

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อีบุ๊กออนไลน์ และภาวะการกลัวการตกกระแสนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ในจังหวัดพิษณุโลก

เรือนรสคุณธ์ จันทร์เจริญ* และ พิษณุ อภิธมาจารย์อิน**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้อีบุ๊กออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อศึกษาภาวะการกลัวการตกกระแสนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การใช้อีบุ๊กออนไลน์กับภาวะการกลัวการตกกระแสนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก การวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปในจังหวัดพิษณุโลก โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์และสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สันในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีการใช้อีบุ๊กออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.29$) มีภาวะการกลัวการตกกระแสนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.16$) นอกจากนี้การใช้อีบุ๊กออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะการกลัวการตกกระแสนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .750$) ข้อเสนอแนะคือควรมีการส่งเสริมการใช้อีบุ๊กออนไลน์อย่างถูกวิธีและเหมาะสม

คำสำคัญ: อีบุ๊กออนไลน์ การใช้อีบุ๊กออนไลน์ ภาวะการกลัวการตกกระแสนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก

* **หน่วยงานผู้แต่ง:** คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยนเรศวร เลขที่ 99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 Email: rueanrotsukhon@gmail.com

** **หน่วยงานผู้แต่ง:** คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยนเรศวร เลขที่ 99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 Email: Phitsanu@nu.ac.th

The Relationship between Social Media Using And Fear of Missing out of University Students in Phitsanulok Province

Rueanrotsukhon Chancharoen* and Phitsanu Aphisamacharayotin**

Abstract

This study aimed to 1) study social media using of university students in Phitsanulok province 2) study fear of missing out of university students in Phitsanulok province 3) study the relationship between social media using and fear of missing out of university students in Phitsanulok Province. This research is a quantitative research. The samples were 375 students aged 20 years and above in the university. The instruments were questionnaires. Data analyzed by using statistics of frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square, and the Pearson's product-moment correlation coefficient. The result found that the samples had a moderate level of social media using ($\bar{X} = 4.29$), a moderate level of fear of missing out ($\bar{X} = 4.16$). Besides, social media using was positively correlated to fear of missing out at the .01 level of significance ($r = .750$). Suggestion is there should be encouraging using social media appropriately.

Keywords: Social Media, Social Media Using, Fear of Missing out

* **Affiliation:** Department of sociology and anthropology, Faculty of Social Sciences, Naresuan University
99 Muong District, Phitsanulok 65000 Thailand Email: rueanrotsukhon@gmail.com

** **Affiliation:** Department of sociology and anthropology, Faculty of Social Sciences, Naresuan University
99 Muong District, Phitsanulok 65000 Thailand Email: Phitsanu@nu.ac.th

บทนำ

ในสังคมปัจจุบันการติดตามข้อมูลข่าวสารหรือการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วและทันเหตุการณ์ สามารถรับรู้ได้จากสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social Media ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพเสียงหรือวิดีโอที่ล้วนส่งต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่กลายเป็นศูนย์กลางในการสื่อสาร การเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ตในวันนี้มีมากกว่า 2.5 พันล้านคนที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เรียกได้ว่าเกือบหนึ่งในสามของประชากรโลกและคาดการณ์กว่าภายในปีค.ศ. 2020 จำนวนคนที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตจะพุ่งขึ้นสูงถึง 26 พันล้านคน ผลจากการวิจัยที่พบว่ากิจกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ YouTube ที่คิดเป็นร้อยละ 97.3 Facebook ร้อยละ 94.8 และ Line ร้อยละ 94.6 ในปีพ.ศ. 2559 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2559) และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดย Facebook ร้อยละ 96.6 และ line ร้อยละ 95.8 ในปี 2560 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560) แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนผู้ใช้ Facebook และ line ในประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในปีที่ผ่านมา แต่การที่มีจำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นระยะเวลาอันยาวนานและบ่อยครั้งเข้า ส่งผลให้เกิด “สภาวะเสพติดอินเทอร์เน็ต” เนื่องด้วยกลัวจะตกกระแสหรือเกรงว่าจะพูดคุยกับคนอื่นไม่รู้เรื่อง ซึ่งนั่นก็คือภาวะหนึ่งที่เรียกว่า ‘FOMO (Fear of Missing Out)’ หรือภาวะการกลัวการตกกระแส เป็นภาวะที่กลัวการตกกระแสจนรู้สึกกระวนกระวาย กลัวว่าจะพลาดเรื่องสำคัญอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังกลัวว่าคนอื่นจะทำอะไรดี ๆ โดยที่ไม่มีตนเอง ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้รับรู้เกี่ยวกับเรื่องที่เป็นกระแสหรือเรื่องสำคัญใหม่ ๆ จากการศึกษาของบริษัททาทา คอมมิวนิเคชันในโครงการ Connected world II ผ่านกลุ่มตัวอย่าง 9,400 คนจาก 6 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ เยอรมัน ฝรั่งเศส อินเดีย อังกฤษ และอเมริกา ที่เปิดเผยว่าประชากรโลก 64% ยอมรับว่าเคยมีประสบการณ์หรือรู้สึก FOMO ในยามที่ไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ โดยคนเอเชีย รู้สึก FOMO ถึง 80% นอกจากนี้ เกือบ 1 ใน 3 หรือ 30% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ใช้เวลาอยู่ในโลกออนไลน์ 6 ชั่วโมงหรือมากกว่านั้น ใน 1 วัน โดย Przybylski (2013) นักวิจัยได้อธิบายว่า FOMO เป็นลักษณะความปรารถนาที่จะเข้าเชื่อมต่ออย่างต่อเนื่องกับสิ่งที่คนอื่นกำลังทำอยู่ ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ก่อนคนอื่นรวมทั้งภาคภูมิใจหากตนรู้เรื่องเหล่านั้นก่อนใคร เพื่อตอบสนองความต้องการได้เป็นที่ยอมรับของคนรอบข้างและเป็นที่ยอมรับของเพื่อนโดยให้ความรู้สึกเป็นคนสำคัญ ผลจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเป็น FOMO คือผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพราะสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้ตั้งแต่ตื่นนอน ในระหว่างมื้ออาหารหรือระหว่างการบรรยายที่สามารถพบเจอประสบการณ์ด้านอารมณ์

เชิงบวกและมีประสบการณ์ด้านอารมณ์เชิงลบ กล่าวอีกนัยหนึ่ง FOMO เชื่อมโยงกับอารมณ์ที่รุนแรงขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์และการกระทำต่าง ๆ ที่สามารถส่งข้อความหรือส่งวิดีโอ เช่น การขั้บรถ เป็นต้น อีกทั้งความกลัวที่จะหายไปอาจเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้คนในการควบคุมตนเองและให้ความสำคัญต่อกิจกรรมที่ทำอยู่ ความเบื่อหน่ายและความเหงาที่เชื่อมโยงกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็เกี่ยวข้องกับ FOMO ที่สูงขึ้นซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อมี FOMO สูงก็มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ผลการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสื่อสังคมออนไลน์สามารถเชื่อมต่อกับคนอื่น ๆ ที่รู้จักในชีวิตประจำวัน ทำให้ความสัมพันธ์ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้นจนรู้สึก FOMO (Pappas, 2013)

ในการวิจัยที่ทำใน George Marsh Applied Cognition Lab พบว่า ความกลัวของการหายไปมีบทบาทสำคัญและมีความสำคัญในการอธิบายการมีส่วนร่วมของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อทางสังคมอาจเป็นสาเหตุหรือทำให้ FOMO รุนแรงขึ้น สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทั้งด้านบวกและด้านลบ อาทิ การมีเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น (พร้อมกับพูดคุยทางโทรศัพท์) การเพิ่มเพื่อนมากขึ้นโดยทักทายหรือพูดคุยกับคนแปลกหน้าที่ตนเองนั้นสนใจและทำให้ผู้อื่นประทับใจตนเองมากขึ้นโดยการโพสต์ความคิดเห็นบนรูปภาพและการอัปเดตสถานะ จนเครียดโดยไม่รู้ตัว หากวันไหนยอด Like ลดน้อยลงก็รู้สึกว่าเป็นคนไม่สำคัญก็จะเกิดความวิตกกังวล หลายคนละทิ้งความสัมพันธ์ในโลกแห่งความจริง ไม่สนใจเพื่อนหรือบุคคลที่นั้นอยู่ข้าง ๆ เพราะจดจ่อกับสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้โกรธง่ายและขาดความคิดสร้างสรรค์จนเกิดภาวะซึมเศร้าในขณะที่ใช้สังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงาน อาจจะมีอาการของความผิดปกติอื่น ๆ และอีกมากมายรวมทั้งความผิดปกติของบุคลิกภาพที่มีความหลงตัวเอง ความบ้าคลั่ง ความผิดปกติของบุคลิกภาพต่อต้านสังคม ความผิดปกติของบุคลิกภาพ(Histrionic) และความผิดปกติที่แฝงมากับความวิตกกังวลเกี่ยวกับการไม่สามารถที่จะตรวจสอบกับสื่อสังคมและเทคโนโลยีอื่น ๆ ในความเป็นจริงแล้วการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นตัวบ่งชี้ความสามารถในการคาดการณ์ความผิดปกติทางจิตถึง 9 ใน 15 ข้อจากการแจกแจงตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ทัศนคติและความวิตกกังวลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ และพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากเกินไปส่งผลกระทบต่อการนอนหลับและการเอาใจใส่กิจกรรมที่ทำตลอดทั้งวันและใช้เวลาเกือบหนึ่งในสี่นาทีบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเสี่ยงเป็น FOMO ที่นำไปสู่สภาวะปวดเหมือน นั้วล็อก เส้นเอ็นอักเสบ ปวดแขนบ่าไหล่ ส่งผลกระทบต่อสภาพกายและสภาพใจ (Przybylski, 2013)

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมองว่าการนำเสนอภาวะกลัวการตกกระแส FOMO กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น เมื่อมีการกลัวที่จะพลาดข้อมูลข่าวสารหรือกังวลว่าผู้คนจะทำอะไร ดี ๆ โดยที่ไม่มีตนเอง ยิ่งสังคมที่รีบเร่ง รวดเร็วมากขึ้น ทำให้พื้นฐานของครอบครัว มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาอยู่ด้วยกันน้อยลง อารมณ์ความรู้สึกเหงายิ่งรุนแรง ทำให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ลด อารมณ์ความรู้สึกเหงาลงและการมีโลกออนไลน์ส่วนตัวทำให้รู้สึกสนุก รู้สึกมีค่าและทันเหตุการณ์ ทันสมัย ทำให้เกิดการไม่สามารถเอาใจจดใจจ่อกับสิ่งที่ทำอยู่ได้นาน เกิดอาการสมาธิสั้นส่งผลต่อ การเรียนการทำงาน เข้ากับผู้คนรอบข้างได้ไม่ดีเพราะขาดความสัมพันธ์แบบมนุษย์จริง ๆ มีปัญหา กับการเข้าสังคมแบบปกติแต่จะเบี่ยงเบนไปใช้การติดต่อสื่อสารผ่านเครื่องมือสมัยใหม่แทนซึ่งเป็น ผลเสียโดยทั่วไป แต่หากมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวมากเกินไปเหมือนการสมัครชมรมหรือกลุ่มที่ เป็นความชื่นชอบที่กำลังเป็นพฤติกรรมวัยรุ่นตอนนี้อาจส่งผลเรื่องความปลอดภัยตามมา งานวิจัย ชี้แจงมุ่งเน้นการศึกษาภาวะการกลัวการตกกระแส FOMO กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำให้ ผู้คนตระหนักถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมและรู้ถึงการมีอยู่ของภาวะการกลัวการตก กระแส FOMO ในสังคม อันจะส่งผลสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการหาแนวทางในการแก้ไข ปัญหานี้ต่อไปโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ครอบคลุมถึงคำถามและปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์สมมุติฐานการวิจัยและประชากรที่จะทำการศึกษา เพื่อต้องการที่จะนำเสนอ ผลการวิจัยในครั้งนี้ออกมาในรูปแบบของข้อมูลที่เป็เชิงประจักษ์และมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังต้องการที่จะนำผลของการวิจัยมาใช้อธิบายสถานการณ์ของปัญหาการวิจัยในครั้งนี้นี้และ นำผลของการวิจัยที่ได้มาเป็นฐานคิดเพื่อต่อยอดสร้างเป็นข้อเสนอแนะที่ได้จากผลของการวิจัย อันจะนำไปสู่การใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดการดำเนินการเพื่อลดการเกิดขึ้นของปัญหา นี้ได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ในจังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การใช้สังคมออนไลน์กับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานของการวิจัย

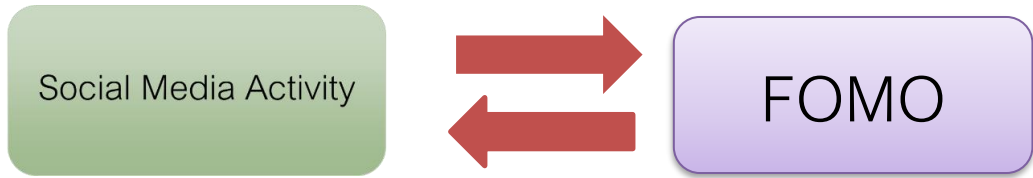
พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับภาวะการกลัวการตกกระแสด (FOMO) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลก

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

ทบทวนวรรณกรรม

เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นปรากฏการณ์ของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ตโดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์แบ่งปันรูปภาพหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจให้แก่กัน รวมถึงบุคลากรทางการแพทย์ด้วยซึ่งถือเป็นบุคลากรที่มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีดีที่สุดในกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะนักศึกษาแพทย์รุ่นใหม่ที่มาพร้อมกับนวัตกรรมใหม่ๆตามโลกที่มีการก้าวหน้าและพัฒนาตลอด ซึ่งนักศึกษาแพทย์จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองในการดูแลรักษาผู้ป่วยหรือเรียนรู้กับโรคร้ายใหม่ๆ (พรรณฉนิการ์ พุ่มจันทร์ นุชจรรย์ หงส์ เหลี่ยม และพัชดาพรรณ อุดมเพ็ชร, 2558) แต่ในทางกลับกันอิทธิพลของสื่อที่มีต่อวัยรุ่นในสังคมปัจจุบัน สามารถนำไปสู่ความรุนแรงที่เราพบเห็นเป็นประจำที่ เช่น โทรต์ศน์ วิทย์ วิดีโอเกมส์ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ที่มีการแสดงออกที่ไม่สมควรเผยแพร่ออกมาทำให้เกิดการลอกเลียนแบบ (ทัศนีย์ ไชยเจริญ, 2556) จากการศึกษาของ JWT Intelligence (อ้างอิงในเจนจิรา สงรัตน์, 2557) พบว่าการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เติบโตอย่างต่อเนื่องและยังเป็นแรงจูงใจหลักให้ผู้ใช้งานสมาร์ทโฟน จนเกิดความอยากรู้อยากเห็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี การติดตามข่าวสารจนเป็นความกลัวที่จะพลาดข่าวสาร ฟุ้งซ่าน จนไม่สามารถวางเครื่องมือสื่อสารสมาร์ทโฟนไว้ไกลตัวจนเกิดเป็น FOMO ในที่สุด เช่นเดียวกัน FOMO ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และยังเป็นแรงจูงใจหลักให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นดังจะปรากฏอยู่ที่ภาพด้านล่างวงจรความสัมพันธ์กิจกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และ FOMO



วิลิต ภูริวัชร (2560) เสนอไว้ว่าความอ่อนแอทางจิตใจและความต้องการภายในที่เป็นเรื่องของปัจจัยทางจิตวิทยาภายในหรือ Human Insight ปัจจัยอินไซท์ในกิจกรรมอันนี้ก็คือ การชอบทำตามกระแสความดังความมีชื่อเสียงและภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ต้องทำตามสถานการณ์ความนิยม แล้วทำตามกันไปเป็นระยะเวลาานาน ซึ่งเป็นเรื่องมนุษย์ที่กลัวที่จะตกกระแสสังคม ไม่ต้องการพลาดโอกาสที่จะทำตามคนอื่น ๆ และสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจัยทางจิตวิทยาในมิติอื่นก็คือ โจทย์ด้านสภาวะทางอารมณ์ในเรื่องของการยกย่องทางสังคม (Esteem and social need) นอกจากนี้มนุษย์เราเองก็มีมุมด้านมืดที่ต้องการได้รับการตอบสนองเช่นกัน บ่อยครั้งที่คนเราต้องการแสดงออกถึงสันดานดิบ (Instinct) ภายในซึ่งไม่น่าจะเป็นเรื่องที่ควรน่ายกย่องเชิดชูกับพฤติกรรมด้านมืด

ศิวโรจน์ สายแวว (2559) เสนอไว้อีกด้วยว่าความกลัวคือหนึ่งในความรู้สึกพื้นฐานของมนุษย์เกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนและภัยรูปแบบต่าง ๆ โดยในอดีตเมื่อยังไม่มีศาสนาไว้ยึดเหนี่ยวจิตใจ ก็กลัวภัยธรรมชาติ เช่น ฝนตก พายุร้อน ส่วนเรื่องเหนือธรรมชาติที่ไม่สามารถหาคำอธิบาย ก็คิดเป็นเรื่องภูตผีมาถึงปัจจุบันมีความกลัวรูปแบบใหม่ซึ่งก็เกิดจากรูปแบบการใช้ชีวิตของเราเองจนเรียกได้ว่าเป็นภัยใกล้ตัวที่คุณคาดไม่ถึง ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) เป็นภาวะทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งกลัวว่าจะพลาดเรื่องที่คนหมู่มากทำกัน กลายเป็นบุคคลไม่พึงปรารถนาโดยที่ทำงานเป็นสังคมหนึ่งที่เราสังกัดอยู่ รู้สึกด้อยค่าเป็นตัวของตัวเองน้อยลงและเชื่อมโยงกับโลกแห่งความจริงได้ยากขึ้นจนอาจถึงขั้นเสียชีวิต หากมีแต่ตั้งสถานะระหว่างทำกิจกรรมสำคัญตรงหน้า เช่น การขับรถ เป็นต้น ในต่างประเทศอธิบายภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ว่าเป็นประสบการณ์ที่ได้รับจากความกลัวที่รู้สึกว่าตนเองล้มเหลวหรือตนเองพลาดโอกาสหรือพลาดความสุขที่หายไป จากการได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เป็นความสำเร็จนั้น ๆ คนที่มีอาการ FOMO เปรียบเสมือนมีน้ำอยู่เพียงครึ่งแก้ว จะรู้สึกกังวลอย่างรุนแรงต่อการมีน้ำเหลือเพียงครึ่งแก้วอยู่เสมอและให้ความสนใจไปในการที่จะเติมเต็มน้ำให้เต็มพื้นที่อีกครึ่งที่ว่างเปล่าของแก้วอยู่ตลอดเวลา การใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ นั้น มักจะเกิดความรู้สึกแยะต่อตนเองเพราะเกิดความกังวลว่าคนอื่น ๆ จะรู้สึกมีความสุขมากกว่าตนเอง

กลัวที่จะไม่รู้ว่าคุณคนอื่นมีประสบการณ์พิเศษอะไรที่ตัวเองไม่มี กลัวจะไม่รู้ทันกระแสใหม่หรือไม่ได้เห็นอะไรที่แปลกใหม่ก่อนผู้อื่น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่นำไปประสบการณ์ของตัวเอง ณ ขณะนั้น ไปเปรียบเทียบกับประสบการณ์ของผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา (Herman, 2010)

Przybylski (2013) ได้ทำการศึกษาแล้วพบว่าความก้าวหน้าของการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี มีอิทธิพลในเชิงบวกและเชิงลบ จากสำรวจกรณีศึกษาจำนวนมากและระบุเงื่อนไขทั่วไปที่สื่อดิจิทัลสื่อสารสามารถทำลายการสะท้อนตัวตนและลดความรู้สึกเป็นอยู่ที่ดีได้อย่างสิ้นเชิง โดยเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีอยู่ตลอดเวลาสามารถทำให้เราสับสนกับประสบการณ์ทางสังคมที่สำคัญในปัจจุบันและต้องการที่จะเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องต่อไปได้อย่างปลอดภัย ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) เป็นลักษณะความปรารถนาที่จะเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องกับสิ่งที่คนอื่นกำลังทำ สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความแตกต่างระหว่างความต้องการ ความพึงพอใจอารมณ์และความพึงพอใจในชีวิตการมีส่วนร่วมทางสังคม ซึ่งการเชื่อมโยงนั้นอาจเป็นแหล่งอารมณ์เชิงลบหรือความรู้สึกหดหู่ที่ส่งผลกับสุขภาพจิตและการมีสุขภาพที่ดี กลุ่มช่วงอายุที่เสี่ยงเข้าข่ายเป็น FOMO มากที่สุดคือกลุ่มคนหนุ่มสาว เพราะมีความปลื้มใจและความกังวลในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้คนรู้สึกเหงามากขึ้น ผู้คนใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเหตุผลหลายประการ พวกเขาอาจใช้แทนกิจกรรมออนไลน์เพื่อการโต้ตอบแบบตัวต่อตัว พวกเขาอาจได้เห็นการช่วยวนและเข้าไปจัดการชีวิตของคนอื่นโดยที่ไม่รู้จักบุคคลนั้น นอกจากนี้ยังอาจเป็นไปได้ว่า ผู้คนที่รู้สึกโดดเดี่ยวต้องการความโล่งใจในสื่อสังคมออนไลน์ คนหนุ่มสาวจะใช้อัตลักษณ์ของพวกเขาในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์จะกลายเป็นสถานที่ที่เป็นธรรมชาติสำหรับการแสดงอัตลักษณ์และไม่มีข้อกำหนดหรือความคาดหวังในด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลที่คนหนุ่มสาวต้องการยกระดับความสัมพันธ์ ตัวอย่างเช่นเกี่ยวกับค่านิยมหรือความเชื่อของผู้คนอาจเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาและเป็นทักษะชีวิตที่มีประโยชน์ ความสามารถในการตัดสินใจขั้นนำที่ไม่ใช่คำพูดของบุคคลในระหว่างการแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพบปะทางสังคม ซึ่งเป็นที่น่ากังวลว่าทุกคนหนุ่มสาวจะได้รับประสบการณ์เหล่านี้ในขณะนี้ ส่วนหนึ่งของการเป็นมนุษย์คือความสามารถของเราในการสื่อสารด้วยวาจาและเราต้องคิดถึงโอกาสที่เยาวชนจะทำในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยซึ่งพวกเขาไม่รู้สึกว่าพวกเขากำลังถูกตัดสินว่า นอกจากนี้หากสื่อทางสังคมสร้างอารมณ์แค้น ๆ ขึ้นหรือรู้สึกหงุดหงิดหรือภาวะซึมเศร้าอาจทำให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตที่รุนแรงรวมถึงความคิดหรือพฤติกรรมฆ่าตัวตาย (Miller, 2017)

ระเบียบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปี 2560 ภาคปกติ ทั้งนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง จำนวน 14,153 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560) โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน คำนวณจากสูตรของแดเนียล (Daniel,1999) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$$n = \frac{NZ^2 P(1-P)}{d^2 (N-1) + Z^2 P(1-P)}$$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

P = ค่าสัดส่วนของประชากรที่ต้องการ

d = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

Z = ค่าคะแนนมาตรฐานเมื่อกำหนดให้ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่า 0.05 (1.96)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าได้ดังนี้ : } n &= \frac{(14,153)(1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2 (14,153- 1) + (1.96)^2 (0.5)(1-0.5)} \\ n &= \frac{13,592.5412}{36.3404} \\ n &= 374.03 \end{aligned}$$

โดยผู้วิจัยเลือกเก็บตัวอย่างจำนวน 375 คน

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และใช้วิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ไม่มีการระบุตัวตนของกลุ่มตัวอย่างในทุกกระบวนการ การการวิจัยโดยผู้วิจัยและกำหนดเกณฑ์ในการคัดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

โดยมีเกณฑ์คัดเข้าคือ เป็นนิสิตมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลกระดับปริญญาตรีปีชั้นที่ 2-4 ช่วงอายุ 20 ปีขึ้นไปและยินยอมในการตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์คัดออกคือ นิสิตที่ไม่สะดวกในการให้ข้อมูลจนเสร็จและนิสิตที่ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลนั้นได้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (IOC) ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Conbach's Alpha) และตรวจสอบค่าอำนาจจำแนก (Corrected Total-Item Correlation) ผลการวิเคราะห์:ค่าความเชื่อมั่นคงแบบสอบถามทั้ง 3 ฉบับ เท่ากับ 0.946 โดยแยกเป็นรายด้าน ดังนี้

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี รายได้ ประเภทของเครื่องสื่อสารที่ใช้ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้และความถี่ของการใช้สังคมออนไลน์ เท่ากับ 0.903

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการใช้สังคมออนไลน์ เท่ากับ 0.866

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาวะการกลัวการตกกระแสด เท่ากับ 0.908

ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างและในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) สถิติค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติอนุมาน ได้แก่ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

เกณฑ์การแปลผลสถิติค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์การแปลผลของ Przybylski (2013)

โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

\bar{x}	= ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.20 หมายถึง	น้อยที่สุด
\bar{x}	= ค่าเฉลี่ย 2.21 – 3.40 หมายถึง	น้อย
\bar{x}	= ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.60 หมายถึง	ปานกลาง
\bar{x}	= ค่าเฉลี่ย 4.61 – 5.80 หมายถึง	มาก
\bar{x}	= ค่าเฉลี่ย 5.81 – 7.00 หมายถึง	มากที่สุด

เกณฑ์การแปรผลความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ใช้เกณฑ์การแปรผลของ
กัลยา วาณิชย์บัญชา (2545)

โดยแบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

± 0.81 ถึง ± 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับมากที่สุด
± 0.61 ถึง ± 0.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับมาก
± 0.41 ถึง ± 0.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
± 0.21 ถึง ± 0.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับน้อย
± 0.00 ถึง ± 0.20	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และเพศชายจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-22 ปี จำนวนอยู่ที่ 358 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 และจำนวนน้อยสุด อายุ 23 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในชั้นปีการศึกษาที่ 2 จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ชั้นปีการศึกษาที่ 3 จำนวนอยู่ที่ 128 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และชั้นปีการศึกษาที่ 4 จำนวนอยู่ที่ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวนอยู่ที่ 113 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 ส่วนรายได้ 10,001-15,000 บาท มีจำนวนอยู่ที่ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และจำนวนน้อยสุด รายได้จำนวนอยู่ที่ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สมาร์ตโฟน จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 98.4 รองลงมา คอมพิวเตอร์ จำนวนอยู่ที่ 261 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 และจำนวนน้อยสุดคือแท็บเล็ต มีจำนวนอยู่ที่ 65 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดได้แก่ Facebook จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 93.9 รองลงมา Line จำนวนอยู่ที่ 306 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 ตามด้วย YouTube จำนวนอยู่ที่ 305 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 Instagram จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 และจำนวนน้อยสุดคือ Twitter มีจำนวนอยู่ที่ 192 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ของการใช้สังคมออนไลน์ อยู่ในช่วง 4-6 ชั่วโมง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมา มี 6-8 ชั่วโมง และ 8 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวนอยู่ที่

113 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และจำนวนน้อยสุด 2-3 ชั่วโมงจำนวนอยู่ที่ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

2. การวิเคราะห์จำนวนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 4.29 ซึ่งหากพิจารณารายชื่อ พบว่าการอัปเดตข่าวสารต่างๆจากสื่อสังคมออนไลน์ และจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ,Twitter ,Line, Instagram และYouTubeในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.65 รองลงมาคือ การแชท (Chat) ส่งข้อความ เอกสาร ไฟล์ จดหมาย อีเมล (E-mail) ถึงผู้อื่นในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.42 การอัปเดตเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันหรือเหตุการณ์ที่น่าตื่นเต้นลงสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ,Twitter ,Line ,Instagram , YouTube ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 นอกจากนี้ การ ‘แชร์ (Share)’ ข้อมูลข่าวสารหรือข้อความที่ถูกใจลงบนไทม์ไลน์ของตนเอง ‘การกดติดตาม (Follow)’ ผู้คนหรือเพจข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ การ ‘รีทวีต (Retweet)’ เมื่อพบเจอข้อความหรือเรื่องที่ถูกใจบนสื่อสังคมออนไลน์ การดาวน์โหลด (Download) รูปภาพและวิดีโอจากสื่อสังคมออนไลน์มาเก็บไว้ การอัปโหลด (Upload)รูปภาพและการใช้วิดีโอคอล (Video Call) เพื่อพบปะผู้คนที่ต้องการสนทนาและวิดีโอลงสื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53, 4.43, 4.17, 3.97, 3.75 และ 3.74 ตามลำดับและการไลฟ์สด (Live Video) ในสื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.41 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน

ตัวแปร	(\bar{x})	S.D.	ระดับ
1. ท่านแชท (Chat) ส่งข้อความ เอกสาร ไฟล์ จดหมาย อีเมล (E-mail) ถึงผู้อื่น	5.42	1.553	มาก
2. ท่านอัปเดตข่าวสารต่างๆจากสื่อสังคมออนไลน์ และจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ,Twitter ,Line , Instagram และYouTube	5.65	1.300	มาก
3. ท่านอัปเดตเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันหรือ เหตุการณ์ที่น่าสนใจลงในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ,Twitter, Line, Instagram, YouTube	4.84	1.852	มาก
4. ท่านใช้วิดีโอคอล (Video Call) เพื่อพบปะผู้คน ที่ต้องการสนทนา	3.74	1.903	ปานกลาง
5. ท่านไลฟ์สด (Live Video) ในสื่อสังคมออนไลน์	2.41	2.039	น้อย
6. ท่านมีการ ‘รีทวีต (Retweet)’ เมื่อพบเจอ ข้อความหรือเรื่องที่ถูกใจบนสื่อสังคมออนไลน์	4.17	2.214	ปานกลาง
7. ท่านมีการ ‘แชร์ (Share)’ ข้อมูลข่าวสารหรือ ข้อความที่ถูกใจลงบนโซเชียลมีเดียของตนเอง	4.53	1.800	ปานกลาง
8. ท่านมี ‘การกดติดตาม (Follow)’ ผู้คนหรือเพจ ข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์	4.43	1.761	ปานกลาง
9. ท่านอัปโหลด (Upload)รูปภาพและวิดีโอลงสื่อ สังคมออนไลน์	3.75	1.960	ปานกลาง
10. ท่านดาวน์โหลด (Download) รูปภาพและวิดีโอ จากสื่อสังคมออนไลน์มาเก็บไว้	3.97	1.914	ปานกลาง
เฉลี่ยการใช้สื่อสังคมออนไลน์	4.29	1.256	ปานกลาง

3. การวิเคราะห์ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาวะการกลัวการตกกระแสอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.16 ซึ่งหากพิจารณารายชื่อ พบว่า มีการใช้งาน Facebook, Twitter, Line, Instagram, YouTube อยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวันในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.92 รองลงมาคือ การติดการใช้สื่อออนไลน์เกือบตลอดเวลาในชีวิตประจำวันและเมื่อท่านมีเวลาว่างก็จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อยู่เสมอ แม้จะเป็นช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ก็ตามในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.80 และ 5.44 ตามลำดับ นอกจากนี้ การมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีเพื่อนหรือผู้ติดตามเป็นจำนวนมากบนโลกสังคมออนไลน์ การกด 'ถูกใจ' หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ได้รับความสนใจบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ การใช้งานแอปพลิเคชันตามกระแสนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอ เพราะไม่ต้องการตกกระแส การอัปเดตชีวิตของท่านลงบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา การมีความรู้สึกภาคภูมิใจเวลาที่รู้เรื่องหรือประเด็นที่เป็นกระแสในสังคมก่อนบุคคลอื่น การมีความรู้สึกหงุดหงิดและเป็นกังวล เมื่อรู้ตัวว่าจะไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แม้จะเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ ก็ตาม การกลัวพลาดข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่ได้รับความนิยมในสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา การจดจ่อกับเรื่องการสื่อสารที่เข้ามาจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ จนทำให้ละเลยกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันและมีความรู้สึกวิตกกังวล ความมั่นใจ เมื่อรู้สึกว่าคุณเองไม่รับรู้เรื่องราวที่กำลังเกิดขึ้นที่กำลังเป็นกระแสในสังคมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60, 4.52, 4.48, 4.16, 3.98, 3.80, 3.78, 3.59 และ 3.46 ตามลำดับและการมีอาการเครียดกังวลได้ง่าย เมื่อถูกตำหนิบนสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่า จะไม่เคยรู้จักกับคู่กรณีก็ตาม การแชทกับคนแปลกหน้าที่ตัวเองสนใจโดยที่ไม่ได้นึกถึงตัวตน และนิสัยของบุคคลนั้นและการมีอาการวิตกกังวล เมื่อตนเองไม่รู้ข่าวสารที่กำลังเป็นประเด็นบนสื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 2.75 และ 2.69 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ภาวะการกลัวการตกกระแสน (FOMO)

ตัวแปร	(\bar{x})	S.D.	ระดับ
1. ท่านติดการใช้สื่อออนไลน์เกือบตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน	5.80	1.156	มาก
2. ท่านใช้งาน Facebook, Twitter, Line, Instagram, YouTube อยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน	5.92	1.117	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีเพื่อนหรือผู้ติดตามเป็นจำนวนมากบนโลกสังคมออนไลน์	4.60	1.882	ปานกลาง
4. ท่านกลัวพลาดข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่ได้รับความนิยมในสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา	3.78	1.945	ปานกลาง
5. ท่านมีอาการวิตกกังวล เมื่อตนเองไม่รู้ข่าวสารที่กำลังเป็นประเด็นบนสื่อสังคมออนไลน์	2.69	2.036	น้อย
6. ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจเวลาที่รู้เรื่องหรือประเด็นที่เป็นกระแสในสังคมก่อนบุคคลอื่น	3.93	2.051	ปานกลาง
7. ท่านอัปเดตชีวิตของท่านลงบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา	4.16	1.869	ปานกลาง
8. ท่านรู้สึกขาดความมั่นใจ เมื่อรู้สึกว่าตนเองไม่รู้เรื่องราวที่กำลังเกิดขึ้นที่กำลังเป็นกระแสในสังคม	3.46	1.953	ปานกลาง
9. ท่านมีอาการเครียดกังวลได้ง่าย เมื่อถูกตำหนิบนสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่าจะไม่เคยรู้จักกับคู่กรณีก็ตาม	3.39	2.051	น้อย
10. ท่านกต 'ถูกใจ' หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ได้รับความสนใจบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ	4.52	1.871	ปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) (ต่อ)

ตัวแปร	(\bar{x})	S.D.	ระดับ
11. ท่านมีการแชทกับคนแปลกหน้าที่ตัวเองสนใจโดยที่ไม่ได้นึกถึงตัวตนและนิสัยของบุคคลนั้น	2.75	2.079	น้อย
12. ท่านจดจ่อกับเรื่องการสื่อสารที่เข้ามาจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ จนทำให้ละเลยกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตประจำวัน	3.59	1.980	ปานกลาง
13. เมื่อท่านมีเวลาว่าง ก็จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อยู่เสมอ แม้จะเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆก็ตาม	5.44	1.413	มาก
14. ท่านใช้งานแอปพลิเคชันตามกระแสนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอ เพราะไม่ต้องการตกกระแส	4.48	1.828	ปานกลาง
15. ท่านจะมีรู้สึกหงุดหงิดและเป็นกังวล เมื่อรู้ว่าตัวเองไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แม้จะเป็นช่วงเวลาสั้นๆก็ตาม	3.80	2.008	ปานกลาง
เฉลี่ยภาวะการกลัวการตกกระแส	4.16	1.252	ปานกลาง

4. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสถิติไคสแควร์ เท่ากับ 15.862 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มเพศชายมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด/มาก ชั้นปีการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าไคสแควร์ เท่ากับ 19.015 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ชั้นปีที่ 2 และ 3 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด/มาก ส่วนชั้นปีที่ 4 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง รายได้มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีค่าไคสแควร์ เท่ากับ 23.115 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 5,000-10,000 บาท มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไปมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด/มาก

ความถี่ของการใช้สังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสถิติไคสแควร์ เท่ากับ 13.844 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สังคมออนไลน์อยู่ที่ 4-6 ชั่วโมง มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง ส่วน 2-3 ชั่วโมง 6-8 ชั่วโมงและ 8 ชั่วโมงขึ้นไปมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด/มาก

5. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ชั้นปีการศึกษามีความสัมพันธ์กับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าไคสแควร์ เท่ากับ 24.280 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ชั้นปีที่ 2 และ 3 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด/มาก ส่วนชั้นปีที่ 4 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ความถี่ของการใช้สังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีค่าสถิติไคสแควร์ เท่ากับ 21.387 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สังคมออนไลน์อยู่ที่ 4-6 ชั่วโมง มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับน้อยที่สุด/น้อย- ส่วน 6-8 ชั่วโมง มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง และ 2-3 ชั่วโมงกับ 8 ชั่วโมงขึ้นไปมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับมากที่สุด/มาก

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .750 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์และภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO)

ตัวแปร (n=375)	ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) (Y)	การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (X)
Y	1	.750**
X		1

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของพรณณิการ์ พุ่มจันทร์ และคณะ(2558) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง โดยแต่ละชั้นปีมีบริบทการศึกษาไม่เหมือนกัน บางชั้นปีอาจต้องใช้สื่อสังคมในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทำงานหรือทำการบ้านที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้อธิบายได้ว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามบริบทสังคมไม่ว่าจะใช้ในการศึกษา การทำงาน แต่ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน เพราะปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นเทคโนโลยี ที่นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน (เขมณัฐ มิ่งศิริธรรม, 2557)

2. ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO)อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของเจนจิรา สงรัตน์(2557) ที่พบว่า อาการโฟโม (FOMO) ที่มีต่อการเสพติดสมาร์ทโฟนและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเสพติดสมาร์ทโฟนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) จะพบมากในกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้นมากกว่าในกลุ่มวัยกลางคน ซึ่งใช้สมาร์ทโฟนในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ตลอดเวลา จนเกิดเป็นภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ทั้งนี้อธิบายได้ว่า ภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) เป็นการมีส่วนร่วมในสังคมออนไลน์ รับรู้ความเคลื่อนไหวของผู้คน สังคมหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ผู้คนกลัวที่พลาดหรือไม่ได้รับรู้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เหมือนถูกตัดขาดจากสังคม กลัวว่าจะถูกแยกออกไปจากสิ่งที่เกิดรอบตัว ทำให้ถึงต้องสนใจสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งหลายคนไม่ค่อยรู้ตัวว่าเสี่ยงการเป็นภาวะนี้ (Gracyalny, 2015)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์เชิงบวกกับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) อยู่ในระดับมาก อธิบายได้ว่านักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากจะมีแนวโน้มภาวะการกลัวการตกกระแสมากสอดคล้องกับการศึกษาของ JWT Intelligence, (2012) ที่กล่าวว่า FOMO มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อุปกรณ์เคลื่อนที่และเครื่องมือที่อิงตามตำแหน่งที่มากขึ้น เพราะสิ่งเหล่านี้ช่วยให้ชีวิตสามารถแสดงออกและบอกทุกอย่างที่เกิดขึ้นตลอดเวลาไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ทั้งนี้อธิบายได้ว่า ผู้คนรู้สึกว่าการใช้สื่อสังคมเพื่ออวดเกี่ยวกับชีวิตของ

พวกเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่วัยรุ่นและผู้ใหญ่และเมื่อเปรียบเทียบสถานการณ์กับคนอื่นและรับรู้ว่าคุณมีปัญหาบ่อยลง ซึ่งการมีส่วนร่วมของประสบการณ์ในการทำงานเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีทั้งด้านดีและไม่ดี ควบคู่ไปกับการเกิดภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ซึ่งในหลายคนไม่ยอมรับและไม่รู้ตัว (Parker, 2012)

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ควรจะมีการส่งเสริมให้ผู้คนใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมหรือหากิจกรรมอื่น ๆ ทำอาทิเช่น ออกกำลังกาย ออกค่ายธรรมชาติ เป็นต้น มากกว่าสนใจสื่อสังคมออนไลน์

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) อยู่ในระดับมาก ควรมีการรณรงค์และส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกวิธีและเหมาะสมให้ใช้ไม่มากเกินไป เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) ได้

ข้อจำกัดและงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเพื่อหาแนวทางหรือมาตรการเพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือลดภาวะการกลัวการตกกระแส (FOMO) นี้เพื่อปกป้องให้ปลอดภัยจากภัยในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้ในระดับเบื้องต้นด้วยการพัฒนาโปรแกรมการอบรมด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์

บรรณานุกรม

เขมณัฐ มิ่งศิริธรรม. (2558). Social Media สื่อสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา. *วารสาร Veridian E-Journal*, 6(1), 72-81.

คณาจารย์กลุ่มจิตวิทยาและการแนะแนว. (2552). *ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2560, จาก http://hbdkru.blogspot.com/2009/10/1_30.html

เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ. (2553). *ผลกระทบจากสื่อออนไลน์กับเด็กและครอบครัว*. สืบค้น 25 กันยายน 2560, จาก <http://www.familymediawatch.org/index.php?lay=show&ac=article&id=539335286&Ntype=2>

- จินดารัตน์ กาญจนทอง. (2556). *อิทธิพลของ Facebook ที่มีกับวัยรุ่น*. สืบค้น 10 กันยายน 2560, จาก <https://www.dek-d.com/board/view/3049937/>
- เจนจิรา สงรัตน์. (2557). *อิทธิพลการหวาดกลัวสังคม การยอมรับนับถือตนเอง อากาโรโฟโม ที่มีต่อการเสพติดสมาร์ตโฟน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พรรณณิการ์ พุ่มจันทร์ นุชจรรย์ หงษ์เหลี่ยมและพัชดาพรรณ อุดมเพชร. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ ระดับปรีคลินิก ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. *เวชบัณฑิตศิริราช*, 8(1), 23-35.
- นักสกร กรวยสวัสดิ์. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 28(3), 81-87.
- พระมหาสมชาย ฐานวุฑโฒ. (2556). *FOMO โรคติดข่าวสาร*. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2560, จาก https://www.dmc.tv/pages/top_of_week/FOMO
- พิษณุ อภิสมการโยธิน. (2549). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองตามยุทธศาสตร์เมืองไทยแข็งแรงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยในจังหวัดนครปฐม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- พงศธรันย์ พลศรีเลิศ. (2557). *ท่านมีระดับอาการ FOMO กลัวตกกระแสน มากแค่ไหน*. สืบค้น 13 มกราคม 2561, จาก <https://phongzahrun.wordpress.com/2014/01/14>
- พชรพล เกตุจินากุล. (2560). *งานวิจัยชี้การเล่นโซเชียลมีเดียมากเกินไป อาจเป็นสาเหตุของความรู้สึกโดดเดี่ยว*. สืบค้น 17 สิงหาคม 2560, จาก <http://themomentum.co/happy-self-help-use-social-media-more-cause-lonely>
- มติชนออนไลน์. (2557). *สถิติคนไทยกับการใช้สื่อดิจิทัล*. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2560, จาก http://ridcnrct.blogspot.com/2014/08/blog-post_31.html
- มนต์นภา เกล็ดพลี. (2559). *สังคมออนไลน์ (Social Network) และอินเทอร์เน็ต*. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2560, จาก <https://monnapablog.wordpress.com>
- เมธาสิทธิ์ โลภุตรพล. (2555). *ผลเสียของสื่อออนไลน์ : ปัญหาของเทคโนโลยีหรือปัญหาของสังคม?*. สืบค้น 10 กันยายน 2560, จาก <https://cujrnewmedia.wordpress.com/2012/01/14>

- วราพร วันไชยธนวงศ์และเกศราภรณ์ ชูพันธ์. (2557). การสำรวจพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ต และผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตในนักศึกษาวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี เชียงใหม่. *วารสารพยาบาลและการศึกษา*, 7(3), 124-131.
- วิมลจันทร์ วุฒิกงสมบัติ. (2558). รู้จักโรคนอมโฟเบีย (nomophobia) โรคสุดฮิตของคนใช้ สมาร์ทโฟน. สืบค้น 6 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.bangkokhealth.com/health/article-2346>
- วิเลิศ ภูริวัชร. (2560). *ปรากฏการณ์ กระแสเปรี้ยว FOMO*. สืบค้น 6 ตุลาคม 2560, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641639>
- สาริตา จันทรอาพร และมฤษฎ์ แก้วจินดา. (2559). ภาวะการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(1), 84-92.
- สิริกานต์ ระเบิดธรรม. (2559). *อิทธิพลของสื่อในสังคมปัจจุบัน*. สืบค้น 18 กันยายน 2060, จาก <http://taweenunsangto.blogspot.com/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *การมีการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ มือถือ*. สืบค้น 17 สิงหาคม 2560, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries22.html>
- ศิวิโรจน์ สายแวง. (2556). *FOMO: ภัยร้ายของคนกลัวตก TREND*. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2560, จาก <http://marketeer.co.th/archives/7293>
- ศรีเชาวน์ วิหคโต. (2556). *ความรู้เบื้องต้น: ความหมายและความสำคัญของ Social Media*. สืบค้น 3 มิถุนายน 2560, จาก <http://crnfe2013.blogspot.com/2013/05/11-social-media.html>
- อดิสรณ์ อันสงคราม. (2558). *ผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (รายงานวิจัย). ขอนแก่น: คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อุทัย วรเมธีศรีสกุลและโสวิทย์ บำรุงศักดิ์. (2559). วิเคราะห์การใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์กของคนไทย ปัจจุบันเชิงพุทธบูรณาการ. *วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม*, 5(1), 103-121.

- Brian, A. P. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1–8.
- Casey, L. (2015). *Social Media's Effect on Your Stress Isn't What You Think*. Retrieved June 3, 2017, from <https://www.self.com/story/social-media-surprising-effect-stress>
- Cheever, N. A., Rosen, L. D., Carrier, M. L., & Chavez, A. (2014). Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users. *Computers in Human Behavior*, 37, 290–297.
- Cody, G. (2015). *Social Media and FOMO: Connected in a Disconnected Society An exploration of the effects of social media and FOMO on individuals*. Retrieved January 13, 2018, from <https://medium.com/@codygracyalny/social-media-and-fomo-connected-in-a-disconnected-society-16435525232>
- Chris, H. (2016). 'Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model. *Journal of Marketing Communications*, 12(3), 1-24.
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168–176.
- Infographic Thailand. (2014). *FOMO ภัยร้ายโรคกลัวตกกระแส*. Retrieved June 3, 2017, from <http://infographic.in.th/infographic/fomo>
- Jessica, P., Cheryl, L., & Sarah, A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1).
- Larry, D. (2014). FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment. *Explore*, 10(2), 69–73.

- Michael, A. P. (2017). *#FOMO: Establishing Validity of the fear of missing out scale with an adolescent population* (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest LLC. (ProQuest Number: 10258061)
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C.R., & Gladwell, V. Motivational. (2013). Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Rachel, H. (2017). *People who use Social Media a lot are isolated, study says*. Retrieved August 17, 2017, from <http://www.independent.co.uk/life-style/social-media-high-usage-more-isolated-lonely-people-study-university-pittsburgh-a7614226.html>
- Rebecca, R. (2017). *The reasons why social media can make you feel both magical and miserable*. Retrieved August 17, 2017, From http://mashable.com/2017/03/06/why-social-media-can-make-you-feel-miserable/?utm_campaign=Mash-Prod-RSS-Feedburner-All-Partial&utm_cid=Mash-Prod-RSS-Feedburner-All-Partial&utm_source=feedly&utm_medium=webfeeds#NmYtYLrxkmg
- University of Essex Office. (2013). *Do you fear you are missing out?*. Retrieved February 5, 2018, from https://www1.essex.ac.uk/news/event.aspx?e_id=5157
- Vaughn, J. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO)*. JWT Intelligence, 1–42.
- Zcooby. (2017). *FOMO, JOMO คืออะไร? เมื่อเราอยู่ในยุคที่เต็มไปด้วยการบริโภคกระแส*. Retrieved August 17, 2017, from <http://www.zcooby.com/fomo-jomo-online-addict-staus/>

Translated Thai Bibliography

- Ansongkhram, A. (2015). *The effect of the use of social media age people working in Bangkok* (Research report). KhonKaen: Faculty of Communication Arts, Sripatum University.
- Apisamajansyotin, P. (2006). *Factors related and self-care behaviors to Strong Thai Strategies of Undergraduate Students Universities in Nakhon Pathom* (Master's thesis). Silpakorn University, Bangkok.
- Sarasin, C., & Mahidol, K. (2016). Current Situation With the advent of social media in teens. *Graduate Journal Rajamangala University of Technology Thanyaburi under the Royal Patronage*, 10(1), 84-92.
- Faculty of Psychology and Guidance. (2009). *The understanding of human behavior*. Retrieved October 6, 2016, from http://hbdkru.blogspot.com/2009/10/1_30.html
- Family Network Surveillance and Creative Media. (2010). *Impact of Online Media on Children and Families*. Retrieved September 25, 2016, from <http://www.familymediawatch.org/index.php?lay=show&ac=article&id=539335286&Ntype=2>
- Infographic Thailand. (2014). *FOMO Fear of missing out*. Retrieved June 3, 2017, from <http://infographic.in.th/infographic/fomo>
- Kanjanatong, J. (2015). *The influence of Facebook as a teenager*. Retrieved September 10, 2016, from <https://www.dek-d.com/board/view/3049937/>
- Keidphli, M. (2016), *Social Network and Internet*. Retrieved May 3, 2016, from <https://monnapablog.wordpress.com>
- Ketjinakul, P. (2017). *Research indicates that social media is too playful, Maybe a cause of loneliness*. Retrieved August 17, 2017, from <http://themomentum.co/happy-self-help-use-social-media-more-cause-lonely>

- Konsawat, N. (2010). Factors influencing social networking behavior. *Journal of Information Science*, 28(3), 81-87.
- Lokudpon, M. (2012). *The impact of online media: the problem of technology or the problems of society?*. Retrieved September 10, 2016, from <https://cujrnewmedia.wordpress.com/2012/01/14>.
- Matichon Online. (2014), *Thai people's statistics on digital media usage*. Retrieved May 3, 2016, from http://ridcnrct.blogspot.com/2014/08/blog-post_31.html
- Mingsiritham, K. (2015). Social Media Educational Media for Education. *Veridian E-Journal*, 6(1), 72-81.
- National Statistical Office. (2016). *The use of mobile Internet*. Retrieved August 17, 2560, from <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries22.html>
- Rabuetham, S. (2015). *The influence of media in today's society*. Retrieved September 18, 2017, from <http://taweenunsangto.blogspot.com/>
- Thanwutthatho, Phamaha Somchai. (2013), *FOMO's news disease*. Retrieved May 3, 2016, From Website https://www.dmc.tv/pages/top_of_week/FOMO
- Phumchan, P., Hongtham, N., & Udompetch, P. (2015). Social Media Behaviors of Medical Students Prima Clinic of Faculty of Medicine, Siriraj Hospital. *Siriraj Hospital*, 8(1), 23-35.
- Ponsrisert, P. (2017). *How much you have the level of FOMO fear of missing?*. Retrieved January 13, 2018, from <https://phongzahrun.wordpress.com/2014/01/14>
- Saywaew, S. (2013). *FOMO: the threat of fear falling trend*. Retrieved May 3, 2560, from <http://marketeer.co.th/archives/7293>
- Rabuetham, S. (2015). *the influence of media in the present society*. Retrieved September 18, 2017, from <http://taweenunsangto.blogspot.com/>
- Songrat, J. (2557). *The influence of social phobia*. Phonograms on the addiction of a smartphone (Master's thesis). Kasetsart University, Bangkok.

- Vihogto, S. (2013). *Introduction: The meaning and importance of Social Media*. Retrieved June 3, 2017, from <http://crnfe2013.blogspot.com/2013/05/11-social-media.html>
- Vorametheesrisakul, U., & Bungpakd, S. (2016). *An Analysis of the Use of Social Media Network in Thais*. *Journal of Languages, Religion and Culture*, 5(1), 103-121.
- Watchara, W. (2017). *Phenomenon of parity FOMO*. Retrieved October 6, 2560, from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641639>
- Wattana, V. (2015). *Know Nomophobia disease? a disease popular with people using smartphones*. Retrieved October 6, 2016, from <http://www.bangkokhealth.com/health/article-2346>
- Wongthanawong, W., & Chuapan, G. (2014). Internet and the impact of internet usage on students in Boromarajonani Nursing College. *Journal of Nursing and Education*, 7(3), 124-131.
- Zcooby. (2017). *What is FOMO, JOMO? When we are in the age of full consumption*. Retrieved August 17, 2017, from <http://www.zcooby.com/fomo-jomo-online-addict-staus/>