

The Factors Related to the Critical Social-Media Receiving Behavior of Freshman Students at Srinakharinwirot University¹

Natthakan Komane²
Chanya Leesattrupai³
Vitanya Vanno⁴

Received: July 4, 2016

Accepted: July 25, 2016

Abstract

This research had two purposes. First, it aimed to examine the relationships between Big Five personality, attitudes toward critical media-receiving, family models and the influence of peers affecting critical social-media receiving behavior. Second, this research attempted to predict critical social-media receiving behavior through these factor. The subjects were comprised of three hundred and sixty freshman student in Srinakharinwirot University by Quota Sampling. Questionnaires were used as means of data collection. Then the data were analyzed by Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis through the Enter method. The results of the findings were as follows: 1) Neuroticism had negative correlation with social-media receiving behavior. 2) Extraversion had no correlation with social-media receiving behavior. 3) Openness, agreeableness, conscientiousness, attitudes toward critical media-receiving, family models and the influence of peers had positive correlation with social-media receiving behavior. 4) Factors such as a Big Five personality, attitude toward critical media-receiving, family models and influence of peer could predict critical social-media receiving behavior that could be predictable at fifty six percent.

Keywords: media-receiving behavior, social-media, critical, Big Five personality

¹ Thesis for the Master degree in Developmental Psychology, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University, supported by The Graduate School, Srinakharinwirot University

² Graduate student, Master degree in Developmental Psychology, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University, E-mail: pim_lovely49@hotmail.com

³ Lecturer at Psychology Department, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

⁴ Assistance Professor at Psychology Department, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีวิจารณญาณของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ¹

ณัฐกาญจน์ กอมณี²

ชญญา ลีศัตร์พ่าย³

วิธัญญา วัฒนโธ⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และเพื่อศึกษาความสามารถของ ตัวแปรในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒจำนวน 360 คน ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ กำหนดโควตา ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อ ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบรวม ผลพบว่า 1) บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ 2) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ 3) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพ ด้านความอ่อนโยน บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การ ได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และ 4) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับ สื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกัน ทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 56

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สื่อสังคม วิจารณญาณ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

¹ ปริญญาณิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนสนับสนุนจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² นิสิตปริญญาโท สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อีเมล: pim_lovely49@hotmail.com

³ อาจารย์ ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่มาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีหลากหลายช่องทางและรวดเร็วมากขึ้น มีการนำเสนอเรื่องราวหรือแสดงความคิดเห็นกันภายในกลุ่มและแบ่งปันออกไปยังกลุ่มอื่นๆ จนกลายเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ติดต่อสื่อสารกัน เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line และ Skype เป็นต้น (สุพรรณษา ยวงทอง, 2557: 167) จากข้อมูลและสถิติของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2558) พบว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยสูงขึ้นมากกว่าปี 2557 ซึ่งกลุ่มคนอายุ 15-34 ปี (Generation Y) มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 54.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉลี่ยวันละเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน) และผลสำรวจยังพบว่า คนไทยใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา โดยกิจกรรมยอดนิยมอันดับหนึ่งคือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ร้อยละ 82.7

ทั้งนี้ ผลการวิจัยของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จนทำให้เกิดความรู้สึกชอบ และสนุกสนาน รวมถึงเป็นการทำตามกระแสนิยม จึงทำให้อัตราในการใช้เพิ่มมากขึ้นจนเกิดเป็นการติดการใช้งาน และอาจทำให้เกิดความรู้สึกกังวลหรือหมกมุ่นว่าจะต้องเข้าไปใช้งานอีก จนกลายเป็นความหลงใหลผิดปกติ สอดคล้องกับ จารุรินทร์ ปีตานุพงศ์ และกันต์ธีร์ อนันตพงศ์ (2557) ศึกษาสุขภาพจิตในนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ใช้เฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่มีพฤติกรรมการใช้ในลักษณะอยากเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและขาดความยับยั้งไตร่ตรองในระดับมาก มีโอกาสที่จะมีสุขภาพจิตเป็น 3.9 เท่าเมื่อเทียบกับผู้ที่มีพฤติกรรมเหล่านั้นในระดับน้อย นอกจากนี้จากข้อมูลของสำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม (2556) สำรวจความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการหาเพื่อนใหม่ ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมสูงสุด 5 อันดับแรก คืออยากมีเพื่อนเพื่อแก้เหงา หาคู่/แฟน หาเพื่อนที่ชอบหรือสนใจในเรื่องเดียวกัน และเล่นเกม โดยการหาเพื่อนต่างประเทศที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70.57 ซึ่งการหาเพื่อนใหม่ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น พบว่ามักทำให้เกิดปัญหาต่างๆ 5 อันดับสูงสุด ได้แก่ การหนีออกจากบ้าน การล้วงละเมิดทางเพศ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินลดน้อยลง การเก็บตัวไม่พบปะผู้คน และผลการเรียนตกต่ำ ตามลำดับ

สถานการณ์ในปัจจุบันที่กล่าวมาข้างต้น การมีพฤติกรรมการใช้เวลาอยู่ในโลกออนไลน์มากเกินไป ทำให้เกิดปัญหาขึ้นหลายด้าน เช่น ปัญหาการเรียน ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และด้านสุขภาพร่างกาย (อรรวรรณ วงศ์แก้ว โพธิ์ทอง, 2554) ถึงแม้อินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์มากมายแต่ในทางกลับกันก็มีความเสี่ยงทุกครั้งเมื่อเปิดรับสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น โฆษณาชวนเชื่อ ข้อความรุนแรง เรื่องเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ ภาพลามกอนาจาร รวมไปถึงกิจกรรมมอมเมาเยาวชนและสิ่งผิดกฎหมาย ทั้งนี้การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อาจเกิดขึ้นจากการพูดคุยหรือการแชท (Chat) โดยอาจถูกหลอกให้บอกข้อมูลส่วนตัวซึ่งมีฉฉฉฉจะนำไปหาผลประโยชน์ หรืออาจถูกชักชวนให้นัดพบกับเพื่อนในสังคมออนไลน์จนอาจเกิดการล่อลวงและเกิดอาชญากรรมตามมา (ศรีดา ต้นทะอธิพานิช, 2544)

ดังนั้น การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการเปิดรับและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคปัจจุบันคือ ผู้ใช้ควรสร้างความใฝ่รู้ มีวัฒนธรรมแบบวิทยาศาสตร์ เรียนรู้เพื่อสร้างภูมิปัญญา ไม่มุ่งเพียงแต่บริโภคเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว

แต่ควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้อยู่ภายใต้วัฒนธรรมแห่งปัญญา คือการพัฒนาคนไม่ให้เกิดเป็นทาสและอยู่เหนือเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ (พระพรหมคุณาภรณ์, 2550) ซึ่งการคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการเรียนรู้และดำเนินชีวิตในโลกปัจจุบันยุคข้อมูลข่าวสาร บุคคลที่มีวิจารณญาณจะสามารถวิเคราะห์ได้อย่างมีหลักการและเหตุผล ซึ่งเป็นทักษะที่ดีที่จะช่วยให้ชีวิตดีขึ้นและดำเนินไปในทางที่ถูกต้อง (คันสนีย์ ฉัตรคุปต์ และอุษา ชูชาติ, 2545: 50-51)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เพื่อสามารถนำปัจจัยดังกล่าวมาปรับใช้ในการส่งเสริมพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณแก่เยาวชนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งเป็นนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นวัยที่มีการใช้สื่อออนไลน์สูง รวมทั้งเป็นกลุ่มที่อาศัยในเขตพื้นที่สังคมเมือง มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และ 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน

การประมวลเอกสาร

การวิจัยนี้ใช้พื้นฐานรูปแบบทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1989) ซึ่งได้อธิบายสาเหตุการเกิดพฤติกรรม (Behavior) ของมนุษย์ ว่าเกิดจากสาเหตุหลักสองประการคือ สาเหตุจากตัวบุคคล (Person) และสาเหตุจากสิ่งแวดล้อมในสังคม (Environment)

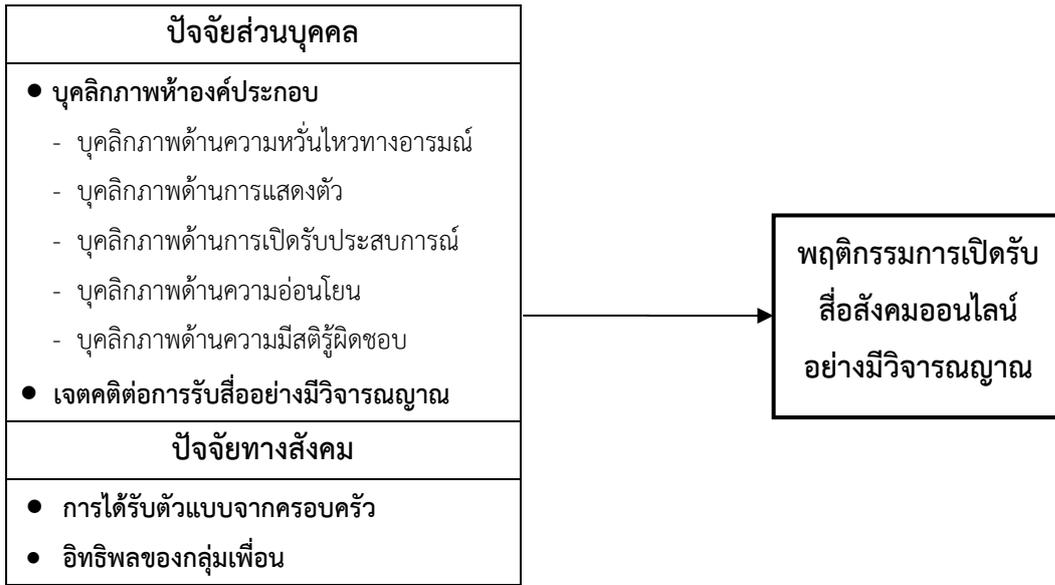
จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ พบว่า มีปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องได้แก่ บุคลิกภาพ ซึ่งแนวคิดของ Rosengren (1974) กล่าวว่า บุคลิกภาพและคุณลักษณะส่วนตัวของบุคคล มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2540: 23-26) กล่าวว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่ง Costa & McCrae (1992 อ้างถึงใน วัลภา สบายยิ่ง, 2542) ได้แบ่งบุคลิกภาพของบุคคลตามโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ที่เรียกว่า **บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ** (Five-Factor Model) เป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคลิกภาพที่มีลักษณะแตกต่างกัน 5 แบบประกอบด้วย บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ (Neuroticism) บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness) บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) และบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness)

นอกจากนี้ การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องยังพบว่า **เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ** เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณด้วย เนื่องจากทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อพบว่า การเลือกเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับเจตคติของผู้รับสารตามทฤษฎีความขัดแย้งทางความคิด (Theory of Cognitive Dissonance) โดย Festinger (1957) กล่าวว่า บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตน

ส่วนปัจจัยทางสังคมก็ส่งผลหรือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะ **การได้รับตัวแบบจากครอบครัว** เนื่องจากครอบครัวเป็นสถาบันแรกและสถาบันหลักในการถ่ายทอดทางสังคมให้กับเด็ก โดยเฉพาะบิดามารดา เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการอบรมเลี้ยงดูปลูกฝังและขัดเกลาลักษณะนิสัยของเด็ก รวมทั้งเป็นแบบอย่างทั้งลักษณะทางจิตใจ อารมณ์และพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของสังคม ส่งผลให้เด็กมีพฤติกรรมตามที่ได้รับถ่ายทอดจากครอบครัว (อรพินทร์ ชูชม และคณะ, 2549: 20) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปราณี จ้อยรอด (2552) พบว่า นักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวมากมีพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณมากกว่านักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวน้อย และผลการวิจัยของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ และคณะ (2552) พบว่า การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นอกจากนี้จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องยังพบว่า **อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน** เป็นปัจจัยทางสังคมที่น่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เนื่องจากพัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่นเป็นวัยที่อยู่ในวัยเรียน จึงใช้เวลาส่วนมากอยู่ที่โรงเรียนกับเพื่อนวัยเดียวกัน มีการคบเพื่อนและเข้ากลุ่มเพื่อน จึงส่งผลให้เพื่อนมีอิทธิพลกับเด็กวัยนี้เป็นอย่างมาก (ผจจจิต อินทสุวรรณ และคณะ, 2539: 9) กลุ่มเพื่อนมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดพฤติกรรมแก่วัยรุ่น เพราะกลุ่มเพื่อนสามารถตอบสนองความต้องการบางอย่าง รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม โดยการถ่ายทอดทางสังคมจากการแสดงให้เห็นแบบอย่าง (อรพินทร์ ชูชม และคณะ, 2549: 22) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) พบว่า พฤติกรรมติดสนทนาออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางลบโดยตรงจากอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม รวมทั้งผลวิจัยของฐิติกาญจน์ อัครกุล (2554) พบว่า ความเหมาะสมของกลุ่มเพื่อนในสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ โดยแบ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ และปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ดังกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross sectional study) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คนซึ่งเป็นนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2558 โดยได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970 อ้างถึงใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) จากประชากรจำนวน 5,417 คน จากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาของประชากร (Quota Sampling) จากนิสิตทั้งหมดจำนวน 18 คณะ

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 6 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนิสิตจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2-5 แบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณจำนวน 25 ข้อ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณจำนวน 27 ข้อ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวจำนวน 19 ข้อ และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยปรับปรุงมาจาก ปราณี จ้อยรอด (2552) วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) และวันวิสา สรีระศาสตร์ (2554) โดยเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 6 ระดับ มีลักษณะเป็นข้อความบรรยายที่มีทั้งข้อความทางบวก และข้อความทางลบ ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีคุณลักษณะของตัวแปรนั้นๆ สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

ตอนที่ 6 แบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สามารถวัดได้จากแบบวัดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบจำนวน 60 ข้อ โดยใช้วัดบุคลิกภาพทั้งห้าด้าน ด้านละ 12 ข้อ ได้แก่ บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน และบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นโดย ขวัญเรือน แสงจันทน์ (2546) ศุภที คุวานนท์

(2546) และนิตยา เมธาพิพัฒน์ (2546) ตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ Costa & McCrae ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณางค์ มณีศรี คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีลักษณะเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผู้ที่ได้คะแนนสูงจะมีคุณลักษณะของบุคลิกภาพด้านนั้นๆ สูงกว่าผู้ที่ได้คะแนนต่ำกว่า

แบบวัดเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา ตอนที่ 2-6 มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นชนิดความสอดคล้องภายในแบบแอลฟาทั้งฉบับของฉบับที่ใช้จริง มีค่าระหว่าง .72 - .85 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลเป็นรายบุคคลกับนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ชี้แจงให้นิสิตทราบถึงจุดมุ่งหมายของการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ผลที่เป็นจริงมากที่สุด เมื่อเสร็จแล้วจึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเรียบร้อย เพื่อทำการคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ และนำมาดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ประเภท คือ 1) สถิติวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และ 2) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Enter

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.67) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 33.33) กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันมากที่สุดคือ ไลน์ (ร้อยละ 98.61) รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 91.94) อินสตาแกรม (ร้อยละ 82.78) ยูทูป (ร้อยละ 80.28) ทวิตเตอร์ (ร้อยละ 51.39) สไกป์ (ร้อยละ 6.67) อื่นๆ (ร้อยละ 3.89) และบล็อก (ร้อยละ 3.33) ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาเฉลี่ยในการออนไลน์ 8 ชั่วโมง 28 นาทีต่อวัน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ด้วยสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมากที่สุดคือ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ($r = .71, p < .01$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ($r = .46, p < .01$) บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน ($r = .45, p < .01$) บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ ($r = .22, p < .01$) และ บุคลิกภาพด้านความห่วงใยทางอารมณ์ ($r = -.23, p < .01$) ตามลำดับ ส่วนตัวแปรปัจจัยทางสังคมที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับ

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณมากที่สุดคือ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($r = .48, p < .01$) รองลงมาคือ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว ($r = .44, p < .01$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมเพื่อทำนายพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิธี Enter

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมี
วิจารณญาณ

ตัวทำนาย	b	β	SE	p
บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์	-2.21	-.10	.93	.018*
บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว	-1.57	-.07	1.01	.12
บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์	-1.99	-.07	1.29	.12
บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน	-1.33	-.05	1.35	.33
บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ	4.32	.18	1.09	.000***
เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ	.51	.59	.05	.000***
การได้รับตัวแบบจากครอบครัว	.06	.05	.05	.25
อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน	.12	.12	.05	.009**

$R = .75$ $R^2 = .56$ $F = 55.84$ ($p = .000$) $SE = 8.81$ $R^2_{adj} = .55$

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตาราง 1 พบว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .56 แสดงว่าตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 56 และมีความคลาดเคลื่อนในการทำนายเท่ากับ 8.81 ทั้งนี้พบตัวแปรที่มีความสำคัญมี 4 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรที่มีความสำคัญสูงสุดคือ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ($\beta = .59, p < .001$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ ($\beta = .18, p < .001$) อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ($\beta = .12, p < .01$) และ บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ($\beta = -.10, p < .05$) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ: บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ (Neuroticism) มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = -.23, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิลเลียมส์ เสรีตระกูล (2556) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความ

หวั่นไหวทางอารมณ์นิยมใช้เฟซบุ๊ก ชอบเขียนรายละเอียดส่วนตัวเพื่อแสดงตัวตนในโลกออนไลน์ รวมทั้งผลการวิจัยของ Seidman (2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์มีการแสดงตัวตนบนเฟซบุ๊กมากอย่างชัดเจน และมีความสัมพันธ์ในการแสดงความคิดเห็นซึ่งแฝงมุมมองของตนเองสูง จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณต่ำ ของบุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านความหวั่นไหวทางอารมณ์ ทั้งด้านเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการทางอารมณ์ การแสดงตัวตนที่แท้จริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แสดงให้เห็นถึงขาดการตระหนักถึงผลกระทบทางลบของสื่อที่อาจตามมาได้

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ: บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว (Extraversion) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านการแสดงตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ($r = .07$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับบริบทสังคมไทย ซึ่งยังขาดงานวิจัยที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านการแสดงตัวสูงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลลักษณ์ พลเสนา (2556) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของวัยรุ่นกับการเสพติดอินเทอร์เน็ตเกม ผลวิจัยพบว่า บุคลิกภาพด้านการแสดงตัวไม่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตเกม

สมมติฐานข้อที่ 3 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ : บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Openness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .22, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย บุคคลที่มีบุคลิกภาพด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสนใจหลากหลาย รวมทั้งอยากลองสิ่งใหม่ๆ มีความคิดเน้นการใช้เหตุผลในมุมกว้าง ยอมรับค่านิยมใหม่ๆ และพร้อมที่จะตรวจสอบสิ่งเหล่านั้น (Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน วัลภา สบายยิ่ง, 2542) สอดคล้องกับ Boss (2010 อ้างถึงใน บรรจง อมรชวัน, 2556: 20-21) กล่าวถึง คุณลักษณะของนักคิดอย่างมีวิจารณญาณที่ดีว่ามีความใส่ใจ ใฝ่รู้ต่อสิ่งต่างๆรอบตัวด้วยความคิดของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ และคณะ (2552) พบว่า การใฝ่รู้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 4 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ: บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน (Agreeableness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ($r = .45, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน จะมีความตรงไปตรงมา ยอมตามผู้อื่นในลักษณะอ่อนโยน ตอบสนองต่อการกระทำของผู้อื่นอย่างสุขุม ไม่ข่มขู่ตนเองเหนือผู้อื่น (Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน วัลภา สบายยิ่ง, 2542) สอดคล้องกับ Beyer (1995 อ้างถึงใน ศันสนีย์ ฉัตรคุปต์ และอุษา ชูชาติ, 2545: 39) กล่าวถึง ลักษณะของผู้ที่คิดอย่างมีวิจารณญาณว่า มีความใจกว้างยอมรับฟังความคิดของผู้อื่น เคารพต่อเหตุผล และยอมเปลี่ยนจุดยืนเมื่อ

มีเหตุผลที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wang & Griffin (2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความอ่อนโยน จะเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นลงในกระดานแสดงความคิดเห็น หรือรูปภาพของผู้อื่นด้วยข้อความในลักษณะ แสดงความรู้สึกที่ดีและเป็นมิตร

สมมติฐานข้อที่ 5 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมี วิจารณญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .46, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ผู้ที่มี บุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ เป็นบุคคลที่มีระเบียบวินัย รับผิดชอบในหน้าที่ มีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Costa & McCrae, 1992 อ้างถึงใน วัลภา สบายยิ่ง, 2542) แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้ที่มีการตระหนักรู้ ตนเองผ่านการรู้คิดอย่างมีสติ สามารถรู้เท่าทันตนเองและสิ่งแวดล้อม มีการควบคุมตนเองสูง ซึ่งจากผลการวิจัยของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ และคณะ (2552) พบว่า การควบคุมตนเอง การรู้เท่าทันสื่อ และการตระหนักถึงผลกระทบ ของสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Seidman (2012) พบว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านความมีสติรู้ผิดชอบ มีความระมัดระวัง ในการแสดงตัวตนเมื่อสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก

สมมติฐานข้อที่ 6 เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 ($r = .71, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนใหญ่ มักถูกกำหนดด้วยเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2547: 133) โดยพฤติกรรมที่เกิดจาก ความสอดคล้องของเจตคติ จะแสดงออกมาได้เมื่อเจตคตินั้นมีความชัดเจนและแข็งแกร่ง ส่วนความไม่สอดคล้อง ของเจตคติดังกล่าว พฤติกรรมจะถูกแสดงออกมาในลักษณะที่อ่อนและคลุมเครือ (จำรอง เงินดี, 2552: 80) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พนารัตน์ พรหมมา (2555) พบว่า เจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รวมทั้งผลวิจัยของ วรวรรณ บุญเดช (2553) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มีค่าน้ำหนักความสำคัญสัมพันธ์ของตัวแปรส่งผล ทางบวกต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 7 การได้รับตัวแบบจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าการได้รับตัวแบบจากครอบครัว มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .44, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย วัยรุ่นเป็นวัยที่แสวงหาเอกลักษณ์แห่งตน ดังนั้น จึงพยายาม แสวงหาด้านแบบที่ตนเห็นว่าดีหรือเหมาะสมตามความรู้สึกของตนเอง บุคคลในครอบครัวเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด ดังนั้น โอกาสที่วัยรุ่นจะเลียนแบบจึงมีมาก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545: 62) สอดคล้องกับผลการวิจัย ของ ปราณี จ้อยรอด (2552) พบว่า นักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวมาก มีพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ต

อย่างมีวิจรรย์ญาณมากกว่านักเรียนที่ได้รับตัวแบบจากครอบครัวน้อย รวมทั้งผลวิจัยของ จินตนา ต้นสุวรรณนนท์ และคณะ (2552) พบว่า การถ่ายทอดทางสังคมจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อ ด้วยปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .48, p < .01$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับแนวคิดของ จำรอง เงินดี (2552: 84) ได้กล่าวถึงกลุ่มเพื่อนในสถาบันการศึกษาว่า เมื่อเด็กโตขึ้นกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลเพิ่มมากขึ้น โดยจะไว้วางใจต่อการแนะนำตกเดือนกลุ่มเพื่อนจะค่อยๆ กลายเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดในด้านความคิดเห็นและการกระทำ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง (2553) พบว่า พฤติกรรมติดสนทนาออนไลน์ได้รับอิทธิพลทางลบโดยตรงจากอิทธิพลของเพื่อนในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม รวมทั้ง ฐิติกาญจน์ อัครกุล (2554) พบว่า ความเหมาะสมของกลุ่มเพื่อนในสถานศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 9 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจรรย์ญาณ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณ ซึ่งผลการศึกษาความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย จากผลการวิจัยสอดคล้องกับ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Learning Theory) ของ Bandura (1989) ซึ่งได้อธิบายสาเหตุการเกิดพฤติกรรม (Behavior) ของมนุษย์ ว่าเกิดจากสาเหตุหลักสองประการคือ สาเหตุจากตัวบุคคล (Person) และสาเหตุจากสิ่งแวดล้อมในสังคม (Environment) ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และเจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจรรย์ญาณ ส่วนปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวและอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณได้ร้อยละ 56 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1. บิดามารดา หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงดูเด็ก ควรจะพัฒนาหรือส่งเสริมบุคลิกภาพด้านที่ส่งผลทางบวก และแก้ไขเพื่อลดบุคลิกภาพด้านที่ส่งผลทางลบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจรรย์ญาณแก่บุตรหลานตั้งแต่วัยเด็ก เพราะวัยเด็กเป็นช่วงเริ่มต้นของชีวิต จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคลเป็นอย่างมาก

2. ผู้ปกครองและสมาชิกในครอบครัว ควรให้คำแนะนำดูแลบุตรหลานอย่างใกล้ชิด โดยมีส่วนร่วมในการเลือกรับสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม รวมทั้งให้แนวทางในการเปิดรับสื่อแก่บุตรหลานเพื่อปลูกฝังเจตคติที่ดีต่อการเปิดรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ทั้งด้านเป้าหมายที่เหมาะสมในการเปิดรับสื่อ ตระหนักถึงผลของกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ เลือกเปิดรับเนื้อหาที่เหมาะสมและสร้างสรรค์ รวมทั้งการใช้เวลาในปริมาณที่พอดีกับสื่อ

3. ควรมีการจัดกิจกรรมสร้างพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของวัยรุ่นในสถาบันการศึกษา โดยเน้นการใช้กิจกรรมกลุ่มเพื่อนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เช่น การจัดตั้งชมรม เครือข่ายหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักเลือกรับสื่อที่เป็นประโยชน์และลดพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อที่ไม่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบปัจจัยที่สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณได้ร้อยละ 56 การวิจัยครั้งต่อไปอาจเพิ่มตัวแปรทางจิตวิทยาที่สำคัญอื่นๆ อาจทำให้พบอำนาจในการทำนายเพิ่มขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นตอนปลาย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายของประชากร ซึ่งจะทำให้ทราบความแตกต่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในแต่ละช่วงวัย

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในลักษณะของการศึกษาระยะยาว (Longitudinal study) ซึ่งน่าจะช่วยให้ทราบสาเหตุของพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของบุคคลได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).

(2558). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).

เกศราพร บำรุงชาติ. (2550). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 สังกัดกรุงเทพมหานครที่มีระดับการคิดอย่างมีวิจารณญาณและระดับการตระหนักรู้ตนเองแตกต่างกัน. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยและสถิติทางการศึกษา.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2540). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ขวัญเรือน แสงเงิน. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและความตั้งใจทางกายภาพกับสถานภาพทางสังคม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, จิตวิทยาสังคม.

- จารุรินทร์ ปิตานพวงศ์ และกันต์ธีร์ อนันตพงศ์. (2557). สุขภาพภาพจิตในนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ใช้ Facebook. *สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 59(3), 257-266.*
- จำรอง เงินดี. (2552). *จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.*
- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพ็ชร, และชญญา ลีศัตร์พ่าย. (2552). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.*
- จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). *ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม: การวัด การพยากรณ์และการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.*
- จุฑาพัฒน์ รัตนติลก ณ ภูเก็ต. (2547). *ปัจจัยจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.*
- ฐิติกาญจน์ อัครกุล. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ผิดของวัยรุ่นตอนกลางในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สังคมวิทยาประยุกต์.*
- ดลลักษณ์ พลเสนา. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและพฤติกรรมที่เป็นปัญหาของวัยรุ่นกับการเสพติดอินเทอร์เน็ตเกม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, จิตวิทยาการให้คำปรึกษา.*
- ดาวนภา เนาวรังสี. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, พัฒนาสังคม.*
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.*
- นิตยา เมธาพิพัฒน์. (2546). *ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพและเพศในการตีความหมายสิ่งชี้แนะอารมณ์ที่ไม่ใช่ วาจา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- บรรจง อมรชีวัน. (2556). *การคิดอย่างมีวิจารณญาณ. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.*
- ปราณี จ้อยรอด. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน ช่วงชั้นที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.*
- ผจงจิต อินทสุวรรณ, วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี, ประทีป จินจี่, สุภาพร ธนะชานันท์, อัมพรพันธ์ บั้ววิรัตน์, และวชิราพร อัจฉริยโกศล. (2539). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการติดยาเสพติดของเยาวชน. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

- พนารัตน์ พรหมมา. (2555). การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยและสถิติทางการศึกษา.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ อารยางกูร). (2550). คนไทยสู่ยุคไอที. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: พิมพ์สวย.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารเทคโนโลยี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมวัยรุ่น. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- วรวรรณ บุญเดช. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนช่วงชั้นที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากทมมหานคร เขต 1. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยและสถิติทางการศึกษา.
- วันวิสา สรีระศาสตร์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านสถานการณ์ทางสังคม และการมีภูมิคุ้มกันทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัยของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษา ในโรงเรียนที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- วัลภา สบายยิ่ง. (2542). ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย การรับรู้ความสามารถของตนเอง และบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายตรง. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม, สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์. (2556, 8 พฤศจิกายน). ผลสำรวจความคิดเห็นต่อ พฤติกรรมการหาเพื่อนใหม่ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล. ข่าวสดออนไลน์. สืบค้นจาก http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRNNE16YzVPRGd6Tke9PQ
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2556). บุคลิกภาพห้วงองค์ประกอบกับการใช้เฟซบุ๊ก. *นักบริหาร*, 33(2), 35-39.
- วิไลลักษณ์ ทองคำบรรจง. (2553). ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมติดอินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ช่วงชั้นที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- ศรีดา ดันทะอธิพานิช. (2544). ห้องอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและได้ประโยชน์ ข้อคิดสำหรับผู้ปกครองและเยาวชน. กรุงเทพฯ: ตำนานสุทธาการพิมพ์.
- คันสนีย์ ฉัตรคุปต์ และอุษา ชูชาติ. (2545). ฝึกสมองให้คิดอย่างมีวิจารณญาณ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.

- ศุภดี คุวานนท์. (2546). *อิทธิพลของบุคลิกภาพ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และอารมณ์ต่อการพยายามควบคุมอารมณ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพรรณษา ยวงทอง. (2557). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: โปรรวิชั่น.
- อรพินทร์ ชูชม, อัจฉรา สุขารมณ, ผจงจิต อินทสุวรรณ, ลัดดาวัลย์ เกษมเนตร, ประทีป จินนี่, อุษา ศรีจินดา รัตน์, . . . อ้อมเดือน สดมณี. (2549). *การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญา และคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย (รายงานผลการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2554). การเสพติดอินเทอร์เน็ตของชุมชนชาวออนไลน์. *นักบริหาร*, 31(3), 39-42
- อุมาวัลย์ จันทะแก้ว. (2547). *อิทธิพลของพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อ ค่านิยมทางเพศของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย, การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์.
- Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. In Vasta, R. (Ed.). *Annals of child development*. Vol. 6. *Six theories of child development* (pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, C.A.: Stanford University Press.
- Rosengren, K. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In Blumler, J., & Katz, E. (Eds.). *The uses of mass communications: Current perspectives* (pp. 269-286). Beverley Hills, CA: Sage.
- Seidman, G. (2013). Self-representation on Facebook: How personality influences social media use and motivation. *Personality and Individual Differences*, 54, 402-407. Retrieved From <http://www.elsevier.com/locate/paid>.
- Wang, Y., & Griffin, M. A. (2012). Big five personality and individual performance: A process view. In Wang, Y., & Wu, C. H. (Chairs). *Personality at work: Implications for personality assessment in the Chinese context, symposium accepted for presentation at International Association of Chinese Management Research 2012 Conference*, Hong Kong, China.

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

- Akakul, T. (2000). *Research methodology of Behavioral and Social Science*. Ubonratchathani: Ubonratchathani Rajabhat University.
- Amornchewan, B. (2013). *Critical thinking*. Bangkok: Phappim Part.
- Assatarakul, T. (2011). *Factors related to internet falsification behavior of middle adolescents in Phranakhon Bangkok metropolitan*. (Master's thesis). Kasetsart University, Graduate School, Applied Sociology.
- Bamrungchat, K. (2007). *The causal comparative study of media literacy on television advertising of junior high school students under Bangkok metropolis with different levels of critical thinking and self-awareness*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Educational Research and Statistics.
- Bundeck, W. (2010). *Factors affecting appropriate internet using of third class range students under Bangkok Office of Education Service Area 1*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Educational Research and Statistics.
- Chanthakaew, U. (2004). *Behavioral influence in receiving sexual subjects through internet affecting sexual value of teenagers in Bangkok*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Applied Behavior science Research.
- Choochom, O., Sukarlama, A., Intasuwan, P., Kasemnetr, L., Jinng, P., Srijindarat, U., . . . Sodmanee, A. (2006). *The analyze psychosocial factors related to intellectual conscience and quality of life of juvenile* (Research report). Bangkok: Behavioral science Research institute, Srinakharinwirot University.
- Ministry of Information, Electronic Transactions Development Agency (Public Organization) and Communication Technology. (2015). *Thailand internet user profile 2015*. Bangkok: Electronic Transactions Development Agency (Public Organization).
- Inthasuwan, P. (1996). *The factors related to drug addict behavior of teenager* (Research report). Bangkok: Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University.
- Joyrod, P. (2009). *Factors affecting critical internet-consumption behavior of senior high school students in Bangkok*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Applied Behavior science Research.
- Khatkup, S., & Chuchat, U. (2002). *Practice brain to critical thinking*. (2nd ed.). Bangkok: Watthanaphanit.

- Khuwasanon, S. (2003). *Effects of personality social interaction and emotion on efforts to control motions*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Kittiwat, K. (1997). *Principal of communication behavioral*. Nonthaburi: Sukhothaithammathirat University.
- Kongrach, P. (2011). *The study of teenagers' behaviors in using social networking sites (SNSs) in Thailand: A case study of Facebook*. (Master's thesis). Thammasat University, Collage of Innovation, Technology Management.
- Methaphiphat, N. (2003). *Difference among personality and gender of interpret emotion pointer to non-speech*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Naowarangsee, D. (2012). *Factors affection the undergraduate student' behavior in using www.facebook.com*. (Master's thesis). Kasetsart University, Graduate School, Social Development.
- Ngerndee, J. (2009). *Social psychology*. Bangkok: Odeon store.
- Phrapromkunaporn, P. (2007). *Thai people to IT era*. (8th ed.). Bangkok: Pimsuay.
- Phromma, P. (2012). *A study of relationships between some factors affecting internet using behavior of undergraduate students of Suan Dusit Rajabhat University*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Educational Research and Statistics.
- Pitanupong, J., & Anantapong, K. (2014). Mental health of University student Facebook users. *Psychiatric Association of Thailand, 59(3), 257-266*.
- Polsena, D. (2014). *The relationships between the big five personality traits, behavioral problems and internet game addiction of adolescents*. (Master's thesis). Ramkhamhaeng University, Graduate School, Counseling Psychology.
- Rattanadilok Na Bhuket, J. (2004). *Psychosocial factors related to behavior of watching beneficial television program of secondary school students in Bangkok*. (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Applied Behavior science Research.
- Sabuyying, W. (1999). *Factors of goal setting self-efficacy and personality affected to performance of distributor*. (Doctoral Dissertation). Srinakharinwirot University, Graduate School, Applied Behavioral science Research.
- Sangjeen, K. (2003). *The relationship of personality and physical attractiveness to social status*. (Master's thesis). Chulalongkorn University, Graduate School, Social phycology.
- Sareerasart, W. (2011). *The relationship among social situations and psychological immunity to internet behavior focusing on safety and usefulness of female students in high schools*

- with and without Internet safety project.* (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Graduate School, Applied Behavior science Research.
- Sereetrakul, W. (2014). Big five personality and Facebook usage. *Executive Journal*, 33(2), 35-39.
- Siam Technology College, Siam Technology Research Institute poll. (2013, November 8). Poll results opinion to find new friends behavior by social media of adolescent in Bangkok and perimeter. *Khaosod-Online*. Retrieved from http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRNNE16YzVPRGd6Tke9PQ
- Sukhothaihammathirat University. (2002). *Adolescent behavior instruction document*. (8th ed.). Bangkok: Arumkarnpim.
- Tansuwannond, C., Wongpinpech, P., & Leesattrupai, P. (2009). *Factors related to intellectual media consumption behavior of undergraduate students in Bangkok* (Research report). Bangkok: Thai Health Promotion Foundation.
- Tanthaathiphanit, S. (2001). *Surf the internet with safe and benefit: Suggestion for parent and youth*. Bangkok: Dansutthakanpim.
- Thongkambunjong, W. (2010). *Causal factors of internet dependency behavior of high school students in Bangkok metropolis*. (Doctoral Dissertation). Srinakharinwirot University, Graduate School, Applied Behavioral science Research.
- Wongkaeophothong, O. (2014). Internet addiction of online community. *Executive Journal*, 31(3), 39-42.
- Wongsawasdiwat, J. (2004). *Attitude belief and behavior: Measurement predict and change*. Bangkok: Amarin printing & publishing.
- Yuangthong, S. (2014). *Basic of computer and communication technology*. Bangkok: Provision.