ จากคณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้อธิบายเกี่ยวกับสัญญาณที่บ่งบอกถึงพฤติกรรมของการเสพติดสื่อสังคม เช่น คิดหมกมุ่นถึงการใช้ สื่อสังคมตลอดเวลา ใช้สื่อสังคมเพื่อช่วยให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกมากขึ้น เกิดความรู้สึกหงุดหงิด หรือไม่พอใจเมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคม ทะเลาะกับผู้คนรอบข้างเพราะใช้สื่อสังคมมากเกินไป พยายามที่จะ เลิกใช้สื่อสังคมแต่ทำไม่ได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ดร.หยกฟ้ายังได้บรรยายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการหลั่งสาร โดพามีนในสมองเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งมักเกิดขึ้นกับผู้ใช้สื่อสังคม เช่น เวลาได้รับการแจ้งเตือนข้อความเข้ามา เป็นต้น





ชื่อ..... เลขที่.....

## ใบงาน “Social media หมุนรอบฉันทันมากแค่ไหนกันนะ”

**คำชี้แจง** ให้นักเรียน ๑ ยกตัวอย่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเองที่สอดคล้องกับองค์ประกอบทั้ง 7 ของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา โดยอาจเป็นพฤติกรรมที่เคยเกิดขึ้นหรือยังคงมีอยู่ก็ได้ พร้อมทั้งอธิบายลักษณะของพฤติกรรม

1. การให้ความสำคัญกับสื่อสังคม (Salience)

.....

.....

.....



2. การชื่นชอบโลกออนไลน์ (Online preference)

.....

.....

.....

3. การใช้เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก (Mood modification)

.....

.....

.....



4. การขาดการควบคุมปริมาณการใช้ (Lack of control)

.....

.....

.....

5. การแสดงอารมณ์เมื่อถูกถอนการเข้าถึง (Withdrawal)

.....

.....

.....



6. การได้รับผลกระทบจากการใช้ (Conflict)

.....

.....

.....

7. การกลับไปใช้ซ้ำ (Relapse)

.....

.....

.....



### แบบบันทึกความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียน

**คำชี้แจง** ให้นักเรียน ๑ ท่านตรวจสอบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเองจากการสัมภาษณ์ผู้ปกครอง เพื่อนสนิท หรือ บุคคลใกล้ชิด 1 คน และจดบันทึกลงในแบบบันทึก พร้อมทั้งให้ผู้ที่มีชื่อ ๑ ท่านสัมภาษณ์ลงชื่อด้วย

1. ท่านคิดว่านักเรียนใช้สื่อสังคม (เช่น Facebook, LINE, Twitter, YouTube) บ่อยหรือไม่ในหนึ่งวัน

- ไม่ใช้เลย                       ใช้น้อย (ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง)                       ใช้ปานกลาง (1-3 ชั่วโมง)  
 ใช้บ่อย (4-6 ชั่วโมง)                       ใช้บ่อยมาก (6 ชั่วโมงขึ้นไป)

2. นักเรียนใช้สื่อสังคมในเวลาใดบ้าง

- เวลาว่าง                       ขณะรับประทานอาหาร                       ขณะดูโทรทัศน์                       ในวงสนทนา  
 หลังตื่นนอน                       ก่อนเข้านอน                       ช่วงเวลาอื่น ๆ (ระบุ).....

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเมื่อนักเรียนใช้สื่อสังคมขณะอยู่กับท่าน

- ยินดีให้ใช้                       รู้สึกไม่พึงพอใจ                       ต้องการให้เลิกใช้                       ไม่มีความคิดเห็น  
 อื่น ๆ (ระบุ).....

4. การใช้สื่อสังคมส่งผลดีหรือผลกระทบท่อนักเรียนหรือตัวท่านอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

เกี่ยวข้องกับ.....ของนาย/นางสาว.....

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/..... เลขที่.....

**หมายเหตุ** แบบบันทึกความคิดเห็นนี้จัดทำขึ้นเพียงเพื่อให้นักเรียน ๑ ท่านตรวจสอบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนเองจากมุมมองความคิดเห็นของบุคคลรอบข้างเท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาใด ๆ ทั้งสิ้น

### แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 3

ชื่อกิจกรรม Where's อารมณ์ from?

ระยะเวลา 50 นาที

#### สาระสำคัญ

ในการกำกับอารมณ์ นักเรียนจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของอารมณ์ และกระบวนการเกิดของอารมณ์ก่อน เพื่อจะสามารถตระหนักถึงอารมณ์ของตนเองที่เกิดขึ้นเมื่อต้องการใช้สื่อสังคมหรือขณะใช้สื่อสังคม เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของอารมณ์และความคิด รู้ว่าความคิดมีอิทธิพลต่อการเกิดอารมณ์ เมื่อนักเรียนรู้เท่าทันอารมณ์ที่เกิดขึ้น จะช่วยให้มีการกำกับอารมณ์ที่ดียิ่งขึ้น เนื่องจากนักเรียนเข้าใจในอารมณ์ของตนเองและรู้ที่มาของอารมณ์เหล่านั้น กิจกรรมนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการปูพื้นฐานความรู้เรื่องอารมณ์

#### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอธิบายความหมายของอารมณ์ได้
2. นักเรียนสามารถอธิบายกระบวนการเกิดอารมณ์ได้
3. นักเรียนสามารถระบุอารมณ์ที่มักเกิดขึ้นในการใช้สื่อสังคมได้
4. นักเรียนสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของอารมณ์และความคิดได้

#### เนื้อหา

อารมณ์เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ภายในมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของมนุษย์ อารมณ์จะถูกสร้างขึ้นเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่พบเจอ อารมณ์พื้นฐานถูกแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ความโกรธ (Anger) ความกลัว (Fear) ความเศร้า (Sadness) ความสนุกสนาน (Enjoyment) ความขยะแขยง (Disgust) และ ความประหลาดใจ (Surprise) โดยอารมณ์แต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของการแสดงออกของอารมณ์ เครื่องหมายแทนอารมณ์ รวมถึงเหตุการณ์ก่อนหน้าที่จะเกิดอารมณ์ อย่างไรก็ตาม มีลักษณะบางอย่างที่อารมณ์แต่ละประเภทมีเหมือนกัน เช่น ความรวดเร็วของการเกิดอารมณ์ ช่วงระยะเวลา การคงอยู่ของอารมณ์ ลักษณะการปรากฏขึ้นของอารมณ์ รูปแบบการประเมินอารมณ์ และวิธีการตอบสนอง ทางอารมณ์ (Ekman, 1992; Inkpen et al, 2000)

สถานการณ์ (Situation) ที่ประสบพบเจอเปรียบเสมือนสิ่งเร้าสำคัญ เมื่อใดก็ตามที่บุคคลให้ความสนใจหรือใส่ใจ (Attention) ต่อสิ่งเร้าเหล่านั้น บุคคลจะนำสิ่งที่ตนเองรู้สึกมาประเมินค่า (Appraisal) ก่อนจะตอบสนอง (Response) มาในรูปแบบของอารมณ์ต่าง ๆ โดยระดับความเข้มข้นของอารมณ์จะขึ้นอยู่กับขั้นตอนของการใส่ใจและการประเมิน (Gross & Thompson, 2007) สอดคล้องกับความหมายที่พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ระบุไว้ว่า อารมณ์เป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตของมนุษย์ผ่านการรับรู้ทางการมองเห็น การได้ยิน การรับรู้รสชาติ การสัมผัสทางกาย และการรู้สึกทางจิตใจ

การกำกับอารมณ์เป็นทักษะสำคัญต่อการจัดการอารมณ์ความรู้สึกก่อนที่จะแสดงออกมาอย่างเหมาะสม การฝึกการกำกับอารมณ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มีการเจริญเติบโตขึ้นจากวัยเด็ก ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีปฏิกิริยาทางอารมณ์สูง ขาดความมั่นคงทางอารมณ์หรือเรียกว่ามีความผันผวนทางอารมณ์ที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การศึกษามากมายพบว่าโครงสร้างของสมองส่วนหน้าซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับอารมณ์และการกำกับอารมณ์จะมีการพัฒนาในช่วงวัยรุ่น ดังนั้นวัยรุ่นจึงเป็นวัยที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการส่งเสริมทักษะการกำกับอารมณ์ (Ahmed et al, 2015) และการกำกับอารมณ์ยังถูกพบว่ามีความสามารถในการลดพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นปัญหา เช่น การส่งเสริมทักษะการประเมินทางการรู้คิดใหม่ (Cognitive reappraisal) เพื่อใช้ในการประเมินความคิดก่อนการเกิดอารมณ์ และสามารถปรับเปลี่ยนความคิดเพื่อแสดงอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่าทักษะการประเมินทางการรู้คิดใหม่จะช่วยลดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาจากการใช้สื่อสังคมที่มากเกินไปจนความจำเป็นไปได้ (Spada & Marino, 2017; Trumello et al, 2018)

## วิธีดำเนินการ

### 1. ชี้นำ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายความคิดเห็นของผู้ปกครอง เพื่อนสนิท หรือบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียนซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นการบ้านในครั้งก่อน

1.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนดูคำศัพท์ รูปภาพ คลิปวิดีโอ หรือฟังคลิปเสียง และให้นักเรียนเขียนอารมณ์ความรู้สึกแรกที่เกิดขึ้นลงในกระดาษที่ผู้วิจัยแจกให้ภายใน 10 วินาที

1.3 ผู้วิจัยและนักเรียนร่วมกันแลกเปลี่ยนคำตอบและอภิปรายถึงความแตกต่างทางอารมณ์ความรู้สึกของแต่ละคนต่อรูปภาพ เหตุการณ์ หรือเสียงที่ได้ยินแบบเดียวกัน

## 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยยกตัวอย่างสถานการณ์โดยมีผู้วิจัยเองเป็นผู้แสดงบทบาทสมมติ โดยในครั้งแรกจะถามถึงความรู้สึกของนักเรียนที่มีต่อผู้วิจัยเมื่อแรกพบ ก่อนจะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดี เช่น นักเรียนเห็นผู้วิจัยช่วยพาคนแก่ข้ามถนน นักเรียนเห็นผู้วิจัยเตะสุนัขข้างถนน เป็นต้น และถามอารมณ์ความรู้สึกของนักเรียนอีกครั้งว่าเปลี่ยนไปหรือไม่ อย่างไร ก่อนจะชวนนักเรียนวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่อารมณ์ความรู้สึกต่อผู้วิจัยเปลี่ยนไปหลังจากได้รับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ

2.2 ผู้วิจัยชวนนักเรียนอภิปรายว่าอารมณ์เกิดมาได้อย่างไรตามความเข้าใจของนักเรียน และนักเรียนคิดว่าความคิดมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกหรือไม่ อย่างไร

2.3 ผู้วิจัยอธิบายกระบวนการเกิดของอารมณ์ ซึ่งเกิดจากการใส่ใจต่อสถานการณ์ที่ได้เห็น ก่อนนำไปประเมินค่าและแสดงออกมาเป็นอารมณ์ในรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้และความสามารถในการประเมินอารมณ์ของแต่ละคนผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา

2.4 ผู้วิจัยและนักเรียนร่วมกันอภิปรายถึงอารมณ์ความรู้สึกต่อเหตุการณ์สมมติก่อนหน้า โดยเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการเกิดของอารมณ์ที่ได้เรียนรู้ไป เพื่อให้นักเรียนได้เข้าใจถึงอารมณ์ที่แตกต่างอันเนื่องมาจากสถานการณ์หรือสิ่งเร้า ความใส่ใจต่อสถานการณ์ และการประเมินค่าสถานการณ์ที่ไม่เหมือนกัน

2.5 ผู้วิจัยให้นักเรียนดูคลิปวิดีโอ “รู้เท่าทันการใช้โซเชียลมีเดียทางไกลโรคทางจิตเวช” ที่คุณหมอผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจิตอธิบายถึงความสัมพันธ์ของอารมณ์ที่เกิดขึ้นกับการทำงานของสมอง ซึ่งเกี่ยวพันกับการเสพติดทางพฤติกรรม

2.6 ผู้วิจัยอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความคิดที่มีต่ออารมณ์และพฤติกรรม พร้อมทั้งยกตัวอย่างเหตุการณ์ที่แสดงถึงความสำคัญของความคิดผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา และให้นักเรียนร่วมกันอภิปรายถึงประสบการณ์การใช้สื่อสังคมที่แสดงถึงการทำงานที่สัมพันธ์กันของความคิดและอารมณ์ความรู้สึก

## 3. ขั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปความหมายของอารมณ์และกระบวนการเกิดอารมณ์ที่ต่างกันไปในแต่ละคน โดยเสริมเรื่องของประสบการณ์ การเรียนรู้ สภาพแวดล้อม และความแตกต่างด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลให้

แต่ละคนมีความเข้าใจต่อสถานการณ์หนึ่งและแสดงอารมณ์ออกมาไม่เหมือนกัน รวมถึงการทำงานของสมองและความคิดที่มีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึก จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยให้การบ้านโดยการให้นักเรียนสังเกตตนเองว่าอารมณ์ความรู้สึกแบบใดที่ทำให้อยากใช้สื่อสังคม อารมณ์ที่เกิดขึ้นขณะใช้สื่อสังคม และอารมณ์ความรู้สึกแบบใดที่ทำให้อยากหยุดใช้สื่อสังคม จดบันทึกลงในแบบสังเกตอารมณ์ต่อการใช้สื่อสังคมที่ผู้วิจัยแจกให้ เป็นระยะเวลา 3 วัน นับจากวันที่ได้รับแบบสังเกตก่อนนำส่งผู้วิจัยในกิจกรรมครั้งถัดไป

3.3 ผู้วิจัยเก็บแบบบันทึกความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียนซึ่งเป็นการบ้านจากกิจกรรมครั้งที่แล้วคืน

### วัสดุ อุปกรณ์

1. ไฟล์คำศัพท์ รูปภาพ คลิปเสียง และคลิปวิดีโอ
2. คลิปวิดีโอ “รู้เท่าทันการใช้โซเชียลมีเดียห่างไกลโรคทางจิตเวช”
3. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับกระบวนการเกิดของอารมณ์
4. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม
5. แบบสังเกตอารมณ์ต่อการใช้สื่อสังคม
6. กระดาษโน้ต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
2. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
3. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามจากใบงาน
4. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต
5. ผู้วิจัยประเมินจากแบบบันทึกความคิดเห็นของผู้ปกครอง เพื่อนสนิทหรือบุคคลใกล้ชิดต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียน

## รายการรูปภาพ คลิปวิดีโอ และคลิปเสียง

**คำชี้แจง** ให้ผู้วิจัยเปิดไฟล์รูปภาพ คลิปวิดีโอ และคลิปเสียงที่เตรียมไว้ และกำหนดให้นักเรียนระบุ  
อารมณ์ความรู้สึกแรกที่เกิดขึ้นภายในระยะเวลา 10 วินาที

- |                          |                                   |
|--------------------------|-----------------------------------|
| 1. คำศัพท์: โรงเรียน     | 9. คลิปเสียง: เพลง Kill this love |
| 2. คำศัพท์: ครอบครัว     | 10. คลิปเสียง: เสียงหัวเราะ       |
| 3. คำศัพท์: รถสองแถว     | 11. คลิปเสียง: เสียงตุ๊กแก        |
| 4. คำศัพท์: ตลาดท่าเรียน | 12. คลิปเสียง: เสียงกดแอปเปิล     |
| 5. รูปภาพ: ภูเขาดาว      | 13. คลิปวิดีโอ: คลิปลูกหมา        |
| 6. รูปภาพ: ผี            | 14. คลิปวิดีโอ: คลิปคลื่น         |
| 7. รูปภาพ: หมี่แพนด้า    | 15. คลิปวิดีโอ: คลิป ASMR         |
| 8. รูปภาพ: ชยะ           | 16. คลิปวิดีโอ: คลิปบิ๊บสิว       |

เนื้อหาย่อจากคลิปวิดีโอ “รู้เท่าทันการใช้โซเชียลมีเดียห่างไกลโรคทางจิตเวช”  
จากรายการ Learning talk กับสายสวรรค์ ขยันยิ่ง ทางช่อง Ch3Thailand

นพ.ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ ที่ปรึกษากรมสุขภาพจิต ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการเสพติดทางพฤติกรรมซึ่งเกิดจากการทำงานของสมองที่บกพร่อง โดยอธิบายว่าสมองของมนุษย์ประกอบด้วยสมองส่วนคิดและสมองส่วนอยาก ซึ่งปกติแล้วสมองส่วนคิดจะทำหน้าที่ควบคุมสมองส่วนอยาก ดังนั้นมนุษย์มักเกิดการควบคุมปฏิกิริยาทางอารมณ์โดยการคิดอย่างมีเหตุมีผล อย่างไรก็ตาม สมองส่วนอยากจะสามารถมีอิทธิพลเหนือกว่าสมองส่วนคิดได้หากถูกกระตุ้นมากขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ยังได้แนะนำวิธีการสำหรับผู้ปกครองในการดูแลเด็กที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเสพติดโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคม












ชื่อ..... เลขที่.....



### แบบสังเกตอารมณ์ต่อการใช้สื่อสังคม

คำชี้แจง ให้นักเรียน ๑ สังเกตอารมณ์ของตนเองที่มีต่อการใช้สื่อสังคม จดบันทึกอารมณ์ที่เกิดขึ้น 3 ช่วง ได้แก่ ก่อนใช้สื่อสังคม ขณะใช้สื่อสังคม และหลังใช้สื่อสังคม โดยน้อง ๆ สามารถเขียนอธิบายอารมณ์ที่เกิดขึ้นตามความเข้าใจของตนเอง ไม่จำกัดรูปแบบ

วัน	ก่อนใช้สื่อสังคม	ขณะใช้สื่อสังคม	หลังใช้สื่อสังคม
อังคาร	..... ..... ..... 	..... ..... .....	..... ..... ..... 
พุธ	..... ..... ..... 	..... ..... ..... 	..... ..... .....
พฤหัสบดี	..... ..... ..... 	..... ..... .....	..... ..... .....  

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 4

ชื่อกิจกรรม ความคิดเปลี่ยน อารมณ์เปลี่ยน

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

ความคิดมีความสัมพันธ์กันกับการแสดงออกทางอารมณ์และพฤติกรรมของมนุษย์ ทุกความรู้สึกและการกระทำต่าง ๆ ของนักเรียนล้วนผ่านกระบวนการของการคิดมาก่อน ดังนั้น การเรียนรู้ถึงความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมจะทำให้นักเรียนเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาของอารมณ์และการแสดงออกของตนเองมากยิ่งขึ้น การสร้างการคิดไตร่ตรองที่ดี จะส่งผลต่อการกำกับอารมณ์ที่ดีตามไปด้วย

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอภิปรายความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และการกระทำได้
2. นักเรียนสามารถยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงทางความคิดที่ส่งผลต่ออารมณ์และพฤติกรรมได้

### เนื้อหา

กระบวนการเกิดอารมณ์แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความคิดและอารมณ์ในช่วงของการประเมินค่าสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ก่อนที่จะเกิดการตอบสนองทางอารมณ์ แสดงให้เห็นถึงการทำงานของความคิดที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์ที่แสดงออกมา เมื่อบุคคลให้ความสนใจต่อสิ่งเร้าใดก็ตาม บุคคลจะเริ่มประเมินสิ่งเร้าเพื่อสรุปว่าตนควรตอบสนองต่อสิ่งนั้นในอารมณ์ความรู้สึกแบบใด สมองส่วนที่ทำหน้าที่ยับยั้งอารมณ์จะเริ่มทำงานก่อนที่อารมณ์จะถูกสร้างขึ้น ทุกอารมณ์ที่เกิดจะผ่านการตรวจสอบก่อนทั้งสิ้น อีกทั้ง สมองส่วนนี้ยังมีการพัฒนาในช่วงของวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่บางครั้งอาจจะมีปัญหาในการแสดงออกทางอารมณ์ เนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงหลายส่วนทั้งในด้านสภาพร่างกายและจิตใจ อย่างไรก็ตามวัยรุ่นก็เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาการการกำกับอารมณ์ จึงควรถูกฝึกฝนไปพร้อมกันกับสมองส่วนอารมณ์ที่กำลังเจริญเติบโตขึ้น จะส่งผลให้มีทักษะการกำกับอารมณ์ที่ดีด้วยเช่นกัน (Ahmed et al., 2015)

## วิธีดำเนินการ

### 1. ชี้นำ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายเกี่ยวกับการสังเกตอารมณ์ของตนเองก่อนใช้สื่อสังคม ขณะใช้ และหลังใช้สื่อสังคมซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นการบ้านในครั้งก่อน

1.2 ผู้วิจัยชวนอภิปรายเพิ่มเติมถึงที่มาของอารมณ์ความรู้เหล่านั้น และสาเหตุที่เกิดการเปลี่ยนแปลงขณะใช้หรือหลังใช้สื่อสังคม

### 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยให้นักเรียนดูคลิปวิดีโอ “ความจริงจริง ๆ” ซึ่งเป็นทอล์คโชว์ของผู้กำกับภาพยนตร์ที่นำเสนออีกแง่มุมของการกำกับเนื้อหาของสื่อที่มีการบิดเบือนเพื่อต้องการให้ผู้รับรู้สื่อกหรือนักคิดในแบบที่ผู้กำกับต้องการ สอดคล้องกับการเสพสื่อผ่านสื่อสังคมที่อาจเป็นข้อมูลที่สวยงามเกินจริงจนทำให้เกิดความรู้สึกเชิงลบต่อตนเอง หรือการใช้สื่อสังคมมากเกินไปจนเกิดความต้องการใช้ในปริมาณมากขึ้น คลิปวิดีโอนี้จะช่วยให้นักเรียนมองเห็นอีกแง่มุมหนึ่งของโลกเสมือนจริงที่อาจมีเรื่องไม่จริงปะปนอยู่

2.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนตอบคำถามในใบงาน “จริงหรือหลอกทำไมไม่บอกกัน” และแลกเปลี่ยนคำตอบร่วมกัน

2.3 ผู้วิจัยร่วมอภิปรายกับนักเรียนถึงอารมณ์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เป็นจริงหรือถูกบิดเบือน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้นจากการเสพสื่อชวนฝัน

2.4 ผู้วิจัยให้นักเรียนจับกลุ่มเพื่ออภิปรายเกี่ยวกับประสบการณ์การรับเนื้อหาที่ไม่เป็นความจริงหรือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดอารมณ์ รวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามมา เขียนคำตอบลงบนกระดาษแข็งที่แจกให้

2.5 ผู้วิจัยให้นักเรียนนำเสนอคำตอบเพื่อแลกเปลี่ยนกัน และชักชวนเพื่ออภิปรายคำตอบของแต่ละกลุ่ม โดยไม่ลืมที่เชื่อมโยงถึงกระบวนการเกิดของอารมณ์ที่เคยสอนไป

### 3. ขั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม รวมถึงข้อคิดที่ได้จากการดูคลิปวิดีโอ จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยเก็บแบบสังเกตอารมณ์ต่อการใช้สื่อสังคมซึ่งเป็นการบ้านจากกิจกรรมครั้งที่แล้วคืน

### วัสดุ อุปกรณ์

1. กระดาษแข็ง
2. ปากาเมจิก
3. คลิปวิดีโอ “ความจริงจริง ๆ”
4. ใบงาน “จริงหรือหลอกทำไมไม่บอกกัน”
5. กระดาษไนต์

### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
2. ผู้วิจัยประเมินจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
3. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามจากใบงาน
4. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษไนต์
5. ผู้วิจัยประเมินจากแบบสังเกตอารมณ์ต่อการใช้สื่อสังคม

## เนื้อหาย่อจากคลิปวิดีโอ “ความจริงจริง ๆ”

จาก TEDxBangkok ทางช่อง TEDx Talks

คุณเต๋อ นวพล ชำรงฤทธิ์ ผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดังพูดใน Talk show เกี่ยวกับความจริงที่อาจจะไม่จริงบนโลกออนไลน์และสื่อต่าง ๆ ข้อมูลที่ได้รับมักผ่านการบิดเบือนมาก่อนที่จะถึงผู้รับสาร ทุกสิ่งบนโลกออนไลน์มีการกำกับโดยผู้ผลิตเนื้อหาเช่นเดียวกับการกำกับภาพยนตร์โดยผู้กำกับ ผู้เสื่อสื่อหลายคนมักเชื่อสารที่ได้รับโดยปราศจากการกลั่นกรองอย่างถี่ถ้วน หรือถึงแม้จะผ่านการไตร่ตรองมาอย่างดีแล้วก็อาจจะเกิดการผิดพลาดได้ เนื่องจากการส่งต่อข้อความผ่านสื่อสังคม ล้วนถูกสร้างขึ้นอย่างมีจุดประสงค์เฉพาะ คุณเต๋อต้องการเตือนสติให้ทุกคนไม่เชื่อในทันทีถึงแม้ว่าจะเป็นสิ่งที่เห็นด้วยตาตนเอง อย่างเช่น รูปภาพที่ถูกโพสต์ลงบนเฟซบุ๊กเป็นรูปที่ได้รับการตรวจสอบ และผู้โพสต์มั่นใจแล้วว่าเป็นภาพลักษณะที่ต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ สอดคล้องกับอาชีพผู้กำกับที่มีวิธีการในการชักจูงอารมณ์ของผู้ชมให้ไปในทิศทางที่ต้องการ ดังนั้น ผู้ที่รับชมหรือรับสารควรรับสารอย่างมีสติ คิดไตร่ตรองก่อนจะเชื่อ เรียนรู้ที่จะตั้งคำถามกับข้อมูลที่ได้รับ และไม่ควรต้อดิ่งจะเชื่อทั้งหมด เพราะในวันหนึ่งข้อมูลนั้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง



### ใบงาน “จริงหรือหลอกทำไมไม่บอกกัน”

คำชี้แจง ให้นักเรียนดูคลิปวิดีโอ “ความจริงจริง ๆ” ของนพพล อารังรัตนฤทธิ แล้วตอบคำถามในใบงาน

คลิปนี้พูดถึงอะไร

.....

.....

.....

.....

.....

เหตุการณ์ใดบ้างที่สอดคล้องกับ  
ในคลิปวิดีโอที่น้อง ๆ เคยเจอ

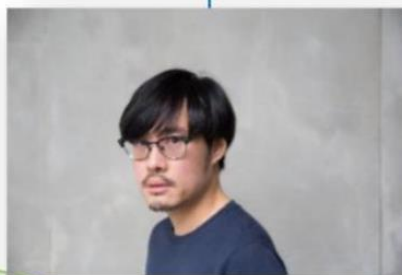
.....

.....

.....

.....

.....



ยกตัวอย่างเหตุการณ์ที่น้อง ๆ  
เคยทำในบทบาทของผู้กำกับ

.....

.....

.....

.....

.....

มุมมองใหม่ที่น้อง ๆ ได้รับจาก  
คลิปวิดีโอนี้มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ชื่อ..... เลขที่.....

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 5

ชื่อกิจกรรม กำกับอารมณ์ง่ายนิดเดียว

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

เมื่อนักเรียนได้ทำความรู้จักกับความหมายและกระบวนการทางอารมณ์แล้ว จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจแนวทางในการกำกับอารมณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยขั้นตอนการกำกับอารมณ์ทั้ง 5 ขั้นตอนของ Gross (1998) ประกอบด้วย การเลือกสถานการณ์ การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ การจัดการความสนใจ การเปลี่ยนแปลงทางปัญญา และการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง การเรียนรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการกำกับอารมณ์จะช่วยให้นักเรียนได้ทราบแนวทางในการฝึกฝนทักษะเพื่อรับมือกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นและแสดงออกอย่างเหมาะสม

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอธิบายความหมายของการกำกับอารมณ์ได้
2. นักเรียนสามารถอธิบายเกี่ยวกับกระบวนการกำกับอารมณ์ได้
3. นักเรียนสามารถนำการกำกับอารมณ์ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

### เนื้อหา

การกำกับอารมณ์เป็นทักษะสำคัญในการกำกับควบคุม ปรับเปลี่ยนทิศทางของอารมณ์ ทั้งก่อนและหลังการเกิดของอารมณ์ เพื่อให้อารมณ์ที่แสดงออกมามีความเหมาะสมกับสถานการณ์ อารมณ์ที่สามารถกำกับได้มีทั้งอารมณ์เชิงบวกและเชิงลบ บุคคลจึงควรที่จะฝึกฝนทักษะการกำกับอารมณ์ให้สามารถอยู่เหนืออารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ ด้วยการเข้าใจที่มาของอารมณ์ สืบค้นหาสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดอารมณ์ สังเกตความสนใจที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการประเมินต่อสิ่งเร้าเหล่านั้น การเรียนรู้กระบวนการทางอารมณ์จะช่วยให้บุคคลสามารถทำความเข้าใจในกระบวนการกำกับอารมณ์ทั้ง 5 ขั้นตอนได้ดียิ่งขึ้น โดยขั้นตอนสำหรับกำกับอารมณ์ถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์ก่อนอารมณ์เกิด (Antecedent-focused strategies) และกลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์หลังอารมณ์เกิด (Response-focused strategies)

กลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์ก่อนอารมณ์เกิด (Antecedent-focused strategies) เป็นแนวทางที่ใช้ในการจัดการกับขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่ช่วงของสถานการณ์หรือสิ่งเร้าที่มากกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ รวมถึงในช่วงของการใส่ใจและประเมินสิ่งเร้า ซึ่งทั้งสามช่วงนี้เป็นระยะก่อนที่อารมณ์จะก่อตัวขึ้นมา ขั้นตอนในกลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์ก่อนอารมณ์เกิดอารมณ์มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การเลือกสถานการณ์ (Situation selection) เป็นกลยุทธ์ที่บุคคลสามารถจัดการกับสถานการณ์ที่ตนต้องเผชิญได้ โดยการเลือกสถานการณ์ที่ต้องการหรือหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ไม่ต้องการเพื่อป้องกันการเกิดอารมณ์ไม่พึงประสงค์

2. การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ (Situation modification) เป็นการปรับเปลี่ยนแก้ไขสถานการณ์ที่กำลังเผชิญหน้าเพื่อให้สถานการณ์ดีขึ้น ส่งผลต่ออารมณ์ที่ดีด้วยเช่นกัน

3. การจัดการความสนใจ (Attentional deployment) เป็นการเปลี่ยนเป้าหมายของความสนใจ เมื่อรับรู้สถานการณ์หรือสิ่งเร้าที่เผชิญหน้าอยู่จะนำไปสู่การเกิดอารมณ์ที่ไม่ต้องการ บุคคลสามารถเบี่ยงเบนความสนใจไปสู่สิ่งอื่นที่นำพามาซึ่งอารมณ์ที่ต้องการได้

4. การเปลี่ยนแปลงทางปัญญา (Cognitive change) เป็นการกำกับอารมณ์ด้วยกระบวนการทางปัญญา เมื่อบุคคลให้ความสนใจและใส่ใจในสิ่งเร้าแล้ว ก่อนจะเกิดเป็นอารมณ์ที่ไม่พึงประสงค์ การปรับเปลี่ยนมุมมองทางความคิดจะช่วยให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางอารมณ์ที่เหมาะสมได้เช่นกัน

สำหรับกลุ่มที่มุ่งเน้นกำกับอารมณ์หลังอารมณ์เกิด (Response-focused strategies) เป็นการกำกับอารมณ์ในช่วงของการตอบสนอง ซึ่งช่วงนี้เป็นระยะที่อารมณ์ได้เกิดขึ้นมาแล้ว เพื่อให้อารมณ์ที่แสดงออกผ่านพฤติกรรมมีความเหมาะสม ขั้นตอนในกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งในกลุ่มดังกล่าวมีเพียงขั้นตอนเดียว คือ

1. การปรับเปลี่ยนการตอบสนอง (Response modification) เป็นกลยุทธ์ในการจัดการกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นให้เป็นไปตามที่บุคคลต้องการ ซึ่งกลวิธีอาจแตกต่างกันไปตามความสามารถหรือประสบการณ์ของตัวบุคคลเอง



## วิธีดำเนินการ

### 1. ชี้นำ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายเกี่ยวกับประสบการณ์การพบเจอเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์และพฤติกรรมซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นการบ้านในครั้งก่อน

1.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนอ่านบทความ “อารมณ์... ต้องไม่ข่ม แต่ต้องกำกับ” เขียนโดย วีระวงศ์ จิตต์มิตรภาพ และร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับการกำกับอารมณ์ในความเข้าใจของนักเรียน

### 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยและนักเรียนช่วยกันอภิปรายถึงประสบการณ์หรือยกตัวอย่างเหตุการณ์การกำกับอารมณ์ที่เคยเกิดขึ้นในสถานการณ์ต่าง ๆ

2.2 ผู้วิจัยอธิบายเกี่ยวกับความหมายของการกำกับอารมณ์และกระบวนการการกำกับอารมณ์ของ Gross (1998) ผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา และเพื่อให้นักเรียนสามารถเข้าใจได้ดีขึ้น ผู้วิจัยอธิบายการกำกับอารมณ์ไปพร้อมกับกระบวนการเกิดอารมณ์ที่ได้พูดถึงไปในกิจกรรมครั้งก่อน

2.3 ผู้วิจัยยกตัวอย่างเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้นักเรียนร่วมกันอภิปรายถึงแนวทางการกำกับอารมณ์ที่เหมาะสม

### 3. ขั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปเนื้อหาของทักษะการกำกับอารมณ์ แนวทางต่าง ๆ ที่นักเรียนได้เรียนรู้ไปในกิจกรรม พร้อมกับสรุปสิ่งที่นักเรียนได้จากการเรียนรู้ผ่านตัวแบบในคลิปวิดีโอ จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยให้การบ้านโดยให้นักเรียนบันทึกประสบการณ์การนำทักษะการกำกับอารมณ์ไปใช้อย่างน้อยวันละ 1 เหตุการณ์ลงในแบบบันทึก “My emotions can be regulated” เป็นระยะเวลา 3 วัน หลังจากนั้นนำส่งผู้วิจัยในกิจกรรมครั้งถัดไป

## วัสดุ อุปกรณ์

1. บทความเรื่อง “อารมณ์... ต้องไม่ข่ม แต่ต้องกำกับ”
2. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับความหมายของการกำกับอารมณ์และกระบวนการการกำกับอารมณ์ของ Gross (1998)

3. แบบบันทึก “My emotions can be regulated”

4. กระดาษโน้ต

#### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
2. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
3. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม
4. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามจากใบงาน
5. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต



### บทความเรื่อง “อารมณ์ ... ต้องไม่ข่ม แต่ต้องกำกับ”

ทางที่จะแก้ปัญหาในเรื่องอารมณ์ของตนเองให้ได้ ก็คงมีหลายวิธีแตกต่างกันออกไป แต่ที่ได้ยินมากที่สุดก็คือ การข่มอารมณ์ไว้

ในการเจรจาต่อรองกันเพื่อให้ดีลสำเร็จและแต่ละฝ่ายได้รับประโยชน์ตามความมุ่งหมายของตนนั้น ย่อมจะมี ทั้งช่วงเวลาที่เราปรี่นและขัดแย้งสลับกันไปมา โดยในช่วงเวลาแห่งความขัดแย้งนั้น การที่ตนไม่ได้ตั้งใจก็อาจ เป็นเหตุให้เกิดอารมณ์โกรธ ผิดหวัง หงุดหงิด กลัว เครียด ฯลฯ จนมองทุกอย่างรวมทั้งคู่ร่วมเจรจาในแง่ลบไปหมด ซึ่งจะทำให้เกิดผลร้ายต่อการเจรจา เพราะขาดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่จะต้องนำมาใช้ในการแก้จุดขัดแย้ง และอาจเป็นเหตุที่ทำให้ดีลไม่สำเร็จ หรือสำเร็จไม่ได้ตามที่ควรจะเป็น

ผู้ที่เคยมีประสบการณ์เช่นนี้จึงต้องหาทางที่จะแก้ปัญหาในเรื่องอารมณ์ของตนเองให้ได้ ซึ่งก็คงมีหลายวิธี แตกต่างกันไป แต่ที่ได้ยินมากที่สุดก็คือ การข่มอารมณ์ไว้

การข่มอารมณ์หมายถึงการไม่แสดงออกแม้จะมีอารมณ์อยู่ ซึ่งเท่ากับว่าอารมณ์ ไม่ว่าจะโกรธ กลัว เหมิน ชื่นหน้า ฯลฯ ทั้งหลายทั้งปวงยังอยู่ครบเพียงแต่ใช้ความอดกลั้น กลั๊กกลืนมันไว้ไม่ให้ปรากฏออกมา แต่อารมณ์ที่ ข่มไว้นี้จะปะทุขึ้นมาอีกเมื่อใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับขอบเขตของความอดกลั้น หรือความสามารถในการข่มอารมณ์ ของแต่ละคน ดังนั้น แม้การข่มอารมณ์จะมีประโยชน์แต่ก็ไม่ถือว่าเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด

การข่มอารมณ์ช่วยสร้างผลดีต่อภาพลักษณ์ของเรา ทำให้ดูเป็นคนสงบขึ้น แต่เนื่องจากปัญหา (คืออารมณ์) ไม่ได้หายไป อารมณ์ที่ยังคงมีอยู่แต่ถูกข่มเอาไว้นั้นก็ยังคงวนเวียนมาโจมตีอยู่ตลอดเวลาที่เราพยายามที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์หาทางแก้ปัญหาที่ประสບอยู่ จนทำให้ใช้ความคิดได้ไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับคนที่นับถือศาสนาพุทธและเข้าใจหลักสัจธรรมที่ท่านพุทธทาสเคยสอนไว้ในหัวข้อ 'จิตว่าง: ตัวกู-ของกู' ย่อมจะสามารถเผชิญกับปัญหาเรื่องอารมณ์ได้อย่างราบรื่น โดยอาจจะถึงขั้นกำจัดไม่ให้มีอารมณ์เกิดขึ้นเลยก็เป็นได้

แต่ในวิถีคิดแบบฝรั่งซึ่งยังไม่ถึงขั้นกำจัดต้นเหตุแห่งอารมณ์นั้น จะมีทฤษฎีในการคิดเรียกว่า Emotional Agility (ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเรื่อง Emotional Intelligence) คือ การยอมรับว่าตนเองมีอารมณ์ แต่แทนที่จะไปข่มมันไว้ ให้อยอมรับว่าเรามีอารมณ์แต่เป็นเพียงสถานการณ์ที่อารมณ์สร้างขึ้นในแต่ละขณะ ไม่สรุปว่าเหตุการณ์เป็นอย่างที่อารมณ์กำลังพาไป เช่น เมื่อเรามีอารมณ์โกรธว่าฝ่ายตรงข้ามไม่มีเหตุผล เราจะต้องบอกตัวเองว่า ตัวเรา 'กำลังคิดว่า' ฝ่ายตรงข้ามไม่มีเหตุผล เพราะเขาโต้แย้งเรา และทำให้เราโกรธ เพื่อเป็นการกำกับตนเองให้รู้เท่าทันว่ามันเป็นเพียงอารมณ์ ซึ่งมุมมองของเราจะถูกต้องตามข้อเท็จจริงหรือไม่ ยังต้องรอการพิสูจน์ อันจะทำให้เราเข้าใจและกำกับอารมณ์ได้และไม่ยึดติด จนสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ ต่อไปได้ว่าเราควรจะทำอย่างไรที่ดีที่สุดในการแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้น (บทความจาก Harvard Business Review ชื่อ How Effective Leaders Manage Their Negative Thoughts and Feelings เขียนโดย Susan David และ Christina Congleton)

ที่มา: วีระวงศ์ จิตต์มิตรภาพ (2559) เว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ

## แบบบันทึก “My emotions can be regulated”

คำชี้แจง ให้นักเรียน ๑ จดบันทึกหรือยกตัวอย่างเหตุการณ์ที่ได้นำกลยุทธ์การกำกับอารมณ์ไปใช้ โดยระบุเหตุการณ์ อารมณ์ที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นจากเหตุการณ์ดังกล่าว กลยุทธ์การกำกับอารมณ์ที่เลือกใช้ พร้อมอธิบาย



เหตุการณ์
.....
.....
.....

อารมณ์ที่เกิดขึ้น/อาจจะเกิดขึ้น
.....
.....
.....

กลยุทธ์การกำกับอารมณ์ที่ใช้ และใช้อย่างไร จงอธิบาย
.....
.....
.....



เหตุการณ์
.....
.....
.....

อารมณ์ที่เกิดขึ้น/อาจจะเกิดขึ้น
.....
.....
.....

กลยุทธ์การกำกับอารมณ์ที่ใช้ และใช้อย่างไร จงอธิบาย
.....
.....
.....

ชื่อ..... เลขที่.....

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 6

ชื่อกิจกรรม กำกับอารมณ์ ลดโซเซียล

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

เพื่อให้ทักษะในการกำกับอารมณ์ดียิ่งขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการฝึกฝนอยู่เป็นประจำ จากการเรียนรู้กลยุทธ์ในการกำกับอารมณ์ไปในกิจกรรมครั้งก่อน นักเรียนได้รู้จักแนวทางในการกำกับอารมณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ในทุกช่วงเวลา นอกเหนือจากการนำทักษะการกำกับอารมณ์ไปใช้ในชีวิตประจำวันแล้ว นักเรียนยังสามารถนำไปปรับใช้เพื่อกำกับอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการต้องการใช้สื่อสังคม รวมถึงขณะใช้และหลังใช้สื่อสังคม เมื่อมีทักษะการกำกับอารมณ์ที่เข้มแข็งก็สามารถใช้ในการรับมือกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้ อีกทั้งยังสามารถใช้ได้กับทุกสถานการณ์ในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอธิบายความหมายของการกำกับอารมณ์ได้
2. นักเรียนสามารถอธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การกำกับอารมณ์ได้
3. นักเรียนสามารถยกตัวอย่างวิธีการการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้
4. นักเรียนสามารถนำกลยุทธ์และการกำกับอารมณ์ไปใช้ในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาในชีวิตประจำวันได้

### เนื้อหา

การพัฒนาการกำกับอารมณ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้การฝึกฝนและเรียนรู้จากประสบการณ์ กลวิธีที่สามารถใช้ในการกำกับอารมณ์จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์และตัวบุคคลเองด้วย ทักษะการกำกับอารมณ์คือความสามารถในการเข้าใจการกระตุ้นทางอารมณ์ที่มาจากสิ่งเร้าต่าง ๆ เมื่อบุคคลที่มีการกำกับอารมณ์ที่ดีได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งเร้าบางอย่างจะสามารถเลือกใช้วิธีการกำกับอารมณ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น และสามารถจัดการได้เป็นอย่างดี (Sheppes et al., 2015) ถึงแม้ว่ากลยุทธ์ของการกำกับอารมณ์จะมีหลากหลาย หากแต่กระบวนการ

ที่มุ่งเน้นไปในช่วงเวลาที่มีการกำกับอารมณ์เกิดขึ้นมากยิ่งขึ้นยังเป็นแนวทางที่ดีและเป็นที่ยอมรับมากที่สุด อย่างเช่น แนวทางการกำกับอารมณ์ของ Gross (1998) ที่อธิบายถึงทักษะการกำกับอารมณ์ที่ถูกนำออกมาใช้ในแต่ละช่วงของกระบวนการการเกิดอารมณ์ ขั้นตอนในการกำกับอารมณ์ 2 ขั้นตอนแรก คือการเลือกสถานการณ์ (Situation selection) และ การปรับเปลี่ยนสถานการณ์ (Situation modification) ที่มุ่งเน้นไปที่การเลือกหรือปรับเปลี่ยนสถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อ การเกิดอารมณ์ได้ สำหรับขั้นตอนที่สามคือการจัดการความสนใจ (Attentional deployment) ถูกนำมาใช้เพื่อหันเหความสนใจไปจากสถานการณ์หรือสิ่งเร้าจะอาจก่อให้เกิดอารมณ์ ขั้นตอนที่ดีคือการเปลี่ยนแปลงทางปัญญา (Cognitive change) เป็นกลวิธีประเมินค่าสิ่งเร้าและปรับเปลี่ยนมุมมอง การคิดให้ดีขึ้นเพื่อไม่ให้เกิดอารมณ์ และการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง (Response modification) เป็นขั้นตอนที่จะถูกนำมาใช้หลังจากอารมณ์ได้เกิดขึ้นแล้ว

Gross และ John (2003) ให้ความสำคัญกับ 2 ขั้นตอนหลัง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางปัญญา (Cognitive change) และการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง (Response modification) สำหรับขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงทางปัญญามีวิธีการที่เป็นที่ยอมรับและมักพบในการศึกษาวิจัย คือ การประเมินใหม่ (Reappraisal) หมายถึง การประเมินเพื่อเปลี่ยนวิถีของอารมณ์ได้ก่อนที่จะแสดงออกไป ซึ่งจะส่งผลดีกับการนำไปใช้ในการลดองค์ประกอบด้านประสบการณ์และพฤติกรรมของอารมณ์เชิงลบ ในส่วนของการปรับเปลี่ยนการตอบสนอง มีวิธีการที่ยอมรับเช่นกัน ซึ่งก็คือ การระงับการแสดงออก (Expressive suppression) หมายถึง การยับยั้งพฤติกรรมแสดงออกทางอารมณ์ มักนำไปใช้ในการลดการแสดงออกของอารมณ์เชิงลบ นอกจากนี้ยังพบวิธีการและกลยุทธ์อื่น ๆ ที่มักถูกนำมาใช้ในการกำกับอารมณ์ เช่น การยอมรับ (Acceptance), การปฏิเสธ (Denial), การออกกำลังกาย (Exercise), การมุ่งสู่อนาคต (Future focus), การแก้ปัญหา (Problem solving), การให้รางวัล (Reward), การแบ่งปันทางสังคม (Social sharing) เป็นต้น (Silk et al., 2003)

## วิธีดำเนินการ

### 1. ขั้นนำ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายเกี่ยวกับแบบบันทึก ‘My emotions can be regulated’

1.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนนำเสนออารมณ์ที่มักเกิดขึ้นกับนักเรียนเมื่อใช้สื่อสังคมและแนวทางการกำกับอารมณ์ในรูปแบบของนักเรียน

## 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยให้นักเรียนแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มต้องช่วยกันคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับการนำขั้นตอนการกำกับอารมณ์ทั้ง 5 ขั้นตอนไปใช้ในการกำกับอารมณ์ต่อความต้องการใช้สื่อสังคมในชีวิตประจำวันอย่างไรได้บ้าง พร้อมทั้งยกตัวอย่าง และเขียนสรุปคำตอบที่ได้ลงในกระดาษแข็ง

2.2 นักเรียนแต่ละกลุ่มออกมานำเสนอ หลังจากนั้นจะให้สมาชิกกลุ่มอื่นร่วมอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการกำกับอารมณ์เพิ่มเติม

2.3 ผู้วิจัยแจกใบงาน “เมื่อฉันอยากใช้สื่อสังคม” ซึ่งเป็นโจทย์สถานการณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาให้แต่ละกลุ่ม ให้นักเรียนวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางหรือวิธีการในการกำกับอารมณ์ต่อพฤติกรรมนั้น

2.4 ผู้วิจัยให้นักเรียนนั่งเป็นวงกลมเพื่อร่วมกันแบ่งปันคำตอบและแสดงความคิดเห็นต่อวิธีการหรือแนวทางของแต่ละกลุ่ม โดยมีผู้วิจัยคอยให้คำแนะนำและเสนอวิธีการอื่นในกรณีที่นักเรียนตอบไม่ครอบคลุม

## 3. ขั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปเนื้อหาของทักษะการกำกับอารมณ์ กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นักเรียนได้เรียนรู้ไปในกิจกรรม พร้อมกับสรุปสิ่งที่นักเรียนได้จากการทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกันเพื่อนำการกำกับอารมณ์ไปใช้เพื่อกำกับความต้องการใช้สื่อสังคมและกำกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกรจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยเน้นย้ำให้นักเรียนนำกลยุทธ์การกำกับอารมณ์ต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้ไปฝึกใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อลดปริมาณการใช้สื่อสังคมและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

3.3 ผู้วิจัยเก็บแบบบันทึก “My emotion can be regulated” ซึ่งเป็น การบ้าน จากกิจกรรมครั้งที่แล้วคืน

## วัสดุ อุปกรณ์

1. กระดาษแข็ง

2. ปากกาเมจิก
3. ใบงาน “เมื่อฉันอยากใช้สื่อสังคม”
4. กระดาษโน้ต

#### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
2. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
3. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม
4. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต





## ใบงาน “เมื่อฉันอยากใช้สื่อสังคม”

**คำชี้แจง** ให้น้อง ๆ ช่วยกันอ่านสถานการณ์ตัวอย่างดังต่อไปนี้ ช่วยกันวิเคราะห์ถึงผลกระทบที่จะตามมาหากไม่ได้รับการกำกับอารมณ์ วิธีการกำกับอารมณ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ดังกล่าว และผลกระทบที่จะตามมาหากได้รับการกำกับอารมณ์ที่เหมาะสม

**เหตุการณ์ที่ 1** ก่อนจะเริ่มทำการบ้าน มะลิ้มักหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาเพื่อเปิดเช็คความเคลื่อนไหวในโซเชียลก่อนเสมอ

**เหตุการณ์ที่ 2** มะเฟื่องให้ความสำคัญกับข้อความหรือคอมเมนต์ที่เพื่อนบนโซเชียลเขียนถึงเธอ และจะรู้สึกไม่มั่นใจหากได้รับคอมเมนต์ด้านลบ

**เหตุการณ์ที่ 3** เมื่อไหร่ที่รู้สึกแยหรือไม่มีความสุข มะเหมี่ยวจะเลือกเข้าโซเชียล เพราะช่วยให้รู้สึกดีขึ้นได้ทุกครั้ง

**เหตุการณ์ที่ 4** มะพร้าวเข้าใช้สื่อสังคมทุกวัน วันละหลายชั่วโมง บางครั้งใช้นานจนลืมเวลาไปเลยก็มี

**เหตุการณ์ที่ 5** มะตุมใช้เวลากับการตอบแชทหรือท่องโซเชียลทั้งวัน จนผู้ปกครองต้องเตือนให้เลิกใช้ มะตุมจะรู้สึกไม่พอใจและโวยวายใส่

**เหตุการณ์ที่ 6** เพื่อนชวนมะม่วงออกไปเที่ยว แต่มะม่วงเอาแต่ก้มหน้าเล่นโทรศัพท์ ไม่ได้สนใจเพื่อน จึงทำให้เพื่อนไม่พอใจ

**เหตุการณ์ที่ 7** ทุกครั้งที่แบตเตอรี่หมดและลืมเอาที่ชาร์จไปด้วย มะยมจะรู้สึกหงุดหงิดทุกครั้ง เพราะอยากเข้าโซเชียล

**เหตุการณ์ที่ 8** มะไฟเล่นโทรศัพท์จนตึกตื่นและตื่นสายทุกวัน

**เหตุการณ์ที่ 9** หากยอดไลก์รูปน้อยลง มะปรางจะรู้สึกกระวนกระวายใจ กลัวว่าตนจะเป็นที่นิยมนบนโซเชียลน้อยลง

**เหตุการณ์ที่ 10** ไม่ว่าจะทำอะไรอยู่ มะปริงก็จะอยากรู้ตลอดเวลาว่าเกิดความเคลื่อนไหวใดบ้างบนโลกโซเชียล

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 7

ชื่อกิจกรรม ดิ่งสติ

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

การฝึกสติจะช่วยให้ผู้ฝึกมีความสามารถในการกำกับอารมณ์ต่าง ๆ ที่เกิดได้ดีขึ้น บุคคลที่มีสติในการดำเนินชีวิตจะกระทำทุกอย่างอย่างระมัดระวัง ระวังถึงการกระทำของตนในทุกช่วงเวลาและรับรู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นักเรียนที่ผ่านการฝึกสติจะเข้าใจอารมณ์ที่เกิดจากสิ่งเร้ารอบกาย มีการไตร่ตรองแนวทางการตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางอารมณ์อย่างถี่ถ้วน ส่งผลต่อการมีทักษะการกำกับอารมณ์ที่ดีตามไปด้วย เนื่องจากสติเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะช่วยให้นักเรียนสามารถจัดการกับอารมณ์ เมื่อนักเรียนเข้าใจและยอมรับในวัฏจักรของอารมณ์ที่เมื่อมีเกิดก็ย่อมมีดับไป ก็จะสามารถคิดหาวิธีในการกำกับอารมณ์ได้อย่างเหมาะสมเช่นกัน

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถอธิบายความหมายของสติได้
2. นักเรียนสามารถอธิบายความสำคัญของสติต่อทักษะการกำกับอารมณ์ได้
3. นักเรียนสามารถยกตัวอย่างการนำสติไปใช้กับสถานการณ์ทางอารมณ์ที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมได้
4. นักเรียนสามารถนำการฝึกสติไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

### เนื้อหา

สติ (Mindfulness) หมายถึง การให้ความสนใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน เปรียบเสมือนการกำกับอารมณ์รวมถึงกำกับตัวบุคคลให้ใส่ใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นเบื้องหน้า มีสติอยู่กับสิ่งที่ตนเผชิญอยู่ ไม่วอกแวกหรือเหม่อลอย เป็นการรับรู้ผ่านการตระหนักรู้โดยปราศจากการนำความคิด ความรู้สึกต่าง ๆ เข้ามาร่วมตัดสิน บุคคลเพียงแคร์รับรู้และยอมรับต่ออารมณ์ที่เกิดขึ้น ไม่จดจ่ออยู่กับความเข้มข้นของอารมณ์ เพื่อที่จะไม่ทำให้อารมณ์ที่มีอยู่นั้นมีอิทธิพลเหนือตัวบุคคลเอง (Bishop et al., 2004; Brown & Ryan, 2003) การฝึกฝนสติจะช่วยให้อยู่กับปัจจุบันได้ ไม่สับสน ไม่กระวนกระวายใจ หรือพุ่งชนไปกับเหตุการณ์ทั้งในอดีตและอนาคต ผู้ฝึกเกิดการตระหนักรู้ต่อตนเอง รับรู้ว่าตนกำลัง

ทำอะไร ทำด้วยลักษณะท่าทางแบบใด ไม่กระทำการต่าง ๆ ด้วย อาการเหม่อลอย นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถอยู่กับความเป็นจริงได้ดียิ่งขึ้น จากการไม่นำความคิดหรือ ความรู้สึกมาตัดสินใจสถานการณ์ที่พบเจอ รับรู้และยอมรับกับความจริงที่เกิดขึ้น จะช่วยลดการเกิดอารมณ์เชิงลบได้ ผู้มีสติจะวางตัวเป็นกลางต่อทุกสิ่ง ไม่ตัดสินในทางบวกหรือลบ หากแต่รับรู้จากความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (ศุภกรใจ เจริญสุข และคณะ, 2559)

Cardaciotto et al. (2008) กล่าวว่า การมีสติต้องประกอบด้วย การตระหนักรู้ (Awareness) และการยอมรับ (Acceptance) โดยการตระหนักรู้เป็นการที่บุคคลสังเกตเหตุการณ์ที่พบเจอโดยไม่แสดงพฤติกรรมใดตอบโต้โดยทันที หากแต่ตระหนักรู้ต่อสิ่งนั้นอย่างมีสติ การยอมรับเป็นการเปิดใจรับต่อทุกสถานการณ์ที่พบเจอ ไม่ตัดสิน ไม่หลีกเลี่ยง แต่ยอมรับว่าสิ่งนั้นได้เกิดขึ้นแล้ว นอกจากนี้ ทั้งการตระหนักรู้และการยอมรับยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับอารมณ์ตามแนวคิดของ Gratz and Roemer (2004) ที่เชื่อว่า การกำกับอารมณ์ไม่เพียงแต่สามารถปรับเปลี่ยนอารมณ์ได้เท่านั้น หากแต่ต้องตระหนักรู้ เข้าใจ และยอมรับอารมณ์ได้ด้วย เพื่อที่จะสามารถกำกับอารมณ์ไปในทิศทางที่เหมาะสม เมื่อบุคคลมีทั้งการตระหนักรู้และการยอมรับ จะช่วยให้มีสติในการทบทวนสถานการณ์หรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยไม่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์

## วิธีดำเนินการ

### 1. ชำนาญ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายเกี่ยวกับการนำทักษะการกำกับอารมณ์ไปใช้การลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

1.2 ผู้วิจัยซักชวนนักเรียนพูดคุยถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสติ รวมถึงประโยชน์จากการมีสติ และโทษที่เกิดจากการขาดสติ รวมถึงความสำคัญของสติต่อการกำกับอารมณ์

### 2. ชำนาญกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยถามนักเรียนถึงวิธีการฝึกสติตามความเข้าใจของนักเรียน หลังจากนั้นจึงอธิบายความหมายของสติ การตระหนักรู้และการยอมรับต่อทุกสิ่งที่เกิดขึ้น และการฝึกสติเบื้องต้นผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา

2.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนเลือกพื้นที่ในห้องที่ตนชอบและนั่งหรือนอนในท่าทางที่รู้สึกสบาย

2.3 ผู้วิจัยให้นักเรียนหลับตา ใช้เวลากับตนเอง รับฟังเสียงของตนเอง และเริ่มฝึกสติ โดยให้นักเรียนตั้งสมาธิอยู่กับลมหายใจของตนเอง และเปิดการรับรู้ผ่านอวัยวะแต่ละส่วนในร่างกาย โดยผู้วิจัยเป็นผู้พูดนำให้นักเรียนปฏิบัติตาม

2.4 ผู้วิจัยให้นักเรียนนั่งเป็นวงกลม และอภิปรายถึงกิจกรรมการตั้งสติและรับฟังตนเอง ประโยชน์ของสติต่อการกำกับอารมณ์ วิธีการฝึกสติที่สามารถนำไปใช้เมื่อเจอสถานการณ์ที่กระตุ้นอารมณ์จากการใช้สื่อสังคม รวมถึงการนำสติไปใช้ในชีวิตประจำวัน

### 3. ชั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยสรุปเกี่ยวกับการมีสติด้วยการตระหนักรู้และยอมรับในสิ่งเร้าที่พบเจอ ผลกระทบที่เกิดจากการขาดสติ การนำสติไปใช้ในกรณีที่เจอสถานการณ์กระตุ้นอารมณ์จากการใช้สื่อสังคม รวมถึงวิธีการฝึกสติในชีวิตประจำวัน จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยให้การบ้านโดยการให้นักเรียนฝึกทำสมาธิที่บ้าน อย่างน้อยวันละ 10 นาที พร้อมทั้งจดบันทึกลงในแบบบันทึกการฝึกสติประจำวัน เป็นระยะเวลา 3 วันนับจากวันที่ได้รับแบบบันทึก ก่อนนำส่งผู้วิจัยในกิจกรรมครั้งถัดไป

### วัสดุ อุปกรณ์

1. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับความหมายของสติและความสำคัญของสติต่อทักษะการกำกับอารมณ์
2. คลิปวิดีโอจากละครเรื่องวัยแสบสาแหรกขาด โครงการ 2
3. ใบงาน “จะเป็นอย่างไรเมื่อขาดสติ”
4. แบบบันทึกการฝึกสติประจำวัน
5. กระดาษโน้ต

### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
2. ผู้วิจัยสังเกตจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
3. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามจากใบงาน
4. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต

ชื่อ.....เลขที่.....

### แบบบันทึกการฝึกสติประจำวัน

คำชี้แจง ให้นั่ง ให้น่อง ฝึกสติวันละ 10 นาทีหรือมากกว่านั้น โดยสังเกตอารมณ์ที่เกิดขึ้นก่อนการฝึกสติ และความเปลี่ยนแปลงที่น้อง ๆ รู้สึกหลังจากฝึกสติแล้ว



อารมณ์ก่อนฝึกสติ	..... ..... .....	..... ..... .....	..... ..... .....
ระยะเวลาการฝึกสติ	.....นาที	.....นาที	.....นาที
ความเปลี่ยนแปลง หลังฝึกสติ	..... ..... .....	..... ..... .....	..... ..... .....

## แผนการดำเนินกิจกรรมที่ 8

ชื่อกิจกรรม ฉันจะทำให้ได้

ระยะเวลา 50 นาที

### สาระสำคัญ

การปรับเปลี่ยนโครงสร้างหรือแนวทางการคิดส่งผลต่อการแสดงออกทางอารมณ์และพฤติกรรมเชิงบวก ช่วยให้นักเรียนได้เกิดการคิดวิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการกระทำของตนเองมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะในการรับมือกับความต้องการในการกลับมาใช้สื่อสังคมในปริมาณมากหลังจากพยายามที่จะลดปริมาณลง ด้วยการนำทักษะการกำกับอารมณ์มาใช้ ไตร่ตรองถึงผลกระทบจากพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมมากเกินไปจนความจำเป็น และฝึกตั้งเป้าหมายต่อตนเองในการใช้สื่อสังคมในอนาคตด้วยการหากิจกรรมทดแทน เพื่อไม่ให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาจากการใช้สื่อสังคมมากเกินไป พร้อมกับเสริมสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้ทำตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

### วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. นักเรียนสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ไปใช้ในชีวิตรประจำวัน
2. นักเรียนสามารถลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาได้
3. นักเรียนสามารถระบุกิจกรรมทดแทนการใช้สื่อสังคมได้

### เนื้อหา

การกลับสู่สภาพเดิม (Relapse) หรือการมีความต้องการใช้สื่อสังคมในปริมาณมากอีกครั้ง ถึงแม้จะพยายามลดหรือหยุดใช้ เป็นหนึ่งในอาการของผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหารวมถึงผู้ที่มีการเสพติดชนิดอื่น ๆ ซึ่งจะไม่สามารถตัดขาดกับสิ่งที่ตนเสพติดได้อย่างถาวร เมื่อได้กลับมาใช้อีกครั้งก็จะยังคงใช้มากเหมือนเดิมหรืออาจจะใช้มากกว่าเดิม สำหรับการหยุดใช้สื่อสังคมตลอดไปนั้นอาจจะเป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ เนื่องจากสื่อสังคมได้กลายเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่สำคัญสำหรับมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ผู้คนจำเป็นต้องใช้สื่อสังคมในการติดต่อพูดคุย ใช้ในการศึกษา การทำงาน การสร้างธุรกิจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงคุณประโยชน์อีกมากมายที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคม ดังที่กล่าวไปว่าการตัดสื่อสังคมออกจากชีวิตนั้นคงเป็นไปได้อย่างยาก

แต่สิ่งที่ผู้ใช้สื่อสังคมทุกคนควรที่จะทำได้คือการใช้ในปริมาณที่เหมาะสมและใช้อย่างมีสติ สำหรับกลุ่มของผู้ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหานั้น อาจเป็นเพราะการหมกมุ่นกับสิ่งเหล่านั้นมากเกินไปจนเกินขาดการควบคุม จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการปรับเปลี่ยนความคิดที่มีต่อการใช้สื่อสังคม พร้อมทั้งเรียนรู้วิธีการรับมือกับความต้องการใช้ในเวลาที่ไม่จำเป็น ด้วยการฝึกตั้งเป้าหมายต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของตนในอนาคตและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อที่จะทำให้พฤติกรรมที่เป็นปัญหาสามารถลดน้อยลงได้

## วิธีดำเนินการ

### 1. ขั้นนำ

1.1 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมครั้งก่อน และให้นักเรียนอภิปรายเกี่ยวกับการฝึกสติด้วยตนเอง ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นการบ้านในครั้งก่อน

1.2 ผู้วิจัยให้นักเรียนแบ่งปันประสบการณ์เกี่ยวกับการนำวิธีการรับมือกับความต้องการใช้สื่อสังคมในระยะเวลานานและเป้าหมายในการลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาไปใช้

1.3 ผู้วิจัยให้นักเรียนฝึกสติ โดยการนั่งอยู่กับที่ กำหนดลมหายใจของตนเอง รับรู้ในทุกส่วนของร่างกาย เป็นระยะเวลา 15 นาที

### 2. ขั้นตอนกิจกรรม

2.1 ผู้วิจัยแจกใบงาน “ชีวิตมีอะไรตั้งเยอะแยะ” ให้นักเรียนได้ค้นหากิจกรรมทดแทนการใช้สื่อสังคมเพื่อช่วยลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

2.2 ผู้วิจัยและนักเรียนร่วมกันอภิปรายคำตอบจากใบงาน และผู้วิจัยอธิบายถึงความต้องการที่จะกลับมาใช้หลังพยายามลดหรือเลิกพฤติกรรมเสพติดต่าง ๆ ผ่านไฟล์ PowerPoint ที่เตรียมมา

2.3 ผู้วิจัยทบทวนกิจกรรมทั้งหมดที่ผ่านมาจากการเข้าร่วมโปรแกรม

2.4 ผู้วิจัยและนักเรียนร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับกิจกรรมที่ชื่นชอบ พร้อมเหตุผล

2.5 ผู้วิจัยแจกโปสการ์ดให้ผู้เรียนเพื่อเขียนเป้าหมายต่อการลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา และเขียนให้กำลังใจตนเอง เพื่อกระตุ้นเตือนนักเรียนถึงเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้และเสริมแรงใจให้นักเรียนในการลดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา

2.6 ผู้วิจัยกล่าวเสริมแรงจูงใจผู้เรียนทุกคนต่อการลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา กระตุ้นให้นักเรียนทำภารกิจครั้งนี้ไปด้วยกัน เพื่อที่จะได้มีกำลังใจให้การลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา และเน้นย้ำการนำการกำกับอารมณ์ไปใช้

### 3. ชั้นสรุปผล

3.1 ผู้วิจัยให้นักเรียนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าร่วมโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ ก่อนที่ผู้วิจัยจะสรุปกิจกรรมของโปรแกรมพัฒนาการกำกับอารมณ์ กิจกรรมที่นักเรียนชื่นชอบ และเสริมแรงนักเรียนเพื่อลดการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหา จากนั้นแจกกระดาษโน้ตให้นักเรียนทุกคนเขียนสิ่งที่ได้เรียนรู้ ความรู้สึกจากการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอแนะต่อผู้วิจัย

3.2 ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมและปิดกิจกรรม

3.3 ผู้วิจัยนัดแนะนักเรียนสำหรับการทดสอบในอีก 2 สัปดาห์ถัดไป และให้การบ้านโดยการให้นักเรียนฝึกทำสมาธิที่บ้านอย่างน้อยวันละ 10 นาที ทุกวัน พร้อมทั้งจดบันทึกลงในแบบบันทึกการฝึกสติประจำวัน

3.4 ผู้วิจัยเก็บแบบบันทึกการฝึกสติซึ่งเป็นการบ้านจากกิจกรรมครั้งที่แล้วคืน

### วัสดุ อุปกรณ์

1. โปสเตอร์
2. ไฟล์ PowerPoint เกี่ยวกับการกลับมาใช้ซ้ำ (Relapse)
3. ใบงาน “ชีวิตมีอะไรตั้งเยอะแยะ”
4. แบบบันทึกการฝึกสติประจำวัน
5. กระดาษโน้ต

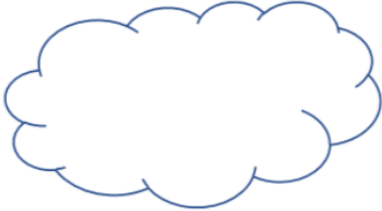
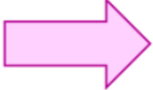



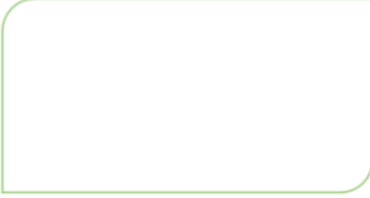





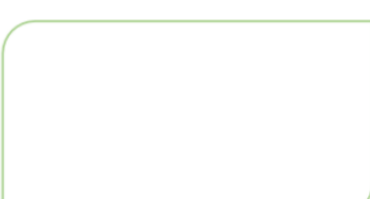


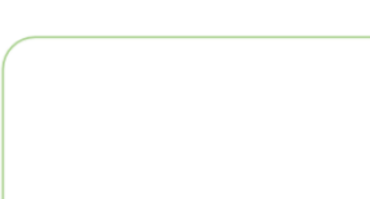
### การประเมินผล

1. ผู้วิจัยประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายคำตอบ
2. ผู้วิจัยประเมินจากการมีส่วนร่วมในขณะทำกิจกรรม
3. ผู้วิจัยประเมินจากการบันทึกสิ่งที่ได้เรียนรู้ในกระดาษโน้ต
4. ผู้วิจัยประเมินจากการตอบคำถามในใบงาน



## ใบงาน “ชีวิตมีอะไรตั้งเยอะเยอะ”

**คำชี้แจง** ให้นักเรียน ๑ คนหากิจกรรมอื่นที่สามารถทดแทนการใช้สื่อสังคมได้ และระบุข้อดีของการเลือกใช้กิจกรรมดังกล่าว

กิจกรรมที่ใช้ทดแทน	ข้อดีจากการลดสื่อสังคม ด้วยกิจกรรมดังกล่าว
	 
	 
	 
	 
	 

ชื่อ..... เลขที่.....





ภาคผนวก ค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2. แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### แบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

คำชี้แจง 1. แบบวัดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมของนักเรียน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคะแนนหรือผลการเรียน และข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ

2. โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ต้องการหรือเขียนข้อความเพิ่มเติมจากที่กำหนดให้

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 เพศ  ชาย  หญิง

1.2 ฉันใช้สื่อสังคม (Social media) ใดบ้าง (ใส่ตัวเลขจัดอันดับ โดยให้สื่อสังคมที่ใช้บ่อยที่สุดเป็นอันดับต้น)

Facebook  Instagram  YouTube  LINE  Messenger  Twitter

Pinterest  Pantip  บล็อกต่าง ๆ (ระบุ) .....

อื่น ๆ (ระบุ) .....

1.3 จำนวนชั่วโมงที่ฉันเข้าใช้สื่อสังคมในแต่ละวัน

1-2 ชั่วโมง  3-4 ชั่วโมง  5-6 ชั่วโมง  มากกว่า 6 ชั่วโมง

1.4 กิจกรรมยามว่างของฉันมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ดูหนัง/โทรทัศน์  ฟังเพลง  อ่านหนังสือ  ออกกำลังกาย  เล่นโทรศัพท์

เล่นคอมพิวเตอร์  เกี่ยวกับเพื่อน  ใช้เวลากับครอบครัว  อื่น ๆ (ระบุ) .....

#### ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม (Social media)

สื่อสังคม (Social media) หมายถึง พื้นที่ให้บริการบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้สามารถแบ่งปันข้อมูลให้แกกันและกันได้ ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ ขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อสังคมที่ใช้ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้คนได้พูดคุยและรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้คนอื่น ๆ ผ่านการมีความสนใจร่วมกัน

ข้อความ	ระดับ				
	(1) ไม่ตรงกับฉันที่สุด	(2) ไม่ตรงกับฉัน	(3) ไม่แน่ใจว่าตรงหรือไม่ตรงกับฉัน	(4) ตรงกับฉัน	(5) ตรงกับฉันที่สุด
1. ฉันมักใช้สื่อสังคมในขณะที่ทำกิจกรรมอื่นอยู่ เช่น ขณะเรียน รับประทานอาหาร พุดคุยกับเพื่อน ๆ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2. ถ้าไม่ได้ใช้สื่อสังคม ฉันจะรู้สึกเบื่อและไม่มีความสุข	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3. ฉันใช้เวลาใช้สื่อสังคมมากกว่าการพุดคุยกับคนรอบข้าง	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4. ฉันใช้สื่อสังคมจนส่งผลให้งาน/การบ้านเสร็จช้า หรือไม่เสร็จ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5. ฉันทำงานอดิเรกและกิจกรรมอื่น ๆ น้อยลงเพราะมัวแต่ใช้สื่อสังคม	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6. การพุดคุยผ่านทางออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกสบายใจมากกว่าแบบเจอหน้า	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7. ฉันมักเพลิดเพลินกับการใช้สื่อสังคมจนลืมเวลา	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8. ฉันรู้สึกหงุดหงิดเมื่อคนรอบข้างบอกให้ฉันใช้สื่อสังคมให้น้อยลง	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9. ฉันนึกถึงการใช้สื่อสังคมบ่อยครั้ง ในเวลาที่ไม่ได้ใช้หรือไม่สามารถใช้ได้	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10. ฉันมักต่อรองกับตนเองเพื่อให้ได้ใช้สื่อสังคมนานขึ้นอีกนิด	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ข้อความคำถาม	ระดับ				
	(1) ไม่ตรงกับ ฉันที่สุด	(2) ไม่ตรง กับฉัน	(3) ไม่แน่ใจ ว่าตรง หรือไม่ ตรงกับฉัน	(4) ตรงกับ ฉัน	(5) ตรงกับ ฉันที่สุด
11. ฉันเคยลองลดการใช้สื่อสังคมแล้ว แต่ก็ทำไม่ได้สักที	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12. เมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคม ฉันจะรู้สึกกระวนกระวายใจ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13. ฉันไม่สามารถหยุดหรือลดการใช้สื่อสังคมได้ ถึงแม้จะรู้ถึงผลกระทบ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14. ฉันคิดว่าการทำความรู้จักผู้คนผ่านสื่อสังคมง่ายกว่าแบบเจอหน้ากัน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15. หลายครั้งที่ฉันใช้สื่อสังคมนานกว่าที่ตั้งใจไว้ในตอนแรก	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16. สื่อสังคมช่วยให้ฉันเพลิดเพลินจนลืมความทุกขใจ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17. การลดใช้สื่อสังคมเป็นสิ่งที่ยากมากสำหรับฉัน	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18. ฉันจะรู้สึกไม่มีความสุขเมื่ออยู่ในพื้นที่ออฟไลน์หรือไม่มีอินเทอร์เน็ต	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19. เพียงแค่นี้ก็จะไม่ได้ใช้สื่อสังคม ฉันก็รู้สึกไม่สบายใจแล้ว	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20. เวลาอยู่ในโลกออนไลน์ ฉันมีความมั่นใจมากกว่าในโลกแห่งความเป็นจริง	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21. การใช้สื่อสังคมช่วยเปลี่ยนความรู้สึกของฉันจากแย่ให้กลายเป็นดีขึ้นได้	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22. เมื่อไม่ได้ใช้สื่อสังคม ฉันจะรู้สึกเหมือนขาดอะไรบางอย่าง	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23. บางครั้งฉันตื่นสายเพราะใช้สื่อสังคมจนติดตื่น	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24. ฉันต้องการใช้เวลาไปกับสื่อสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25. ฉันรู้สึกเป็นตัวของตัวเองมากขึ้นเมื่อใช้สื่อสังคม	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26. หากฉันรู้สึกอึดอัดกับสถานการณ์ตรงหน้า ฉันจะใช้สื่อสังคมเพื่อทำให้รู้สึกดีขึ้น	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27. ฉันเคยทะเลาะกับคนรอบข้างเพราะใช้เวลาไปกับสื่อสังคมมากเกินไป	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28. การใช้สื่อสังคมทำให้ฉันมีความสุข ฉันจึงใช้มากขึ้นเพื่อจะได้รับความรู้สึกแบบนั้นอีก	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29. เมื่อฉันไม่ได้ใช้สื่อสังคมหลายวัน ฉันจะใช้มากขึ้นทันทีที่กลับมาใช้	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30. ฉันรู้สึกดีและมีความสุขขึ้นมาก ๆ ทุกครั้งหลังจากได้ใช้สื่อสังคม	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31. ฉันสามารถใช้เวลาทั้งวันกับสื่อสังคม	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32. หลายคนเตือนให้ฉันใช้สื่อสังคมให้น้อยลง แต่ฉันทำไม่ได้	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบวัด

\*\*\*\*\*



ภาคผนวก ฉ  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างวิจัยและพฤติกรรมกร  
ใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการ  
ทดลอง และระยะติดตามผล

## 1. ข้อมูลเพศ

### 1.1 กลุ่มทดลอง

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	11	52.4	52.4	52.4
	Female	10	47.6	47.6	100.0
Total		21	100.0	100.0	

### 1.2 กลุ่มควบคุม

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	11	55.0	55.0	55.0
	Female	9	45.0	45.0	100.0
Total		20	100.0	100.0	

## 2. ข้อมูลสื่อสังคมที่ใช้

### 2.1 กลุ่มทดลอง ระยะก่อนการทดลอง

Descriptive Statistics				
	N	Range	Sum	Mean
Facebook	21	2	194	9.24
Instagram	18	6	122	6.78
Youtube	21	3	178	8.48
Line	20	4	135	6.75
Messenger	20	3	175	8.75
Twitter	9	1	47	5.22
Pinterest	5	5	16	3.20
Pantip	6	4	17	2.83
Blog	0			
Others	2	5	5	2.50
Valid N (listwise)	0			

## 2.2 กลุ่มทดลอง ระยะหลังการทดลอง

Descriptive Statistics				
	N	Range	Sum	Mean
Facebook	21	5	194	9.24
Instagram	17	4	123	7.24
Youtube	21	4	165	7.86
Line	19	3	128	6.74
Messenger	20	3	175	8.75
Twitter	3	1	16	5.33
Pinterest	1	0	3	3.00
Pantip	1	0	4	4.00
Blog	0			
Others	6	6	39	6.50
Valid N (listwise)	0			

## 2.3 กลุ่มทดลอง ระยะติดตามผล

Descriptive Statistics				
	N	Range	Sum	Mean
Facebook	21	4	190	9.05
Instagram	17	5	122	7.18
Youtube	20	4	162	8.10
Line	17	3	113	6.65
Messenger	20	3	176	8.80
Twitter	3	0	15	5.00
Pinterest	1	0	4	4.00
Pantip	1	0	3	3.00
Blog	0			
Others	11	8	69	6.27
Valid N (listwise)	0			



## 2.4 กลุ่มควบคุม ระยะก่อนการทดลอง

Descriptive Statistics				
	N	Range	Sum	Mean
Facebook	20	4	178	8.90
Instagram	16	4	100	6.25
Youtube	19	3	167	8.79
Line	15	4	105	7.00
Messenger	18	4	155	8.61
Twitter	3	3	21	7.00
Pinterest	3	1	14	4.67
Pantip	2	1	9	4.50
Blog	0			
Others	4	6	27	6.75
Valid N (listwise)	0			

## 2.5 กลุ่มควบคุม ระยะหลังการทดลอง

Descriptive Statistics				
	N	Range	Sum	Mean
Facebook	20	4	176	8.80
Instagram	14	4	104	7.43
Youtube	20	3	179	8.95
Line	18	3	123	6.83
Messenger	20	4	170	8.50
Twitter	2	0	6	3.00
Pinterest	3	3	12	4.00
Pantip	2	0	8	4.00
Blog	0			
Others	3	1	16	5.33
Valid N (listwise)	0			

## 2.6 กลุ่มควบคุม ระยะติดตามผล

Descriptive Statistics				
	N	Range	Sum	Mean
Facebook	20	4	180	9.00
Instagram	14	3	101	7.21
Youtube	20	3	176	8.80
Line	15	3	102	6.80
Messenger	20	4	173	8.65
Twitter	2	1	9	4.50
Pinterest	3	3	12	4.00
Pantip	2	1	7	3.50
Blog	0			
Others	6	3	34	5.67
Valid N (listwise)	0			

## 3. ข้อมูลระยะเวลาการใช้สื่อสังคม

### 3.1 กลุ่มทดลอง ระยะก่อนการทดลอง

Time					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 h.	3	14.3	14.3	14.3
	3-4 h.	4	19.0	19.0	33.3
	5-6 h.	7	33.3	33.3	66.7
	6+ h.	7	33.3	33.3	100.0
Total		21	100.0	100.0	

### 3.2 กลุ่มทดลอง ระยะหลังการทดลอง

Time					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 h.	3	14.3	14.3	14.3
	3-4 h.	7	33.3	33.3	47.6
	5-6 h.	5	23.8	23.8	71.4
	6+ h.	6	28.6	28.6	100.0
Total		21	100.0	100.0	

### 3.3 กลุ่มทดลอง ระยะติดตามผล

	Time	Time			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 h.	2	9.5	9.5	9.5
	3-4 h.	6	28.6	28.6	38.1
	5-6 h.	7	33.3	33.3	71.4
	6+ h.	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

### 3.4 กลุ่มควบคุม ระยะก่อนการทดลอง

	Time	Time			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 h.	3	15.0	15.0	15.0
	3-4 h.	9	45.0	45.0	60.0
	5-6 h.	6	30.0	30.0	90.0
	6+ h.	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

### 3.5 กลุ่มควบคุม ระยะหลังการทดลอง

	Time	Time			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 h.	6	30.0	30.0	30.0
	3-4 h.	7	35.0	35.0	65.0
	5-6 h.	5	25.0	25.0	90.0
	6+ h.	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

### 3.6 กลุ่มควบคุม ระยะติดตามผล

		Time			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 h.	1	5.0	5.0	5.0
	3-4 h.	10	50.0	50.0	55.0
	5-6 h.	7	35.0	35.0	90.0
	6+ h.	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

## 4. ข้อมูลกิจกรรมยามว่าง

### 4.1 กลุ่มทดลอง ระยะก่อนการทดลอง

		Activity Frequencies		
		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
activity <sup>a</sup>	Movie	11	14.9%	52.4%
	Song	11	14.9%	52.4%
	Book	2	2.7%	9.5%
	Exercise	4	5.4%	19.0%
	Phone	18	24.3%	85.7%
	Computer	4	5.4%	19.0%
	Hangout	12	16.2%	57.1%
	Family	11	14.9%	52.4%
	Other	1	1.4%	4.8%
Total		74	100.0%	352.4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

## 4.2 กลุ่มทดลอง ระยะหลังการทดลอง

		§activity Frequencies		
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
activity <sup>a</sup>	Movie	11	12.6%	52.4%
	Song	14	16.1%	66.7%
	Book	7	8.0%	33.3%
	Exercise	7	8.0%	33.3%
	Phone	19	21.8%	90.5%
	Computer	6	6.9%	28.6%
	Hangout	11	12.6%	52.4%
	Family	10	11.5%	47.6%
	Other	2	2.3%	9.5%
	Total		87	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

## 4.3 กลุ่มทดลอง ระยะติดตามผล

		§activity Frequencies		
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
activity <sup>a</sup>	Movie	12	12.8%	57.1%
	Song	16	17.0%	76.2%
	Book	3	3.2%	14.3%
	Exercise	9	9.6%	42.9%
	Phone	17	18.1%	81.0%
	Computer	6	6.4%	28.6%
	Hangout	15	16.0%	71.4%
	Family	11	11.7%	52.4%
	Other	5	5.3%	23.8%
	Total		94	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

#### 4.4 กลุ่มควบคุม ระยะก่อนการทดลอง

		Activity Frequencies		
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
activity <sup>a</sup>	Movie	9	12.5%	45.0%
	Song	13	18.1%	65.0%
	Book	3	4.2%	15.0%
	Exercise	8	11.1%	40.0%
	Phone	18	25.0%	90.0%
	Hangout	8	11.1%	40.0%
	Family	11	15.3%	55.0%
	Other	2	2.8%	10.0%
Total		72	100.0%	360.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

#### 4.5 กลุ่มควบคุม ระยะหลังการทดลอง

		Activity Frequencies		
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
activity <sup>a</sup>	Movie	14	15.9%	70.0%
	Song	17	19.3%	85.0%
	Book	5	5.7%	25.0%
	Exercise	10	11.4%	50.0%
	Phone	18	20.5%	90.0%
	Computer	2	2.3%	10.0%
	Hangout	9	10.2%	45.0%
	Family	10	11.4%	50.0%
	Other	3	3.4%	15.0%
	Total		88	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

## 4.6 กลุ่มควบคุม ระยะติดตามผล

**Activity Frequencies**

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
activity <sup>a</sup>	Movie	13	14.1%	65.0%
	Song	19	20.7%	95.0%
	Book	4	4.3%	20.0%
	Exercise	9	9.8%	45.0%
	Phone	18	19.6%	90.0%
	Computer	1	1.1%	5.0%
	Hangout	11	12.0%	55.0%
	Family	13	14.1%	65.0%
	Other	4	4.3%	20.0%
Total		92	100.0%	460.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาของกลุ่มทดลอง ในระยะก่อนการทดลอง ระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล ด้วย Mauchly's Test of Sphericity และสถิติ Sphericity Assumed

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
ก่อนทดลอง	3.0497	.72860	21
หลังทดลอง	2.8707	.85093	21
ติดตามผล	3.0537	.71689	21

Mauchly's Test of Sphericity<sup>a</sup>

Measure: MEASURE\_1

Within Subjects Effect	Mauchly's W	Approx. Chi-Square	df	Sig.	Epsilon <sup>b</sup>		
					Greenhouse-Geisser	Huynh-Feldt	Lower-bound
Time	.895	2.105	2	.349	.905	.990	.500

Tests the null hypothesis that the error covariance matrix of the orthonormalized transformed dependent variables is proportional to an identity matrix.

a. Design: Intercept

Within Subjects Design: Time

b. May be used to adjust the degrees of freedom for the averaged tests of significance. Corrected tests are displayed in the Tests of Within-Subjects Effects table.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY  
Tests of Within-Subjects Effects

Measure: MEASURE\_1

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared	
Time	Sphericity Assumed	.459	2	.229	2.704	.079	.119
	Greenhouse-Geisser	.459	1.810	.253	2.704	.085	.119
	Huynh-Feldt	.459	1.980	.232	2.704	.080	.119
	Lower-bound	.459	1.000	.459	2.704	.116	.119
Error (Time)	Sphericity Assumed	3.392	40	.085			
	Greenhouse-Geisser	3.392	36.203	.094			
	Huynh-Feldt	3.392	39.597	.086			
	Lower-bound	3.392	20.000	.170			



การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกราย  
องค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะก่อนการทดลอง ด้วยสถิติทดสอบที  
(Independent t-test)

		Group Statistics			
	Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Salience	กลุ่มทดลอง	21	3.0357	.84145	.18362
	กลุ่มควบคุม	20	2.9750	.67327	.15055
Online	กลุ่มทดลอง	21	3.0357	.86344	.18842
	กลุ่มควบคุม	20	2.8125	.68765	.15376
Mood	กลุ่มทดลอง	21	3.5714	.69885	.15250
	กลุ่มควบคุม	20	3.6000	.78388	.17528
Lack	กลุ่มทดลอง	21	3.1238	.92623	.20212
	กลุ่มควบคุม	20	2.7500	.64195	.14355
Withdraw	กลุ่มทดลอง	21	2.9429	1.04143	.22726
	กลุ่มควบคุม	20	2.5600	.54522	.12191
Conflict	กลุ่มทดลอง	21	2.8571	.82980	.18108
	กลุ่มควบคุม	20	2.5300	.66578	.14887
Relapse	กลุ่มทดลอง	21	2.7810	.88973	.19415
	กลุ่มควบคุม	20	2.3700	.54396	.12163
Total	กลุ่มทดลอง	21	3.0497	.72860	.15899
	กลุ่มควบคุม	20	2.7996	.49063	.10971

### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Salience	Equal variances assumed	.738	.396	.254	39	.801	.06071	.23875	-.42221	.54364	
	Equal variances not assumed			.256	37.899	.800	.06071	.23745	-.42001	.54144	
Online	Equal variances assumed	.513	.478	.913	39	.367	.22321	.24456	-.27146	.71789	
	Equal variances not assumed			.918	37.842	.365	.22321	.24320	-.26918	.71561	
Mood	Equal variances assumed	.151	.700	-.123	39	.902	-.02857	.23167	-.49718	.44003	
	Equal variances not assumed			-.123	37.978	.903	-.02857	.23234	-.49892	.44178	
Lack	Equal variances assumed	2.601	.115	1.495	39	.143	.37381	.25009	-.13205	.87967	
	Equal variances not assumed			1.508	35.702	.140	.37381	.24791	-.12911	.87673	
Withdraw	Equal variances assumed	3.423	.072	1.464	39	.151	.38286	.26160	-.14627	.91198	
	Equal variances not assumed			1.485	30.508	.148	.38286	.25789	-.14347	.90918	
Conflict	Equal variances assumed	.272	.605	1.388	39	.173	.32714	.23569	-.14959	.80388	
	Equal variances not assumed			1.396	37.932	.171	.32714	.23442	-.14744	.80173	
Relapse	Equal variances assumed	4.474	.041	1.773	39	.084	.41095	.23174	-.05778	.87968	
	Equal variances not assumed			1.794	33.369	.082	.41095	.22911	-.05498	.87688	
Total	Equal variances assumed	1.705	.199	1.282	39	.207	.25002	.19500	-.14440	.64443	
	Equal variances not assumed			1.294	35.183	.204	.25002	.19317	-.14207	.64210	

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกราย  
องค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะหลังการทดลอง ด้วยสถิติทดสอบที  
(Independent t-test)

		Group Statistics			
	Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Salience	กลุ่มทดลอง	21	2.7976	.95072	.20746
	กลุ่มควบคุม	20	2.6875	.77746	.17384
Online	กลุ่มทดลอง	21	2.9048	.89609	.19554
	กลุ่มควบคุม	20	2.7875	.99100	.22159
Mood	กลุ่มทดลอง	21	3.5833	1.03783	.22647
	กลุ่มควบคุม	20	3.6875	.91721	.20510
Lack	กลุ่มทดลอง	21	2.9429	1.02008	.22260
	กลุ่มควบคุม	20	2.8900	.84722	.18945
Withdraw	กลุ่มทดลอง	21	2.6762	1.01287	.22103
	กลุ่มควบคุม	20	2.4500	.90117	.20151
Conflict	กลุ่มทดลอง	21	2.5905	.90217	.19687
	กลุ่มควบคุม	20	2.5200	.95012	.21245
Relapse	กลุ่มทดลอง	21	2.6000	.94657	.20656
	กลุ่มควบคุม	20	2.2700	.90908	.20328
Total	กลุ่มทดลอง	21	2.8707	.85093	.18569
	กลุ่มควบคุม	20	2.7561	.74270	.16607

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Salience	Equal variances assumed	.620	.436	.405	39	.688	.11012	.27202	-.44009	.66033
	Equal variances not assumed			.407	38.149	.686	.11012	.27067	-.43776	.65800
Online	Equal variances assumed	.365	.549	.398	39	.693	.11726	.29479	-.47901	.71354
	Equal variances not assumed			.397	38.141	.694	.11726	.29553	-.48094	.71547
Mood	Equal variances assumed	.350	.558	-.340	39	.736	-.10417	.30648	-.72408	.51575
	Equal variances not assumed			-.341	38.792	.735	-.10417	.30554	-.72228	.51395
Lack	Equal variances assumed	.350	.557	.180	39	.858	.05286	.29365	-.54110	.64681
	Equal variances not assumed			.181	38.309	.857	.05286	.29230	-.53872	.64443
Withdraw	Equal variances assumed	.435	.513	.754	39	.455	.22619	.29997	-.38055	.83293
	Equal variances not assumed			.756	38.828	.454	.22619	.29910	-.37887	.83125
Conflict	Equal variances assumed	.161	.690	.244	39	.809	.07048	.28927	-.51463	.65558
	Equal variances not assumed			.243	38.601	.809	.07048	.28964	-.51558	.65653
Relapse	Equal variances assumed	.001	.972	1.138	39	.262	.33000	.29010	-.25678	.91678
	Equal variances not assumed			1.139	38.996	.262	.33000	.28981	-.25619	.91619
Total	Equal variances assumed	.323	.573	.459	39	.649	.11468	.24996	-.39092	.62028
	Equal variances not assumed			.460	38.717	.648	.11468	.24912	-.38933	.61869

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมที่เป็นปัญหาโดยรวมและจำแนกราย  
องค์ประกอบของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ในระยะติดตามผล ด้วยสถิติทดสอบที  
(Independent t-test)

		Group Statistics			
	Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Salience	กลุ่มทดลอง	21	3.1190	.87899	.19181
	กลุ่มควบคุม	20	2.8250	.88519	.19793
Online	กลุ่มทดลอง	21	2.9405	.79806	.17415
	กลุ่มควบคุม	20	3.1125	1.27081	.28416
Mood	กลุ่มทดลอง	21	3.7738	.77017	.16806
	กลุ่มควบคุม	20	3.5875	.96748	.21634
Lack	กลุ่มทดลอง	21	3.2286	.78813	.17198
	กลุ่มควบคุม	20	2.9100	.94807	.21200
Withdraw	กลุ่มทดลอง	21	2.7429	.99828	.21784
	กลุ่มควบคุม	20	2.6200	.98387	.22000
Conflict	กลุ่มทดลอง	21	2.8381	.88231	.19254
	กลุ่มควบคุม	20	2.6300	.80857	.18080
Relapse	กลุ่มทดลอง	21	2.7333	.88393	.19289
	กลุ่มควบคุม	20	2.5300	.86396	.19319
Total	กลุ่มทดลอง	21	3.0537	.71689	.15644
	กลุ่มควบคุม	20	2.8879	.81736	.18277

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t	df	Sig. (2-tailed)	t-test for Equality of Means			95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.				Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
Salience	Equal variances assumed	.065	.801	39	.293	.29405	.27558	-.26336	.85145	
	Equal variances not assumed			38.873	.293	.29405	.27562	-.26351	.85161	
Online	Equal variances assumed	11.517	.002	39	.605	-.17202	.32968	-.83886	.49482	
	Equal variances not assumed			31.704	.609	-.17202	.33328	-.85115	.50710	
Mood	Equal variances assumed	.337	.565	39	.498	.18631	.27241	-.36470	.73732	
	Equal variances not assumed			36.295	.501	.18631	.27395	-.36912	.74174	
Lack	Equal variances assumed	.886	.352	39	.248	.31857	.27174	-.23107	.86822	
	Equal variances not assumed			37.010	.251	.31857	.27298	-.23454	.87168	
Withdraw	Equal variances assumed	.006	.941	39	.694	.12286	.30972	-.50361	.74932	
	Equal variances not assumed			38.951	.694	.12286	.30961	-.50341	.74912	
Conflict	Equal variances assumed	.288	.595	39	.437	.20810	.26470	-.32730	.74349	
	Equal variances not assumed			38.946	.436	.20810	.26412	-.32616	.74235	
Relapse	Equal variances assumed	.002	.963	39	.461	.20333	.27315	-.34917	.75584	
	Equal variances not assumed			38.971	.461	.20333	.27300	-.34887	.75554	
Total	Equal variances assumed	.157	.695	39	.493	.16588	.23979	-.31914	.65091	
	Equal variances not assumed			37.776	.495	.16588	.24058	-.32123	.65300	

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปิยากร อ่อนละอ
วัน เดือน ปี เกิด	27 สิงหาคม 2538
สถานที่เกิด	นครศรีธรรมราช
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านขุนประเทศท่ายาง เลขที่ 199 หมู่ 2 ซอยสวัสดิการ (ซอย 53) ถนนพัฒนาการคูขวาง ตำบลปากนคร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY