

การสื่อสารดิจิทัลระหว่างรุ่นอายุ: พลวัตสู่การพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล

วันที่รับบทความ: 21 มกราคม 2566 / วันที่แก้ไขบทความ: 9 เมษายน 2568 / วันที่ตอบรับบทความ: 28 เมษายน 2568

ชญัสรา อรนพ ณ อยุธยา

บทคัดย่อ

66 แต่ละรุ่นอายุมีประสบการณ์ร่วมที่ต่างกัน ทำให้การให้คุณค่าและมุมมองต่อโลกแตกต่างกัน ก่อให้เกิดความแตกต่างในการสื่อสารในพื้นที่ดิจิทัล บทความนี้จึงมุ่งศึกษาความแตกต่างดังกล่าวของประชากรรุ่นดิจิทัลในประเทศไทย โดยใช้แนวคิด "ความเป็นพลเมืองดิจิทัล" เป็นกรอบในการวิเคราะห์โดยทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัล ตลอดจนสำรวจปัญหาที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ และระบุช่องว่างองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล ความเป็นพลเมืองดิจิทัลในแต่ละรุ่นอายุในด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะประเด็นการรู้เท่าทันดิจิทัลและการสื่อสารดิจิทัล และพบว่ารุ่นอายุต่าง ๆ เกี่ยวพันกันในลักษณะส่งเสริมหรือลดทอนความเป็นพลเมืองดิจิทัล ในขณะที่ การศึกษาด้านการเคารพตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล และ ด้านการปกป้องตนเองและผู้อื่นสะท้อนปัญหา เช่น การกลั่นแกล้งออนไลน์ ประทุษวาจาออนไลน์ ความแตกต่างในการให้คุณค่าด้านสิทธิ ความรับผิดชอบ และการรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ มีการศึกษาที่เสนอแนวคิดความรู้สึกร่วมทางดิจิทัล การสร้างภูมิคุ้มกันทางใจเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล แต่ยังมีการศึกษาที่จำกัดอยู่ในบางรุ่นอายุ ดังนั้น การพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลควรเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นอายุ เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของแต่ละรุ่นในการแก้ไขปัญหา และส่งเสริมความเป็นพลเมืองดิจิทัล อีกทั้งสร้างวัฒนธรรมออนไลน์ที่สร้างสรรค์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านการสื่อสาร และสร้างสังคมดิจิทัลที่เข้มแข็ง

คำสำคัญ: การสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ, ความเป็นพลเมืองดิจิทัล, รุ่นอายุ, การรู้เท่าทันดิจิทัล, การรู้เท่าทันสื่อ

ชญัสรา อรนพ ณ อยุธยา (นศ.ด, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้ได้รับการสนับสนุนทุนภายใต้แผนงานบูรณาการยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0 สนับสนุนโดยสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2563

*Corresponding author's email: chanansara.o@chula.ac.th

Intergenerational Digital Communication: Dynamics in Fostering Digital Citizenship

Received: January 21, 2023 / Received in revised form: April 9, 2025 / Accepted: April 28, 2025

Chanansara Oranop na ayutthaya

Abstract

Each generation has distinct shared experiences shaping their values and worldviews, leading to differences in digital communication. This article explores these differences among Thailand's digital generations, utilizing the concept of "digital citizenship." A review of related studies is conducted to illustrate the current state of digital citizenship, examine challenges in intergenerational interactions and communication, and identify necessary knowledge gaps for developing digital citizenship. Digital citizenship related to self-development and relationships has been widely studied, especially regarding digital literacy and digital communication. Intergenerational connections are found to both promote and diminish digital citizenship. However, studies on self-respect, respect for others, and self-protection reflects issues stemming from a lack of digital citizenship, such as cyberbullying, online hate speech, and differences in valuing rights, responsibility, and security. While some studies propose digital empathy and resilience as development approaches, they remain limited to certain generations. Therefore, digital citizenship development should emphasize intergenerational relationships to understand the roles of each generation in solving problems, promoting digital citizenship, and building a creative online culture, aiming to reduce communication disparities and create a strong digital society.

Keywords: Inter-generational communication, Digital citizenship, Generations, Digital literacy, Media literacy

Chanansara Oranop na ayutthaya, (Ph.D., Chulalongkorn University, 2014) Faculty members, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

This research was supported by funding under the Spearhead Program on Social Issues, Thai People 4.0, which is supported by the National Research Council of Thailand (NRCT) for the fiscal year 2020.

*Corresponding author's email: chanansara.o@chula.ac.th

บทนำ

ระบบนิเวศสื่อท่ามกลางการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้เกิดระบบการสื่อสารที่มนุษย์เป็นทั้งผู้ใช้และผู้สร้างเนื้อหาผ่านสื่อ ดังที่อัลวิน ทอฟเลอร์เรียกว่า ‘Prosumer’ (Ritzer et al., 2012) และเป็นศูนย์กลางของระบบ มีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยต่างๆ รวมถึง ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่มีความแตกต่างกันด้วย (ชนัญสรุ อรณพ ณ อยุธยา และคณะ, 2563) โดยเฉพาะ บุคคลที่แตกต่างกันตามรุ่นอายุ หรือ เจเนอเรชัน (Generation) โดยผู้คนแต่ละรุ่นทางสังคม (social generation) ซึ่งเกิดในช่วงเวลาและเติบโตท่ามกลางเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์เดียวกัน ทำให้มีลักษณะร่วมบางอย่าง เช่น ค่านิยม แนวคิด พฤติกรรม ตามแนวการศึกษาด้านเจเนอเรชันของแมนไฮม์ (Mannheim, 1927 อ้างถึงใน กรกมล ศรีวัฒน์, 2563)

คนในแต่ละรุ่นอายุมีกิจกรรมการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวันแบบหลอมรวมกันทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ โดยมีความแตกต่างกันที่ระยะเวลาในการใช้ รวมถึง มีพฤติกรรมการเลือกช่องทางสื่อดิจิทัลที่ตนเองถนัด ตามประสบการณ์ของคนแต่ละรุ่นอายุ เช่น ในพื้นที่สื่อดั้งเดิม กลุ่มคนอายุ 57 ปีขึ้นไปโดยรวมยังบริโภคสื่อในรูปแบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่มีการบริโภคสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ (สำนักงาน กสทช., 2562) นอกจากนี้ คนแต่ละรุ่นอายุมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่คล้ายกัน เช่น การใช้เพื่อติดต่อสื่อสารสนทนา กิจกรรมสนทนาการ เป็นต้น แต่ก็มีความแตกต่างการใช้งานบางอย่างที่แตกต่างกัน อาทิ กลุ่มเจเนอเรชันแซต ส่วนใหญ่ใช้รับบริการออนไลน์ทางด้านการศึกษา กลุ่มเจเนอเรชันเอกซ์ และ เบบี้บูมเมอร์ ใช้เพื่อติดตามข่าวสารทั่วไป ส่วนกลุ่มเจเนอเรชันวายใช้ทำธุรกรรมออนไลน์ด้านการเงิน และช้อปปิ้งออนไลน์ รวมถึง สร้างเนื้อหาออนไลน์ วิดีโอคลิปมากกว่ารุ่นอายุอื่น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพธอ], 2565)

ด้วยทุกกลุ่มรุ่นอายุได้เข้ามาใช้ชีวิตและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมากขึ้นผ่านพื้นที่การสื่อสารดิจิทัล จึงอาจรวมเรียกว่าเป็น รุ่นอายุแห่งดิจิทัล (digital generations) ซึ่งแบ่งกว้าง ๆ ได้เป็น 2 กลุ่มคือ (Chivers, 2021)

1) กลุ่ม Digital immigrants หมายถึง กลุ่มคนที่ไม่ได้เกิดในยุคดิจิทัลและมีการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสารได้แก่ เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (คนที่เกิดช่วง พ.ศ. 2489 - 2507) และ เจเนอเรชันเอกซ์ (คนที่เกิดช่วง พ.ศ. 2508 - 2523)

2) กลุ่ม Digital Natives หมายถึงกลุ่มคนที่เกิดในยุคดิจิทัล ใช้ชีวิตในโลกเทคโนโลยีได้ ได้แก่ เจเนอเรชันวาย (คนที่เกิดช่วง พ.ศ. 2524 - 2543) เจเนอเรชันแซต (คนที่เกิดช่วง พ.ศ. 2544 - 2553) และ เจเนอเรชันอัลฟา (คนที่เกิดช่วง พ.ศ. 2554 เป็นต้นไป)

แม้คนในรุ่นอายุแห่งดิจิทัลทั้งสองกลุ่มจะใช้และมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารผ่านพื้นที่ดิจิทัลเหมือนกัน ทว่าแต่ละรุ่นอายุก็มีกรอบประสบการณ์ คุณลักษณะนิสัย การให้คุณค่ามุมมองที่มีต่อโลกแตกต่างกันตามช่วงเวลาที่เกิดขึ้น (Sivricova and Moiseeva, 2018) จึงทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างรุ่นด้านการสื่อสารผ่านพื้นที่ดิจิทัลด้วย

คนในกลุ่ม Digital immigrants นั้นเติบโตมาในยุคแอนะล็อกที่มีโครงสร้างแนวตั้ง สื่อสารทางเดียว เอื้อต่อการโฆษณาชวนเชื่อ เนื้อหาผ่านการคัดกรองโดยนายทวารข่าวสาร (gate keeper) ในสื่อต่างๆ ที่มีอยู่จำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นสื่อที่อยู่ภายใต้อำนาจรัฐ อำนาจทุน คนกลุ่มนี้ในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์จะถูกเรียกว่าเป็นกลุ่ม “ผู้ชมทีวี” ส่วนเจเนอเรชันเอกซ์เริ่มใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ อีเมล เริ่มรับความบันเทิงจากเคเบิลทีวี (สุกัญญา สุดบรรทัด, 2561) เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์มีคุณลักษณะสำคัญคือ ทုံเทชีวิตให้กับการทำงาน สู้งาน อดทน ขอบงานที่มั่นคง รักดีต่อองค์กร ให้ความสำคัญกับการทำหน้าที่พลเมือง ส่วนเจเนอเรชันเอกซ์จะไม่ชอบความเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับสมดุลชีวิต ขอบงานท้าทายและได้ความรู้ใหม่ ชอบช่วยเหลือสังคมด้วยการเป็นอาสาสมัคร (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559)

ส่วนคนในกลุ่ม Digital natives นั้นอยู่ในยุคสมัยการเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีสื่อ เดิบทมาในสื่อยุคดิจิทัล มีโครงสร้างแนวนอน ลักษณะเครือข่าย เอื้อต่อการสนทนา เนื้อหาเจาะกลุ่มเป้าหมาย มีเนื้อหาที่ผู้ใช้มีส่วนสร้างสรรค์ (user-generated content) เกิดความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างคนที่รู้จักกันในเครือข่าย และการร่วมส่งเสียงในโลกออนไลน์เพื่อเรียกร้องบางอย่าง (สุกัญญา สุตบรรทัด, 2561) โดยคนในเจนเนอเรชันวาย มีความคิดสร้างสรรค์ ทำหลายสิ่งได้ในเวลาเดียวกัน มุ่งมั่นแต่ไม่ค่อยอดทน ทำงานเป็นทีมเก่ง ไม่ชอบเสียง (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559) ด้านการใช้สื่อ กลุ่มเจนเนอเรชันวายสามารถใช้ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ชอบการเรียนรู้ และมีความท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากกว่ารุ่นอื่น ทำให้เป็นเป้าหมายหลักของการตลาดและสื่อ (กุลภัสสร กาญจนภรกร, 2561) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันข้ามพรมแดนผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม มีประสบการณ์ การใช้สื่อและหลากหลาย เป็นกลุ่มผู้สร้างเนื้อหาหลักในสื่อเจนเนอเรชันวายและเจนเนอเรชันเอกซ์เป็นกลุ่มคนในวัยทำงานที่เป็นพลเมืองกลุ่มที่มีพลังในการขับเคลื่อนสังคมที่สำคัญทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (วิโรจน์ สุทธิสีมา และคณะ, 2562)

สำหรับเจนเนอเรชันแซต เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เติบโตในช่วงที่โลกกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทาย เช่น ภัยจากการก่อการร้าย ความกังวลเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจถดถอย รวมถึงเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถสร้างผลงานด้วยตัวเองโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มักจะรู้จักกันว่าเป็นคนที่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีสูง (tech savvy) เชื่อมโยงกับสังคมโลกผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม เห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายจากทุกมุมโลก (ภูริตา สายะวารานนท์ และ ปณิศา วรณพิรุณ, 2561) กลุ่มนี้ใช้สื่อสังคมในการแสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จักในสังคม รักษาความสัมพันธ์กับบุคคล ใช้เชื่อมโยงความสนใจเกิดเป็นเครือข่าย และตอบสนองต่อความสนใจใคร่รู้ และความบันเทิงที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบในด้านลบอันได้แก่การติดสื่อสังคม

เกิดผลกระทบต่อสมอง สุขภาพกาย สุขภาพจิต รวมถึงผลกระทบทางสังคมจากภัยซึ่งมีที่มาจากการใช้สื่อสังคม (บุษบา สุธีธร, 2564) ส่วนเจนเนอเรชันอัลฟานั้น เกิดและโตมาพร้อมเทคโนโลยี คู่แข่งกับอุปกรณ์ดิจิทัลตั้งแต่เด็กเกิดในสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารที่เทคโนโลยีพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559)

ความแตกต่างระหว่างรุ่นอายุดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ โดย Sivricova and Moiseeva (2018) ได้ทบทวนงานศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ (inter-generational communication) ที่ผ่านมา พบว่าปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างคนต่างวัยมีความเข้มข้นขึ้นเนื่องจากการขาดความเห็นอกเห็นใจระหว่างกันและความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับวิถีชีวิตของแต่ละรุ่นอายุเพราะมีการรับรู้ภาพเหมารวมเกี่ยวกับคุณค่านิยามนิสัยของกลุ่มคนแต่ละวัย

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของคนแต่ละรุ่นอายุในประเทศไทย ซึ่งล้วนเป็นประชากรรุ่นดิจิทัล โดยใช้แนวคิด "ความเป็นพลเมืองดิจิทัล" เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ทั้งนี้ เพื่อฉายภาพสถานการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในแต่ละรุ่นอายุ ตลอดจนสำรวจปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุที่อาจมีความแตกต่างกันในด้านคุณลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัล ทั้งนี้ การใช้แนวคิดพลเมืองดิจิทัลในการวิเคราะห์จะช่วยให้สามารถระบุปัญหาที่เกิดจากความแตกต่างดังกล่าวที่แต่ละรุ่นวัยเผชิญในการสื่อสารดิจิทัลได้อย่างรอบด้าน และนำไปสู่การค้นหาลู่ทางในการวิจัยที่จำเป็นต่อการหาแนวทางการพัฒนาพลเมืองดิจิทัลในแต่ละรุ่นอายุและเกิดการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุอย่างรับผิดชอบและสร้างสรรค์ได้ในโลกดิจิทัล

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) แนวคิดสากลเพื่อการพัฒนาคนในยุคดิจิทัล

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล เป็นแนวคิดที่ว่าด้วยพลเมืองดิจิทัล หรือ ผู้คนที่ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอและ

อย่างมีประสิทธิภาพ (Mossberger, Tolbert & McNeal, 2007) ซึ่งมีความสามารถในการสื่อสารและมีส่วนร่วมในนิเวศสื่อดิจิทัล อย่างมีวิจารณญาณ มีทักษะในการสื่อสารและผลิตสารอย่างสร้างสรรค์ สร้างผลในเชิงบวก มีส่วนร่วมทางสังคมด้วยการใช้เทคโนโลยีด้วยความรับผิดชอบ เคารพสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (Council of Europe [COE], n.d.) รวมถึง มีบรรทัดฐานในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเหมาะสมและรับผิดชอบต่อ ตระหนักว่าการกระทำของเรามีผลกระทบต่อผู้อื่น มีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างประโยชน์ และเป็นผู้นำและช่วยเหลือผู้อื่นในการสร้างประสบการณ์ทางดิจิทัลในเชิงบวก (Ribble, 2019)

กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ในบทความนี้ จะพิจารณาจากมิติของความเป็นพลเมืองดิจิทัล 9 ประการ ที่ Ribble (2020) ได้เสนอไว้ โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ด้านซึ่งมีความหมายและขอบเขตที่ประมวลจากงานศึกษาต่างประเทศและประเทศไทย (Dhamanitayakul and Biggins, 2019; Ribble, 2020; วรณการ พรประเสริฐ และคณะ, 2563) ดังนี้

1. ด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Education)

1.1 การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy): ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินค่า ข้อมูลข่าวสารในโลกดิจิทัลได้ ส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องราวต่างๆ ทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม รวมถึง สามารถมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สารสนเทศในสื่อดิจิทัลเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือสังคมได้

1.2 การสื่อสารดิจิทัล (digital communication): ความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ต่างกัน ประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในโลกดิจิทัลได้ สื่อสารด้วยการเคารพและให้เกียรติ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างได้

1.3 การทำธุรกรรมพาณิชย์ทางดิจิทัล (digital commerce): ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลในการซื้อสินค้าได้ด้วยความปลอดภัย ระวังระวัง มีการตรวจสอบแหล่งที่มาและความน่าเชื่อถือของสินค้าในการตัดสินใจ รวมถึง ใช้และ

ตรวจสอบข้อมูลในกระบวนการการซื้อขายทางออนไลน์ได้ รวมถึงมีความสามารถขายสินค้าหรือประกอบการทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องตามกฎหมายและรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

2. ด้านความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect)

2.1 การเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค (digital access): การมีอุปกรณ์และการเชื่อมต่อ รู้ความต้องการและสิทธิ ความรับผิดชอบในการเข้าถึง ตระหนักว่าไม่ใช่ทุกคนที่จะเข้าถึงอย่างเสมอภาค หากใครเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากควรใช้เพื่อช่วยเหลือผู้อื่นที่เข้าถึงไม่ได้

2.2 มารยาทในการใช้งานดิจิทัล (digital etiquette): การรู้จักกาลเทศะในการใช้งานหรือสื่อสาร ใช้ภาษาสุภาพ สร้างเนื้อหาที่ไม่ก่อให้เกิดการทำร้ายจิตใจ/อารมณ์ ควบคุมอารมณ์ได้เมื่อเผชิญกับ การสนทนาที่ทำให้ไม่พอใจ ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อคนอื่นจากการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์ของตน มีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นในโลกออนไลน์ และมีความร่วมรู้สึกทางดิจิทัล (digital empathy)

2.3 กฎหมายดิจิทัล (digital law): ความเข้าใจและสื่อสารในโลกดิจิทัลอย่างถูกกฎหมาย มีจริยธรรมพื้นฐานในการผลิตสื่อข้อมูลข่าวสารตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ และหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ หลีกเลี่ยงการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หลีกเลี่ยงการขโมยความคิดหรือผลงานของผู้อื่นทางดิจิทัลมาเป็นของตนเอง ต้องอ้างอิงถึงหากมีการนำผลงานของผู้อื่นมาเผยแพร่ในงานของตน

3. ด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect)

3.1 สิทธิและความรับผิดชอบทางดิจิทัล (digital rights and responsibilities): รู้ขอบเขตของสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกในโลกดิจิทัล รับผิดชอบต่อการแสดงออก ปกป้องและเคารพสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น ไม่นำข้อมูลส่วนตัวของ

ผู้อื่นไปเผยแพร่โดยไม่รับอนุญาต ตระหนักถึงการไม่ทิ้งรอยเท้าดิจิทัลใดๆ ไว้จนจะนำความเสี่ยงมาสู่ตนเองและผู้อื่น

3.2 สุขภาพกายและใจทางดิจิทัล (digital health and wellness): เลือกใช้อุปกรณ์ โปรแกรม และข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพกายและใจ หลีกเลี่ยงการใช้สื่อดิจิทัลและการเข้าถึงเนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายใจ จัดสรรเวลาและคงความสมดุลในการใช้ชีวิตโลกออนไลน์กับโลกกายภาพ

3.3 การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (digital security): ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เข้าถึงข้อมูลด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง ปกป้องความเสี่ยงที่มาจากการใช้ระบบและอุปกรณ์ดิจิทัลได้ รวมถึง การรักษาปลอดภัยในการใช้ดิจิทัล เช่น การจัดการหรือรับมือกับปัญหาการถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ และไม่เป็นผู้กลั่นแกล้งคนอื่นออนไลน์ อีกทั้งมีความสามารถในการจัดการอัตลักษณ์ทางดิจิทัลของตนเอง กล่าวคือ สร้างข้อมูลส่วนตัวทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลลึกซึ้งอ่อนไหวมากเกินไปในโลกออนไลน์ หรือเปิดเผยด้วยความระมัดระวัง

สภาวะการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในคนแต่ละรุ่นอายุ

การวิเคราะห์สภาวะการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในประชากรไทยแต่ละรุ่นอายุ ดำเนินการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทความวิจัย บทความวิชาการ และผลการสำรวจต่างๆ ที่ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจผู้ใช้สื่อดิจิทัลในแต่ละรุ่นอายุและใช้คำสำคัญหลักในการศึกษา เช่น การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) การรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information literacy) และความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) ขอบเขตด้านเวลาของการศึกษาที่นำมาวิเคราะห์ครอบคลุมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง 2565 นอกจากนี้ยังได้รวมงานศึกษาหนึ่งชิ้นที่ได้สังเคราะห์งานวิจัยในประเด็นเดียวกันนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง 2560

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ในภาพรวม ดังผลการศึกษาต่อไปนี้

1. คุณลักษณะความเป็นพลเมืองด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Education)

จากการศึกษาที่ผ่านมาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยในหลากหลายรุ่นอายุ พบว่า คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในการศึกษาเพื่อพัฒนานตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้แก่ การรู้เท่าทันดิจิทัล การสื่อสารดิจิทัล และการทำธุรกรรมพาณิชย์ทางดิจิทัล มีลักษณะดังต่อไปนี้

ความสามารถในการรู้เท่าทันดิจิทัล

การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) นั้นพัฒนาต่อเนื่องมาจากแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information technology) จึงมีงานวิชาการที่สนใจศึกษาเพื่อทำความเข้าใจว่าระดับของสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ และรู้เท่าทันดิจิทัลของคนไทยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน เมื่อพิจารณาสภาวะการณ์ของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ และการรู้เท่าทันดิจิทัลของแต่ละรุ่นอายุ พบว่า กลุ่มเจนเอเรชันวายและเอกซ์มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นกลุ่มที่มีงานสนใจศึกษาในประเด็นแบบเจาะกลุ่มยังไม่มาก ในขณะที่ กลุ่มเจนเอเรชันแซดและเบบี้บูมเมอรันั้น มีงานที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลมากกว่า รวมถึง พบปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ดังนี้

กลุ่มเจนเอเรชันวายและเอกซ์ มีการพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและการรู้เท่าทันดิจิทัลที่ดีขึ้น จากการสำรวจ ปี พ.ศ.2562 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งมีความสามารถดังกล่าวในระดับพื้นฐานและปรับปรุงที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในเจนเอเรชันอื่นๆ (สดช, 62) และการสำรวจต่อมาในปี พ.ศ.2564 พบว่า ทั้งสองเจนเอเรชัน (อายุระหว่าง 21-50 ปี) มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อที่พัฒนาขึ้นไปอยู่ในกลุ่มที่ได้ระดับดี (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564ข) แต่ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์นั้น กลุ่มเจนเอเรชันวายจะพบเจอความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ใน

เกือบทุกเรื่อง อาทิ การถูกบังคับให้กรอกข้อมูลส่วนตัวเมื่อสมัครใช้งานเพจหรือเข้ากลุ่มออนไลน์ การถูกเชิญในเข้าร่วมเล่นหุ้นกับเว็บไซต์ต่างๆ การสั่งซื้อสินค้าแล้วได้ของไม่มีคุณภาพ การถูกชักชวนให้เป็นสมาชิกเพจหรือกลุ่มพนัน บ่อนออนไลน์ ส่วนเจนเนอร์เรชันเอกซ์นั้นจะพบเจอความเสี่ยงจากการถูกล่อลวงจากคนแปลกหน้ามากกว่ากลุ่มรุ่นอายุอื่น (พนม คลีฉายา, 2563)

ในกลุ่มเจนเนอร์เรชันแซต กลุ่มรุ่นอายุนี้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและการรู้เท่าทันดิจิทัลในระดับที่ดี จากการสำรวจในปี พ.ศ.2562 พบว่า เจนเนอร์เรชันแซตมีส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่าทุกเจนเนอร์เรชันที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและการรู้เท่าทันดิจิทัลในระดับพื้นฐานและปรับปรุง (สดช. 62) และในปี พ.ศ.2564 พบว่า เจนเนอร์เรชันแซตมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูงใกล้เคียงกับเจนเนอร์เรชันเอกซ์ และวายุ (Eaujarusphan, 2021) อย่างไรก็ตาม เจนเนอร์เรชันแซตเป็นกลุ่มที่พบเจอความเสี่ยงเรื่องข่าวปลอม และการถูกกลั่นแกล้งออนไลน์ มากกว่ากลุ่มรุ่นอายุอื่น (พนม คลีฉายา, 2563) นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงจากการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมอื่นๆ อีกด้วย อาทิ เนื้อหาเรื่องเพศซึ่งเป็นการเข้าถึงโดยบังเอิญ (มนวิภา วรจุจระ, 2561) เนื้อหาความรุนแรง การพนัน และเนื้อหาลามกอนาจาร ซึ่งเยาวชนกลุ่มเจนเนอร์เรชันแซตเปิดรับเนื้อหาเหล่านี้เพราะความอยากรู้อยากเห็น ความบันเทิง ถูกชักชวน และเพราะเป็นเนื้อหาที่ส่งต่อกันมา นอกจากเปิดรับแล้วยังเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมนั้นด้วย เพราะเป็นเนื้อหาที่เป็นไวรัล หรือเป็นเพราะความคึกคะนองและความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ รวมถึง ประเด็นเยาวชนใช้สื่อออนไลน์ไลฟ์สด (live) กิจกรรมการมีเพศสัมพันธ์ของตนอีกด้วย นอกจากนี้ ปัญหาการระรานทางไซเบอร์ (cyberbullying) การทำตัวเป็นอันพาล (troll) และการแสดงความคิดเห็นโดยใช้วาจาหยาบคายและรุนแรงในสื่อเครือข่ายสังคม โดยเฉพาะในเฟซบุ๊ก ก็เป็นปัญหาหรือความเสี่ยงที่พบได้มากในการใช้สื่อของเจนเนอร์เรชันนี้ (นุติ หนูโพธิ์โรจน์ และ ชวพร ธรรมนิตยกุล, 2563)

กลุ่มเจนเนอร์เรชันเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มรุ่นอายุนี้เป็นเจนเนอร์เรชันเดียวที่มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในกลุ่มที่ได้ระดับพื้นฐานซึ่งน้อยกว่ารุ่นอายุอื่น (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564ข) แต่ก็พบเจอความเสี่ยงจากใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยเพราะยังเข้าถึงสื่อออนไลน์ไม่มาก รูปแบบความเสี่ยงที่พบ เช่น การเชิญเข้ากลุ่มไลน์เล่นหวย กลุ่มแชร์ออนไลน์ ได้รับเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่ส่งต่อกันมาแต่อาจไม่ถูกต้อง (พนม คลีฉายา, 2563) สอดคล้องกับพิทักษ์ศักดิ์ ติศาภรณ์และคณะ (2562) ที่พบความเสี่ยงในกลุ่มวัยนี้ที่จะได้ผลกระทบจากข่าวลวง ข่าวหลอกได้ง่าย เพราะมักจะเชื่อข้อมูลที่ผู้อื่นแชร์มาทางสื่อออนไลน์และเป็นการเชื่อแบบไม่มีเหตุผล ให้ความเชื่อถือหากเป็นข้อมูลที่ถูกระบุมาจากคนที่รัก กลุ่มเพื่อน หรือคนที่เชื่อถือกันอยู่แล้ว ประกอบกับผู้สูงอายุมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมน้อย ขาดการวิเคราะห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา นั้น จิราณีย์ พันมูล และประพันธ์ โพธิ์พูลพรหม (2564) พบว่าคนกลุ่มนี้มีการรับและส่งต่อข้อมูลข่าวสารมากขึ้นกว่าในสถานการณ์ปกติ และมักจะมองข้ามการพิจารณาความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร

โดยภาพรวมในพื้นที่การสื่อสารของทุกรุ่นอายุนั้นปัญหาด้านเนื้อหา ความเสี่ยงและภัยออนไลน์ ที่เป็นมลภาวะในระบบนิเวศสื่อมาตลอด ได้แก่ ปัญหาการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม เกินจริงและรบกวนใจ ปัญหาเนื้อหาลามก และความรุนแรงทั้งในสื่อเดิมต่อเนื่องมาถึงสื่อใหม่ในพื้นที่ออนไลน์ (ชนัญสรา อรณพ ณ อยุธยา และคณะ, 2563; พนม คลีฉายา, 2563; สพธอ, 2564) นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงที่ผู้ใช้สื่อทุกรุ่นอายุพบเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ปัญหาข่าวปลอม ข้อมูลสุขภาพที่ไม่จริง หวยและการพนันออนไลน์ (พนม คลีฉายา, 2563) ปัญหาต่างๆ เหล่านี้หากผู้ใช้สื่อขาดความรู้เท่าทันก็อาจเกิดผลกระทบทางลบต่อตนเอง รวมถึงครอบครัวที่อยู่ต่างรุ่นอายุกันได้

ในประเด็นการพัฒนาสมรรถนะและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลนั้นนอกจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้วยังมีปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (ชนัญสรา

อรนพ และคณะ, 2563) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมประการหนึ่ง คือ ปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารกันระหว่างรุ่นอายุ เนื่องจากแต่ละรุ่นอายุต่างก็แวดล้อมอยู่ในพื้นที่การสื่อสารของกันและกันไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างคนในครอบครัว การสื่อสารในสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน การสื่อสารในสื่อออนไลน์ เช่น ในกลุ่มเด็กระดับประถมศึกษา พ่อแม่ผู้ปกครองและครูจะมีส่วนสำคัญอย่างมากในการคัดกรองการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และดูแลการใช้สื่อออนไลน์ให้มีความสมดุล เช่นกันที่พ่อแม่ผู้ปกครองก็อาจจะต้องอาศัยลูกช่วยในการเข้าถึงเทคโนโลยี ดังนั้น หากผู้ใหญ่ขาดความรู้เท่าทันดิจิทัลก็จะทำให้การป้องกันลูกหลานเป็นไปได้ยาก (มนวิภา วงจรุจิระ, 2561) หรือ การมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างผู้สูงอายุกับสมาชิกในครอบครัวก็จะช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความสามารถในการรู้เท่าสื่อดิจิทัลโดยรวมเพิ่มขึ้นมากไปด้วย และคนในครอบครัวที่แวดล้อมผู้สูงอายุจะมีความสำคัญในการเฝ้าระวังภัยออนไลน์ให้ผู้สูงอายุได้ (อิริชา วุฒิรังษี, 2561)

การสื่อสารดิจิทัล

ผู้คนสื่อสารกันผ่านออนไลน์มากขึ้นโดยเฉพาะหลังวิกฤติโควิด โดยกิจกรรมที่เป็นที่นิยมของทุกเจนเนอเรชัน อาทิ การติดต่อสื่อสาร การดูคลิปวิดีโอ การดูถ่ายทอดสดเพื่อซื้อสินค้า/บริการ ออนไลน์ (สพธอ, 2565) โดยทุกเจนเนอเรชันใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสาร ส่วนเจนเนอเรชันวาย และเจนเนอเรชันเอกซ์ ใช้สื่อออนไลน์ที่หลากหลายทั้ง ยูทูบ เฟซบุ๊ก ดิกต็อก และอินสตาแกรม ในขณะที่เจนเนอเรชันแซตจะใช้สื่อออนไลน์หลากหลายและเพิ่มเติมมากกว่าทุกรุ่นอายุ เช่น เทเลแกรม ดิสคอร์ด สแนปแชต เป็นต้น มักจะเปิดรับแพลตฟอร์มใหม่เร็วกว่ารุ่นอายุอื่น และเปิดบัญชีมากกว่า 1 บัญชีในแต่ละแพลตฟอร์ม (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564) ในทางตรงกันข้าม เจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ ยังเข้าถึงสื่อไม่หลากหลายทั้งในด้านตัวสื่อและข้อมูล ยังคงใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุเป็นหลักและใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อคลายความเหงาสร้างความสุขทางใจ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงและลูกหลาน (พิทักษ์ศักดิ์ ทัศมาภักย์ และคณะ, 2562) และใช้เฟซบุ๊กและยูทูบ เพื่อดูโทรทัศน์ ดูคลิปเช่นกัน (สพธอ, 2563)

นอกจากนี้ แต่ละรุ่นอายุจะมีวัตถุประสงค์ในการใช้ที่แตกต่างกันในแต่ละแพลตฟอร์ม เช่น ในอินสตาแกรม เจนเนอเรชันแซตและวายจะใช้ฟังก์ชันไอจีสตอรี เจนเนอเรชันเอกซ์นิยมใช้ไอจีโพสต์และข้อปึง ส่วนใน ดิกต็อกนั้น เจนเนอเรชันเอกซ์และวายดูเพื่อความบันเทิง ความรู้ ส่วนเจนเนอเรชันแซตใช้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน เป็นต้น (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564) นอกจากนี้ ในกลุ่มเจนเนอเรชันวายนั้น มีการใช้สื่อดิจิทัลด้านสังคมมากที่สุด เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม ติดตามดารารที่ชื่นชอบ สนทนากับเพื่อน หาข้อมูลประกอบการเรียนเป็นประจำ และ ใช้สร้างกลุ่มเพื่อติดต่อกับเพื่อน หาข้อมูลสินค้า ติดตามข่าวสาร แสดงความเป็นตัวตน ส่วนการใช้สื่อดิจิทัลด้านการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เช่น ใช้หาข้อมูล ติดตามข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องการเมือง เป็นต้น (พนม คลีฉายา, 2563)

ในกลุ่มของคนเจนเนอเรชันแซต มีลักษณะและพฤติกรรมการสื่อสารดิจิทัลที่น่าสนใจศึกษาเพิ่มเติม อาทิ กลุ่มเจนเนอเรชันแซตมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข่าวสารจากสื่อใหม่มากขึ้น (เสมอ นิมเงิน, 2563) แต่พวกเขาก็ยังมีการตรวจสอบโดยค้นหาจากแหล่งข้อมูลก่อนจะตัดสินใจเชื่อข้อมูลนั้นด้วย (Eaujarusphan, 2021) นอกจากนี้ ยังมีพฤติกรรมชอบรับสื่อที่มีเนื้อหาสั้น กระชับสามารถทำความเข้าใจได้ในเวลาอันรวดเร็ว อาจจะส่งผลให้ทักษะการวิเคราะห์ซึ่งต้องอาศัยเวลาในการคิดพิจารณานานนั้นลดลง (ดนุลดา จามจุรี, 2563) ในด้านการประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อออนไลน์ของเจนเนอเรชันแซต พบว่า กลุ่มเยาวชนชายระดับมัธยมศึกษาค่อนข้างเชื่อมั่นว่าตัวเองจะไม่หลงเชื่อตามที่สื่อกำหนด เช่น เรื่องราวความรุนแรงในเกม เห็นว่าตัวเองมีความรู้ตัวอยู่และผู้ใหญ่คิดมากจนเกินไป ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะของการป้องกันตัวเองที่หาเหตุผลมาสนับสนุนการกระทำของตัวเอง (ปรวิรัตน์ ระวัง และพนม คลีฉายา, 2561)

นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำในการสื่อสารของแต่ละรุ่นอายุนั้น ในบริบทของการใช้สื่อออนไลน์ ผู้ใช้เฟซบุ๊กมีการแสดงความคิดเห็น ในเพจช่วงก่อนและหลังเลือกตั้ง และชาวที่นำเสนอความเหลื่อมล้ำทางสังคมโดยใช้กลวิธีทางภาษาที่แสดงความรุนแรง เช่น การดำเนิน การ

เสียดี ประชดประชัน ตั้งคำถาม โดยมีการใช้คำศัพท์ประทุษ วาจาเกี่ยวกับกลุ่มทางการเมือง กลุ่มอาชีพและกลุ่มสนใจเฉพาะทาง ภูมิภาคและชาติพันธุ์ เป็นต้น (วศยา เอกวิสัย และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม ในบริบทการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่นั้น วัยรุ่นเองก็มีการใช้กลวิธีความสุภาพในการปฏิเสธการขอร้องต่อผู้สูงอายุในกลุ่มต่างๆ เช่น การใช้กลวิธีการเสนอแนวทางแก้ไขต่อสมาชิกครอบครัว การใช้ถ้อยคำให้เกียรติกับเพื่อนบ้านและคนรู้จัก เป็นต้น (ศิริวัตร ไทยแท้ และ ปันนดา เลอเลิศยุทธธรรม, 2565)

กล่าวโดยสรุป การศึกษาที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นว่า เจเนอเรชันวายและแซต รวมถึงเจเนอเรชันเอกซ์มีการใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยเจเนอเรชันแซตเป็นกลุ่มที่มีลักษณะการใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลที่หลากหลายและซับซ้อนมากกว่ารุ่นอายุอื่น ตรงข้ามกับเจเนอเรชันเบบี้บูมที่ใช้สื่อดั้งเดิมร่วมกับสื่อออนไลน์แต่ก็ใช้แพลตฟอร์มไม่ได้หลากหลาย ส่วนการประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในโลกดิจิทัลนั้น การศึกษาที่ผ่านมาให้ความสนใจกับเจเนอเรชันแซตมากกว่ากลุ่มอื่น และผลการศึกษาก็ยังไม่ชัดเจนมากนักว่าเจเนอเรชันแซตสามารถประเมินผลกระทบได้หรือไม่ ยังต้องการการศึกษาเพิ่มเติมในหลายๆ บริบท รวมถึงยังขาดการศึกษาในกลุ่มรุ่นอายุอื่นๆ ด้วย

ความสามารถในการทำธุรกรรมพาณิชย์ทางดิจิทัล

ปัจจุบันมีกลุ่มวัยนักศึกษาในกลุ่มเจเนอเรชันวายและแซตเข้ามาทำธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้น เพราะค่านิยมที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง ประกอบกับการมีทักษะทางเทคโนโลยี และหารายได้เสริมในช่วงการระบาดของโควิด-19 แต่จากการศึกษาของ นุตี หนูไพโรจน์ (2565) พบว่า กลุ่มเจ้าของร้านค้าวัยนักศึกษา ไม่ได้คิดว่าการโพสต์ภาพหรือใส่ข้อความเชิญชวนด้วยตนเองนับเป็นสื่อโฆษณา ไม่ต้องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการสร้างเนื้อหาหรือไม่ต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาตามแบบฉบับของผู้ประกอบวิชาชีพโฆษณา นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเสนอประเด็นอภิปรายผลการศึกษาไว้ว่า ความเข้าใจที่ว่าเยาวชนรุ่นใหม่จะคุ้นเคยกับสื่อสังคมนั้น เป็นเพียงแค่การมีทักษะในการใช้งานเทคโนโลยีสื่อเท่านั้น ส่วน

ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาทั้งตามตัวหนังสือและเนื้อหาที่แอบแฝงยังอยู่ในระดับน้อย

อย่างไรก็ดี ในช่วงการระบาดของโควิด-19 เป็นตัวเร่งให้กิจกรรมการซื้อขายออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงเจเนอเรชันวายหรือแซตเท่านั้น แต่รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ด้วย โดยส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารสด (สพธอ., 2565) แต่ในประเทศญี่ปุ่นนั้นพบปัญหา ผู้สูงอายุกดสั่งซื้อสินค้าซ้ำๆ ส่วนหนึ่งเนื่องจากภาวะความจำเสื่อม และปัญหาความไม่คุ้นเคยกับการใช้งานในแพลตฟอร์มที่ไม่ได้ออกแบบมาสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ตัวหนังสือ หรือปุ่มแจ้งเตือนต่างๆ มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ยากแก่การสังเกต (แบรนดัมพุเพต์, 2563) ส่วนในประเทศไทยความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อขายของออนไลน์รวมถึงการรู้เท่าทันดิจิทัลในประเด็นนี้ของกลุ่มผู้สูงอายุยังมีการศึกษาไม่มากนัก จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาเพิ่มเติม

จากการทบทวนงานศึกษาข้างต้น กล่าวได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Education) นั้น มีงานสนใจศึกษากันมากในหลายบริบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของการรู้เท่าทันดิจิทัล และยังพบว่า คนในแต่ละช่วงอายุมีความเกี่ยวพันกันในลักษณะของการส่งเสริมหรือลดความสามารถในการรู้เท่าทันดิจิทัลอีกด้วย

2. คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect)

คุณลักษณะความเป็นพลเมืองของคนแต่ละรุ่นอายุในด้านการมีความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect) ได้แก่ การเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค (digital access) มารยาทในการใช้งานดิจิทัล (digital etiquette) และกฎหมายดิจิทัล (digital law) จากการศึกษาที่ผ่านมา มีลักษณะดังต่อไปนี้

การเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค

การสื่อสารดิจิทัลของผู้ใช้นั้นขึ้นอยู่กับโอกาสในการเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค และความสามารถในการใช้

ประโยชน์เทคโนโลยีได้ด้วย หากมีความไม่เสมอภาคในโอกาสในการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์ข้อมูลความรู้สารสนเทศก็จะทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (digital divide) ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพและความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทักษะการสื่อสารดิจิทัลของบุคคล โดยภาพรวมของเข้าถึงดิจิทัลของคนไทยนั้น ในปี 2565 ไตรมาส 3 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศอยู่ที่ประมาณ 57 ล้าน คน คิดเป็นร้อยละ 87 ของประชากรทั้งประเทศ ส่วนการใช้โทรศัพท์มือถือของคนไทยมี 62.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 95 ของประชากรทั้งประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) เมื่อเปรียบเทียบผู้ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ได้ของแต่ละรุ่นอายุ พบว่า เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์เป็นรุ่นที่มี

จำนวนคนที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีสัดส่วนของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตกับไม่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ร้อยละ 48.8 ต่อร้อยละ 51.2 ส่วนเจเนอเรชันแซตและวายเป็นรุ่นอายุที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมาก (ดูตารางที่ 1) และเหตุผลของประชาชนที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย ไม่มีความจำเป็น/ไม่สนใจ ใช้ไม่เป็น/ไม่มีความรู้หรือทักษะ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตที่สูงเกินไป ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มเจเนอเรชันแซตเองก็มีความเหลื่อมล้ำในกลุ่มย่อยกันเอง จากการศึกษาของ อัจฉรา เอ็นซ์ และ พัทธนี เขยจรรยา (2563) พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวและระดับการศึกษาของพ่อแม่ต่างกันนั้นมีการเข้าถึงจำนวนอุปกรณ์ดิจิทัลและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในบ้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตและร้อยละของคนในแต่ละรุ่นอายุต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ

กลุ่มอายุ/ เจเนอเรชัน	จำนวนประชากร (หน่วย: พันคน)	การใช้อินเทอร์เน็ต			
		ใช้ (หน่วย: พันคน)	ไม่ใช้ (หน่วย: พันคน)	สัดส่วนการใช้และ ไม่ใช้ของประชากร ในเจเนอเรชัน	ร้อยละผู้ใช้ต่อประชากร ที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้ง ประเทศ
6 – 9 ปี (อัลฟา)	2,985.5	2,806.3	179.2	94 ต่อ 6	4.7
10-19 ปี (แซต)	8,100.1	7,997.7	102.4	98.7 ต่อ 1.3	12.7
20-39 ปี (วาย)	19,020.3	18,735.9	284.4	98.5 ต่อ 1.5	29.7
40-59 ปี (เอกซ์)	20,523.4	18,507.4	2,016.0	90.2 ต่อ 9.8	32
60 ปี ขึ้นไป (เบบี้บูมเมอร์)	13,358.8	6,515.1	6,843.7	48.8 ต่อ 51.2	20.9

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564)

ในช่วงการระบาดโควิด-19 ทำให้เห็นปัญหาจากการเรียนออนไลน์ของวัยเรียนคือ การมีสมาร์ตโฟนไม่เพียงพอและไม่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในบ้านได้ รวมถึง ผู้ปกครองและผู้เรียนไม่ใช่ทุกคนที่จะมีหรือกำลังจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับการเรียนออนไลน์ เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือแท็บเล็ตได้ รวมถึง ขาดการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีปริมาณข้อมูล ความเร็วและการเชื่อมต่อที่มีคุณภาพมากพอในการเรียนออนไลน์ ทำให้เกิดผล

กระทบต่อคุณภาพและความเสมอภาคด้านการศึกษา (วินิจ ภาเจริญและคณะ, 2564)

มารยาทในการใช้งานดิจิทัล

พลเมืองดิจิทัลควรมีความฉลาดทางอารมณ์ในสังคมดิจิทัล (digital emotional intelligence) ที่สำคัญคือ การให้คุณค่ากับมารยาทในการใช้งานดิจิทัล (digital etiquette) และความรู้ร่วมรู้สึกทางดิจิทัล (digital empathy) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลกออนไลน์ และ เพื่อสร้าง

บรรทัดฐานทางสังคมของการปฏิบัติต่อกันในโลกดิจิทัล เช่นเดียวกับโลกทางกายภาพ

มารยาทในการใช้งานดิจิทัล คือ การรู้กาลเทศะ ประพฤติดี มีมารยาทในการเป็นพลเมืองบนสังคมออนไลน์หรือพลเมืองดิจิทัล (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2559 อ้างถึงใน จิตินันท์ ผิวนิล, 2564) โดยคำนึงถึงระดับการใช้ภาษากับคนที่สื่อสารด้วย คุณสมบัติเฉพาะของช่องทางการสื่อสาร ความเป็นทางการของรูปแบบการสื่อสาร ความเป็นพื้นที่หวงปิดหรือเปิดสาธารณะ และสถานะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (ปราวีณยา สุวรรณรัฐโชติ, 2561 อ้างถึงใน จิตินันท์ ผิวนิล, 2564) ส่วนความรู้สึกลทางดิจิทัล คือ สภาวะการเอาใจเขามาใส่ใจเราในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ไม่เอาประสบการณ์ของเราไปตัดสิน ยิ่งในโลกสื่อดิจิทัลที่มีลักษณะบางประการที่ทำให้ผู้ใช้สื่อขาดการเอาใจเขามาใส่ใจเรา เช่น สภาวะนิรนาม (Anonymity) ของคนบนโลกออนไลน์ที่ไม่ต้องเปิดเผยตัวตนจริงหรือสร้างตัวตนใหม่อาจรู้สึกว่าจะไม่จำเป็นต้องมีความรู้สึกทางดิจิทัลได้ และหากเป็นการสื่อสารออนไลน์ด้วยตัวอักษรอย่างเดียว ทำให้ไม่เห็นสีหน้าแววตา น้ำเสียงของอีกฝ่าย จึงขาดการเชื่อมโยงกับอารมณ์และความรู้สึกภายในของอีกฝ่าย (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564ก)

ปรากฏการณ์ทางสังคมที่ได้รับความสนใจศึกษาในช่วงที่ผ่านมามีอันเป็นผลกระทบจากการที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์ขาดความเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยเฉพาะมารยาทในการใช้งานดิจิทัลและความรู้สึกทางดิจิทัล ได้แก่ ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์ (cyberbullying) ซึ่งส่วนใหญ่พบการศึกษาในกลุ่มเด็กและเยาวชนเนื่องจากเป็นปัญหาใหญ่ของช่วงอายุนี (Saengcharoensap and Rujiprak, 2021; โธมัส กวาดามุซ, 2564; วาสนา คำดี, ทศนา ทวีคุณ และ พชรินทร์ นินทจันทร์, 2564) รวมถึง ปัญหาการใช้ประทุษวาจาออนไลน์ (online hate speech) ซึ่งไม่ได้จำแนกว่าเป็นปัญหาของเจนเนอเรชันใด แต่เป็นปัญหาของพลเมืองเน็ตโดยรวม (Oranop et al, 2020)

ปรากฏการณ์ในสภาพวัฒนธรรมไทยเกี่ยวกับการสื่อสารดิจิทัลด้วยความรู้สึกทางดิจิทัลสะท้อนให้เห็นได้

จากความคิดเห็นเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างของคนในสังคมไทย (tolerance to difference) ซึ่งงานของ ยาสมิน ชัตตาร์ (2565) ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่นและปัตตานี พบว่า ความแตกต่างระหว่างรุ่นอายุมีความสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างอุดมการณ์ทางการเมือง และส่งผลให้มีมุมมองและความคิดเห็นทางศาสนาและความเชื่อที่แตกต่างกัน ส่วนมุมมองต่อการยอมรับความแตกต่างในด้านต่างๆ ได้แก่ ความแตกต่างด้านเพศสภาพ ความแตกต่างด้านศาสนา ความแตกต่างด้านเชื้อชาติ นั้น พบว่า มีระดับการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างทุกด้านอยู่ในระดับของการยอมรับและการเคารพกัน เช่น การไม่รังเกียจถ้ามีเพื่อนบ้านนับถือศาสนาต่างจากตนเอง หรือไม่รังเกียจถ้าครูของลูกนับถือศาสนาต่างจากตน เป็นต้น ในขณะที่ระดับของการให้คุณค่าหรือการโอภาปราถนาที่ยังปรากฏน้อย เช่น การเข้าสังคมกับคนที่นับถือศาสนาต่างออกไป หรือการเข้าร่วมพิธีทางศาสนาของคนอื่น เป็นต้น

กฎหมายดิจิทัล

นอกจากมารยาทในการใช้งานดิจิทัลและความรู้สึกทางดิจิทัลแล้ว การที่ผู้ใช้สื่อให้คุณค่ากับกฎหมายดิจิทัลก็เป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งของความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่สำคัญ กล่าวคือ ผู้ใช้สื่อดิจิทัลควรมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและตระหนักถึงความรับผิดชอบทางกฎหมายเพื่อลดปัญหาจากการสื่อสารดิจิทัลอันอาจเกิดขึ้นทั้งในระดับบุคคล องค์กรหรือสังคม ดังเช่นงานศึกษา (พรรษาศิริ กุหลาบ, 2563; สุมาลี วงษ์วิจิต, 2565) พบว่า มาตรการในการจัดการกับปัญหาข่าวปลอม ข่าวลวง ข้อมูลผิดพลาด ข้อมูลบิดเบือนทางออนไลน์ มีอยู่หลายแนวทางแต่ 2 แนวทางที่จำเป็นคือ มาตรการทางกฎหมายและการกำกับดูแล และมาตรการการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้ใช้สื่อ โดยมาตรการทางกฎหมายอาจกำหนดให้บริษัทเทคโนโลยีรับผิดชอบต่อหรือเปิดเผยข้อมูลผู้ลงโฆษณาออนไลน์ และกฎหมายอาจถูกใช้เพื่อจัดการกับผู้โพสต์ที่เผยแพร่ข้อมูล (พรรษาศิริ กุหลาบ, 2563) โดยประเทศไทยนั้นสามารถนำมาตรการทางกฎหมายฐานทั้งทางแพ่งและอาญามาใช้บังคับได้ แต่ปัญหาการแพร่กระจายของข่าวปลอม (fake news) ยังคงพบ

อย่างต่อเนื่อง เพราะลักษณะของการเผยแพร่ออนไลน์เป็นการยากที่จะเข้าถึงตัวหรือจับกุมตัวผู้กระทำความผิด ซึ่งอาจปล่อยออกมาจากต่างประเทศด้วย (สุมาลี วงษ์วิจิต, 2565) ส่วนมาตรการการส่งเสริมการรู้เท่าสื่อของผู้ใช้สื่อนั้นก็เพื่อให้รู้และตรวจสอบข่าวปลอมได้ รวมถึงไม่ส่งต่อซึ่งจะเป็นการขยายวงของการแพร่กระจายข่าวปลอม แต่ก็พบว่าปัญหาของผู้ใช้สื่อออนไลน์ไทยเมื่อได้รับข้อมูลและเห็นว่าน่าสนใจมักจะส่งต่อข้อมูลโดยไม่ได้สืบค้นหรือตรวจสอบก่อน โดยผู้ส่งต่อเองไม่ได้ตระหนักว่าอาจจะทำผิดกฎหมายจากการแชร์ข้อมูลอันเป็นเท็จ

นอกจากนี้ ยังพบปัญหาจากการกระทำความผิดกฎหมายของผู้ใช้สื่อในการทำธุรกิจโดยการโฆษณาออนไลน์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่พบว่ามีความโฆษณาออนไลน์ที่ผิดกฎหมายที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ.อาหาร พ.ศ.2522 อยู่มาก (ชนพงศ์ ภูผาดี, ปภาวรินทร์ ฝาพิมพ์, ธาณี ศรีศักดิ์นอก, 2564) อีกทั้ง ในบริบทสังคมที่มีผู้ใช้สื่อออนไลน์ไทยที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ความเสี่ยงสำคัญที่เกิดขึ้นคือความเสียหายจากการเปิดเผยตนเอง การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา จึงควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพด้านบริหารจัดการกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยี ด้วย (ชนายนันต์ สมถวิลผ่องใส และคณะ, 2565) ดังนั้น ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายของผู้ใช้สื่อจึงเป็นตัวแปรสำคัญหนึ่งที่จะทำให้ปัญหาจากการสื่อสารลดลงทั้งปัญหาข่าวปลอม การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การโฆษณาเกินจริง ควบคู่ไปกับการปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย การวางกลไกการบังคับใช้ให้มีประสิทธิภาพ และความร่วมมือกันจากผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่าย ไม่เพียงผู้ใช้สื่อและหน่วยงานรัฐเท่านั้น

3. คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (Protect)

ปัจจุบันการรู้จักสิทธิและการมีความรับผิดชอบในโลกดิจิทัล (digital rights & responsibility) และการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (digital security) มีความสำคัญและ

เป็นประเด็นอภิปรายถกเถียงกันในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ออนไลน์ที่มีผู้คนหลายช่วงวัยอยู่ด้วยกัน ยึดถือคุณค่าเกี่ยวกับสิทธิ เสรีภาพและความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นจากการอภิปรายถกเถียงในปรากฏการณ์ทางสังคมที่พ่อแม่สมัยใหม่นิยมโพสต์หรือแบ่งปันรูปของลูก โดยเฉพาะเด็กเล็กทางสื่อสังคม หรือ Sharenting (มาจาก Share กับ Parenting) ซึ่งมุมมองหนึ่งพ่อแม่มองว่าเป็นเสรีภาพของผู้ปกครอง ซึ่งพ่อแม่ก็มีแรงจูงใจหลายประการ อาทิ ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่นผ่านการให้ข้อมูลปัจจุบันเกี่ยวกับลูก ต้องการแสดงความภาคภูมิใจในตัวลูก ต้องการให้หรือรับคำแนะนำความช่วยเหลือ การยืนยันหรือได้รับการสนับสนุนจากคนอื่นในสิ่งที่ทำ (นภาพรณ อาษาเพ็ชรและคณะ, 2564) แต่อีกมุมมองหนึ่งก็ถูกมองว่าอาจเป็นการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของเด็ก เพราะข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับเด็กที่ถูกเปิดเผยออกไปจะยังคงอยู่ในเครือข่ายออนไลน์ตลอดไป สิทธิในการควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวอยู่ที่พ่อแม่ และการถูกนำเสนอในสื่อสังคมโดยพ่อแม่อาจส่งผลกระทบต่อพัฒนาอัตลักษณ์ และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของลูกได้ (ปาณิภา สุขสม, 2563)

ส่วนการตระหนักถึงการเข้าถึงข้อมูลด้วยความรอบคอบและระมัดระวังนั้นมีงานของ โธมัส กวาดามูซ (2564) ที่พบว่าทักษะทางดิจิทัลของเยาวชนในด้านทักษะทางเทคนิค นั้น เยาวชนรับรู้ตัวเองว่ามีความรู้เกี่ยวกับการปกป้องตัวเองจากภัยที่จะมาจากการเข้าสู่ระบบออนไลน์ด้วยวิธีการต่าง ๆ ประกอบด้วย การรู้วิธีรักษาความเป็นส่วนตัวของเครื่องมือสื่อสาร เช่น ตั้งรหัส PIN การสแกนลายนิ้วมือ การสแกนใบหน้า การรู้วิธีเก็บรูปภาพ เอกสาร หรือไฟล์อื่น ๆ ในระบบคลาวด์ การรู้วิธีบล็อกข้อความหรือโฆษณาที่ไม่ต้องการ การรู้วิธีตั้งค่าความเป็นส่วนตัว การรู้วิธีใช้เบราว์เซอร์แบบไม่ระบุตัวตน และการวิพากษ์การระบุสถานที่

นอกจากนี้ การศึกษาของ วิโรจน์ สุทธิสีมา และคณะ (2562) ให้ความสนใจกับผลกระทบของการใช้สื่อดิจิทัลของวัยทำงานซึ่งอยู่ในเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย และพบผลกระทบในระดับบุคคลที่จะกระทบด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ

(digital health & wellness) เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานาน โดยไม่ทำกิจกรรม ร่วมกับผู้อื่นจะมีอารมณ์ซึมเศร้า และขาดสัมพันธ์ภาพกับ คนรอบข้าง อีกทั้ง ยังเกิดอาการกลัวตกกระแส (Fear of Missing out-FOMO) จึงต้องติดตามเรื่องที่เป็นกระแสในออนไลน์และทำตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของกระแสนั้นๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมย่อย (sub-culture) ของกลุ่มผู้ใช้สื่อดิจิทัลในปัจจุบัน (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564)

กล่าวได้ว่า การรู้จักสิทธิและการมีความรับผิดชอบในโลกดิจิทัล และการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัลนั้นเป็นคุณค่าที่ยึดถือในสังคมสมัยใหม่ สอดคล้องกับที่ สุกัญญา สุดบรรทัด (2563) ได้วิเคราะห์ไว้ว่า พื้นที่การสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นเรื่องอัตลักษณ์ ความยุติธรรม ความเท่าเทียม สิทธิมนุษยชน และเป็นสังคมเครือข่ายในแนวนอน แตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับพื้นที่การสื่อสารในยุคเดิมหรือแอนะล็อก ดังนั้น คนในกลุ่ม digital immigrants ที่เกิดและเติบโตมากับสื่อยุคแอนะล็อก จึงมีแนวโน้มที่จะขัดแย้งกันกับกลุ่ม digital natives ในสื่อยุคดิจิทัล

จากการทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่า การศึกษาในด้านคุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการมีความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (respect) และคุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect) มีการศึกษาบางรุ่นอายุ และสนใจในมิติของการสำรวจสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น และส่วนงานที่อธิบายความสัมพันธ์ของการสื่อสารระหว่างช่วงวัยที่จะช่วยส่งเสริมและลดความเป็นพลเมืองดิจิทัลได้อย่างไรนั้นยังขาดอยู่

4. บทสรุป: ช่องว่างในการศึกษาการสื่อสาร “ระหว่างรุ่นอายุ” กับการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล

จากการทบทวนงานศึกษาที่ผ่านมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในสังคมไทยนั้นไม่ค่อยมีความเหลื่อมล้ำกันระหว่างรุ่นอายุ ด้านการมีและไม่มีอุปกรณ์ดิจิทัลรวมถึงการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จากสถิติในการเข้าถึงดิจิทัลที่พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบร้อยละ 90 ของประชากรทั่วประเทศ มีโทรศัพท์มือถือใช้สัดส่วนสูงใกล้เคียงกัน ยกเว้นเพียงวัยเบบี้บูม

เมอร์ที่ยังมีการเข้าถึงและใช้ประโยชน์น้อยอยู่ แต่สังคมไทยกลับพบความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลใน 2 มิติ ได้แก่ 1) มิติของการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและการมีทักษะรู้เท่าทันดิจิทัล โดยพบปัญหาด้านการสื่อสารของแต่ละรุ่นอายุที่เป็นผลมาจากการขาดทักษะการวิเคราะห์ ประเมินค่าและการสร้างสื่ออย่างมีส่วนร่วมและสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการถูกหลอกลวงจากคนแปลกหน้าในกลุ่มเจเนอเรชันเอกซ์ การถูกหลอกซื้อสินค้าและการพนันออนไลน์ในกลุ่มเจเนอเรชันวาย ปัญหาในกลุ่มเจเนอเรชันแซตเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งหรือละเมิดออนไลน์ การเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเช่น เพศ ความรุนแรง รวมถึง ปัญหาข่าวปลอมในกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์โควิด-19 และ 2) มิติของผลประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นในโลกออฟไลน์ (offline outcome) ซึ่งแต่ละเจเนอเรชันก็มีพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่ม เจเนอเรชันที่อยู่ในกลุ่ม digital natives จะใช้ประโยชน์ได้มาก เช่น การซื้อขายของในโลกออนไลน์ ในขณะที่เจเนอเรชันกลุ่ม digital immigrant ยังใช้ประโยชน์ได้อย่างจำกัด ไม่สามารถสร้างผลประโยชน์ในโลกออฟไลน์ได้

ดังนั้น การศึกษาที่ควรเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัลเพื่อลดช่องว่างความแตกต่างในด้านการสื่อสารดิจิทัลของแต่ละรุ่นอายุใน 2 มิติดังกล่าว คือ มิติของการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและการมีทักษะรู้เท่าทันดิจิทัล และ มิติของผลประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นในโลกออฟไลน์ในแต่ละรุ่นอายุ อาทิ ประเด็นการซื้อขายของในโลกของออนไลน์โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มเกมซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มเจเนอเรชันวายและแซตเพื่อเข้าใจและส่งเสริมการใช้ประโยชน์ให้เกิดขึ้นในโลกออฟไลน์ในกลุ่ม digital natives อย่างปลอดภัย หรือประเด็นการเสริมพลังให้เจเนอเรชันกลุ่ม digital immigrant ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในโลกออฟไลน์ได้มากขึ้น เช่น การใช้เพื่อส่งเสริมสุขภาพทางกายทางจิตใจและทางสังคม

อีกทั้ง เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลเมืองทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (educate) ด้านการมีความ

เคารพตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (respect) และ ด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect) นั้น พบว่า การศึกษาที่อธิบายสภาวะการณ์ของความเป็นพลเมืองในแต่ละรุ่นอายุด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่นมีค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้เท่าทันดิจิทัลและการสื่อสารดิจิทัล ซึ่งอาจจะเป็นเพราะแนวคิดเรื่องความเป็นพลเมืองนี้ ได้รับการศึกษาและประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในระดับสากลในบริบทการศึกษาโดยเฉพาะการศึกษาในระบบ มีการพัฒนาหลักสูตรและแนวทางในการสอนเรื่องความเป็นพลเมือง ในขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลเมืองด้านการมีความเคารพตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล และ ด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่นนั้น ช่วยสร้างความเข้าใจปัญหาที่เกิดจากการขาดความเป็นพลเมืองใน 2 ด้านนี้ได้ ในบางรุ่นอายุ เช่น ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์ ปัญหาประทุษร้าย และมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดความร่วมรู้สึกทางดิจิทัล (digital empathy) และแนวคิดการสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ (digital resilience) อยู่บ้าง เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลเพื่อลดปัญหาจากการสื่อสารดังกล่าว แต่ก็ยังมีการศึกษาไม่มากนัก

นอกจากนี้ การศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัลไม่ว่าจะเป็นด้านของการวัดระดับ การศึกษาสภาพปัญหาแต่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาที่ให้ความสนใจลงไปในแต่ละรุ่นอายุ แต่จากข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหามาจากงานต่างๆ ที่ได้พบทวนพบว่า การสร้างเสริมความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น ไม่เพียงแต่การสร้างเสริมทักษะและสมรรถนะในระดับบุคคลเท่านั้น แต่จำเป็นต้องอาศัย “ปัจจัยแวดล้อม” ที่สำคัญคือ เพื่อน คนในครอบครัว สังคมในระดับโรงเรียนและชุมชน ที่จะเชื่อมโยงกันในนิเวศสื่อทั้งในพื้นที่การสื่อสารดิจิทัล

และพื้นที่ออฟไลน์ คนในทุกช่วงวัยเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและมีส่วนเสริมหรือลดความเป็นพลเมืองดิจิทัลได้ อาทิ ปัญหาข่าวปลอมในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์นั้น ลูกหลานในกลุ่ม digital natives ก็สามารถช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้หากมีศิลปะในการสื่อสารระหว่างวัย หรือ ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์กลุ่ม digital natives เอง ก็พบว่า ผู้ใหญ่ในกลุ่ม digital immigrants เองก็มีบทบาทอย่างมากที่จะช่วยลดปัญหาดังกล่าว

ดังนั้น การขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลในประเทศไทยจึงควรมุ่งเน้นการลดช่องว่างระหว่างวัย โดยส่งเสริมการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนระหว่างรุ่นอายุ การพัฒนาทักษะและสมรรถนะด้านดิจิทัลในระดับบุคคลมีความสำคัญ และต้องควบคู่ไปกับการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลในระดับครอบครัว โรงเรียน ชุมชน และสังคม โดยรวม การสร้างวัฒนธรรมออนไลน์ที่ตระหนักถึงความเคารพตนเองและผู้อื่น และรู้จักปกป้องตนเองและผู้อื่น ถือเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ยั่งยืน โดยมีความท้าทายที่การออกแบบกลไกและกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนทุกช่วงวัยในการสร้างสังคมดิจิทัลที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึง การขับเคลื่อนการพัฒนาด้วยองค์ความรู้จากการวิจัยควรให้ความสำคัญกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นอายุ (Inter-generation) เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของแต่ละรุ่นอายุในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารในพื้นที่ออนไลน์ และส่งเสริมวัฒนธรรมออนไลน์ที่สร้างสรรค์ การศึกษาด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) ที่เปิดโอกาสให้คนแต่ละรุ่นอายุได้ร่วมกันออกแบบและดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล อาจเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการลดช่องว่างระหว่างวัยและสร้างสังคมดิจิทัลที่เข้มแข็ง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมมล ศรีวัฒน์. (2563, 25 มิถุนายน). *This is my Generation. This is our Generation* เข้าใจวัยที่แตกต่างเพราะเราเติบโตจากโลกที่ต่างกัน. The Potential. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://thepotential.org/social-issues/generation-gap/>
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2564ก, กุมภาพันธ์). *Digital Empathy* เพราะโลกใบนี้ไม่ได้มีแค่ (พวก) เรา. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.thaimediafund.or.th/จดหมายข่าวคณะอนุกรรมการ/>
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2564ข, 25 มีนาคม). *ผลสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลของประชาชนไทย ปี พ.ศ. 2563 – 2564*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.thaimediafund.or.th/ผลสำรวจสถานการณ์การรู้/>
- กุลภัสสร กาญจนกรางกูร. (2561). มุมมองโทรทัศน์ดิจิทัลกับการเปิดรับสื่อของคนเจนเอเรชั่นวาย. *วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(2), 157-170.
- โครงการสุขภาพคนไทย. (2559). ทำความรู้จักคนต่างรุ่นต่าง “เจนเอเรชั่น”. *สุขภาพคนไทย 2559* (น. 10-11). สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/FileUpload/PDF/454-ThaiHealth2016-TH.pdf>
- จิราณีย์ พันมูล และประพันธ์ โพธิ์พลพรม. (2564). สถานการณ์การเข้าถึงสื่อ การรับรู้ข่าวปลอม และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุชุมชนเขตเมืองในวิถีวิถีใหม่. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(8), 171-184.
- ชนัญสร อรณพ ญ. อยู่ธยา, การดา ร่วมพุ่ม, และมาโนช ชุ่มเมืองปัก. (2563). “นิเวศสื่อ” เพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 3(2), 147-169.
- ชนันนนต์ สมถวิลผ่องใส, ไชยอนันต์ ตรีไพบูลย์, ทวีศักดิ์ แสงเงิน, ปิ่นปิ่นท์ นฤนาทบุญทรัพย์ และเกษมศรี วรวัชรสิริ. (2565). เพชฌัญญู: ความเสี่ยงของเครือข่ายสังคมออนไลน์ยุคดิจิทัล. *วารสารรัชตภาคย์*, 16(44), 461-470.
- ฐิตินันท์ ผิวนิล. (2564). มารยาทดิจิทัล: ข้อกำหนดในการสื่อสารออนไลน์ที่พลเมืองดิจิทัลไทยควรตระหนัก. *วารสารวิชาการ กสทช.*, 5(5), 402-418.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2564, 17 ธันวาคม). *The Survival Hacks รวมเทคนิคพาธุรกิจ SME รอดและรุ่ง 2022* จาก MI Group. การตลาดวันละตอน. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มีนาคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/the-survival-hacks-for-sme-2022-mi-group/>
- ดนุลดา จามจุรี. (2563). *การออกแบบการเรียนรู้*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มีนาคม 2565 แหล่งที่มา <http://www.curriculumandlearning.com>
- ธนพงศ์ ภูผาลี, ปภาวรินทร์ ผาพิมพ์, วโรพจักร วงษา, และธารินี ศรีศักดิ์นอก. (2564). การสำรวจโฆษณาที่เข้าข่ายไม่ถูกต้องตามกฎหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแสดงสรรพคุณลดน้ำหนักบนเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์แห่งหนึ่ง. *Thai Bulletin of Pharmaceutical Sciences*, 16(1), 31-43.
- โธมัส กวาดามุช. (2564). วัคซีนเพื่อรับมือปัญหา: การศึกษาภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัล (Digital Resilience) และ Cyberbullying ของกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาใน 5 ภูมิภาคของประเทศไทย. รายงานวิจัย. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.
- นภาพรณ อาษาเพชร, มณฑนา ภาคสุวรรณ และภควิชัย ดำรงเกียรติศักดิ์. (2564). การแบ่งปันข้อมูลลูกบนโซเชียลมีเดีย สิทธิเด็กที่พ่อแม่มองข้าม. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมกล้านนา*, 9(2), 131-146.

- นุติ หนูโพธิ์. (2565). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อขายสินค้าและภาวะการรับรู้เท่าทันสื่อของเจ้าของร้านค้าออนไลน์วัยนักศึกษา. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 1(1), 22-53.
- นุติ หนูโพธิ์ และชวพร ธรรมนิยกุล. (2563). ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยระดับมัธยมศึกษา. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(1), 146-163.
- บุษบา สุธีธร. (2564). ผลกระทบของสื่อสังคมที่มีต่อวัยรุ่น. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 14(1), 34-48.
- แบรนด์บุฟเฟต์. (2563, 24 ตุลาคม). ระวังข้อบ่งชี้ออนไลน์ ผู้สูงอายุกดสั่งซ้ำ ๆ สูญเงินล้านใน 6 เดือน. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มีนาคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.brandbuffet.in.th/2020/10/aging-society-ecommerce-japanese-case-study/>
- ปวรรัตน์ ระวัง และพนม คลีฉายา. (2561). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 36(3), 59-76.
- ปานิภา สุขสม. (2563). การแชร์ข้อมูลส่วนตัวลูกของพ่อแม่กับคุณค่าความเป็นส่วนตัวของเด็กในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการ กสทช.*, 4(4), 112-129.
- พนม คลีฉายา. (2563). ความผูกพัน ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชน. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 38(3), 1-16.
- พรรษาสิริ กุหลาบ. (2563). แนวทางการจัดการกับการแพร่กระจายข่าวลวง ข้อมูลผิดพลาด และข้อมูลบิดเบือนทางสื่อออนไลน์: องค์ความรู้และบทเรียนจากต่างประเทศ. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(3), 7-24.
- พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภักย์, ชนัญสรา อรณพ ญ อยู่ยา, และ วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา. (2562). การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 7(1), 147-190.
- ภริตา สายะวารานนท์ และปณิศา วรณพิรุณ. (2561). การเสริมสร้างทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเจนเนอเรชันซี โดยการเล่าเรื่องด้วยสื่อดิจิทัล. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 3(1), 72-86.
- มนวิภา วงจุริระ. (2561). การเข้าถึงเนื้อหาสื่อใหม่ที่ไม่เหมาะสมของเด็กและเยาวชน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(2), 248-266.
- ยาสมิน ชัตตาร์. (2565). การแสดงออกและการสื่อสารที่แสดงถึงความเกลียดชัง และการอยู่ร่วมบนความแตกต่างจากมุมมองของประชาชน. รายงานผลการศึกษาเบื้องต้น.
- วรรณกร พรประเสริฐ, เทียมจันทร์ พานิชย์พลินไชย, ปกรณ์ ประจันบาน และ น้ำทิพย์ องอาจาณิชัย. (2563). ตัวบ่งชี้ความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. *สัปดาห์ : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 26(2), 134-150.
- วศยา เอกวิสัย, กุสุมา สุ่มมาตร, จิราภรณ์ ผันสว่าง และวิศร พงศ์สุวรรณ. (2564). การสื่อสารอย่างสันติเพื่อลดความรุนแรงของการใช้ภาษาของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอภัยภูฏา*, 10(1), 645-655.
- วาสนา คำดี, ทศนา ทวีคุณ และพัชรินทร์ นันทจันทร์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรังแกกันผ่านโลกโซเชียลกับภาวะซึมเศร้าและพฤติกรรมก้าวร้าวของวัยรุ่นในจังหวัดหนึ่ง เขตพื้นที่ภาคกลาง. *วารสารการพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต*, 35(1), 77-90.
- วินิจ ผาเจริญ, ภัทรชัย อุทาพันธ์, กรวิทย์ เกาะกลาง และสุรัช พุดชู. (2564). ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของพลเมืองไทยวัยเรียนกับสถานการณ์การเรียนออนไลน์ในยุคไวรัสโควิด-19. *วารสารปัญญา ปณิธาน*, 6(1), 1-14.
- วิโรจน์ สุทธิสีมา, พิมพ์พรรณ ไชยนันท์ และศศิธร ยูวโกศล. (2562). ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) ระดับบุคคลช่วงวัยทำงานเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(1), 194-202.
- ศิริวัตร ไทยแท้ และปณินดา เลอเลิศยุติธรรม. (2565). กลวิธีความสุภาพในการปฏิเสธการขอร้องของวัยรุ่นต่อผู้สูงอายุที่มีรูปแบบความสัมพันธ์ต่างกัน. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 40(1), 110-141.

- สุกัญญา สุกบรรทัด. (2561). *วิถีแห่งพลเมืองเน็ต*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มีนาคม 2565 แหล่งที่มา <http://legacy.orst.go.th/wp-content/uploads/2018/01/วิถีแห่งพลเมืองเน็ต.pdf>
- สุมาลี วงษ์วิจิตร. (2565). มาตรการทางกฎหมายและการรู้เท่าทันสื่อเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอม. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 1(3), 1-28.
- เสมอ นิมเงิน. (2563, 1 ธันวาคม). *Generation กับพฤติกรรมกรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/5263>
- สำนักงาน กสทช. (2562). *รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี 2562*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.nbtc.go.th/News/Information/39402.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สทช]. (2562) *รายงานผลการสำรวจข้อมูลสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย ปี พ.ศ.2562*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://itm.eg.mahidol.ac.th/itm/wp-content/uploads/2020/04/MDES-ONDE-MIL-Survey-2019-ภาพรวมประเทศ.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพอ]. (2563). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพอ]. (2564). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพอ]. (2565). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/iub2022.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *สรุปผลที่สำคัญการสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2564*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มกราคม 2565 แหล่งที่มา https://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2564/summary_64.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *การสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2565 (ไตรมาสที่ 3)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 กันยายน 2566 แหล่งที่มา https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2023/20230430131327_66165.pdf
- อังฉา เอ็นซ์ และพัชนี เขยจรรยา. (2563). ความต่างบนความเหมือนของดิจิทัลเน็ตพีไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, 10(1), 54-67.
- อริชา วุฒิรังษี. (2561). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ. *วารสารสหศาสตร์*, 21(1), 90-106.

ภาษาอังกฤษ

- Chivers, K. (2021, May 26). *Digital generations: The technology gap between seniors, parents, and kids*. Retrieved January 15, 2022 from <https://us.norton.com/internetsecurity-how-to-digitalgenerations.html>
- Council of Europe [COE]. (n.d.). *Digital Citizenship*. Retrieved January 15, 2022 from <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/digital-citizenship>
- Dhamanitayakul, C. and Biggins, O. (2019). Conceptualizing Digital Citizenship for Digital Natives in Thailand. *Journal of Communication Arts Review*, 23(3), 60-73.

- Eaujarusphan, A. (2021). Online Social Media Usage Behavior, Attitude, Satisfaction, and Online Social Media Literacy of Generation X, Generation Y, and Generation Z. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 10(2), 44-58.
- Mossberger, K., Tolbert, C., and McNeal. (2007). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7428.001.0001>
- Oranop, C., Tuansiri, E., and Chaisukkosol, C. (2020). Social listening of events relating to Buddhist and Muslim relationships between 2015 and 2019: How does online hate speech emerge among Thai internet users?. In 5th International conference Hate Speech in Asia: Chanllenges and Solutions. (pp.4-12).
- Ribble, M. (2019). *Digital Citizenship*. Retrieved January 15, 2022 from <http://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html>
- Ribble, M. (2020, January 28). *Digital citizenship is more important than ever*. Retrieved January 15, 2022 from <https://www.iste.org/explore/digital-citizenship-more-important-ever?articleid=535>.
- Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379–398. <https://doi.org/10.1177/0002764211429368>
- Saengcharoensap, Krisda and Rujiprak, Veenunkarn. (2021). Cyberbullying Among University Students in Thailand. *Thammasat Review*, 24(2), 41-58.
- Sivricova, N. and Moiseeva, E. (2018). Values of generations in the context of intergenerational communication. *SHS Web of Conference* 55. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185502017>