

การติดต่อสังคมออนไลน์ในนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: ความชุก พฤติกรรม
และการบำบัดการติดต่อสังคมออนไลน์

คณะผู้วิจัย

นางสาวชนาภา ยังมั่ง

นางสาวปณิดา ฮ้อศิริลักษณ์

นักศึกษาเภสัชศาสตร์ชั้นปีที่ 5

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ภญ.ดุจฤดี ชินวงศ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ภก.สุระรอง ชินวงศ์

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Social Media Addiction in Bachelor's Degree Students of
Chiangmai University: Prevalence, Behavior and
Social Media Detoxification

Researchers

Miss Chanapa Yangmang

Miss Panida Horsiriluck

5th Year Pharmacy Student

Advisors

Associate Professor Dujrudee Chinwong, Ph.D.

Associate Professor Surarong Chinwong, Ph.D.

Faculty of Pharmacy, Chiang Mai University

กิตติกรรมประกาศ

การทำโครงการวิจัยเรื่อง การติดต่อสังคมออนไลน์ในนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่: ความชุก พฤติกรรม และการบำบัดการติดต่อสังคมออนไลน์ สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ภญ.ดุจฤดี ชินวงศ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ภก.สุระรอง ชินวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำโครงการวิจัยในครั้งนี้ ที่ได้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบข้อมูลและความบกพร่อง รวมถึงชี้แนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการวิจัยครั้งนี้ และงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากเครือข่ายเภสัชกรรมอาสาพาเลกบูทรีและสร้างเสริมสุขภาพและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ภายใต้มูลนิธิเภสัชกรรมชุมชน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ภก.โชคชัย วงศ์สินทรัพย์ และอาจารย์ สุธิณี แต่โสติกุล ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบโครงการวิจัยในครั้งนี้

นางสาวชนาภา ยั่งมั่ง

นางสาวปณิดา อ้อศิริลักษณ์

ชื่อโครงการ การติดสื่อสังคมออนไลน์ในนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่:
ความชุก พฤติกรรม และการบำบัดการติดสื่อสังคมออนไลน์

ผู้วิจัย นางสาวชนาภา ยังมั่ง
นางสาวปณิดา อ้อศิริลักษณ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ภญ.ดุจฤดี ชินวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.ภก.สุระรอง ชินวงศ์

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย แต่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปจะนำไปสู่การเสพติด จึงควรต้องมีการบำบัดการติดสื่อสังคมออนไลน์ การศึกษานี้แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ การศึกษาระยะที่ 1 **วัตถุประสงค์คือ** เพื่อสำรวจความชุกการติดสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ **วิธีการวิจัย:** เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือนกันยายน – ตุลาคม พ.ศ. 2566 ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนที่ 3 แบบทดสอบการติดสื่อสังคมออนไลน์ (Social media addiction test: SMAT) ทั้งหมด 16 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบให้คะแนน โดยคิดค่าคะแนนจาก ไม่ใช่เลย 0 คะแนน ไม่น่าใช่ 1 คะแนน น่าจะใช่ 2 คะแนน ใช่เลย 3 คะแนน ผลรวมจะถูกประเมินผ่านเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ ≥ 30 ติดสื่อสังคมออนไลน์ 20- 29 เกือบติดสื่อสังคมออนไลน์ และ 0-19 ไม่ติดสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการบำบัดสื่อสังคมออนไลน์ **ผลการวิจัย:** ผู้เข้าร่วมวิจัย จำนวน 312 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 70.2 และ 22.1 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 36.5) คะแนนการติดสื่อสังคมออนไลน์ (SMAT) ของผู้เข้าร่วมวิจัย พบว่า ติดสื่อสังคมออนไลน์ร้อยละ 39.1 เกือบติดสื่อสังคมออนไลน์ร้อยละ 38.8 และไม่ติดสื่อสังคมออนไลน์ร้อยละ 22.1 ชนิดสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดในวัน 1 วัน คือ Instagram (ร้อยละ 32.1) เวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันโดยเฉลี่ยช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์ คือ 7.25 ± 3.58 ชั่วโมง และช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดราชการ คือ 9.63 ± 5.77 ชั่วโมง โดยวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิงหรือคลายเครียด **สรุป:** นักศึกษาเกือบครึ่งติดสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนมากใช้เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย โดยมีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) และวันหยุดราชการมากกว่าวันจันทร์ถึงศุกร์

การศึกษาระยะที่ 2 **วัตถุประสงค์คือ** 1) เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ (คะแนนการติดสื่อสังคมออนไลน์และระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายสัปดาห์) ระหว่างกลุ่มที่ได้รับสิ่งทดลอง (บำบัดสื่อสังคมออนไลน์) และกลุ่มควบคุม (ใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามปกติ) 2) เปรียบเทียบผลลัพธ์ดังกล่าวก่อนและหลังได้รับสิ่งทดลองในกลุ่มเดียวกัน ในนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่ติดสื่อสังคมออนไลน์ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ **วิธีการวิจัย:** ผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นนักศึกษาเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำการศึกษาตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2567 ผู้วิจัยแบ่งตัวอย่างเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยวิธีการสุ่ม กลุ่มทดลองทำการจำกัดระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยวิธีการกำหนดเวลาหน้าจอโทรศัพท์มือถือ และไอแพด/แท็บเล็ต ให้ลดลงร้อยละ 50 จากที่ใช้ปกติ กลุ่มควบคุมใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามปกติ ทั้งสองกลุ่มทำแบบสอบถามการติดสื่อสังคมออนไลน์ (SMAT) ครั้งที่ 1 ก่อนเริ่มการศึกษา จากนั้นทำแบบบันทึกระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์รายสัปดาห์ เป็นระยะเวลา 4

สัปดาห์ และทำแบบสอบถามการติดต่อสังคมออนไลน์ (SMAT) ครั้งที่ 2 เมื่อครบ 4 สัปดาห์ ผลการวิจัย: ผู้เข้าร่วมวิจัย จำนวน 23 คน เป็นกลุ่มทดลอง 12 คน และกลุ่มควบคุม 11 คน ก่อนเริ่มการศึกษาผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งสองกลุ่มมีคะแนนการติดต่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (38.0 ± 6.71 ; 36.0 ± 8.50 ; $p=0.536$) เมื่อผ่านไป 4 สัปดาห์ คะแนนการติดต่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มทดลองลดลงมากกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (16.8 ± 4.91 ; 8.54 ± 7.33 ; $p=0.004$) ในขณะที่ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ (นาที) ของกลุ่มทดลองลดลงมากกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (2905.6 ± 1608.79 ; 1059.3 ± 1591.88 ; $p=0.012$) เมื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ก่อน-หลังทำการศึกษา พบว่าคะแนนการติดต่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (กลุ่มทดลอง 38.0 ± 6.71 ; 21.2 ± 7.08 ; $p < 0.001$ และกลุ่มควบคุม 36.0 ± 8.50 ; 27.4 ± 10.10 ; $p=0.003$ ตามลำดับ) นอกจากนี้ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์เมื่อเปรียบเทียบก่อน-หลังพบว่าระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ของกลุ่มทดลองลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ก่อน 4208.8 ± 1651.75 ; หลัง 1303.2 ± 702.52 ; $p < 0.001$) ในขณะที่กลุ่มควบคุมมีระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์ลดลงจากตอนก่อนเริ่มการศึกษาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ก่อน 3280.1 ± 1782.04 ; หลัง 1059.3 ± 1591.88 ; $p=0.052$) สรุป: การกำหนดระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยวิธีการ กำหนดเวลาหน้าจอ โทรศัพท์มือถือ และไอแพด/แท็บเล็ต สามารถลดคะแนนการติดต่อสังคมออนไลน์ (SMAT) และระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้

Title **Social Media Addiction in Bachelor’s Degree Students of Chiangmai University: Prevalence, Behavior, and Social Media Detoxification**

Author Ms. Chanapa Yangmang
 Ms. Panida Horsiriluck

Advisor Associate Professor Dujrudee Chinwong, Ph.D.

Co-advisor Associate Professor Surarong Chinwong, Ph.D.

Abstract

The use of social media is currently becoming more popular among university students. However, excessive use of social media can lead to addiction. Therefore, there is a need for social media detoxification. This study is divided into two phases. The objective of phase 1 was to investigate the prevalence of social media addiction and social media usage behaviors among undergraduate students at Chiang Mai University. **Method:** The data was collected from conducting an online questionnaire, consisting of four parts part 1 contained general information, part 2 included data regarding social media usage, part 3 comprised the Social Media Addiction Test (SMAT), which consisted of 16 questions scored as a Linkert scales (0=not at all 1=unlikely 2= likely 3= very much). The total score was assessed according to the following criteria: ≥ 30 as social media addicted, 20-29 as almost addicted, and 0-19 indicated not addicted to social media, and part 4 contained information regarding social media rehabilitation. Data was collected from September to October 2023. **Results:** Of 312 students, 219 were female (70.2%). The majority were third-year undergraduate students (36.5%). For The Social Media Addiction Test (SMAT) scores, 39.1% were addicted, 38.8% were almost addicted, and 22.1% were not addicted to social media. Instagram was the most frequently used social media platform in one day (32.1%). On average, participants spent 7.25 ± 3.58 hours per day on social media from Monday to Friday and 9.63 ± 5.77 hours during weekends and holidays. The primary objective for social media usage was for entertainment or stress relief. **Conclusion:** Almost half of the students were addicted to social media. Most of the social media usage was for entertainment and relaxation purposes, with more usage during weekends and holidays compared to weekdays.

The second phase of the study aims to: 1) compare the outcomes (scores of online social media addiction and weekly duration of online social media usage) between the experimental group who underwent social media detoxification and the control group, and 2) compare these outcomes before and after the study within the same group among undergraduate pharmacy

students at Chiang Mai University who are addicted to social media. **Method:** The participants were undergraduate pharmacy students at Chiang Mai University. The subjects were allocated into experimental group and control group using randomization. The experimental group underwent a limitation of their social media usage time by reducing screen time on mobile phones and tablets by 50% from their normal usage. The control group continued using social media as usual. Both groups completed the SMAT questionnaire before the study began. Then, they recorded their weekly social media usage time for 4 weeks, followed by completing the SMAT questionnaire after completing one month. **Results:** Of 23 students, 12 were in the experimental group and 11 in control group. Initially, there was no statistically significant difference in SMAT scores between the experimental and control groups (38.0 ± 6.71 ; 36.0 ± 8.50 ; $p = 0.536$). After 4 weeks, there was a statistically significant decrease in SMAT scores for the experimental group compared to the control group (16.8 ± 4.91 ; 8.54 ± 7.33 ; $p = 0.004$). Additionally, the duration of social media usage per week statistically significant decreased more for the experimental group than the control group (2905.6 ± 1608.79 ; 1059.3 ± 1591.88 ; $p = 0.012$). However, when comparing pre- and post-study SMAT scores, there was statistically significantly decreased for both groups (experimental group 38.0 ± 6.71 ; 21.2 ± 7.08 ; $p < 0.001$ and control group 36.0 ± 8.50 ; 27.4 ± 10.10 ; $p = 0.003$, respectively). Meanwhile, the duration of social media usage per week statistically significant decreased for the experimental group (pre-study 4208.8 ± 1651.75 ; post-study 1303.2 ± 702.52 ; $p < 0.001$). While the control group's weekly social media usage time decreased no statistically significant pre-study (3280.1 ± 1782.04) compared to post-study (1059.3 ± 1591.88 ; $p = 0.052$). **Conclusion:** Limiting screen time on mobile phones and tablets through Social Media Detoxification effectively reduced SMAT scores and weekly social media usage time.