

# SOCIAL MEDIA: การสื่อสารทุกที่ ทุกเวลา ในสังคมข้อมูลข่าวสารและพื้นที่ส่วนตัว

## SOCIAL MEDIA: COMMUNICATION FOR ANYWHERE ANYTIME IN SOCIAL INFORMATION AND MYSPLACE

ดร.สหภาพ พ้อคำทอง\*  
Dr.Sahaparp Porkatong

### บทคัดย่อ

โซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่ถูกพูดถึงทั้งในด้านของประโยชน์และผลกระทบด้านลบ แต่ดูเหมือนว่าผลกระทบด้านลบต่อสังคมโดยเฉพาะที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนดูจะเป็นที่กล่าวถึงมากที่สุด ผู้ปกครองและครูเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญมากต่อการแก้ปัญหาผลกระทบด้านลบกับเด็กจากการใช้โซเชียลมีเดีย โดยผู้ปกครองต้องกล้าที่จะเอาตัวเองเข้าไปใกล้ชิดกับเทคโนโลยีเพื่อให้รู้เท่าทันเด็ก ๆ มากขึ้น เพื่อที่เราจะได้เป็นผู้แนะนำให้เขารู้เท่าทันสื่อ ไม่ใช่ห้ามไม่ให้เขาใช้สื่อ เพราะเราเองไม่รู้ว่าจะป้องกันปัญหานั้นอย่างไร อีกแนวทางหนึ่งของการแก้ปัญหาผลกระทบด้านลบในสังคมที่เกิดจากโซเชียลมีเดียคือการใช้แนวทางของทฤษฎีการอบรมปมเพาะจากสื่อ ด้วยการปมเพาะวัฒนธรรมกระแสหลักในด้านบวก เช่น งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโซเชียลมีเดียที่ช่วยสร้างวัฒนธรรมกระแสหลักที่ดีในสังคมของคนใช้โซเชียลมีเดีย อาทิเช่น อะไรที่เราไม่ต้องการเห็นหรืออ่านจากการโพสต์ของกลุ่มเพื่อนในโซเชียลมีเดีย การสร้างเพจในเฟซบุคของคนที่รักภาษา รักการสื่อสารที่ถูกกาลเทศะ ใช้ถ้อยคำที่สุภาพไม่หยาบคายก็จะส่งเสริมให้การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียเป็นการสื่อสารที่สร้างสรรค์

คำสำคัญ: โซเชียลมีเดีย, การสื่อสาร, การอบรมปมเพาะจากสื่อ

### ABSTRACT

As we known social media is valuable, on the other hand it has a lot of bad impacts to people who addicted. Importantly, we focus more on study effects of social media related to children and adolescents. Parents and teachers are important solvers to solve problem of children and social media addiction. Parents have to learn more how to use social media and share time with their children due to a good way to solves problems is not only a prohibition. Oppositely, they have to be good friends who can share knowledge and educate them in the right way of using social media. In addition, We should focus on study "Media Cultivation Theory" in positive of media cultivation such as what we don't want to see on facebook and other social media, what you don't like when your friends post on facebook or social media, how to be good social media users. The research's results will present a new social mainstream and be a paradigm of good communication on social media that everybody could change their communication behaviours and understand how

\*อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี



to communicate in public spaces.

**Keywords:** social media, communication, media cultivation.

## บทนำ

โซเชียลมีเดีย (social media) เป็นคำใหม่ที่เราได้ยินกันมาเพียงระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี แต่เป็นคำที่คุ้นหูคนไทยและคนทั่วโลก ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่าหากจะแปลแบบไทย ๆ ว่า สื่อสังคมออนไลน์ คนไทยอาจไม่เข้าใจเท่ากับการพูดทับศัพท์ว่าโซเชียลมีเดีย ดังนั้นเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและการสื่อสาร ในบทความนี้จึงจะใช้คำว่าโซเชียลมีเดีย

เมื่อพูดถึงโซเชียลมีเดียเราก็มักจะนึกถึง เฟสบุ๊ค (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูป (YouTube) เป็นอันดับต้น ๆ แต่สิ่งที่เราจะพูดถึงสำหรับโซเชียลมีเดียในเวลานี้คงไม่ใช่เพียงแค่มันคืออะไร ถูกคิดมาเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และมีประโยชน์อย่างไร แต่ประเด็นที่ต้องจับจ้องให้ความสนใจเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียคือ มันกำลังแพร่กระจายอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการใช้สื่อและเกิดปัญหาอะไรบ้างจากการเสพติดโซเชียลมีเดีย

## Social Media คืออะไร

โฮลโลแมน (Holloman, 2013, p.4) อธิบายถึงโซเชียลมีเดียว่าเป็นสิ่งที่น่าตกใจมากเพราะเมื่อพูดถึงโซเชียลมีเดียคนส่วนใหญ่มักพูดถึงเพียงแค่ เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ และการกดไลค์ แต่จริง ๆ แล้วมันไม่ได้มีความหมายแค่นั้นและมันไม่ได้หมายถึงแค่เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารเท่านั้น แต่มันคือทุกอย่างที่คนเราสร้างความสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ตั้งแต่ซอฟต์แวร์ เครื่องมือและช่องทางการสื่อสาร ซึ่งเราแชร์รูปถ่าย วิดีโอ การเขียนข้อความต่าง ๆ การแนะนำและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า การเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไปจนถึงการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่า เพื่อนใหม่ และเพื่อนร่วมงาน จนไปถึงคนที่เราอาจจะไม่เคยรู้จักมาก่อน

ไวท์ (White, 2012, P9) ให้ความหมายของ

โซเชียลมีเดียก็คือรูปแบบของการสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยการออกแบบการสื่อสารแบบออนไลน์เพื่อแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ความคิด ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อความต่าง ๆ โดยโซเชียลมีเดียได้ออกแบบมาเพื่อเป็นช่องทางให้เราติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยผู้ให้บริการทางเว็บไซต์ ข้อมูลที่ส่งออกไปสามารถที่จะแลกเปลี่ยน เก็บข้อมูล หรือกำจัดข้อมูลนั้นออกไป ซึ่งมันเกิดขึ้นระหว่างกลุ่มผู้สื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ที่สำคัญคือมันไม่ใช่แค่สิ่งที่จบบทจบชั่วคราว หากแต่ได้รับความนิยมและได้พัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ทันสมัยมากขึ้นเรื่อย ๆ

โจนส์ (Jones, Online, 2013) ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้โซเชียลมีเดียกล่าวว่า โซเชียลมีเดียเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการสื่อสารแบบออนไลน์ เป็นสิ่งที่เราใช้เพื่อการพูดคุย สร้างปฏิสัมพันธ์ เผยแพร่ สร้างเครือข่ายของการสื่อสารออนไลน์ โซเชียลมีเดียกระตุ้นให้เกิดการสนทนา แสดงความคิดเห็น โหวต และแชร์เรื่องราวข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มผู้ที่มีความสนใจเหมือน ๆ กัน และที่สำคัญมันคือการสื่อสารแบบสองทางที่ทำให้เราสามารถติดต่อได้หลากหลายวิธี และประเด็นหลักสำหรับวัยรุ่นคือการสื่อสารที่เชื่อมโยงทุกเวลาที่ต้องการ

จากความหมายของโซเชียลมีเดียจะพบว่า มันถูกออกแบบและสร้างขึ้นมาเพื่อประโยชน์ของการติดต่อสื่อสาร ทั้งเรื่องของความสะดวกรวดเร็ว และไม่จำกัดพื้นที่ในการสื่อสารข้อมูล Wikipedia (Online, 2013) เขียนถึงข้อดีของเฟสบุ๊คซึ่งเป็นโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุดว่าจุดเด่นคือเป็นเครือข่ายการสื่อสาร (social network) ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต จึงง่ายต่อการติดต่อซึ่งกันและกัน แล้วเรายังได้เจอเพื่อนใหม่ ๆ ในเฟสบุ๊คอีกด้วย ถ้าหากคุณเจอเพื่อนคนหนึ่งคุยไปคุยมา สอบถามว่าเรียนที่ไหน แล้วเชิญเพื่อนคนนั้นเป็นเพื่อนเก่าคุณอีก ซึ่งในโลกของความจริงโอกาสที่ได้เจอกันน้อยมากแต่มาเจอในเฟสบุ๊ค บางคนที่ใช้อีเมล (E-mail) ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ ก็กลายเป็นว่าไม่ต้องส่งอีเมลให้ยุ่งยากอีกต่อไป เพราะมาพูดคุยในหน้าเฟสบุ๊คง่ายและสะดวกกว่า





ไมเคิลและยัง (Meikle & Young, 2012, p. 59) อธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกของการสื่อสารที่เรียกว่า โซเชียลมีเดียอย่างชัดเจนว่า... คาเมลลีเปลี่ยนสีผมเป็นสีฟ้า สตีฟเอาหมาไปทำงานด้วย เอ็มมาลี ทำวิจัยของเธอเสร็จแล้ว หรือเอ็มมามีรูปถ่ายของลูกของเธอมากมาย มีอะไรอีกบ้างที่เราพบได้ในเฟสบุค เรารู้แม้กระทั่งว่าวันนี้โอบามา (Obama) จะไปปาฐกถาที่คลีฟแลนด์ (Cleveland) และเขาก็ต้องการที่จะให้เราชมการถ่ายทอดสดการปาฐกถาของเขาด้วยในช่วงเวลานั้น BBC ก็อาจจะกำลังรายงานข่าวช่วงกลางวันและสัมภาษณ์สตีเฟน ฮอว์กิง (Stephen Hawking) นักฟิสิกส์ชื่อดัง รวมไปถึงองซานซูจี (Aung San Suu kyi) กำลังก้าวถึงการประท้วงในพม่า

ข้อความจากเมื่อคืนสามารถที่จะเดินทางผ่านโทรศัพท์มือถือและส่งต่อมาเป็นข้อความให้ใครสักคนในโอไฮโอ (Ohio) ได้อ่าน และมันก็สร้างความน่าสนใจที่ผสมด้วยกลิ่นอันหอมหวานของประเด็นที่ถูกส่งมา และในเมืองใหญ่อย่างปารีส (Paris) ก็อาจจะมีคนส่งข้อความมาถึงเราผ่านเฟสบุคเชิญชวนให้เราติดตามเขาในทวิตเตอร์

การส่งข้อมูลในเฟสบุค (Facebook news feed) เต็มไปด้วยการผสมผสานเรื่องราวส่วนบุคคล หัวข้อข่าวใหญ่ของแต่ละวัน งานปาร์ตี้ รูปภาพมากมาย หรือแม้กระทั่งเรื่องเกี่ยวกับการเมือง รวมถึงสิ่งที่แต่ละคนให้ความสนใจเป็นพิเศษ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถูกแชร์ผ่านคนที่เรารู้จักในเฟสบุคหรือแม้แต่คนที่เราไม่เคยพบปะเจอเจอ มันถูกส่งผ่านเครื่องมือการสื่อสารองค์กรสื่อ เพื่อหลอมรวมเป็นการสื่อสารจากบุคคลและการสื่อสารโดยสื่อสารมวลชน ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เรียกว่า โซเชียลมีเดีย

### โซเชียลมีเดีย: ความนิยมที่ห้ามไม่หยุด จุดไม่อยู่

ข้อมูลจาก Wikipedia (Online, 2013) พบว่า จากจำนวนคนไทยทั่วประเทศ 66 ล้านคน มีคนใช้โซเชียลมีเดียถึง 18 ล้านคน โดย 85% คือ ผู้ใช้เฟสบุค มีผู้ใช้ทวิตเตอร์ 10% และอินสตาแกรม 5% โดยข้อมูลทางสถิติที่สำคัญคือ มีจำนวนการโพสต์ในเฟสบุค

ถึง 31 ล้านโพสต์ต่อวัน ทวิตเตอร์ 5 ล้านทวิตต่อวัน ยูทูบ 4 แสนคลิปต่อวัน และอินสตาแกรม 124,000 รูปต่อวัน โดยผู้ใช้โซเชียลมีเดียถึง 64% ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นช่องทางในการสื่อสาร มีเพียง 36% ที่ใช้คอมพิวเตอร์

ย้อนกลับไปเมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้วหรือนานกว่านั้น โทรศัพท์มือถือที่เราใช้กันทำอะไรได้บ้างอย่างมากก็แค่ถ่ายรูปส่งข้อความหรือเล่นเกมส์ แต่ทุกวันนี้โทรศัพท์มือถือเปรียบเสมือนคอมพิวเตอร์เล็ก ๆ หนึ่งเครื่องที่พกพาไปไหนมาไหนได้สะดวก เพราะมันคืออุปกรณ์การสื่อสารที่เราใช้โทรศัพท์ใช้ฟังเพลง ใช้เล่นเกมส์ ใช้ส่งข้อความซึ่งไม่ใช่ข้อความสั้น (SMS) เหมือนก่อน แต่เราส่งผ่านสังคมออนไลน์ที่ไปทั่วโลก ทั้งไลน์ (Line) วัชท์แอป (WhatsApp) จะทำอะไรหรือจะไปไหนก็ต้องโพสต์ไว้ในเฟสบุค หรือแม้กระทั่งระหว่างที่นั่งรอใครสักคนก็ต้องแชร์รูปในอินสตาแกรม รวมทั้งแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านทวิตเตอร์ การพัฒนาโทรศัพท์ที่เราเรียกกันว่าสมาร์ตโฟน (Smart Phone) ให้ใช้งานได้เสมือนคอมพิวเตอร์หนึ่งเครื่องถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารแบบโซเชียลมีเดียแพร่กระจายความนิยมรวดเร็วและมีอิทธิพลต่อสังคม ทั้งรายบุคคล องค์กร ธุรกิจและการสื่อสารการตลาด

โซเชียลมีเดียจึงเป็นสื่อใหม่ที่มีอิทธิพลแรง แข่งหน้าสื่อกระแสหลัก (traditional media) อย่างวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์มากขึ้นทุกวัน แม้แต่คนในวงการสื่อก็ยังคงอาศัยโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือในการทำงานแบบที่เรียกว่าขาดกันไม่ได้ ลองย้อนนึกถึงรายการเล่าข่าวยามเช้าของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง ภาพที่เคยชินตาคือผู้ดำเนินรายการเปิดรายการพร้อมกับพาดหัวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ แล้วก็วิเคราะห์ข่าวจากฉบับนั้นไปฉบับนี้ แต่ในเวลานี้ภาพเช่นนั้นเริ่มหายไป กลับเป็นการอ้างอิงจากเฟสบุค นายกรัฐมนตรีไปไหนทำอะไร มีรูปอะไรในเฟสบุคบ้าง วันนี้นายกรัฐมนตรีทวิตข้อความว่าอย่างไร รวมไปถึงการร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชมในขณะที่ชมรายการ จากที่เคยส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือก็กลายเป็นสิ่งที่

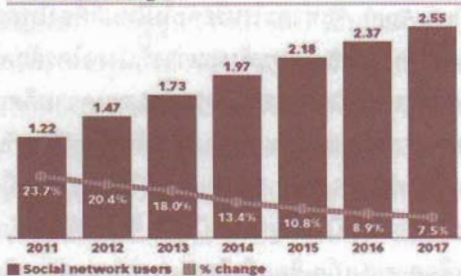


เคยไปแล้ว เพราะถ้าอยากแสดงความคิดเห็นก็ต้องหวัดข้อความผ่านทวีตเตอร์ของรายการ เป็นต้น

คนมีชื่อเสียงทั้งหลายถ้าจะวัดความดังความสำเร็จก็วัดได้จากจำนวนเฟสบุคแฟนเพจ (Facebook Fanpage) คนที่ติดตามทวีตเตอร์ (Twitter Follower) หรืออินสตาแกรม (Instagram Follower)

Williamson (Online, 2013) พบว่า หนึ่งในสี่ของประชากรทั่วโลกใช้บริการโซเชียลมีเดีย จำนวนผู้ใช้ทั่วโลกเพิ่มขึ้นจาก 1.47 พันล้านคน ใน ค.ศ. 2012 เป็น 1.73 พันล้านคน ใน ค.ศ. 2013 เท่ากับมีจำนวนผู้ใช้เพิ่มขึ้นถึง 18% และคาดว่าใน ค.ศ. 2017 จะมียอดผู้ใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นถึง 2.55 พันล้านคน

Social Network Users Worldwide, 2011-2017  
billions and % change



Note: internet users who use a social network site via any device at least once per month  
Source: eMarketer, April 2013  
155371 www.eMarketer.com

ภาพที่ 1 จำนวนที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้โซเชียลมีเดียทั่วโลก (eMarketer, Online, 2013)

## Social Media: Social Impact ผลกระทบทางสังคมจากโซเชียลมีเดีย

แม้ว่าโซเชียลมีเดียจะให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการสื่อสาร ช่วยให้มีมิตรภาพของคนในสังคมหรือกลุ่มเพื่อนใกล้ชิดกันมากขึ้นเพียงใด แต่อีกด้านหนึ่งโซเชียลมีเดียก็เปรียบเสมือนดาบสองคมในสังคมไทยและทั่วโลก

วอลเลซ (Wallace, 2012, p. 56) ผู้บริหารของ NowSourcing ซึ่งเป็นบริษัทด้านการตลาดและสื่อต่าง ๆ ในอเมริกา ได้เขียนบทความเพื่อเสนอแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบจากโซเชียลมีเดียที่เกิดขึ้นกับเด็กอเมริกัน (the effects of media and technology on young

children in the U.S.) ข้อมูลที่น่าสนใจคือ แม้แต่ประเทศที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้นำด้านการศึกษา เทคโนโลยีและการเมือง ก็เกิดปัญหาสังคมที่เกิดจากโซเชียลมีเดียและกระทบกับพัฒนาการของเด็กเช่นกัน ตั้งแต่เด็กเริ่มเสียเวลาไปกับสื่อต่าง ๆ มากเกินไป โดยพบว่า เด็กอเมริกันที่อายุตั้งแต่ 8 ปีลงไปมีโทรทัศน์ในห้องนอน 42% มีเครื่องเล่นดีวีดีในห้องนอน 29% มีเครื่องเล่นวิดีโอเกมส์ในห้องนอน 11% และมีคอมพิวเตอร์ในห้องนอน 4% ส่งผลให้เด็กใช้เวลาในการชมรายการโทรทัศน์ถึง 53 นาทีต่อวัน แต่กลับใช้เวลาในการอ่านหนังสือเพียง 23 นาทีต่อวัน

ผู้ปกครองและครูต่างตระหนักและกังวลมากต่อปัญหาที่เกิดขึ้นกับเด็กดังกล่าว โดยผู้ปกครองจำนวน 73% บอกว่าเขาจะใส่ใจมากขึ้นต่อการใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ของเด็ก รวมไปถึงผลกระทบด้านลบทั้งหลายที่เกิดจากโซเชียลมีเดียเช่น การละเมิดความเป็นส่วนตัวส่วนตัว พฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรงในโลกโซเชียล การขโมยข้อมูลส่วนตัว ความก้าวร้าว และสองในสามของผู้ปกครองบอกว่าลูก ๆ ของเขาคือกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบด้านลบจากโซเชียลมีเดีย

วอลเลซยังคงกล่าวต่อไปอีกว่า สิ่งที่ชัดเจนมากของผลกระทบด้านลบจากสื่อและเทคโนโลยีก็คือผลกระทบต่อสมาธิของเด็ก โดยผู้ปกครองจำนวน 42% เห็นตรงกันว่า ใน ค.ศ. 2020 คนรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีมาก ๆ จะมีปัญหาต่อระบบสมาธิและทักษะทางความคิดในระดับลึกและไม่สามารถใส่ใจทำอะไรนาน ๆ ได้ และครูชาวอเมริกันก็เชื่อว่าสื่อและเทคโนโลยีส่งผลมากต่อระดับสมาธิของเด็กและส่งผลให้เขาเป็นเด็กที่มีสมาธิสั้น

ข้อมูลจากสถาบันกุมารเวชศาสตร์ของอเมริกา (American Academy of Pediatrics, Online, 2013) ได้นำเสนอผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เสพติดการใช้โซเชียลมีเดียโดยรวบรวมผลการวิจัยกลุ่มเยาวชนที่ใช้โซเชียลมีเดีย พบว่าเยาวชนเหล่านั้นให้เวลากับโซเชียลมีเดียเหมือนกับเป็นงานประจำ ไม่ว่าจะเฟสบุค มายสเปซ (Myspace) เด็ก ๆ เข้าไปในเว็บไซต์เหล่านี้วันละหลายครั้งเพื่อติดต่อกับเพื่อน ๆ หรือคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน และ





พบว่าพวกเขาเหล่านั้นมีโทรศัพท์มือถือถึง 75% และคลิกเข้าไปในโซเชียลมีเดียที่เขาใช้เป็นประจำ (ประมาณ 10 ครั้งต่อวัน) 22% และ 25% ของเยาวชนใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อสื่อสารทางโซเชียลมีเดียเป็นหลัก แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือส่งผลอย่างมากต่อความนิยมใช้โซเชียลมีเดีย เพราะเราสามารถใช้งานมันได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่มีขีดจำกัด ไม่ต้องรอใช้คอมพิวเตอร์ที่บ้าน จึงส่งผลให้โซเชียลมีเดียกลายเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อเยาวชน ไม่ว่าจะเป็นความก้าวร้าว การให้ความสนใจเฉพาะกลุ่มของตนเอง ปัญหาทางเพศ รวมทั้งเกิดปัญหาใหม่ ๆ เช่น การใช้เป็นเครื่องมือกลั่นแกล้งผ่านการสื่อสารในโซเชียลมีเดีย การขโมยข้อมูลส่วนตัว การเสพยาเสพติด การใช้คอมพิวเตอร์ และผลกระทบอื่น ๆ ที่เกิดจากการนอนน้อยและพักผ่อนไม่เพียงพอ

มาริเนอร์ (Marriner, Online, 2013) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเด็กโตในออสเตรเลียได้เขียนบทความเรื่องผลกระทบของโซเชียลมีเดียที่เกิดกับวัยรุ่นหญิง โดยบอกว่า ผู้เชี่ยวชาญหลายคนยอมรับว่าโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลอย่างมากต่อการควบคุมพฤติกรรมของวัยรุ่นมากกว่าสื่อกระแสหลัก เพราะมันเป็นสื่อที่ทำให้เกิดการสื่อสารร่วมกันอย่างรวดเร็วและใกล้ชิดเสมือนกับการสื่อสารแบบตัวต่อตัว โดยวัยรุ่นหญิงจะใช้เวลาเยอะมากในแต่ละวันเพื่อติดตามการโพสต์ของตัวเองว่าจะมีจำนวนกดไลค์เท่าไร มาริเนอร์ยกตัวอย่างงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนิวยอร์กซึ่งได้สำรวจวัยรุ่นหญิงในระดับมัธยมศึกษาของออสเตรเลียจำนวน 1,000 คน พบว่าพวกเขาให้ความสนใจอย่างมากในการพูดคุยเกี่ยวกับรูปร่างของตัวเองผ่านโซเชียลมีเดียและมันมีอิทธิพลมากเพราะพวกเขาได้มีส่วนร่วมกับกลุ่มเพื่อน การพูดคุยกับกลุ่มเด็กผู้หญิงที่มีอายุประมาณ 8-9 ปี พบว่า โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลอย่างมากต่อความเชื่อมั่นในตัวเอง และเมื่อสัมภาษณ์เด็กเหล่านั้นอีกครั้งเมื่ออายุ 10 -11 ปี พบว่า เด็กกลุ่มนี้มีเพื่อนในเฟซบุ๊กเฉลี่ยประมาณ 475 คน และพวกเขาจะโชว์รูปตัวเองผ่านเฟซบุ๊กอย่างสม่ำเสมอ และจะหมดเวลากับการใช้โซเชียลมีเดียถึงวันละ 1.45-2.30 ชั่วโมง โดยเรื่องที่

พวกเขาให้ความสนใจพูดคุยผ่านโซเชียลมีเดียมากที่สุดคือ เรื่องน้ำหนักและรูปร่างของตัวเอง มาริเนอร์ได้อ้างอิงความคิดเห็นของเมลินดา ทานการ์ด เรส (Melinda Tankard Reist) ซึ่งเป็นนักวิเคราะห์ทางสังคมว่า เด็กวัยรุ่นผู้หญิงชอบค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านโซเชียลมีเดียและพวกเธอทั้งหลายต้องการทำให้ตัวเองเป็นที่น่าสนใจเพราะเราอยู่ในวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับรางวัลและเหมือนถูกลงโทษให้จมอยู่กับการหลงใหลและให้ความสำคัญในรูปแบบลักษณะของตัวเอง

จากข้อมูลดังกล่าว หากนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมไทยและวัยรุ่นไทยในทุกวันนี้พบว่ามีลักษณะไม่แตกต่างจากการวิจัยในอเมริกาและออสเตรเลีย เพราะวัยรุ่นไทยก็ให้ความสำคัญต่อการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอสิ่งที่เขาคิดว่าตัวเองดีหรือแตกต่างจากคนอื่น หรือต้องการนำเสนอว่าตัวเองดีกว่าคนอื่น เห็นได้จากบางคนชอบโชว์รูปที่ตัวเองดูดี สวยหรือเซ็กซี่ จนบางครั้งต้องเอามาคิดว่ารูปเหล่านั้นสมควรหรือไม่ที่จะนำมาโชว์ผ่านโซเชียลมีเดียอย่างเฟสบุ๊คและอินสตาแกรม อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการโฆษณาขายสินค้าเพื่อความสวยงาม ทั้งครีมบำรุงผิว ยาลดความอ้วน อาหารเสริมเพื่อความสวยงาม โดยไม่มีการกลั่นกรองว่าสิ่งเหล่านั้นมีความปลอดภัยหรือไม่ แต่จำนวนสินค้าที่โฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียกลับมีจำนวนมากขึ้น แสดงว่ากลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของสินค้าอยู่ในกลุ่มของผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ดังที่มาริเนอร์บอกว่า ปัจจุบันโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อกลุ่มวัยรุ่นมากกว่าสื่อกระแสหลักอย่างวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์

กัจจกร หลุยยะพงศ์ (Online, 2013) กล่าวว่า ข้อเสียที่เห็นได้ชัดจากการเสพยาเสพติดการใช้โซเชียลมีเดียของเด็กไทยนั่นคือการที่เราติดมันจนเกินไป ไม่ว่าจะว่างหรือไม่ว่างเราก็จะต้องมาเล่นเฟสบุ๊ค แม้กระทั่งตอนเรียนระหว่างที่อาจารย์สอนเราก็ยังให้ความสนใจกับการเล่นเฟสบุ๊ค ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ข้อความต่าง ๆ หรือเล่นเกมสยองขวัญในเฟสบุ๊ค บางคนก็กำลังเล่นเกมสยองขวัญของกิจการร้านอาหาร แล้วติดตามเนื้อหาที่อาจารย์สอนไม่รู้เรื่อง จึงเป็นผลเสียที่เห็นได้ชัดมาก





## โซเชียลมีเดีย: พื้นที่สาธารณะของนั บั่มเพาะความเป็นตัวตนที่ไร้การควบคุม

โซเชียลมีเดียเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่มีประโยชน์มากมายแต่ก็มีโทษมหันต์ ดังที่ได้อ้างอิงถึงบทความและงานวิจัยต่าง ๆ ข้างต้น การรู้เท่าทันสื่อในประเด็นการใช้โซเชียลมีเดียและปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมคงไม่ใช่การห้ามหรือยุติการใช้ แต่มันคือการสร้างภูมิคุ้มกันในสังคม เพราะสิ่งที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนที่เสพติดการใช้โซเชียลมีเดียคือการสื่อสารเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งการรับข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีการกลั่นกรอง อันเกิดจากคุณลักษณะพิเศษของโซเชียลมีเดีย นั่นคือใครจะเขียนหรือเสนอภาพอะไรก็อยู่ที่ความพึงพอใจของคนนั้น ๆ เราจึงพบเห็นภาพบางภาพที่ควรจะเป็นภาพส่วนตัวมากกว่าที่จะนำมาเสนอผ่านสื่อ แต่กลับเป็นการบ่มเพาะวัฒนธรรมใหม่ที่แสดงถึงความกล้าหรือที่ภาษาวัยรุ่นเขาว่า "ไม่แคร์สื่อ"

แต่ละวันเรารับสารที่มีคำพูดหยาบคายระบายน อารมณ์มากขึ้นทุกวัน เพราะบางคนคิดว่านั่นคือหน้าเฟซของเขา เขาจะพูดหรือระบายนอะไรก็ได้โดยไม่ต้องใส่ใจว่าคนที่อยู่ในกลุ่มเพื่อนของเขาจะยินดีอ่านคำเหล่านั้นหรือไม่ จนกลายเป็นพฤติกรรมกา รเสพติดการสื่อสารที่หยาบคายแบบไร้ขีดจำกัด ซึ่งขัดแย้งกับหลักการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (public space) ว่าจะต้องมีทักษะและความสามารถในการใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสม และถูกกาลเทศะ (time and space) ปัญหาการใช้ภาษาหยาบคายในการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในกลุ่มเด็กเท่านั้น แม้แต่ผู้ใหญ่เองก็มักใช้โซเชียลมีเดียระบายนอารมณ์ความรู้สึกด้วยภาษาที่รุนแรงหยาบคาย และนั่นคือการบ่มเพาะวัฒนธรรมด้านลบเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อ (media cultivation) สิ่งที่ไม่ควรนำเสนอผ่านพื้นที่สาธารณะกำลังจะกลายเป็นเรื่องธรรมดาที่ไม่ธรรมดา

กาญจนา แก้วเทพ (2544, หน้า 233) นักวิชาการชาวไทย ได้สนใจศึกษาสื่อในประเด็นของ Cultivation ภายใต้ชื่อ Cultivation Theory (การอบรมบ่มเพาะจากสื่อ) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สะท้อนถึงผลอันเกิด

จากการบริโภคสื่อของประชาชนโดยในยุคต้นของการศึกษาภายใต้ทฤษฎีนี้เชื่อกันว่าโทรทัศน์เป็นพลังสำคัญในการหล่อหลอมโฉมหน้าของวัฒนธรรมของสังคม โดยเฉพาะเนื้อหาของสาร (message) เป็นตัวสร้างโลกสร้างสิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์ (symbolic environment) แล้วค่อย ๆ ซึมเข้าไปในตัวเราวันละน้อยแต่ต่อเนื่องทุกวัน โทรทัศน์เล่าเรื่องราวต่าง ๆ อย่างมากและท้ายที่สุดสังคมเราก็เป็นอย่างไรที่โทรทัศน์เล่า

ดังที่เรายอมรับกันว่าปัจจุบันโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกา รดำเนินชีวิต การตัดสินใจของคนในสังคมมากกว่าสื่อกระแสหลัก ดังนั้นสิ่งที่กำลังบ่มเพาะพฤติกรรมอันเป็นลักษณะกระแสหลักของสังคม (mainstreaming) ที่จะส่งผลให้ทัศนคติและค่านิยมของผู้ชมที่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมที่ต่างกัน ถูกหล่อหลอมให้เป็นวัฒนธรรมเดียวกันคงไม่ใช่โทรทัศน์อีกแล้ว แต่กลายเป็นการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ดังนั้นจึงง่ายมากที่มันจะบ่มเพาะให้สังคมเต็มไปด้วยความหยาบคาย ทั้งลักษณะของคำพูด เนื้อหาและรูปภาพที่น่าเสนอ จนเสมือนว่ามันเป็นวัฒนธรรมที่เป็นครรลองอันน่าเลื่อมใสหากใครคนนั้นกล้าที่จะกระทำบ่มเพาะวัฒนธรรมกระแสหลักด้วยโซเชียลมีเดีย

เมื่อโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกา รสื่อสารของคนในสังคม (media influence) พฤติกรรมของคนที่หลงใหลในโซเชียลมีเดียคือการมีส่วนร่วม แร่ความคิดเห็นและสร้างวัฒนธรรมต่าง ๆ ในการสื่อสาร ผู้นำในบ้านเมืองคงต้องเปลี่ยนแนวคิดใหม่ในการแก้ปัญหาสังคม เปลี่ยนการ "ห้ามหรือควบคุม" มาเป็นการใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมและเป็นพวกเดียวกันเพื่อแก้ปัญหาสังคมที่กำลังเกิดขึ้น นั่นคือให้หลักการโซเชียลมีเดียในการทำการตลาดของสินค้าต่าง ๆ มาใช้ให้ประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหาสังคมแทน

มีงานวิจัยที่น่าสนใจเกี่ยวกับการศึกษาด้านการอบรมบ่มเพาะจากสื่อและโซเชียลมีเดียเรื่อง Social media's role in branding: A study of social media use and the cultivation of brand affect, trust, and loyalty โดย North, NeaShanea





จากมหาวิทยาลัยเท็กซัส (Online, 2013) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาว่าโซเชียลมีเดียได้ปมเพาะให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้าแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งได้อย่างไร และสามารถทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นผู้ศรัทธาในแบรนด์นั้นได้อย่างไร (brand loyalty)

การศึกษาภายใต้แนวคิดการอบรมเพาะจากสื่อในรูปแบบเดิม ๆ เรามักจะศึกษาเฉพาะผลกระทบด้านลบที่เกิดจากสื่อ ในทางกลับกันเราควรพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสโดยใช้มันเป็นเครื่องมือในการสร้างวัฒนธรรมใหม่ให้เป็นกระแสหลักของสังคม เกิดกลุ่มแฟนเพจที่เรียนรู้เท่าทันสื่อด้วยการโพสต์ข้อความที่โดนใจคนใช้เฟสบุคและโซเชียลมีเดียอื่น ๆ ให้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการเสพติดมากเกินไป สร้างกลุ่มคนพูดจาดี เพื่อก่อให้เกิดวัฒนธรรมการสื่อสารด้วยถ้อยคำดี ๆ สร้างสรรค์และจรรโลงแฟนเพจในลักษณะการสื่อสารที่แพร่กระจายแบบไวรัลคือ ครอบคลุม รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (viral communication)

อีกทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวกับโซเชียลมีเดียก็ควรมีแนวคิดที่แตกต่างไปจากเดิม จากที่มักมุ่งประเด็นไปที่ปัญหาทางสังคมอันเกิดจากการใช้โซเชียลมีเดียซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และอาจไม่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่หลงใหลกับมัน แต่ยังมีประเด็นเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียที่น่าสนใจและจะช่วยสร้างวัฒนธรรมกระแสหลักที่ดีในสังคมของคนใช้โซเชียลมีเดีย

อื่นอีก เช่น อะไรที่เราไม่ต้องการเห็นหรืออ่านจากการโพสต์ในโซเชียลมีเดีย รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ปกครองมีความรู้เกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย ไม่กลัวการเริ่มต้นที่จะใช้มันเพื่อเป็นหนึ่งเดียวกับเด็กในครอบครัว เพราะปัญหาใหญ่ของสังคมไทยคือสิ่งใดที่ผู้ใหญ่ทำไม่ได้ ไม่กล้าทำ และคิดว่าสิ่งนั้นไม่ดีก็จะใช้วิธีเดียวเพื่อแก้ปัญหาคือ "ห้าม" เท่านั้น ดังตัวอย่างผลการวิจัยของ Rosen จากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย (Online, 2013) ที่เชื่อว่าจริง ๆ แล้วโซเชียลมีเดียมีประโยชน์ในหลายอย่างหากแต่ถูกปิดบังด้วยผลกระทบด้านลบ ดังนั้นคนที่จะช่วยเด็กได้รับประโยชน์จากการใช้โซเชียลมีเดียก็คือครูและผู้ปกครอง เพื่อให้ด้านดีของโซเชียลมีเดียมีบทบาทนำหน้าอิทธิพลด้านลบ

### บทสรุป

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าโซเชียลมีเดียกลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้รับสารที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งมักเกิดเหตุการณ์ที่เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมเลียนแบบสิ่งทีพวกเขารับรู้ผ่านสื่อเหล่านี้อยู่เสมอ ดังนั้นผู้ปกครองและครูจึงควรเข้ามามีส่วนในการแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการเข้าไปใกล้ชิดกับสื่อให้มากขึ้นเพื่อให้รู้เท่าทันเด็กเหล่านั้น และควรนำแนวทางของทฤษฎีการอบรมเพาะจากสื่อเข้ามาช่วยอีกทางหนึ่งด้วย



## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักชั่น.
- \_\_\_\_\_. (2547). *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์*. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2556). *โซเชียลมีเดียกับเยาวชนไทย: สิ่งที่ไม่อาจมองข้าม* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.leaenrs.in.th/article/media\\_effect/teenagers](http://www.leaenrs.in.th/article/media_effect/teenagers) [2013, September 6].
- American Academy of Pediatrics. (2013). *The effect of social media to young generation* (Online). Available: <http://www.pediatrics.aappublications.org> [2013, September 4].
- Holloman, Christer. (2013). *The social media MBA*. West Sussex, England: John Wiley & Son.
- Jones, Tyler. (2013). *Social media and social network* (Online). Available: <http://www.mediamonitor.in.th/main/knowledge>[2013, September 4].
- Marriner, Cosima. (2013). *The social media effect to the girls teenagers* (Online). Available: [http://www.essentialkids.com.au/articles/view/23615/teenagers\\_and\\_social\\_media](http://www.essentialkids.com.au/articles/view/23615/teenagers_and_social_media) [2013, September 4].
- Meikle, Graham & Young, Sherman. (2012). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. Basingstoke, England: Palgrave macmillan.
- North, NeaShanea. (2013). *Social media's role in branding: A study of social media use and the cultivation of brand effect, trust and loyalty* (Online). Available: <http://www.repositories.lib.utexas.edu>[2013, September 5].
- Rosen, Brian. (2013). *Influence of social media for the social* (Online). Available: [http://www.alive.com/article/social\\_media/influence](http://www.alive.com/article/social_media/influence) [2013, June 4].
- Social media. (Online). (2013). Available: [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media) [2013, June 26].
- Wallace, Brain. (2012). The effect of media and technology on young children in the U.S. *Journalism Quarterly*,4(2), pp. 56-78.
- White, Connie M. (2012). *Social media, crisis communication, and emergency management*. Boca Raton, FL: Taylor &Francic Group.
- Williamson, Alle. (2013). *Social networking reaches nearly one in four around the world* (Online). Available: <http://www.eMarketer.com/Article/Social-Networking-Reaches-Nearly-One-Four-Around-World>[2013, September 5].