



ความต้องการทางการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่ม ดิจิตอล เนทีฟ Communication needs of the recipients of the digital native

กาญจนา เชี่ยววิทย์การ¹

ทศพล คัมสุพรรณ²

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร และความต้องการ ด้านเนื้อหาในการสื่อสารของเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบและนอกระบบการศึกษา ตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตกส่วนที่ผ่านภาคเหนือตอนล่าง 4 จังหวัด ได้แก่ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก และ เพชรบูรณ์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ผลการวิจัย วิเคราะห์ตามแนวคิดความต้องการทางการสื่อสารของซอเตอร์และแวร์ลิง (Sowter and Wearing) แบ่งเป็น 2 ระดับดังนี้ 1) การวิเคราะห์ระดับส่วน (Sectoral Analysis) พบว่าเยาวชนมีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในชีวิตประจำวันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทั้งจากระบบประจำที่และระบบไร้สาย และต้องการการกระจายระบบการสื่อสารไร้สายให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และระบบอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในสถาบันการศึกษาและในชีวิตประจำวัน ในราคาที่ต่ำลง นอกจากนี้ เยาวชนยังเน้นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ต ด้วยเหตุที่สามารถเลือกดูในสิ่งที่ต้องการได้ทันที อย่างไรก็ตาม ความน่าเชื่อถือที่เยาวชนมีต่อข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือทางเว็บไซต์ ได้รับความเชื่อถือรองจากวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ 2) การวิเคราะห์ระดับทางสังคม (Partitioning Society) พบว่าเยาวชนให้ความสำคัญกับการบริโภคเนื้อหาตามความสนใจเฉพาะบุคคลโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่จากเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook Line Skype เป็นต้น การบริโภคเนื้อหาผ่านสื่อมวลชนมักเป็นด้านความบันเทิงเป็นหลัก การติดตามข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่เป็นข่าวสารเกี่ยวกับวงการบันเทิง และข่าวสารทั่วไป ข่าวสารประเภทหนักเช่นการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาเป็นข่าวสารที่นิยมบริโภคน้อยที่สุด ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการแปรรูปให้สามารถ ดู ฟัง อ่านได้เข้าใจง่ายและรวดเร็วตามพฤติกรรมผู้บริโภค

คำสำคัญ: ความต้องการทางการสื่อสาร, โซเชียล มีเดีย, ดิจิตอล เนทีฟ

Abstract

This study aims to investigate the needs of teenagers, who are currently studying in non-formal and formal education schools, about the communication and communicative contents required on economic route from the east to west side, through the lower-northern part (Phetchabun, Phitsanulok, Sukhothai and Tak) of Thailand. The qualitative research was conducted, which data collection was achieved by group conversations. In addition, the results of this study were analyzed, which is based on Sowter and Wearing' perspective needs of communication. The analysis was classified into two groups – Sectoral Analysis, first, indicates that the teenagers use communicative technology, in their everyday lives, through wireless and LAN Internet networks. Moreover, they need more effective distribution of wireless communication network with lower price, including through mobile phone and Internet network in academic institutions and everyday lives. The teenagers also require online media which gives them instant access to it. This reason allows them to be able to immediately access online media or websites, however, they are likely to place more reliability on radio and newspaper than the online social networking. Secondly, the analysis on Partitioning Society shows that the teenagers' preference on media contents, mostly from websites and social networking such as Facebook, Line, is based on individual interest. The media contents consumed by the participants mostly are entertainment news which is basically involved with entertaining matters. In the other hand, the news related to politics, economies, and educations are the type of news that is least consumed by the teenagers, which they are suggested to be simplified to be as convenient for being instantly accessed and understood, based on the consumers' habits.

Keywords: Communication Needs, Social Media, Digital Native.

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา



บทนำ

ระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา การขับเคลื่อนนโยบายการเป็นระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก (East-West Economics Corridor) ในเขตภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งมีเส้นทางพาดผ่าน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก ยังไม่มีความเด่นชัดเท่าใดนักที่ชัดเจนที่สุดคือโครงการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานเท่านั้น แต่ในด้านความตื่นตัวถึงโอกาสทางเศรษฐกิจมักจำกัดอยู่ในกลุ่มนักธุรกิจ ส่วนในกลุ่มเยาวชน ช่วงอายุระหว่าง 14-24 ปี ยังไม่มีให้เห็นเท่าที่ควร เนื่องจากนโยบายดังกล่าวไม่ได้ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในโครงการเพื่อให้เยาวชนเห็นโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ การศึกษา สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชาติพันธุ์ บนเส้นทางที่เชื่อมโยงประเทศสู่ประเทศ และประชาชนสู่ประชาชนในอนาคตอันใกล้

การออกแบบการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเยาวชน จำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อ การใช้เนื้อหา และความต้องการเนื้อหาในชีวิตประจำวันซึ่งผลการวิจัยสะท้อนความเป็นจริงว่า วิถีชีวิตของเยาวชนไทยในปัจจุบันมีลักษณะของการใช้ชีวิตแบบคนยุคดิจิทัล (Digital Lifestyle) ที่เติบโตมากับการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางไปสู่การเปิดรับสื่อกระแสหลักและสร้างกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อสื่อสาร การแสดงตัวตน และความบันเทิง กลุ่มคนลักษณะนี้ เรียกว่า ดิจิตอล เนทีฟ (Digital Native) ซึ่งนักวิชาการได้ให้นิยามลักษณะสำคัญไว้ ดังนี้

ดิจิตอล เนทีฟ (digital native) หมายถึง คนในศตวรรษที่ 20 เกิดระหว่างหรือหลังยุค 2000 ซึ่งเติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัลตั้งแต่ยังเด็ก (Wikipedia, 2014.)

Bennet, Maton and Kervin (2008) นักวิชาการด้านการศึกษาและสังคมวิทยา ได้เสนอมุมมองเกี่ยวกับดิจิตอล เนทีฟว่า เป็นคนหนุ่มสาวที่สนใจในเทคโนโลยีอยู่ทุกขณะ และสามารถซึมซับทักษะด้านการใช้งานและติดตั้งเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องสอน

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กล่าวถึง ดิจิตอล เนทีฟ ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีลงมาและเกิดมามีทุกอย่างรอบตัวเป็นดิจิทัลทั้งหมด สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องเปิดคู่มือ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

สอดคล้องกับ มายด์แชร์ ประเทศไทย (Mindshare Thailand) เอเจนซีเครือข่ายด้านการตลาดและการสื่อสาร ได้ทำการวิจัยเรื่อง Growing up as Digital Natives นิยามไว้ว่า ดิจิตอล เนทีฟ (Digital Natives) คือกลุ่มคนที่เกิดหรือเติบโตในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลและคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต จากสถิติพบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เป็นดิจิตอล เนทีฟ ซึ่งคิดเป็น 13% ของจำนวนประชากรอายุ 14-65 ปี หรือคิดเป็น 8,570,890 คน

สรุปได้ว่า กลุ่มเยาวชนดิจิตอล เนทีฟ เป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 14-24 ปี คนเหล่านี้เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ข้อมูลดังกล่าว เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มเยาวชนมีความต้องการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางการแพร่ขยายระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากต้องการเข้าถึงเนื้อหาของสื่อกระแสหลัก และติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนในสังคม

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วางนโยบายจำเป็นต้องวางแผนการสื่อสารให้กลุ่มเยาวชนดิจิตอล เนทีฟ สามารถเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร (Communication Infrastructure) และเนื้อหาสาระ (Content) ที่เกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาของรัฐเพื่อเป็นประโยชน์ที่ตนเองควรได้รับจากนโยบายที่เกิดขึ้น และควรได้รับการส่งเสริมให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในกระบวนการเรียนรู้อย่างเท่าทัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารของเยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก
2. เพื่อสำรวจความต้องการด้านเนื้อหาในการสื่อสารของเยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาตามเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก



ขอบเขตของการวิจัย

1. เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการการสื่อสารเฉพาะเรื่องโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและเนื้อหาสาระเท่านั้น

2. เป็นการวิจัยเชิงสำรวจด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus-Group Interviews) เยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาตามเส้นทางระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก เฉพาะพื้นที่เขตภาคเหนือตอนล่าง ทั้งหมด 4 จังหวัดด้วยกัน คือ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก และเพชรบูรณ์

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus-Groups Interviews) เยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาตามเส้นทางระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก ทั้งหมด 4 จังหวัดด้วยกัน คือ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก และเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย

1. เยาวชนที่กำลังศึกษาในระบบการศึกษา ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และระดับปริญญาตรี จังหวัดละ 8-10 คน รวมประมาณ 40 คน

2. เยาวชนที่กำลังศึกษานอกระบบ จังหวัดละ 8-10 คน รวมประมาณ 40 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาถอดความ คำต่อคำ (Transcription) และอ่านเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป NVIVO version 10 มีการจัดกลุ่มข้อมูล (Categorization) และตีความตามประเด็นที่ได้ศึกษา โดยนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) แบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ได้แก่ วิธีการเปิดรับสื่อ การใช้สื่อในชีวิตประจำวัน การใช้เนื้อหา และความต้องการเนื้อหาในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถตอบปัญหาวิจัยในด้านความต้องการโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารและความต้องการเนื้อหาการสื่อสารของเยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษาตามเส้นทางระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก

การตรวจสอบข้อมูล

นักวิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงในการเก็บรวบรวมข้อมูล และได้ถอดความคำต่อคำ (Transcription) ให้เนื้อหาถูกต้องตามที่ได้มีการสัมภาษณ์อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ ยังได้ใช้วิธีการพิจารณาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของการศึกษารั้งนี้ ด้วยการให้บุคคลที่อยู่ในปรากฏการณ์ที่ศึกษา ตรวจสอบรับรองความถูกต้อง โดยการจัดเวทีเสวนาวิชาการ ในหัวข้อ “ความต้องการทางการสื่อสารท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง” พร้อมทั้งได้เชิญเจ้าของข้อมูลมาร่วมงานเสวนาเพื่อให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ทักท้วงหรือยอมรับข้อมูลที่นำเสนอซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตีความแล้ว

ผลการวิจัย

สาระสำคัญของผลการวิจัยซึ่งวิเคราะห์ตามแนวคิดความต้องการทางการสื่อสารของ ซอเตอร์และแวร์ลิง (Sowter and Wearing) อ้างอิงใน กิติมาสุรสนธิ (2548, หน้า 240-241) แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ การวิเคราะห์ระดับส่วน (Sectoral Analysis) และ การวิเคราะห์ระดับทางสังคม (Partitioning Society) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ความต้องการระดับส่วน (Sectoral Analysis)

การวิเคราะห์ระดับส่วน (Sectoral Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความต้องการด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพทางกายภาพของพื้นที่ สภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งข้อมูลต่างๆ ได้จากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า ความต้องการโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร ของเยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในชีวิตประจำวันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทั้งจากระบบประจำที่และระบบไร้สาย และต้องการการกระจายระบบการสื่อสารไร้สายให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และระบบอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในสถาบันการศึกษาและในชีวิตประจำวัน ในราคาที่ต่ำลง

กลุ่มเยาวชนที่กำลังศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ มักจะเน้นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็ว ก่อนเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตด้วยเหตุที่สามารถเลือกดูในสิ่งที่ต้องการได้ทันที จาก



การใช้บรรณประโยชน์ที่มีทั้งเว็บไซต์ ที่มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารแทนสื่อสิ่งพิมพ์ ฟังวิทยุผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ดูโทรทัศน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามเวลาจริงที่ออกอากาศผ่านระบบออนไลน์หรือแบบดูย้อนหลัง

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัย ยังพบอีกว่า ในด้านความน่าเชื่อถือที่เยาวชนมีต่อข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือทางเว็บไซต์ยังคงได้รับความเชื่อถือรองจากวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนดั้งเดิม นอกจากนี้โครงสร้างทางการสื่อสารที่มีความสำคัญในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารแล้ว เยาวชนยังคงความต้องการทางการสื่อสารที่เป็นข้อมูลที่มีความเชื่อถือไว้วางใจได้อย่างสูง และข้อมูลข่าวสารที่ถูกเผยแพร่มาจะต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของแต่ละคนได้ง่ายและรวดเร็วไปควบคู่กัน

นอกจากนี้ เยาวชนยังมีความคิดเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการออกแบบให้เป็นทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไปด้วยในตัว การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน อาทิ Facebook Line Skype เป็นต้น จึงเป็นที่นิยมของกลุ่มเยาวชนเป็นอย่างมาก ดังนั้นโครงสร้างพื้นฐานทางการแพร่ขยายระบบอินเทอร์เน็ตให้มีความเสถียรทั่วถึงและราคาต่ำจึงเป็นสิ่งที่เยาวชนในพื้นที่มีความต้องการมากที่สุด เพื่อการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

2. การวิเคราะห์ระดับทางสังคม (Partitioning Society)

การวิเคราะห์ระดับสังคม (Partitioning Society) เป็นการพิจารณาเงื่อนไขต่างๆ ที่มีผลต่อความต้องการทางด้านการสื่อสาร อาทิเช่น ระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม เป็นต้น ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม โดยมุ่งเน้นไปที่วิธีการเปิดรับสื่อ การใช้สื่อในชีวิตประจำวัน การ

ใช้เนื้อหา และความต้องการเนื้อหาในชีวิตประจำวันของเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบและนอกระบบการศึกษา ในพื้นที่ 4 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

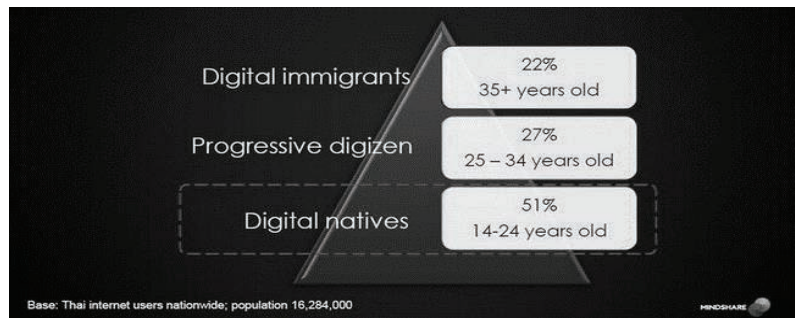
ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการการสื่อสารด้านเนื้อหาในกลุ่มเยาวชนนักเรียน นักศึกษา ตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย อุดมศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ มีพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก โดยจะเปิดรับรายการที่เน้นให้ความบันเทิงและละครทางโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งกลุ่มเยาวชนเหล่านี้ล้วนต้องการให้เนื้อหาละครโทรทัศน์มีความแปลกใหม่ และสนุกสนาน ดูแล้วเกิดความสุขใจ รวมทั้งยังสนใจที่จะติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวงการบันเทิงผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มเติมอีกด้วย ส่วนข่าวสารประเภทหนักเช่นการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาเป็นข่าวสารที่นิยมบริโภคน้อยที่สุด

นอกจากนี้ เยาวชนกลุ่มดังกล่าว ยังต้องการเนื้อหาที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย รวดเร็ว เช่น ข่าวสารเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สภาพอากาศที่มีเนื้อหาหนัก ไม่น่าสนใจ ควรจะต้องผ่านกระบวนการแปรรูปให้สามารถ ดู ฟัง อ่านได้เข้าใจง่ายและรวดเร็วตามพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารในปัจจุบันที่นิยมทำผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน

อภิปรายผลการวิจัย

การเข้าใจและเข้าถึงพฤติกรรมออนไลน์ของผู้รับสารกลุ่มดิจิทัล เนทีฟ

จากงานวิจัยของเอเยนซีเครือข่ายด้านการตลาดและการสื่อสาร มายด์แชร์ ประเทศไทย (Mindshare Thailand) เรื่อง Growing up as Digital Natives ได้แบ่งคนดิจิทัล เนทีฟ เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ Digitally Born คือ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุ 14-17 ปี และ Evolving Digital คือ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพ 1 การเข้าใจและเข้าถึงพฤติกรรมออนไลน์ของผู้รับสารกลุ่มดิจิทัล เนทีฟ

ที่มา: <http://www.mindshareworld.com>, 2014.

จากแผนภาพ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มเยาวชนดิจิทัล เนทีฟ เป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 14-24 ปี คนเหล่านี้เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล และใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ข้อมูลดังกล่าว เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยที่พบว่า เยาวชนมีความต้องการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางการแพร่ขยายระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากต้องการเข้าถึงเนื้อหาของสื่อกระแสหลัก และติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ สุชาติสุภาพการ (2014,...) ผู้อำนวยการวางแผนและพัฒนาธุรกิจ กล่าวถึงพฤติกรรมออนไลน์ของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ 2 กลุ่ม ดังนี้

1. *Digitally Born* คือกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี และเริ่มใช้ตั้งแต่อายุ 9 ปี เด็กกลุ่มนี้รู้จักและใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจากสิ่งแวดล้อม เช่น โรงเรียน ครอบครัว และเพื่อนด้วยข้อจำกัดของงบประมาณและเวลา เนื่องจากยังเป็นนักเรียน เด็กกลุ่มนี้จึงไม่ใช้กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา (Always on) แต่ใช้เพื่อเชื่อมต่อระหว่างกลุ่ม เช่น ใช้เพื่อแชทไลน์ (Line) ใช้เข้าโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social network) เพื่ออัปเดตและติดตามสถานะ และเพื่อความบันเทิง เช่น ดูรายการทีวีออนไลน์ หรือเล่นเกมออนไลน์ ยุทูบ ผ่านทางสมาร์ทโฟนที่พวกเขาสามารถเชื่อมต่อได้ง่าย รวดเร็วและทุกที่ เด็กกลุ่มนี้มีการหาข้อมูลเพื่อทำการบ้านในบางครั้ง และที่เห็นชัดเจนคือจะยังไม่ช้อปปิ้งออนไลน์เนื่องจากไม่มีเงิน หรือบัตรเครดิต นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญสำหรับการทำการสื่อสารผ่านทีวีดิจิทัลใน

อนาคตอันใกล้นี้ เนื่องจากทีวียังมีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและดารายังคงเป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อเด็กกลุ่มนี้

2. *Evolving Digital* คือกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ครึ่งหนึ่งของกลุ่มนี้ใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลาผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ชีวิตประจำวันของวัยรุ่นกลุ่มนี้จะเริ่มจากการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล (Search Engine) และใช้เข้าโซเชียลเน็ตเวิร์คเพื่อสื่อสารระหว่างกลุ่ม และหาเพื่อนใหม่ผ่านทางเฟสบุ๊ก คนกลุ่มนี้ยังชอบการติดตามข่าวสารผ่านทางบล็อก (Blog) โดยเฉพาะพันทิป รวมไปถึงการแชร์รูปภาพพร้อมเช็คอินสถานที่แบบเรียลไทม์ และเฝ้าจับตามองไลฟ์สไตล์การแต่งตัวของเหล่าคนดังผ่านทางอินสตาแกรม แล้วนำมาปรับให้เข้ากับบุคลิกและสไตล์ของตนเอง 84% ของผู้บริโภคกลุ่มนี้เชื่อว่าอินเทอร์เน็ตคือแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความหลากหลายในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มแรก และ 19% ของผู้บริโภคกลุ่มนี้เริ่มช้อปปิ้งออนไลน์และผู้บริโภคกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าที่พวกเขาสนใจจะซื้อ ดังนั้นในอนาคตเด็กกลุ่มนี้น่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ให้ความสนใจในเรื่องอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการก็คือเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบและนอกระบบการศึกษา ตามเส้นทางระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตกส่วนที่ผ่านภาคเหนือตอนล่าง 4 จังหวัด ได้แก่ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก และ เพชรบูรณ์ ล้วนมีพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อออนไลน์สอดคล้องกับผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม หากทว่า



มีประเด็นความน่าเชื่อถือเท่านั้นที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกัน กล่าวคือ ความน่าเชื่อถือของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือทางเว็บไซต์ยังคงได้รับความเชื่อถือรองจากวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนดั้งเดิม แสดงให้เห็นว่า เยาวชนยังคงความต้องการทางการสื่อสารที่เป็นข้อมูลที่มีความเชื่อถือไว้วางใจได้อย่างสูง และข้อมูลข่าวสารที่ถูกเผยแพร่มาจะต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของแต่ละคนได้ง่ายและรวดเร็วไปควบคู่กัน

ข้อค้นพบดังกล่าวชี้สะท้อนถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเยาวชนซึ่งล้วนพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งจากระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสัญญาณไวไฟซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถตอบสนองความต้องการทางการสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารได้ทันทีทันใด แต่ทว่า กลับไม่ได้ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบเนื้อหาที่บริโภค กล่าวคือ หากเป็นข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดซึ่งเป็นอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ที่ต้องอาศัยยอดไลค์หรือผู้ติดตามจำนวนมาก จะมีผลต่อความน่าเชื่อถือ แต่ในทางตรงกันข้าม หากเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร สถานการณ์ในชีวิตประจำวัน เยาวชนยังคงความต้องการข้อมูลที่มีความเชื่อถือและไว้วางใจจากสื่อกระแสหลักมากกว่า เพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นแหล่งอ้างอิงข้อเท็จจริงได้

เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อโลกแห่งเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าไปไกลชนิดก้าวกระโดด ทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ในพริบตา เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือเว็บที่นำเสนอไฟล์วิดีโออย่าง YouTube ได้รับความนิยมอย่างมากและได้ถูกใช้เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตเท่านั้นก็สามารถใช้งานและโต้ตอบด้วยการกดไลค์ การแสดงความคิดเห็น รวมทั้งการแชร์ข้อมูลต่อได้ทันที เนื่องจากโซเชียลมีเดีย เป็นสื่อที่สามารถเปลี่ยนผู้รับสารจากผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว เป็นผู้สร้างเนื้อหาด้วยตนเอง (User Generated Content) คำถามคือ เยาวชนดิจิทัล เนทีฟ ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบและนอกระบบการศึกษา จะมีกระบวนการไตร่ตรอง เลือกรับ เลือกประเมินค่า

อย่างมีเหตุผล มากกว่าการใช้อารมณ์ความรู้สึกหรือไม่

McGinnis, Goodstein - Stolzenberg, and Saloani, (2007, pp65-66 as cited in Williams et al, 2012.) แสดงแนวคิดที่ชี้ให้เห็นว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เยาวชนมีอิสระในการเข้าถึงและแสดงความคิดเห็น วิชาทฤษฎีการวิจารณ์มากขึ้น นอกจากนี้ ยังสามารถเลือกประเด็นข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารด้วยตนเอง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว เป็นวัฒนธรรมการบริโภคที่ผู้ผลิตพยายามมีอิทธิพล (Lobbying) ต่อผู้บริโภคเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของชุมชนออนไลน์ ด้วยการดึงผู้บริโภคเข้าไปมีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้อาจทำลายบรรทัดฐานของการคุ้มครองผู้บริโภคได้

ด้วยเหตุดังกล่าว เยาวชนผู้รับสารกลุ่มดิจิทัล เนทีฟ ควรมีทักษะการใช้สื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ และควรได้รับการส่งเสริมให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในกระบวนการเรียนการสอนอย่างรู้เท่าทัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การออกแบบนโยบายการสื่อสารของประเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของเยาวชน โดยเฉพาะการเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และเนื้อหาการสื่อสาร มีแนวทางดังนี้

1. รัฐควรสนับสนุนการเรียนรู้จากสื่อต่างๆ อย่างเป็นระบบเริ่มจากในสถาบันการศึกษาทั้งด้านข่าวสาร และสาระความรู้ที่จะนำไปเพิ่มพูนประสิทธิภาพของเยาวชน

2. รัฐต้องสนับสนุนให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อ ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา เพื่อให้รู้จักการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ได้อย่างถูกต้อง และทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ปัจจุบันมักถูกใช้ไปเพื่อการติดตามข่าวสารและบันเทิงเท่านั้น

แนวทางการประยุกต์ใช้

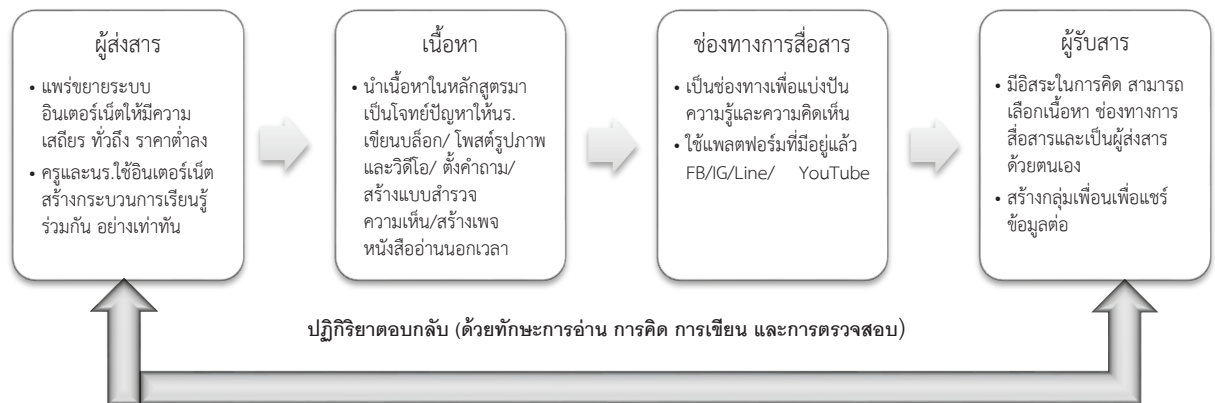
โรงเรียนกับการสื่อสารอย่างเท่าทันให้ดิจิทัล เนทีฟ

ทุกวันนี้แม้เราไม่สามารถดึงเทคโนโลยีออกมาจากเยาวชนได้ หากทว่าสามารถดึงเยาวชนเข้ามาเรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ โดยผ่านระบบการเรียนการสอนได้ Faigley (2001, p.65 as cited in Williams et Zenger, 2012.)

ให้ข้อสังเกตว่า ทางออกของการรู้เท่าทันโลก อินเทอร์เน็ตของนักเรียนหรือเยาวชนนั้น ต้องสร้างครู ที่รู้เท่าทัน และต้องส่งเสริมกระบวนการคิดผ่านสื่อ ออนไลน์ตั้งแต่อยู่ในห้องเรียน โดยครูและนักเรียน สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันจากประเด็น ทางสังคมและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น การเขียน บล็อก เฟสบุ๊ก มีการบูรณาการเนื้อหาให้ตื่นเต้น สนุกสนานและนำค้นหาด้วยเกมออนไลน์ รวมทั้งการ ทำเพลงหนังสือนอกเวลา เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ นักเรียนหรือเยาวชนกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ซึ่งมีความ กระหาย การโต้ตอบ (Crave Interactivity) ในทุก ๆ การกระทำ สามารถมีส่วนร่วมในการผลิต มีส่วนร่วม ในการคิด การเขียน และการอ่านทางออนไลน์

ตลอดจนใช้เวลาวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และตรวจสอบ ข้อมูลในโลกไร้พรมแดนให้เกิดประโยชน์ได้

เมื่อบูรณาการข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยของ กลุ่มเยาวชนในส่วนของความต้องการแพร่ขยายระบบ อินเทอร์เน็ตให้มีความทั่วถึง มีความเสถียรและราคา ต่ำลง กอปรกับ ลักษณะของผู้รับสารกลุ่มดิจิทัล เนทีฟ ซึ่งเติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล และคุ้นเคยกับการ ใช้คอมพิวเตอร์ในชีวิตประจำวัน เราจึงมีอาจปฏิเสธ เทคโนโลยีและการใช้อินเทอร์เน็ตออกไปจากตัวเรา ได้เลย ดังนั้น การแสวงหาแนวทางการเข้าถึงสังคม ออนไลน์อย่างถูกเวลา โอกาส และสถานที่โดยเฉพาะ ในโรงเรียน จึงน่าจะนำมาซึ่งการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ดังแผนภาพ ต่อไปนี้



ภาพ 2 โรงเรียนกับการสื่อสารอย่างเท่าทันให้ดิจิทัล เนทีฟ

ที่มา: กาญจนา เชี่ยววิทย์การ และทศพล คุ่มสุพรรณ, 2557

จากแผนภาพ ได้อธิบายกระบวนการสื่อสารระหว่างครูกับผู้เรียนกลุ่มดิจิทัล เนทีฟ ซึ่งใช้อินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ และกิจกรรมร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ โดยครูสามารถออกแบบเนื้อหาในหลักสูตรมาเป็นโจทย์ปัญหาให้นักเรียนสื่อสารผ่านแพลตฟอร์ม (platform) ที่มีอยู่แล้ว ได้แก่ Facebook Instagram , Line , YouTube เป็นต้น การสื่อสารเหล่านี้เป็น ช่องทางการเรียนรู้ที่ช่วยสร้างความสนใจให้กับ เยาวชนกลุ่มดิจิทัล เนทีฟ ได้อย่างดี

สอดคล้องกับแนวคิดของ ระวี แก้วสุกใน และ ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556, หน้า 203) ที่ระบุประโยชน์

ของเฟสบุ๊กไว้ว่า สามารถใช้เป็นเครื่องมือใน กระบวนการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาทักษะการ สื่อสาร ทักษะทางอารมณ์ และส่งเสริมให้เคารพ ความคิดเห็นของบุคคลอื่น ทั้งนี้ ผู้สอนสามารถ นำมาใช้ได้หลายลักษณะ อาทิ การโพสต์ข้อความลง ในกระดานข่าว (Wall) ของกลุ่ม การโพสต์รูปภาพ และวิดีโอที่อัปโหลดโดยสมาชิก การตั้งคำถามและ สร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) หรือใช้งาน เอกสารของเฟสบุ๊ก นอกจากนี้ ยังสามารถนำเฟสบุ๊ก เข้ามาใช้ในการจัดการเรียนแบบผสมผสานโดยใช้ ปัญหาเป็นหลัก ก่อให้เกิดผลสำคัญแก่ผู้เรียน ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมในชั้น กระตุ้นให้



เกิดการศึกษาค้นคว้า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่กว้างขวาง ส่งเสริมการศึกษาตามความสนใจหรือความถนัด และส่งเสริมการบันทึกการอ่าน เป็นต้นแบบที่ดีในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ศึกษาความพร้อมของผู้เรียน ติดตามพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้เรียนอย่างใกล้ชิด และสร้างเครือข่ายระหว่างผู้สอนและผู้ปกครองเพื่อประสิทธิภาพของการดูแลผู้เรียนในเครือข่ายสังคมออนไลน์

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือการให้คำแนะนำผู้เรียนก่อนที่จะตัดสินใจกดถูกใจ เขียนแสดงความคิดเห็น หรือแชร์ข้อมูล ครูควรแนะนำให้ผู้เรียนรู้จักกับการใช้เครื่องมือในการตรวจสอบสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Monitoring Tools) โดยใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบด้าน ได้แก่ www.meltwater.com www.Hootsuite.com และ www.twazzup.com เพื่อตรวจสอบข้อมูล หรือคำที่โพสต์ใน Twitter Facebook Blog หรือ search engine นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังสามารถเข้าไปใน Google alerts

โดยใส่คำที่ต้องการค้นหาล่วงหน้า หากพบข้อมูลทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นภาพ ข้อความ หรือ คลิปวิดีโอ Google จะรายงานให้ทราบทันทีผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เราลงทะเบียนไว้ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2557)

การสร้างข้อสงสัยไว้ก่อนแล้วตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบด้าน รวมทั้งการเรียนรู้ลักษณะของเพื่อนแต่ละคนในโลกสังคมออนไลน์ นับเป็นวิธีการคัดกรองข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง ผู้รับสารในสังคมยุคดิจิทัลเปรียบเสมือนกำลังขับรถอยู่บนสี่แยกไฟแดงซึ่งมีผู้คนพลุกพล่าน ทุกคนล้วนเป็นเจ้าของข้อมูลและแสดงจุดยืนที่หลากหลายแตกต่างกัน ดังนั้น การเรียนรู้ทักษะวิธีคิดวิเคราะห์ผ่านประสบการณ์สื่อสมัยใหม่ในโรงเรียนจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายวัตถุประสงค์ทางการศึกษาด้านพุทธิพิสัยเป็นอย่างยิ่ง อันจะนำไปสู่การพัฒนาทักษะการคิด การอ่าน การเขียน และการไตร่ตรองสะท้อนกลับอย่างมีวิจารณญาณ

บรรณานุกรม

- กิตติมา สุรสนธิ (2548). **การวางแผนการสื่อสาร: แนวคิดและเทคนิค**. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- นิพนธ์ วิเชียรน้อย (2555). **คู่มือปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนและผังพัฒนาจังหวัด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์ (ผู้บรรยาย) (7 กันยายน 2557). **Viral Marketing in Social Media**. หน่วยงานที่จัด: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มายด์แชร์ ประเทศไทย (มีนาคม 27, 2557). **Growing up as Digital Natives**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2557, จาก <http://mindsharewold.com/Thailand/>
- ระวี แก้วสุกใน และ ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีเฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์**. 5(4), 203-213.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557) **Digital Lifestyle**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2557 จาก <http://ibmdismed.blogspot.com/p/blog-page.html>
- สุชาติ สุภากร (2557) **Digital Lifestyle**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2557 จาก <http://ibmdismed.blogspot.com/p/blog-page.html>
- Bennett. S, Maton. K and Kervin, L. (2008), The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. **British Journal of Educational Technology**. Retrieved August 29, 2014, from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi:10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x/full>
- Wikipedia, (2014). **Digital Native**. Retrieved August 29, 2014, from http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_native.
- Williams. B. T. and Zenger. A. A. (Eds). (2012). **New Media Literacies and Participatory Popular Borders**. New York and London: Routledge.