ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทย

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE SOCIAL RELATIONSHIPS OF THAI YOUTH

พระครูใบฎีกาศรัณย์ สุนฺทโร (ปานะโปย), พระครูสุนทรวีรบัณฑิต (วีระชนม์ มาลาไธสง), สุวิจักขณ์ กุลยศขยังกูร และ พระมหาฉัตรชัย ปญฺญาวฑฺฒโน (พลศรี)*

วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และ วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

PhrakhruBaidikaSarun Suntharo (Panapoi), PhrakhruSunthonveerabundit (Weerachon Malathaisong), Suwichakn Kulyodhayangkul and PhramahaChatchai Pannavaddhano (Ponsri)*

Buriram Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University,
Buriram Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University,
Buriram Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University and
Buriram Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

*Corresponding Author E-mail : chatchaiponsri20@gmail.com

(วันที่รับบทความ : มีนาคม 19, 2569 ; วันแก้ไขบทความ : เมษายน 30, 2569 ; วันตอบรับบทความ : พฤษภาคม 1, 2569)

บทคัดย่อ

วิวัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยมีจุดเริ่มต้นที่น่าสนใจ โดยขยับขยายจากการสื่อสารในวงจำกัดสู่การเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมที่สำคัญในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ยุคแรกเริ่มนั้นความสัมพันธ์ทางสังคมในโลกเสมือนของเยาวชนไทยก่อตัวขึ้นผ่านแพลตฟอร์มกระดานสนทนา (Webboard) อย่าง Pantip หรือ Dek-D และโปรแกรมแชทอย่าง MSN Messenger ซึ่งเน้นการปฏิสัมพันธ์ด้วยตัวอักษรเป็นหลัก ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2550 การเข้ามาของ Hi5 และ Facebook ได้ปฏิวัติรูปแบบการแสดงตัวตนด้วยการใช้รูปภาพและการระบุตัวตนที่ชัดเจนขึ้น ส่งผลให้ความสัมพันธ์ทางสังคมเริ่มเปลี่ยนผ่านจากโลกกายภาพสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นปัจจัยที่ห้าของเยาวชนไทย คือการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีโครงข่าย และการแพร่หลายของสมาร์ทโฟน (Smartphone) ที่ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นได้แบบเรียลไทม์ การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มที่เน้นเนื้อหาภาพและวิดีโอสั้นอย่าง Instagram และ TikTok ในช่วงเวลาต่อมา ไม่เพียงแต่เปลี่ยนวิธีการบริโภคสื่อ แต่ยังสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม" (Participatory Culture) ที่เยาวชนไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสาร แต่กลายเป็นผู้สร้างเนื้อหา (Content Creator) เอง ความเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้ขอบเขตระหว่างพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะพร่าเลือนลง และเริ่มส่งผลกระทบเชิงโครงสร้างต่อรูปแบบความสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อนอย่างมีนัยสำคัญ

ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นพื้นที่หลักในการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของเยาวชนไทย โดยมีสถิติการใช้งานติดอันดับต้นๆ ของโลก อย่างไรก็ตาม การเติบโตที่รวดเร็วนี้ได้นำมาซึ่งความท้าทายใหม่ ๆ ในมิติความสัมพันธ์ เช่น ภาวะความโดดเดี่ยวในโลกความเป็นจริงแต่พลุกพล่านในโลกออนไลน์ หรือปัญหาการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) ที่นำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิต ประวัติความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์ในไทยจึงไม่ใช่เพียงเรื่องของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่เป็นจดหมายเหตุความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมศาสตร์ที่สะท้อนถึงการปรับตัวของคนรุ่นใหม่ท่ามกลางกระแสธารของโลกาภิวัตน์ดิจิทัลที่ไม่อาจย้อนกลับได้

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์, เยาวชนไทย, ความสัมพันธ์ทางสังคม, สังคมดิจิทัล,ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

Abstract

The evolution of social media in Thailand has an interesting beginning, expanding from limited communication to becoming a crucial social infrastructure over the past two decades. In the early days, social relationships among Thai youth in the virtual world were formed through discussion platforms (webboards) like Pantip or Dek-D and chat programs like MSN Messenger, which primarily focused on text-based interaction. Later, around 2007, the arrival of Hi5 and Facebook revolutionized

self-expression through the use of images and clearer identification, resulting in a full transition of social relationships from the physical to the digital world. The key drivers that made social media an essential element for Thai youth were the leap in network technology and the widespread adoption of smartphones, enabling real-time access to information. The emergence of platforms focusing on short-form images and videos, such as Instagram and TikTok, later not only changed how media is consumed but also created a "participatory culture" where youth were not merely recipients of information but became content creators themselves. This change has blurred the boundaries between private and public spaces and has begun to significantly impact the structural patterns of relationships within families and peer groups.

Currently, social media has become the primary platform for shaping the social identity of Thai youth, ranking among the top in the world in terms of usage. However, this rapid growth has brought new challenges in relational dimensions, such as isolation in the real world while being bustling online, or the problem of social comparison leading to mental health issues. Therefore, the history of social media in Thailand is not just about technological advancement, but a chronicle of behavioral changes reflecting the adaptation of the younger generation amidst the irreversible tide of digital globalization.

Keywords : Social Media, Thai youth, Social Relationships, Digital Society, Social Interaction

บทนำ

ความสัมพันธ์ทางสังคมไทยเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้พฤติกรรมของเยาวชนในยุคดิจิทัล เข้ามาสู่เยาวชนมีการพัฒนาเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างรวดเร็วทำให้เยาวชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมากขึ้นไม่ว่าจะเกิดในครอบครัวไปสู่ในโรงเรียนกับการสื่อสาร ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาค่านิยมความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทยในปัจจุบัน ตั้งอยู่บนจุดตัดระหว่างค่านิยมดั้งเดิมที่เน้นระบบอาวุโสและความผูกพันในสถาบันครอบครัว กับกระแสโลกาภิวัตน์ที่มาพร้อมกับเสรีภาพทางความคิดและการสื่อสารไร้พรมแดน เยาวชนไทยเปรียบเสมือนกลุ่มประชากรที่กำลังเผชิญกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคมอย่างรุนแรง โดยเฉพาะการนิยามความหมายของกลุ่มทางสังคมที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงโรงเรียนหรือบ้านอีกต่อไป แต่ขยายขอบเขตไปสู่พื้นที่เสมือนจริงที่ซึ่งการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (Peer Acceptance) และการสร้างตัวตนในโลกออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดบุคลิกภาพและทัศนคติ พลวัตเหล่านี้ส่งผลให้รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีความสลับซับซ้อน มีความเฉพาะกลุ่มมากขึ้น และสะท้อนถึงการแสวงหาความเป็นอิสระควบคู่ไปกับการต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ตนเองเลือกสรรท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทยยังเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างที่สำคัญ ทั้งในมิติของช่องว่างระหว่างวัย (Generation Gap) ที่ขยายตัวชัดเจนขึ้นจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน และการเปลี่ยนแปลงของสถาบันทางสังคมหลักที่ลดทอนบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมลง ความเข้าใจถึงกลไกการสร้างความสัมพันธ์ การจัดการความขัดแย้ง และการสร้างเครือข่ายทางสังคมของเยาวชนจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญยิ่งต่อการวิเคราะห์แนวโน้มสังคมไทยในอนาคต บทความฉบับนี้จึงมุ่งประเด็นไปที่การวิเคราะห์องค์ประกอบที่หล่อหลอมความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชน เพื่อให้เห็นถึงภาพสะท้อนของความผูกพันในระดับบุคคลและระดับกลุ่ม ซึ่งจะเป็นฐานรากสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและความมั่นคงทางจิตสังคมของทรัพยากรมนุษย์ในระดับประเทศต่อไป

การสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ความคิด ความรู้สึก และความคิดเห็นระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป โดยอาจใช้การพูด การเขียน ภาษากาย หรือสื่ออื่น ๆ การสื่อสารลักษณะนี้ช่วยสร้างความเข้าใจอันดี ลดความขัดแย้ง และเสริมสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นในครอบครัว โรงเรียน หรือสถานที่ทำงาน (สุรพล วิรุฬห์ศรี, 2563 : 25-27) การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยการรับฟังอย่างตั้งใจ ความชัดเจนของสาร และความเหมาะสมกับบริบท หากผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเข้าใจกันได้ดี จะช่วยให้การทำงานร่วมกันและการอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นไปอย่างราบรื่น (สมคิด บางโม, 2562 : 40-42) กล่าวว่า การใช้สื่อสาร

ระหว่างบุคคลต้องเลือกตัดสินใจการใช้สื่อที่แตกต่างให้เหมาะสมกบเนื้อหาที่จะนำเสนอและมีความเป็นมัลติมีเดียที่ทันสมัย (Multimedia) ต้องคำนึงถึงช่องทางเครื่องมือที่จะใช้จะทำเพื่อให้มีการโต้ตอบกับผู้รับสาร และมีเครื่องมือให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารให้ทันสมัยไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตดีขึ้น

สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line Facebook YouTube Twitter Instagram จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณสมบัติหรือลักษณะดังนี้

1. เป็นสื่อที่ต่างจากสื่อเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) หรือแพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) หรือการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆคน (Many-to-Many)

2. สะดวกต่อการพกพา (Compactable), รวดเร็ว (Speed of Communication), ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries) และเป็นดิจิทัล (Digitalization)

3. เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา เปิดโอกาสให้ทุกคน สามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอยางไร้พรมแดนไม่มีขอบเขต

4. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวสารเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์คออฟ เดอะ ทาวน์ (Talk of the Town) ทำได้ง่ายขึ้นโดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing)

การสื่อสารทางสังคมยุคความปกติใหม่

สมัยก่อนถ้าเรามามองดูพีอาร์ในยุคก่อนก็จะพบว่า การประชาสัมพันธ์ให้ก้าวไกลเป็นการสื่อมวลชน มีผู้รับข่าวสาร พอโลกดิจิตอลมา สื่อดั่งเดิม ก็ยังคงอยู่ แต่ขณะเดียวกันจะมีการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ๆ มากมายสื่อภาคประชาชนก็ดี หรือว่าสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ที่อพยพจากแพลตฟอร์มเดิมสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น แต่สิ่งที่ยังคงสำคัญตลอดและต่อเนื่องคือการจัดการเนื้อหา ไม่ว่าการสื่อสารจะเป็นช่องทางใด สิ่งสำคัญที่สุดก็คือเนื้อหา ยุคนี้พอคนสามารเข้าถึงสื่อออนไลน์มากขึ้น คนมีส่วนร่วมกับการบริโภคข่าวสารมากขึ้น ซึ่งต่างจากเดิม อาจจะมีข่าวเรื่องของมาตรการเรื่องการกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่เดิมคนอาจสนใจเฉพาะกลุ่ม แต่ตอนนี้นั้นกระทบกับทุกคน คนบริโภคข่าวสารก็จะมีจำนวนมากขึ้น การบิหารจักการเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสื่อจึงมีความสำคัญเหมือนเดิมอยู่ เพียงแต่รูปแบบจะต้องเร้าใจมากขึ้น จึงดึงดูดคนมากขึ้น เข้าใจง่ายมากขึ้นและเป็นทางการน้อยลงแบบนี้เป็นต้น

ที่ผ่านมาประเทศไทยประสบปัญหาและสถานการรณ์หลายอย่างที่เกิดขึ้นกระทันหัน การเปลี่ยนโลกธุรกิจได้ก่อให้เกิดความหลากหลายเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของโลกที่สมัยเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสภาพสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนการพฤติกรรมของผู้บริโภค นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่แตกต่างกันในการติดต่อดำเนินธุรกิจ และอย่างบ่อยครั้งก็ก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นได้อยู่เสมอ ความขัดแย้งต่าง ๆ เหล่านี้ได้พัฒนากลายเป็นประเด็นปัญหาและลุกลามจนทำให้เกิดภาวะวิกฤต ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์วางระเบิดใจกลางเมือง ณ สี่แยกราชประสงค์ เหตุการณ์น้ำท่วมในปี 2554 เหตุการณ์ กู้ภัย 13 ชีวิตทีมหมูป่าติดถ้ำหลวง เป็นต้น บอกให้เห็นว่าการสื่อสารทางสังคมในยุคปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งของชีวิตคนเรามากขึ้น (คณาจารย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2565 : 138)

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตและการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ แนวคิด ความปกติใหม่ (New Normal) จึงถูกนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่สังคมต้องปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในมิติของการสื่อสารทางสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผู้คน ข่าวสาร และเทคโนลียีความสัมพันธ์ในสังคมยุคปัจจุบัน

การสื่อสารทางสังคมในยุคความปกติใหม่มีลักษณะเด่นคือ การพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์มากขึ้น การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face communication) ลดลง ขณะที่การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันการประชุมทางไกล และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ กลายเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน การศึกษาหรือความสัมพันธ์ส่วนบุคคลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของสังคมต่อข้อจำกัดด้านพื้นที่ เวลาและความปลอดภัยด้านสุขภาพ (ธนชาติ นุ่มนนท์, 2563 : 15-17)

นอกจากนี้ การสื่อสารทางสังคมยุคความปกติใหม่ยังส่งผลต่อรูปแบบการรับรู้ข่าวสารของประชาชน โดยสื่อดิจิทัลทำให้ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม ความรวดเร็วนี้ก็มาพร้อมกับปัญหาข่าวปลอม (Fake news) และข้อมูลที่ขาดการตรวจสอบ ส่งผลให้ผู้รับสารจำเป็นต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) มากขึ้น เพื่อประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนนำไปใช้หรือเผยแพร่ต่อ (สุภางค์ จันทวานิช, 2564 : 42-44)

ในมิติของความสัมพันธ์ทางสังคม การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ช่วยให้ผู้คนสามารถรักษาความสัมพันธ์ได้ แม้จะอยู่ห่างไกลกันทางกายภาพ แต่ขณะเดียวกันก็อาจลดความลึกซึ้งของปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจทางอารมณ์ การสื่อสารที่ขาดภาษากายและบริบทแวดล้อมอาจก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการตีความสาร ดังนั้น การสื่อสารทางสังคมยุคความปกติใหม่จึงต้องอาศัยความระมัดระวัง ความรับผิดชอบ และจริยธรรมในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น (วรากรณ์ สามโกเศศ, 2563 : 88-90)

สรุปการสื่อสารทางสังคมยุคความปกติใหม่เป็นผลจากการปรับตัวของสังคมต่อการเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพ เทคโนโลยี และวิถีชีวิต แม้ว่าสื่อดิจิทัลจะช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสในการสื่อสาร แต่ก็สร้างความท้าทายใหม่ ๆ ที่สังคมต้องเรียนรู้และจัดการอย่างเหมาะสม เพื่อให้การสื่อสารยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และความเข้มแข็งของสังคมโดยรวม

เยาวชนไทยกับบทบาทในสังคมยุคใหม่

เยาวชนไทยถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ เพราะเป็นกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์และพลังในการขับเคลื่อนสังคมในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา นวัตกรรม หรือกิจกรรมชุมชน การให้โอกาสเยาวชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการพัฒนานโยบายต่าง ๆ จะช่วยสร้างสังคมที่มีความยั่งยืนและตอบสนองต่อความต้องการของของประชาชนได้ดียิ่งขึ้นในปัจจุบัน เยาวชนไทยเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน เช่น การแข่งขันทางการศึกษา ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และปัญหาสังคมยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนให้เยาวชนมีทักษะทางดิจิทัล ความคิดเชิงวิเคราะห์ และความสามารถในการทำงานร่วมกัน จะช่วยให้พวกเขาพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ และสามารถเป็นผู้นำในอนาคตที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ดังนั้น การให้ความสำคัญกับการศึกษา การส่งเสริมทักษะอาชีพ และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง จึงเป็นเรื่องจำเป็น เพื่อให้เยาวชนไทยเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพและสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างประเทศอย่างสร้างสรรค์เด็กยุคดิจิทัล (Digital generation) หมายถึง เด็กที่เกิดในช่วงปลาย ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา (ตั้งแต่ปี ค.ศ.1995) โดยเฉพาะเด็กที่เกิดตั้งแต่ปี ค.ศ.2000 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่วงที่มีการพัฒนาของสื่อดิจิทัลอย่างรวดเร็ว จึงเรียกเด็กกลุ่มนี้ อีกอย่างว่า digital native (ชนพื้นเมืองดิจิทัล) หมายถึง เด็กที่เติบโตและคุ้นเคยกับเทคโนโลยียุคดิจิทัลมาตั้งแต่ เกิดในอีกมุมมองหนึ่งได้ อ้างอิงแนวคิดของเอียน จูคส์ นักการศึกษาชาวแคนาดา ผู้แต่งหนังสือเรื่อง understanding the digital generation เกี่ยวกับเด็กในยุคดิจิทัล ว่าลักษณะของเด็ก ยุคดิจิทัลเป็นผลจากวิถีการเรียนรู้ผ่านสื่อเทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัลตั้งแต่วัยเด็ก นั่นคือเด็กยุคนี้จะมีความจำเกี่ยวกับภาพ (Visual memory) และการหรือประมวลผลข้อมูลจากภาพได้ดีกว่าข้อความตัวหนังสือสามารถ แยกแยะข้อมูลภาพและเสียงได้ดีกว่าคนยุคก่อน ชอบมองภาพที่มีสีสันสุดใสที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจมากกว่าได้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566)

ความสัมพันธ์ทางสังคม

คำว่า **สังคม** หมายถึง การเป็นอยู่ที่ดีต่อกันมีในการอยู่ในสังคมหรือการใช้ชีวิตในสังคมต่อกันอย่างมีความสุข คนเราไม่ว่าจะอยู่อย่างไรในครอบครัวหรือความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตทางสังคม มนุษย์แสดงออกถึงธรรมชาติของตนโดยการสร้างและสร้างองค์กรขึ้นใหม่ ซึ่งชี้นำและควบคุมพฤติกรรมของพวกเขาในหลากหลายวิธี สังคมปลดปล่อยและจำกัดกิจกรรมของมนุษย์ และเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกคนและความต้องการในการดำรงชีวิต สังคมเป็นระบบของการใช้และขั้นตอนของอำนาจและความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การแบ่งแยกการควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์และเสรีภาพ ระบบที่เปลี่ยนแปลงนี้ เราเรียกว่าสังคม และมันก็เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (MacIver and Page, 1965 : 5-6) สังคมดำรงอยู่ได้ก็ต่อเมื่อสิ่งมีชีวิตทางสังคม ประพฤติ ต่อกันในลักษณะที่กำหนดโดยการยอมรับซึ่งกันและกันมนุษย์ไม่อาจอยู่รอดได้หากปราศจากสังคม และสังคมก็ไม่อาจดำรงอยู่ได้ หากปราศจากสมาชิก อย่างไรก็ตามอาจเกิดความขัดแย้งระหว่างปัจเจกชนกับสังคมได้ เราอาจจินตนาการได้ว่าระบบสังคมจะทำงานได้ดีขึ้น เมื่อมีอำนาจ

ควบคุมสมาชิกแต่ละคนอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกัน นี่ก็เป็นทั้งข้อดีและข้อเสียสำหรับสมาชิกของระบบนั้น ในทำนองเดียวกัน การแข่งขันกับสังคมอื่น ๆ อาจทำให้ระบบสังคมแข็งแกร่งขึ้น ในขณะเดียวกันก็ทำให้สมาชิกอ่อนแอลงได้หรือไม่ แนวคิดนี้ถูกกล่าวถึงโดยรุสโซ (ค.ศ.1769) ซึ่งเชื่อว่าเรามีชีวิตอยู่ได้ดีกว่าในสภาพธรรมชาติเดิมมากกว่าภายใต้อารยธรรม และด้วยเหตุนี้เขาจึงมองอารยธรรมกรีกโบราณในแง่ลบกว่าคนร่วมสมัยของเขา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกชนกับสังคมเป็นปัญหาที่น่าสนใจและซับซ้อนในเวลาเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่า ยังไม่มีคำตอบที่แน่ชัดสำหรับปัญหานี้ ไม่มีนักสังคมวิทยาคนใดได้สามารถให้คำตอบที่สมบูรณ์แบบได้แนวทางแก้ไขความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองฝ่ายที่จะเป็นที่น่าพอใจและน่าเชื่อถืออย่างยิ่ง โดยการลดความขัดแย้งลงระหว่างทั้งสองให้เหลือน้อยที่สุด และโดยการแสดงให้เห็นถึงวิธีที่ทั้งสองจะส่งเสริมการเติบโตที่ดีของกันและกัน อริสโตเติลได้พิจารณาปัจเจกบุคคลจากมุมมองของรัฐเท่านั้น และเขาต้องการให้ปัจเจกบุคคลเข้ากับกลไกของรัฐและสังคม เป็นที่ชัดเจนว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลและสังคมนั้นใกล้ชิดกันมาก ดังนั้น ในที่นี้เราจะมาอภิปรายแบบจำลองสามแบบของความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลและสังคมของบุคคลที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ดีต่อกันในด้านการบุคคลนั้น ๆ

ความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาบุคลิกภาพ ความคิด และการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน เยาวชนถือเป็นช่วงวัยแห่งการเรียนรู้ การปรับตัว และการค้นหาตัวตน ความสัมพันธ์ที่เยาวชนมีต่อครอบครัว เพื่อน โรงเรียน ชุมชน และสังคมรอบข้าง ล้วนมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติที่ติดตัวไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ประการแรก ความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุด ครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่เยาวชนได้เรียนรู้เรื่องความรัก ความเอื้ออาทร ความรับผิดชอบ และระเบียบวินัย หากครอบครัวมีความอบอุ่น เปิดโอกาสให้เยาวชนได้แสดงความคิดเห็นและรับฟังซึ่งกันและกัน จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางอารมณ์ ทำให้เยาวชนกล้าแสดงออกอย่างความสามารถเหมาะสม และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในสังคมได้ ในทางตรงกันข้าม หากขาดความเข้าใจหรือการดูแลที่เหมาะสม อาจส่งผลให้เยาวชนรู้สึกโดดเดี่ยวและแสวงหาการยอมรับจากแหล่งอื่นที่ไม่เหมาะสม

ประการที่สอง ความสัมพันธ์กับเพื่อนมีบทบาทอย่างมากในชีวิตเยาวชน เพื่อนเป็นกลุ่มสังคมที่เยาวชนใช้เวลาอยู่ด้วยมากที่สุด และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางสังคมที่สำคัญ การมีเพื่อนที่ดีช่วยส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวก เช่น การช่วยเหลือเกื้อกูล การทำงานเป็นทีม และการเคารพความแตกต่าง อย่างไรก็ตาม หากเยาวชนอยู่ในกลุ่มเพื่อนที่ชักนำไปในทางที่ไม่เหมาะสม อาจนำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยง เช่น การใช้สารเสพติด ความรุนแรง หรือการละเมิดกฎระเบียบของสังคม ดังนั้น การเลือกคบเพื่อนและการมีวิจารณญาณจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อความต้องการอีกประการที่สาม ความสัมพันธ์ในสถานศึกษา โรงเรียนและครูมีบทบาทในการหล่อหลอมเยาวชนทั้งด้านความรู้และคุณธรรม ครูที่เข้าใจและให้คำแนะนำอย่างเหมาะสมจะช่วยให้เยาวชนเกิดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ มีระเบียบวินัย และรู้จักอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างเคารพซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ กิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนยังช่วยเสริมสร้างทักษะทางสังคมและความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในยุคปัจจุบัน ความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนยังขยายไปสู่โลกออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้เยาวชนสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ในขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยง เช่น การเสพข้อมูลที่ไม่เหมาะสม การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ และการขาดปฏิสัมพันธ์แบบเผชิญหน้า เยาวชนจึงควรใช้สื่อออนไลน์อย่างมีสติและรู้เท่าทัน

1. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดขึ้นจากการยอมรับและแพร่กระจายของนวัตกรรมหรือ เทคโนโลยีใหม่ เยาวชนมักเป็นกลุ่มแรกที่ยอมรับและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ (Early Adopters) ทำให้พฤติกรรมและค่านิยมของพวกเขาส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมไปสู่เพื่อนๆ

2. ทฤษฎีโครงสร้างและการกระทำ (Structuration Theory) พฤติกรรมของบุคคล (รวมถึงเยาวชน) ไม่ได้ถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางสังคมเท่านั้น แต่บุคคลเองก็สามารถสร้างหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเหล่านั้นได้ การมีส่วนร่วมในสื่อดิจิทัล ช่วยให้เยาวชนมีบทบาทในการสร้างสรรค์หรือท้าทายโครงสร้างสังคมที่ดีมากขึ้นหรือแม้แต่อยู่ร่วมสังคมกับเพื่อน ๆ

3. ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital Theory) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและเครือข่ายสังคมช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคม ซึ่งสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและโอกาสทางสังคม เยาวชนสามารถสร้างเครือข่ายในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงของสังคมไม่ว่าจะใช้การสื่อสารเทคโนโลยีหรือเครือข่ายเยาวชนต่างประเทศ

4. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) เยาวชนเรียนรู้พฤติกรรมผ่านการสังเกตและเลียนแบบบุคคลหรือเนื้อหาในสื่อดิจิทัล ความสัมพันธ์กับเพื่อนและผู้มีอิทธิพล (Influencers) ในสังคมออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติ ได้แก่

4.1 การเลียนแบบแฟชั่นและไลฟ์สไตล์จาก Influencers

4.2 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าจากสื่อออนไลน์

5. ทฤษฎีการเปลี่ยนผ่านทางสังคมและเทคโนโลยี (Technological Determinism) เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมของมนุษย์ เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย และ AI ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมและวิธีคิดของเยาวชน เช่น การใช้สมาร์ทโฟนที่เปลี่ยนวิถีชีวิตและการสื่อสาร หรือการเสพข้อมูลแบบเรียลไทม์ที่เปลี่ยนวิธีการเรียนรู้

6. ทฤษฎีโลกาภิวัตน์ (Globalization Theory) เยาวชนในยุคดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งช่วยให้พวกเขาเข้าถึงข้อมูลและวัฒนธรรมจากทั่วโลก ทำให้เกิดวัฒนธรรมผสมผสาน (Hybrid Culture) และเกิดการแลกเปลี่ยนข้ามวัฒนธรรม เช่น การรับชมซีรี่ส์ต่างประเทศและเลียนแบบวัฒนธรรม การสนับสนุนแคมเปญระดับโลกหรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (พระครูสุตสารบัณฑิต (จำนง ผมไผ่), 2567 : 51-53)

สรุปความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ สังคม ครอบครัว โรงเรียน และตัวเยาวชนเองควรร่วมมือกันส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี มีความเข้าใจ และเกื้อกูลกัน เพื่อให้เยาวชนสามารถพัฒนาตนเองอย่างสมดุล และอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุขและยั่งยืน

ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทย

ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีในแต่ละยุคสมัย จากสังคมดั้งเดิมที่เน้นชุมชนและครอบครัวเป็นศูนย์กลาง สู่สังคมสมัยใหม่และสังคมดิจิทัลที่มีการติดต่อสื่อสารอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลต่อรูปแบบความสัมพันธ์ บทบาท และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยอย่างเห็นได้ชัดในสังคมไทยดั้งเดิม เยาวชนเติบโตภายใต้ระบบครอบครัวขยายและชุมชนเป็นหลักการมีปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นผ่านการช่วยเหลืองานบ้าน งานเกษตร และกิจกรรมทางศาสนา เช่น งานบุญและประเพณีท้องถิ่น วัดและโรงเรียนวัดทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และการถ่ายทอดค่านิยมทางสังคม โดยเน้นความเคารพผู้ใหญ่ ความสามัคคี และการพึ่งพาอาศัยกัน (สุพัตรา สุภาพ, 2554 : 23-25) เมื่อสังคมไทยเข้าสู่ช่วงการพัฒนาและการขยายตัวของเมือง ระบบการศึกษาแบบสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญมากขึ้น เยาวชนเริ่มใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในโรงเรียนและกับกลุ่มเพื่อน ทำให้ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมขยายจากครอบครัวไปสู่กลุ่มเพื่อนและสถาบันการศึกษา อิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุและโทรทัศน์ ส่งผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมของเยาวชน (อุดม โอษฐ์พิทักษ์, 2548 : 41-44) ในยุคโลกาภิวัตน์และยุคดิจิทัล อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบปฏิสัมพันธ์ของเยาวชนอย่างมาก การสื่อสารไม่จำกัดอยู่เพียงการพบปะโดยตรง แต่ขยายไปสู่โลกออนไลน์ เยาวชนสามารถสร้างเครือข่าย แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคมได้กว้างขวางยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ปฏิสัมพันธ์รูปแบบใหม่นี้ก็นำมาซึ่งความท้าทาย เช่น ความสัมพันธ์ที่ไม่มั่นคง ความกดดันทางสังคม และปัญหาการใช้สื่ออย่างไม่เหมาะสม (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2560 : 67-70)

สรุปปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทยได้พัฒนาจากความสัมพันธ์แบบเผชิญหน้าในชุมชน สู่ความสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมที่หลากหลายและไร้พรมแดน แม้รูปแบบจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่ค่านิยมพื้นฐานของสังคมไทย เช่น ความเอื้อเฟื้อและการอยู่ร่วมกันอย่างเคารพซึ่งกันและกัน ยังคงเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเยาวชนให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสม

สังคมดิจิทัล

สังคมดิจิทัล คือ สภาพสังคมที่เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์เคลื่อนที่และระบบสารสนเทศ ได้ฝังตัวอยู่ในกิจกรรมทุกด้านของชีวิตมนุษย์ ทำให้วิธีการสื่อสาร ทำงาน เรียนรู้ และบริโภคข้อมูลเปลี่ยนไปอย่างลึกซึ้ง โดยเทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยสร้างโอกาสใหม่ในด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และการบริหารจัดการภาครัฐ พร้อมทั้งท้าทายแนวทางในการจัดการกับความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและผลกระทบเชิงสังคมที่ตามมา ดังนั้น สังคมดิจิทัลไม่เพียงเป็นเรื่องของเครื่องมือเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการปรับตัวของมนุษย์และระบบสังคมให้สามารถดำเนินชีวิต

และพัฒนาได้อย่างมีคุณภาพในยุคดิจิทัลเช่น (สำนักงานสถิติแห่งชาติและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง, 2566 : 82-24) การเข้าใจดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศเป็นส่วนสำคัญของสังคมดิจิทัล (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2566 : 23) ได้บัญญัติคำว่า Social Media ว่า สื่อสังคม หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปสามารถมีส่วนร่วมในการสร้าง แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ โดยสื่อสังคมเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นบริการที่ดำเนินการโดยบริษัทเอกชน และให้บริการผ่านเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ของตนเอง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554 : 27)

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อดิจิทัล หรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของระบบเว็บ หรือเว็บไซต์บนอินเตอร์เน็ตที่เป็นเครื่องมือในการ ปฏิบัติการทางสังคมเพื่อทำให้ผู้ใช้ในโลกออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวกับคนที่อยู่ในสังคมเดียวก่อนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 10 รวมถึงการใช้ประโยชน์ร่วมกันในสังคมมนุษย์ เช่น การติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันความรู้การจัดการความรู้ เป็นต้น

คุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เช่น Line, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่พัฒนาขึ้นบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ต มีคุณสมบัติหรือลักษณะดังนี้

1. เป็นสื่อที่ต่างจากสื่อเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) หรือ แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) หรือการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลาย ๆ คน (Many-to-Many)

2. สะดวกต่อการพกพา (Compactable) รวดเร็ว (Speed of Communication) ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries) และเป็นดิจิทัล (Digitalization)

3. เป็นสื่อให้การเปลี่ยนแปลงจากการที่ผู้คนได้บริโภคสื่อสารการผลิตออกมาให้เนื้อหาเร็วขึ้นและ เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งสาร ส่งไปได้ทั้งในและต่างประเทศอย่างไร้พรมแดน

4. เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้การแพร่กระจายข่าวสารเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปจนถึงประเด็นที่เป็นทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ (Talk of the Town) ทำได้ง่ายขึ้นโดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) (อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง, 2554 : 63-69)

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานในปัจจุบันแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) หมายถึง การสร้างกลุ่ม เพื่อนหรือกลุ่มสังคม (Social Community) เอาไว้ติดต่อพูดคุยและอัพเดทข่าวสารของกันและกัน อาจแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่

1.1 Social Networking แพลตฟอร์มหรือระบบบนอินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้ผู้คนสามารถเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ เช่น กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม เพื่อให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนความสนใจ ข่าวสาร หรือกิจกรรมของกนและกัน รวมถึงเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนะและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันทั้งด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ธุรกิจ การเมือง การศึกษา ความบันเทิง ตัวอย่างของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เช่น Facebook YouTube Instagram DLTV ทรูปลูกปัญญา เว็บไซต์ Wikipedia เว็บไซต์ Google เว็บไซต์ E-mail / G-mail เป็นต้น

1.2 Micro Blog หรือที่เรียกกันว่าา บล็อกจิ๋ว เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดของข้อความที่เขียน ผู้ใช้สามารถเขียนข้อความได้สั้น ๆ ประมาณครั้งละ 240 ตัวอักษร ที่เรียกว่า status หรือ notice เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ เช่น Twitter เป็นต้น

2. การสนทนาออนไลน์ หรือแช็ท (Chat) หมายถึง การพิมพ์ข้อความโต้ตอบกนไปมา ในลักษณะประโยคต่อประโยค ปัจจุบันนอกจากการพิมพ์ข้อความ ยังสามารถพูดคุยแบบเห็นหน้าและได้ยินเสียง โปรแกรมแช็ทที่เป็นที่นิยม เช่น Line, WeChat, และ WhatsApp เป็นต้น

3. การแสดงความคิดเห็นหรือพูดคุยผ่านกระดานข่าว หรือเว็บบอร์ด (web board) หมายถึง การโพสต์กระทู้หรือแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ลงบนเว็บไซต์ในรูปแบบของเว็บ บอร์ดที่ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนะใน

เรื่องที่สนใจ เช่น สินค้าหรือบริการ ประเด็นข่าว ประเด็น สาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา หรือประเด็นฮอตฮิตของสังคมในขณะนั้น เว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม เช่น Pantip, Epinions เป็นต้น

4. การแบ่งปันภาพ แฟ้มข้อมูล หรือวิดีโอ (Media Sharing) หมายถึง การอัพโหลด (Upload) รูปภาพ แฟ้มข้อมูล หรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับสมาชิก หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอ ออนไลน์ทั้งหนัง เพลง ละคร และรายการสาระและบันเทิงอื่น ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและตามเวลาที่ตนสะดวก ไม่ถูกจำกัดด้วยผังรายการ เหมือนสื่อวิทยุโทรทัศน์ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่เป็น Media sharing เช่น Youtube Multiply เป็นต้น

5. การแบ่งปันทัศนะผ่านบทความหรือบันทึกส่วนตัวในบล็อก (Blogs/WeBlogs) หมายถึง รูปแบบของเว็บไซต์หรือพื้นที่บนอินเทอร์เน็ตที่ใช้สำหรับเผยแพร่ข้อมูล ความคิดเห็น ประสบการณ์ หรือความรู้ของผู้เขียน โดยเนื้อหามักถูกนำเสนอเป็นเรื่อง ๆ เรียงลำดับตามเวลา และเปิดโอกาสให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบกับผู้เขียนได้เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถด้านต่าง ๆ เผยแพร่ความรู้ผานบทความหรือบันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่น ๆ เข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ เช่น Exteen, Bloggang Wordpress และ Bloggerเป็นต้น

6. การสืบค้นข้อมูล (Search) กระบวนการสืบค้นข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหาที่ต้องการจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยเฉพาะจากระบบคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านการใช้คำสำคัญ คำค้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การศึกษา ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น เว็บไซต์ Wikipedia, เว็บไซต์ Google, เว็บไซต์ E-mail /Gmailเป็นต้น (ณิชกุล เสนาวงษ์, 2564 : 15-17)

บทสรุป

ในยุคดิจิทัลได้เข้ามามีผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนนัยสำคัญเป็นปรากฏการณ์ที่มีความย้อนแย้งในตัวเอง (Paradox) แม้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยทลายกำแพงด้านระยะทางและเพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายทางสังคมที่กว้างขวางขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ลดทอนคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ในโลกความเป็นจริงลงอย่างเห็นได้ชัดการที่เยาวชนไทยใช้เวลาส่วนใหญ่ในพื้นที่เสมือนจริงส่งผลให้ทักษะการสื่อสารแบบเผชิญหน้าอ่อนแอลง และเกิดภาวะการพึ่งพิงการยอมรับจากสังคมออนไลน์ (Online Validation) มากเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่ความเปราะบางทางอารมณ์และปัญหาความสัมพันธ์ที่ตึงเครียดภายในครอบครัวเนื่องจากความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและช่องว่างระหว่างวัยการก้าวข้ามความท้าทายนี้ เยาวชนไทยจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) ที่ไม่ใช่เพียงแค่ทักษะการใช้งาน แต่รวมถึงความสามารถในการวิพากษ์และรู้เท่าทันผลกระทบของสื่อที่มีต่อจิตใจและความสัมพันธ์ ขณะที่สถาบันครอบครัวและสถานศึกษาควรปรับบทบาทจากการเป็นผู้ควบคุมมาเป็นผู้ชี้แนะและร่วมสร้างกติกาในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ การสร้างสมดุลระหว่าง โลกหน้าจอ และโลกหน้าจริง จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้ความสัมพันธ์ทางสังคมของเยาวชนไทยมีความมั่นคงและยั่งยืน ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัลที่ทวีความรุนแรงและซับซ้อนขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2566). **Smart social media : รู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2566). **รายงานสถานการณ์เยาวชนไทยในยุคดิจิทัล.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์การศึกษา.

คณาจารย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2565). **มนุษย์กับสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ณิชกุล เสนาวงษ์. (2564) **การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซดในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

ธนชาติ นุ่มนนท์. (2563). **การปรับตัวของสังคมไทยในยุคโควิด-19**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระครูสุตสารบัณฑิต (จำนง ผมไผ). (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมของเยาวชนในยุคดิจิทัล. **วารสารกวีวานพะเยา**, 1 (1), 44-55.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). **ศัพท์บัญญัติเทคโนโลยีสารสนเทศ.** กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.
วรากรณ์ สามโกเศศ. (2563). **สังคมไทยกับความปกติใหม่.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.
สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2560). **สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ระดับมัธยมศึกษา.** กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
สำนักงานสถิติแห่งชาติและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง. (2566). **รายงานสถานภาพการเข้าใจดิจิทัลของประเทศไทย.** กรุงเทพฯ : คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สดช.)
สุรพล วิรุฬห์ศรี. (2563). **การสื่อสารเพื่อความเข้าใจ.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สุภางค์ จันทวานิช. (2564). **การสื่อสาร สื่อใหม่ และการรู้เท่าทันสื่อ.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
สมคิด บางโม. (2562). **หลักการสื่อสารระหว่างบุคคล.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
สุพัตรา สุภาพ. (2554). **สังคมวิทยา.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
อรวรรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2554). Social Media เครื่องมือเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ. **วารสารนักบริหาร**, 30 (4), 63-69.
อุดม โอษฐ์พิทักษ์**.** (2548). **สังคมและวัฒนธรรมไทย.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
MacIver and Page (1965). **Society**. Macmillan and Company, London.