

การจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิгранท์ ตามพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์ และ ปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคม

บุหงา ชัยสุวรรณ*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์ของกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ 2) เพื่อจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคมในการใช้สื่อใหม่ ของกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มผู้ที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน

ผลจากการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้สื่อใหม่ทุกวัน โดยสื่อที่ใช้มากที่สุด คือ ไลน์ เฟสบุ๊ก และยูทูบ กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง มีอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ทำกิจกรรมในการใช้สื่อใหม่ต่าง ๆ 2 ประเภท สิ่งที่ทำในการใช้สื่อในบริบทสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลที่สนใจ การสนทนากับเพื่อน การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน และใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง จากนั้นทำการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยเทคนิค K-Means Clustering ได้เป็น 4 กลุ่ม คือ “กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญญา” (ร้อยละ 48) “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” (ร้อยละ 28) “กลุ่มโลกสุขสงบบันเทิงลำพัง” (ร้อยละ 13.75) และ “กลุ่มสื่อสารแต่น้อย” (ร้อยละ 10.25) โดยกลุ่มสื่อสารคือชีวิตเป็นกลุ่มที่ปัญหาด้านความสัมพันธ์กับสังคมมากที่สุด คือ การเสพติดสื่อ ปัญหาความเหงา กระนั้นก็ตามกลุ่มนี้มีความมั่นใจในการได้รับความช่วยเหลือจากสังคมสูงที่สุด

คำสำคัญ: การสื่อสารในบริบทออนไลน์ ดิจิทัลอิมมิแกรนท์ จัดกลุ่มและหาคุณลักษณะ

* คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
เลขที่ 118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
อีเมล: bchaisuwan@hotmail.com

Cluster Analysis of Digital Immigrants based on Online Communication Behavior and Social Relationship Problems

Bu-nga Chaisuwan*

Abstract

The research objectives are (1) to study the online communication behavior of digital immigrants (2) to cluster the group of digital immigrants and (3) to identify the social relationship problems. The online questionnaire survey with a total of 400 digital immigrants was used as the data collecting method.

The findings show that most of the digital immigrants use online communications on a daily basis consisting of searching information, chatting and keeping themselves updated about their friends' activities as well as the entertainment news. Besides, the most popular applications are LINE, Facebook, and YouTube. The Digital Immigrants are divided into 4 groups by K-Means Clustering Analysis, namely "Communication for wisdom", "Communication is life", "Peaceful and happy alone" and "Minimal communication". The group of "Communication is life" spends the highest amount of communication time online; thereby, this group gets the highest probability of social relationship problems, such as internet addiction and loneliness. Nonetheless, this group still believes that they would receive social support when in needed.

Keywords: Online Communication Behavior, Digital Immigrants, Clustering Analysis

* Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration.

118 Moo 3, Serithai Road, Klong-Chan, Bangkok 10240, THAILAND.

E-mail: bchaisuwan@hotmail.com

บทนำ (Introduction)

การสื่อสารนับได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะตอบสนองต่อแรงจูงใจความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยให้ได้มาซึ่งพื้นฐานปัจจัย 4 ความปลอดภัย ความรัก ความนับถือยกย่อง และการประจักษ์ตน ด้วยการเป็นสื่อในการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างผู้คนในสังคมด้วยรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดพัฒนาการของรูปแบบของการสื่อสารสู่อาณาเขตที่กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) อินเทอร์เน็ต หรือระบบดิจิทัล ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อรูปแบบใหม่นี้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เป็นการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบริบทของสังคมอย่างรวดเร็ว

หากมองในภาพรวมนั้น จะเห็นว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนยุคปัจจุบัน โดยปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึงประมาณร้อยละ 40 จากประชากรโลก สำหรับในประเทศไทย National Statistical Office (2014) ทำการสำรวจการใช้ ICT 2014 พบว่า มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 21.7 ล้านคน โดย Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), ETDA (2014) ได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลรายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในระยะเวลา 12 ปี พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันในระยะเวลาที่นานขึ้น ในปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.7 เท่านั้น และได้เพิ่มเป็นร้อยละ 38.9 ในปี 2556 ในทำนองเดียวกัน ในปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 53.6 แต่ในปี 2556 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เหลือเพียงแค่ 35.7 ทำให้ในภาพรวม พบว่า ภายในระยะเวลา 12 ปี คือตั้งแต่ปี 2544 ถึง 2556 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 76.3 ระยะเวลาที่นานขึ้นนี้

เมื่อการพัฒนาทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดนวัตกรรมการสื่อสารที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละวัน ย่อมนำไปสู่ผลกระทบต่อการเรียนรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นผู้ที่เติบโตมาในยุคดิจิทัล มีทักษะในการเรียนรู้ และปรับตัวเข้ากับ ICT รวดเร็ว มีความกระตือรือร้นต่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความสนใจในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการเล่นเกม หรือด้านการเรียนรู้ทางสังคม ทำให้กลุ่มเด็กและเยาวชนทั่วโลกมีอัตราการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital literacy) และมีระยะเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มผู้ใหญ่ (International Telecommunication Union, 2008) จนได้รับการตั้งชื่อว่าเป็น “the Net Generation” หรือ “Digital Natives” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในการสื่อสารได้คล่อง และเป็นธรรมชาติ ตลอดจนการมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างเปลี่ยนแปลงไปจากคนรุ่นก่อน (Marc Prensky, 2001) ผลวิจัยจาก Mindshare Thailand (2014, June 13) พบว่า จำนวน Digital Natives ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 51 ของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ

ในการทำงานเดียวกัน กลุ่มผู้ใหญ่ที่เกิดในยุคแอนะล็อก ซึ่งเป็นยุคก่อนยุคแห่งการสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศ ก็เล็งเห็นความสำคัญของการใช้งาน และเริ่มหัดใช้งานสื่อใหม่ หรือเรียกได้ว่าเป็น Digital Immigrants ซึ่ง Marc Prensky (2001) อธิบายว่า หมายถึงพฤติกรรมการใช้งาน ICT อย่างไม่ชำนาญ ไม่เป็นธรรมชาติ ไม่คล่องแคล่ว คลาดเคลื่อน โดยในงานวิจัยที่ใช้แนวคิด Digital Immigrants เช่น งานวิจัยของ Walker (2012) และ Sarah Ransdell, Brianna Kent, Sandrine Gaillard-Kenney and John Long (2011) ได้แบ่งกลุ่ม Digital Immigrants โดยกำหนดให้มีช่วงอายุเดียวกับเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งกลุ่มนี้ ก็มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตถึงเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ (Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), ETDA, 2014)

การที่ผู้คนมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตกันตลอดเวลา โดยในแต่ละช่วงเวลาจะมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป โดยสมาร์ตโฟนกลายเป็นอุปกรณ์ที่มีการใช้งานสูงเกือบทั้งวัน อาจเป็นสัญญาณหนึ่งของปัญหา ปัญหาทางสุขภาพจิต คือ การเสพติด (Addiction) การใช้อินเทอร์เน็ต ดังคำกล่าวว่า สังคมยุคนี้ เป็น “สังคมก้มหน้า” หรือเทียบให้เห็นได้ว่า ปัจจุบันนี้ คนใช้เวลาเกือบ 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารดิจิทัลนี้ (Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), ETDA, 2014) ดังที่ Kandell (1998) กล่าวว่า การเสพติดสื่อใหม่ หมายถึง ความพึงพิงยึดติดทางจิตใจที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตโดยไม่คำนึงถึงว่าจะออนไลน์ด้วยเหตุผลอะไร

ผลกระทบที่ตามมา คือ ผลกระทบในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างภายในจิตใจของตนเองและคนในสังคม อาทิ จากงานวิจัยของ Brenner (1997) พบว่า ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้อินเทอร์เน็ต คือ ปัญหาในเรื่องของการจัดการบริหารเวลา ทำให้ได้นอนตามเวลา ไม่ได้กินตามเวลา จนกลายเป็นนิสัยปกติ อีกทั้งมีปัญหากับเพื่อนร่วมงาน และแยกตัวออกมาจากเพื่อนร่วมงาน และมุ่งสื่อสารกับผู้ที่อยู่ในโลกออนไลน์เท่านั้น เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Scherer (1997) พบกว่า กลุ่มนักเรียนรายงานว่า การสื่อสารในอินเทอร์เน็ตนั้นรบกวนประสิทธิภาพในการเรียน การทำงาน และในการใช้ชีวิตในสังคม เช่นเดียวกับที่ Jengchung V. Chen Charlie C. Chen Hsiao-Han Yang. (2008) และ Mark Griffiths (2010)” นำเสนอว่า หากไม่มีการควบคุมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมแล้ว ปัญหาการเสพติดสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น จะนำไปสู่ความหดหู่ใจ (Depression) ปัญหาทางเพศ (Sexual Disorders) ปัญหาความเหงาอ้างว้าง (Loneliness) เช่นเดียวกับที่ Knobloch-Westerwick (2007) กล่าวว่าเมื่อผู้คนจำนวนมากเริ่มหันมาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรักษาความสัมพันธ์ของคนในสังคม เมื่อนั้นก็เป็นที่น่าสงสัยว่าจะนำไปสู่การที่คนขาดการเชื่อมโยงกันในสังคม และเกิดความไม่แน่ใจในการได้รับความช่วยเหลือจากคนในสังคม ตลอดจนเกิดความเหงาอ้างว้างขึ้นหรือไม่ เช่นเดียวกับในบริบทของสังคมไทย มีการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการติดอินเทอร์เน็ตกับความเหงา และทักษะทางสังคมของกลุ่มวัยรุ่น อีกทั้งการติดอินเทอร์เน็ตยังนำไปสู่ทักษะทางสังคมทางด้านลบ เช่น พฤติกรรมก้าวร้าวต่อสังคม ความทะนงตนและหลงตนเอง และความเหงาและวิตกกังวล (Daenkrung, Supatat 2012) การทะเลาะกับพ่อแม่ การพูดคุ้ยและทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นลดลง (Wonganantnont, Pattariga 2014) เป็นต้น

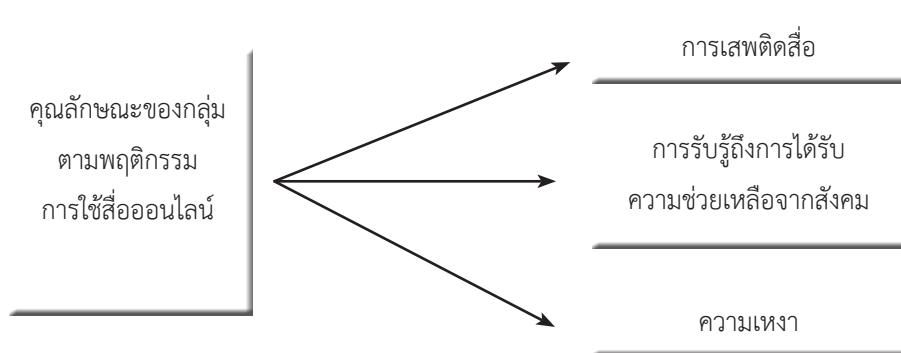
อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า การวิจัยส่วนใหญ่นั้นมักศึกษาจากกลุ่มเด็ก เยาวชน วัยรุ่น (เช่น Wonganantnont, Pattariga 2014; Thongkambunjong., Wailailak 2010; Loungon, Nowwarat 2008; Douglas A. Gentile, P. J. L., Jennifer Ruh Linder, David A. Walsh., 2004; Grusser S. M., Thalemann R., Albrecht U., Thalemann C. N., 2005) โดยที่ยังไม่ค่อยมีงานที่ศึกษาจากกลุ่มผู้สูงอายุที่อาจต้องเผชิญปัญหาการปรับตัวกับการใช้สื่อใหม่ ที่เรียกได้ว่าเป็น กลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ (Digital Immigrants) ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่ไม่ได้เป็นดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกิดในยุคดิจิทัล จึงต้องมีความพยายามในการปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตในบริบทของดิจิทัล (Brooks-Young, 2005) ทั้งที่เป็นกลุ่มที่จะมีจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตั้งแต่ปี 2005 โดยมีประชากรผู้สูงอายุ ร้อยละ 10.4 ของประชากรทั้งประเทศและคาดว่า จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในช่วงปี 2024-2025 (Sukhothai Thammathirat Open University, 2016) เช่นเดียวกับการประมาณการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุ โดยองค์การสหประชาชาติระหว่างปี พ.ศ. 2533 ถึง พ.ศ. 2593 แสดงว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนประชากรไทยทั้งหมดในปี พ.ศ. 2523 ร้อยละการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 47 ในปี พ.ศ. 2533 และเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 770 ในปี พ.ศ. 2593 (Siriboon, Siriwan and Milintangul, Chanettee 2008) ทำให้ปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดให้การเตรียมความพร้อมสังคมไทยสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และมีการจัดทำแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) โดยมีวิสัยทัศน์ คือ ผู้สูงวัยเป็นหลักชัยของสังคม และ “ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี พึ่งตนเองได้ และมีหลักประกันที่มั่นคง จึงควรที่จะต้องมีแนวทางวางแผนเตรียมการไม่ให้เกิดปัญหาของผู้สูงอายุทางจิตใจ เช่น ปัญหาการขาดความอบอุ่น เหงา ไม่ภาคภูมิใจ การเกิดความไม่มั่นคงปลอดภัย ขาดความสนใจจากครอบครัว การถูกลดบทบาททางครอบครัว เกิดความแยกตัว เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย และไม่มีความสุข (Department of Mental Health, Thailand, 2012; Kaewkungwarn, Srireon 1995) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาของสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งอาจเป็นปัญหาที่เกิดในอนาคตอันใกล้

ในการวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งที่จะศึกษารูปแบบการใช้สื่อ (Media Lifestyle) โดยจัดกลุ่มรูปแบบโดยคำนึงถึงคุณลักษณะของปริมาณในการใช้สื่อใหม่ กิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่ และรูปแบบการใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับผู้สูงอายุในสังคม โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทสื่อ คือ สื่อบุคคลแบบเผชิญหน้า สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ภายใต้การสื่อสาร 2 บริบท คือ สื่อสารกับสังคมรอบตัว และสื่อสารกับสังคมวงกว้าง ร่วมกับการคำนึงการใช้ประโยชน์ของแต่ละสื่อ คือ การใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง และการใช้ประโยชน์ในทางด้านเหตุผล รวมทั้งศึกษาแนวโน้มที่นำไปสู่ปัญหาของการใช้ชีวิตด้วยรูปการใช้สื่อ ในประเด็นของการเสพติดสื่อ การรับรู้ความช่วยเหลือจากสังคม และความเหงาของผู้คน ซึ่งจะเป็นข้อมูลแนวทางในการเตรียมความพร้อมสู่สังคมผู้สูงอายุดังกล่าวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์ของกลุ่มดิจิทัลลิมมิแกรนท์
2. เพื่อจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลลิมมิแกรนท์
3. เพื่อศึกษาปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคมในการใช้สื่อใหม่ ของกลุ่มดิจิทัลลิมมิแกรนท์

กรอบแนวคิดในงานวิจัย (Research Framework)



นิยามศัพท์ (Operational Definitions)

ดิจิทัลลิมมิแกรนท์ หมายถึง ผู้ที่เกิดในยุคแอนะล็อก เป็นผู้ที่อายุ 30 ปีขึ้นไป

พฤติกรรมการใช้สื่อในบริบทออนไลน์ หมายถึง ปริมาณในการใช้สื่อใหม่ กิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่ และรูปแบบวิถีชีวิตในการใช้สื่อ

ปริมาณในการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ ความถี่ในการใช้สื่อใหม่ในแต่ละสัปดาห์ แบ่งเป็น ทุกวัน เกือบทุกวัน (5-6 วันต่อสัปดาห์) 3-4 วันต่อสัปดาห์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ และไม่ได้ใช้เลย

กิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่ หมายถึง การอัปเดตสถานะ สถานที่ทำกิจกรรม (Check in) การโพสต์รูปภาพ วิดีโอ การสนทนากับเพื่อน (Chat) การสนทนากับกลุ่มที่สนใจประเด็นเดียวกัน (แฟนคลับ) หรือสื่อสารเพื่อรวมกลุ่ม การโพสต์ข้อความ หรือแสดงความคิดเห็น (Comment) ต่อความคิดเห็น ภาพ คลิปที่ถูกแบ่งปันไว้ ติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน หรือผู้อื่น การค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจ การเล่นเกมออนไลน์ การชวนให้ผู้อื่นมาเป็นสมาชิกกลุ่ม การชวนให้ผู้อื่นมาร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ การซื้อสินค้า การชวนให้ผู้อื่นซื้อสินค้า หรือ บริการ

รูปแบบวิถีชีวิตในการใช้สื่อ หมายถึง ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม 3 ประเภท และประโยชน์ในการใช้สื่อนั้น 2 ประเภท รวมกันมีตัวแปรที่เป็นรูปแบบวิถีชีวิตในการใช้สื่อ ($3 \times 2 \times 2$) 12 ตัวแปร

ประเภทของสื่อที่ใช้ หมายถึง สื่อบุคคล (การสื่อสารแบบเผชิญหน้า) สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ เพื่อทำการปฏิสัมพันธ์กับสังคมในวงแคบ หรือสังคมในวงกว้าง

ประโยชน์ในการใช้สื่อ หมายถึง บริบทที่นำไปสู่การใช้สื่อนั้น ๆ ได้แก่ การใช้ภายใต้เหตุผล (Epistemic) และการใช้เพื่อความบันเทิง (Entertainment)

การเสพติดสื่อใหม่ หมายถึง ความพึงพิงยึดติดทางจิตใจที่มีการใช้สื่อใหม่โดยไม่คำนึงถึงว่าจะออนไลน์ด้วยเหตุผลอะไร โดยในงานวิจัยนี้จะวัดโดยคำถาม ได้แก่ ท่านรู้สึกกังวล และรอเวลาที่จะได้ใช้สื่อสังคม ท่านอยากมีเวลาใช้สื่อสังคมมากขึ้น ท่านมักใช้สื่อสังคมนานกว่าที่ตั้งใจไว้บ่อย ๆ ท่านมักรู้สึกเครียด หงุดหงิด กัดฟัน เวลาต้องเลิก หรือหยุดใช้สื่อสังคม ท่านต้องการเพิ่มเวลาในใช้สื่อสังคมแต่ละครั้งเพื่อให้มีความสุขมากขึ้น การใช้สื่อสังคมอาจทำให้ท่านเสียงานหรือเสีย สังคมได้ เช่น พลาดการติดต่องาน ทำงานไม่ทัน พลาดการไปเจอเพื่อนฝูง เป็นต้น ท่านต้องปิดบัง หรือซ่อนไม่ให้คนรอบข้างเห็นว่า ท่านใช้เวลาอยู่กับสื่อสังคม ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อบรรเทาความหงุดหงิด ความเครียด ความกดดัน ความกระวนกระวายต่าง ๆ การรับรู้ถึงการได้รับความช่วยเหลือจากสังคม

การรับรู้ถึงการได้รับความช่วยเหลือจากสังคม หมายถึง ความคิดหรือเชื่อมั่นในการได้รับการสนับสนุนจากสังคมหากร้องขอ โดยในงานวิจัยนี้จะวัดโดยคำถาม ได้แก่ ท่านมีคนมากมายที่คอยจะช่วยเหลือ สนับสนุนท่านอยู่ ท่านได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากคนรอบข้างอย่างเพียงพอ หากท่านต้องการท่านมั่นใจได้ว่า จะหาผู้ที่มาช่วยท่านได้ตามที่ท่านร้องขอ

ความเหงา หมายถึง อารมณ์ที่ต้องการอยากมีความสัมพันธ์กับสังคมภายนอกตนเอง โดยในงานวิจัยนี้จะวัด โดยคำถาม ได้แก่ ท่านรู้สึกคิดถึงเพื่อนแบบอยากเจอเป็นความจริง ๆ ท่านคิดถึงผู้คนที่อยู่รอบข้างท่านจริง ๆ

ระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลออนไลน์ จากกลุ่มผู้ที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีความสอดคล้องกับช่วงอายุของกลุ่มผู้อพยพดิจิทัล และครอบคลุมเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ และเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (X) โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากตาราง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีระดับความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน 0.05 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำการแจกแจงค่าของแบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ จากนั้นจึงใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล และจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติต่าง ๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยเทคนิค K-Means Clustering ซึ่งเป็นสถิติเพื่อการจัดกลุ่มหน่วยวิเคราะห์ (Kanlaya Wanitbanha, 2009 and Suchart Prasit-rathasint, 1997)

ผลการวิจัย (Research Result)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.8) และส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 35 ปี รองลงมา คือ 36-45 ปี และมากกว่า 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท โดยส่วนใหญ่อาชีพที่มี คือ พนักงานบริษัท รองลงมา คือ ข้าราชการ พนักงานของรัฐ และทำธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท รองลงมา คือ 30,000-50,000 และต่ำกว่า 30,000 บาท

พฤติกรรมการใช้สื่อ และรูปแบบการใช้สื่อ

ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้สื่อใหม่ทุกวัน โดยสื่อที่ใช้มากที่สุด คือ ไลน์ เฟสบุ๊ก และยูทูบ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาการเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง มีอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ทำกิจกรรมในการใช้สื่อใหม่ต่าง ๆ 2 ประเภท (ร้อยละ 40.5) รองลงมา มีอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ทำกิจกรรมในการใช้สื่อใหม่ต่าง ๆ 3 ประเภท (ร้อยละ 23.3) ทั้งนี้ อุปกรณ์ที่มีสูงที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 94.8) รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์พกพา (โน้ตบุ๊ก) (ร้อยละ 50.8) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (ร้อยละ 41.5) และแท็บเล็ต (ร้อยละ 36.8) พฤติกรรมที่กลุ่มเป้าหมายทำในการใช้สื่อในบริบทสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลที่สนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา คือ การสนทนากับเพื่อน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน (ค่าเฉลี่ย 3.65) การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการแสดงความคิดเห็นต่อข้อความ รูปภาพ วิดีโอของผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 2.87)

กลุ่มตัวอย่างใช้ชีวิตในโลกของบริบททางสังคม ได้คะแนนรวมการใช้สื่อสังคมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมา คือ การใช้สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.85) และสื่อดั้งเดิม (ค่าเฉลี่ย 2.82) การใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เน้นที่ใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิง ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง (Media Consumption Behavior Summary (Mean and Standard Deviation))

พฤติกรรมการใช้สื่อ ตามประเภทสื่อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
การใช้สื่อบุคคล		
1. ท่านพูดคุย (แบบเผชิญหน้า) กับเพื่อน หรือพ่อแม่ญาติพี่น้องในเรื่องทั่วไป เช่น วันนี้ท่านทำอะไรบ้าง	3.75	1.02
2. ท่านพูดคุย (แบบเผชิญหน้า) กับเพื่อน หรือพ่อแม่ญาติพี่น้องในเรื่องที่เป็นความรู้ เช่น ข่าว ประเด็นโลก เศรษฐกิจ สังคม	3.27	1.09
3. ท่านคุย (แบบเผชิญหน้า) กับคนที่ไม่ได้รู้จักกันมาก่อน เช่น คนขายของ คนขับแท็กซี่	2.34	1.21

ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง (Media Consumption Behavior Summary (Mean and Standard Deviation)) (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อ ตามประเภทสื่อ (ต่อ)	ค่าเฉลี่ย	S.D.
การใช้สื่อบุคคล		
4. ท่านเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมสัมมนา เสวนาต่าง ๆ	2.05	1.24
รวม	2.85	1.14
การใช้สื่อดั้งเดิม		
5. ท่านฟังวิทยุ หรือดูทีวี เพื่อความบันเทิง	3.29	1.09
6. ท่านฟังวิทยุ หรือดูทีวี ที่เป็นสาระความรู้ เพื่อหาความรู้ใหม่เพิ่มเติม	2.86	1.16
7. ท่านอ่านหนังสือ เช่น หนังสือการ์ตูน นิตยสาร หนังสือพิมพ์เพื่อความบันเทิง	2.57	1.18
8. ท่านอ่านหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ข้อมูล เช่น ตำราเรียน เอนไซโครปีเดีย	2.55	1.11
รวม	2.82	1.14
การใช้สื่อใหม่		
9. ท่านดูคลิปวิดีโอผ่านยูทูป หรือ อินเทอร์เน็ตออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อความสนุก	3.43	1.31
10. ท่านส่งข้อความ / คอมเมนต์ โลก เฟสบุ๊ก ส่ง / แชร์ วิดีโอคลิป ไปหาเพื่อน ๆ หรือครอบครัว เพื่อรักษาความสัมพันธ์	3.29	1.13
11. ท่านดูคลิปวิดีโอผ่านยูทูป หรือ อินเทอร์เน็ตออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อหาสาระความรู้ ตลอดจนค้นหาคำตอบความรู้ทางวิชาการต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์	2.96	.98
12. ท่านส่งข้อความผ่านสื่อสังคม เพื่ออธิบายงาน หรือการบ้าน หรือสิ่งที่เป็นสาระ เช่น ประเด็นโลก และการเมือง หรือสิ่งแฉดล่อม ไปให้เพื่อน ๆ	2.79	1.27
รวม	3.12	1.17

การจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มจากตัวแปรทั้ง 14 ตัวแปร

จากการทดสอบตัวแปรที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้นำมาเป็นตัวแปรในการจัดแบ่งกลุ่มรวม 14 ตัวแปร โดยเลือกกำหนดการแบ่งกลุ่มที่ 4 กลุ่ม หลังจากที่ได้เปรียบเทียบกับจำนวนกลุ่ม 2 3 และ 5 กลุ่มแล้ว พบว่า การกำหนดการแบ่งกลุ่มที่ 4 นั้นสามารถอธิบายลักษณะของกลุ่มด้วยตัวแปรได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งมีจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่เหมาะสมด้วย โดยในการประมวลผลทำการคำนวณ ค่าเฉลี่ย หรือค่ากลางของแต่ละ Cluster ที่เปลี่ยนไปในแต่ละรอบของการคำนวณรวม 6 รอบ (Iteration) จึงไม่พบการเปลี่ยนแปลงของค่ากลาง และได้จำนวนสมาชิกของแต่ละกลุ่มดังตารางที่ 2 โดยกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ กลุ่มที่ 2 มีสมาชิกรวม 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2: จำนวนและร้อยละของสมาชิกของแต่ละกลุ่ม (Cluster Members (Number and Percentage))

กลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่ม 1	55	13.75
กลุ่ม 2	192	48.00

ตารางที่ 2: จำนวนและร้อยละของสมาชิกของแต่ละกลุ่ม (Cluster Members (Number and Percentage)) (ต่อ)

กลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่ม 3	41	10.25
กลุ่ม 4	112	28.00
รวม	400	100

จากการทดสอบตัวแปรที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้นำมาเป็นตัวแปรในการจัดแบ่งกลุ่มรวม 17 ตัวแปร โดยเลือกกำหนดการแบ่งกลุ่มที่ 4 กลุ่ม หลังจากที่ได้เปรียบเทียบกับจำนวนกลุ่ม 2 3 และ 5 กลุ่มแล้ว พบว่า การกำหนดการแบ่งกลุ่มที่ 4 นั้นสามารถอธิบายลักษณะของกลุ่มด้วยตัวแปรได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งมีจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มที่เหมาะสมด้วย โดยในการประมวลผลทำการคำนวณ ค่าเฉลี่ย หรือค่ากลางของแต่ละ Cluster ที่เปลี่ยนไปในแต่ละรอบของการคำนวณรวม 6 รอบ (Iteration) จึงไม่พบการเปลี่ยนแปลงของค่ากลาง สมาชิกของแต่ละกลุ่ม สามารถแสดงให้เห็นดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3: แสดงค่าเฉลี่ยมาตรฐาน ของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน และจัดเป็น 4 กลุ่ม (K-Mean Cluster Loadings for four Clusters)

Cluster	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3	กลุ่ม 4
	โลกสุขสงบ บันเทิงล้ำพั่ง	มุ่งสื่อสาร เพื่อปัญญา	สื่อสาร แต่น้อย	สื่อสารคือ ชีวิต
1. ปริมาณความถี่ในการใช้สื่อใหม่	-.31890	.09429	-.73682	.26469
2. กิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่	-.64799	-.15608	-1.07315	.97862
3. ท่านพูดคุย (แบบเผชิญหน้า) กับเพื่อน หรือ พ่อแม่ญาติพี่น้องในเรื่องทั่วไป เช่น วันนี้ท่าน ทำอะไรบ้าง (บุคคล วงใน บ้านเทิง)	-.14708	.07150	-.97455	.30642
4. ท่านพูดคุย (แบบเผชิญหน้า) กับเพื่อน หรือ พ่อแม่ญาติพี่น้องในเรื่องที่เป็นความรู้ เช่น ข่าว ประเด็นโลก เศรษฐกิจ สังคม (บุคคล วงใน เหตุผล)	-.64948	.11777	-.96478	.47022
5. ท่านคุย (แบบเผชิญหน้า) กับคนที่ไม่ได้รู้จัก กันมาก่อน เช่น คนขายของ คนขับแท็กซี่ (บุคคล วงนอก บ้านเทิง)	-.51790	-.11933	-.53947	.65638
6. ท่านเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นในกิจกรรม สัมมนา เสวนาต่าง ๆ (บุคคล วงใน เหตุผล)	-1.00648	-.10497	-.55177	.87619

ตารางที่ 3: แสดงค่าเฉลี่ยมาตรฐาน ของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน และจัดเป็น 4 กลุ่ม (K-Mean Cluster Loadings for four Clusters) (ต่อ)

Cluster	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3	กลุ่ม 4
	โลกสุขสงบ บันเทิงล้ำพั่ง	มุ่งสื่อสาร เพื่อปัญญา	สื่อสาร แต่น้อย	สื่อสารคือ ชีวิต
7. ท่านอ่านหนังสือ เช่น หนังสือการ์ตูน นิตยสาร หนังสือพิมพ์เพื่อความบันเทิง (สิ่งดั้งเดิม วงใน บันเทิง)	-.75093	.02357	-1.09014	.72742
8. ท่านอ่านหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ข้อมูล เช่น ตำราเรียน เอ็นไซโครปีเดีย (ดั้งเดิม วงใน เหตุผล)	-1.10121	.06604	-.93056	.76821
9. ท่านฟังวิทยุ หรือดูทีวี เพื่อความบันเทิง (สิ่งดั้งเดิม วงนอก บันเทิง)	-.31048	.08152	-1.60838	.60150
10. ท่านฟังวิทยุ หรือดูทีวี ที่เป็นสาระความรู้ เพื่อหาความรู้ใหม่เพิ่มเติม (สื่อดั้งเดิม วงนอก เหตุผล)	-.86023	.01323	-1.12721	.81240
11. ท่านส่งข้อความ / คอมเมนต์ โลก เฟสบุ๊ก ส่ง / แชร์ วิดีโอคลิป ไปหาเพื่อน ๆ หรือ ครอบครัว เพื่อรักษาความสัมพันธ์ (สื่อใหม่ วงใน บันเทิง)	-.22839	.01433	-1.48348	.63065
12. ท่านส่งข้อความผ่านสื่อสังคม เพื่ออธิบาย งาน หรือการบ้าน หรือสิ่งที่ป็นสาระ เช่น ประเด็นโลก และการเมือง หรือสิ่งแวดล้อม ไปให้เพื่อนๆ (สื่อใหม่ วงใน เหตุผล)	-.83630	.04127	-1.14914	.76061
13. ท่านดูคลิปวิดีโอผ่านยูทูบ หรือ อินเทอร์เน็ต ออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อความสนุก (สื่อใหม่ วงนอก บันเทิง)	-.07476	.11714	-1.76188	.48087
14. ท่านดูคลิปวิดีโอผ่านยูทูบ หรือ อินเทอร์เน็ต ออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อหาสาระความรู้ ตลอดจน ค้นหาค้นคว้าความรู้ทางวิชาการต่าง ๆ จาก สื่อออนไลน์ (สื่อใหม่ วงนอก เหตุผล)	-.87560	.05058	-1.30358	.82047

หลังจากการแบ่งกลุ่มได้ทำการตรวจสอบ ค่า Mean Square ระหว่าง Cluster (Between – cluster Mean Square) และ Mean Square Error หรือ Within – Cluster Mean Square ด้วยค่าสถิติ F ในการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของแต่ละตัวแปรเมื่ออยู่ต่าง Cluster กัน พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรของทุกกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.00 โดยตัวแปร “ท่านดูคลิปวิดีโอผ่านยูทูป หรือ อินเทอร์เน็ตออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อหาสาระความรู้ ตลอดจนค้นหาคำถามความรู้ทางวิชาการต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์” เมื่อมีอยู่ในต่างกลุ่มกันจะมีความแตกต่างกันมากที่สุด ($F = 117.287$) รวมทั้งทำการวิเคราะห์ลักษณะประชากรของที่เป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่ม สามารถอธิบายลักษณะของแต่ละกลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิก 55 คน (ร้อยละ 13.75) และกลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิก 41 คน (ร้อยละ 10.25) มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยมาตรฐานการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ค่อนข้างน้อย จึงขอทำการอธิบายโดยเปรียบเทียบกัน ดังนี้ เมื่อพิจารณาในรายประเด็น พบว่า กลุ่มที่ 1 ยังมีปริมาณการสื่อสารกับบุคคลรอบข้าง และการสื่อสารเพื่อความบันเทิงในระดับที่มากกว่ากลุ่มที่ 3 ดังนั้น จึงตั้งชื่อกลุ่มที่ 1 ว่า “กลุ่มโลกสุขสงบบันเทิงลำพัง” ในขณะที่กลุ่มที่ 3 นั้น แทบจะปฏิเสธการใช้สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ กระนั้นก็ตามกลุ่มนี้ก็ยังยินดีที่จะทำการสื่อสารบุคคลในแบบเผชิญหน้าอยู่บ้าง แม้จะไม่มากนัก กลุ่มที่สามจะประกอบไปด้วย การตั้งชื่อกลุ่มที่ 3 ว่า “กลุ่มสื่อสารแต่น้อย” ทั้งสองกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนของผู้ชายกับผู้หญิงเท่า ๆ กัน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเช่นเดียวกัน โดยที่กลุ่มที่ 3 จะมีช่วงอายุที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ทั้งกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4 อย่างเด่นชัด

กลุ่มที่ 2 มีจำนวนสมาชิก 192 คน (ร้อยละ 48) นับเป็นกลุ่มที่ใหญ่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด เป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อในทางที่ดีที่แม้จะไม่มาก กิจกรรมที่ทำในแต่ละสื่อก็ไม่มากนัก แต่ก็เห็นได้ว่ากลุ่มนี้จะเข้ามาทำการสื่อสารโดยมุ่งเน้นที่ประโยชน์ทางด้านการหาความรู้ เนื้อหาสาระต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะมีการค้นคว้าข้อมูลที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจากสื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม หรือสื่อใหม่ จึงตั้งชื่อว่า “กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญญา” กลุ่มที่สองจะประกอบไปด้วยผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย (ร้อยละ 69.8 และ ร้อยละ 30.2) มากกว่าครึ่งเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง คือ ระดับปริญญาโท และสูงกว่า (ร้อยละ 54.2)

กลุ่มที่ 4 มีจำนวนสมาชิก 112 คน (ร้อยละ 28) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกเป็นอันดับที่ 2 กลุ่มนี้มีลักษณะที่โดดเด่นในทุกประเด็น คือ เป็นกลุ่มที่มีการใช้สื่อทั้งในเชิงปริมาณ กิจกรรมที่ทำตลอดจนการใช้สื่อทุกประเภทสูงที่สุด จึงตั้งชื่อว่า “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” โดยกลุ่มนี้ยังคงให้ความสนใจในการค้นหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ จากสื่อทุกประเภท กระนั้นก็ยังทำการสื่อสารด้วยการหาความบันเทิงด้วยเช่นกัน แม้จะในปริมาณที่น้อยกว่าเมื่อพิจารณาที่ลักษณะประชากร กลุ่มที่สี่จะประกอบไปด้วยผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย (ร้อยละ 70.5 และร้อยละ 29.5) และเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงในระดับปริญญาตรีเป็นต้นไป (ร้อยละ 50.3)

ปัญหาด้านความสัมพันธ์ในการใช้สื่อใหม่ – การติดต่อ การรับรู้การช่วยเหลือจากสังคม และความเหงา

หลังจากที่ได้ทำการจัดแบ่งกลุ่มแล้ว จึงได้ทำการศึกษาความแตกต่างระหว่างกลุ่มในแง่ของการเผชิญปัญหาด้านความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง และสังคม ได้แก่ การเสพติดสื่อ การรับรู้การช่วยเหลือจากสังคม และความเหงา โดยสามารถแสดงให้เห็นได้ดังตารางที่ 4 ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่า กลุ่มที่ 4 หรือกลุ่มสื่อสารคือชีวิตนั้น เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาด้านความสัมพันธ์กับสังคมมากที่สุด โดยเป็นกลุ่มที่มีปัญหาเรื่องการเสพติดสื่อสูงที่สุดเมื่อเทียบกับในทุกกลุ่ม ($F = 12.796$, $Sig. = 0.00$) เช่นเดียวกับปัญหาความเหงา ที่กลุ่มที่ 4 นั้น มีคะแนนความต้องการที่จะเจอคนในสังคมโดยไม่ผ่านโลกออนไลน์เฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 4 และแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับกลุ่มที่ 2 และ 3 ($F = 12.151$, $Sig. = 0.00$) กระนั้นก็ตามกลุ่มที่ 4 นี้ นับได้ว่ามีความมั่นใจในการได้รับความช่วยเหลือจากสังคมสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 4 และแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับกลุ่มที่ 1 และ 3 ($F = 15.778$, $Sig. = 0.00$)

ตารางที่ 4: ตารางแสดงคะแนนค่าเฉลี่ยปัญหาด้านความสัมพันธ์ และการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (Social Relationship Problems (Mean, Standard Deviation and ANOVA Results))

ปัญหาด้านความสัมพันธ์กับสังคม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	Post hoc
การเสพติดสื่อ					
กลุ่มที่ 1 กลุ่มโลกสุขสงบบันเทิงลำพัง	2.55	.88	12.796	.000	4>1, 2, 3
กลุ่มที่ 2 กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญหา	2.72	.89			
กลุ่มที่ 3 กลุ่มสื่อสารแต่น้อย	2.51	.75			
กลุ่มที่ 4 กลุ่มสื่อสารคือชีวิต	3.27	1.03			
การรับรู้การช่วยเหลือจากสังคม					
กลุ่มที่ 1 กลุ่มโลกสุขสงบบันเทิงลำพัง	3.55	.88	15.778	.000	4>1,3
กลุ่มที่ 2 กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญหา	3.85	.76			
กลุ่มที่ 3 กลุ่มสื่อสารแต่น้อย	3.10	.80			
กลุ่มที่ 4 กลุ่มสื่อสารคือชีวิต	4.00	.75			
ความเหงา					
กลุ่มที่ 1 กลุ่มโลกสุขสงบบันเทิงลำพัง	3.93	.81	12.151	.000	4>2, 3
กลุ่มที่ 2 กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญหา	3.80	.94			
กลุ่มที่ 3 กลุ่มสื่อสารแต่น้อย	3.34	.96			
กลุ่มที่ 4 กลุ่มสื่อสารคือชีวิต	4.23	.68			

อภิปรายผล (Discussion)

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ลักษณะโดยทั่วไปในดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างในบริบทของโลกออนไลน์

ลักษณะโดยทั่วไปในดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างในบริบทของโลกออนไลน์นั้น มีความสอดคล้องกับ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของประชาชนในประเทศไทย (Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), ETDA, 2014) อาทิ ปริมาณการใช้สื่อใหม่ในระดับทุกวัน และเกือบทุกวัน คนหนึ่งคน อาจมีการใช้อุปกรณ์มากกว่าหนึ่งเครื่องในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เช่น เราอาจจะทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะพร้อมกับการเช็คเฟสบุ๊คบนสมาร์ตโฟน หรือเราอาจจะดูรายการ โทรทัศน์ผ่านสมาร์ตทีวีพร้อมกับการ เล่นเกมบนแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยโทรศัพท์มือถือ หรือ “สมาร์ตโฟน” เป็นอุปกรณ์ที่มีการเป็นเจ้าของสูงที่สุด ประเด็นที่น่าสังเกต คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท และส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูง ที่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ได้เป็นพื้นฐานอยู่ และมีปัจจัยในการจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอัตราการใช้สื่อใหม่สูงที่สุด และเป็นการใช้ประโยชน์ เพื่อความบันเทิง และใช้เพื่อการค้นคว้าหาความรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bucher, Fieseler, Meckel and Suphan (2011) และ Gerrit Stols (2008) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสื่อสังคม (Social media) ตลอดจนอุปกรณ์เทคโนโลยีทางการสื่อสาร จากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงาน อายุระหว่าง 35-45 ปี และ 33-47 ปี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้งานตามมา จนเกิดเป็น พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสื่อสังคมในที่สุด ซึ่งในงานวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างต่างตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้สื่อต่าง ๆ จึงทำให้มีการใช้สื่อใหม่นี้ด้วย

ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ใช้สื่อใหม่ทุกวัน โดยสื่อที่ใช้มากที่สุด คือ ไลน์ เฟสบุ๊ค และยูทูบ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาการเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง มีอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ทำกิจกรรมในการใช้สื่อใหม่ต่าง ๆ 2 ประเภท (ร้อยละ 40.5) รองลงมาคืออุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ทำกิจกรรมในการใช้สื่อใหม่ต่าง ๆ 3 ประเภท (ร้อยละ 23.3) ทั้งนี้ อุปกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของสูงที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (ร้อยละ 94.8) รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์พกพา (โน้ตบุ๊ก) (ร้อยละ 50.8) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (ร้อยละ 41.5) และแท็บเล็ต (ร้อยละ 36.8) พฤติกรรมที่กลุ่มเป้าหมายทำในการใช้สื่อในบริบทสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลที่สนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา คือ การสนทนากับเพื่อน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน (ค่าเฉลี่ย 3.65) การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการแสดงความคิดเห็นต่อข้อความ รูปภาพ วิดีโอของผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 2.87) กระนั้นก็ตาม ก็มีความจำเป็นที่จะต้องตระหนักว่า งานวิจัยนี้ทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลออนไลน์ ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นผู้ที่ปรับตัวเข้ามาในโลกบริบทดิจิทัลแล้วในระดับหนึ่งด้วย สอดคล้องกับที่กำลังก้าวสู่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารแบบดิจิทัล อันเป็นวัฒนธรรมการรับรู้ข่าวสารของศตวรรษ

ที่ 21 ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีกำหนดสังคม (Technological Determinism Theory) ซึ่งเทคโนโลยี และผลกระทบทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Kaewthep, Kanjana 1998)

การจัดกลุ่มและคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ 4 กลุ่ม

จากงานวิจัยด้วยสถิติ Cluster Analysis ได้แบ่งกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์เป็น 4 กลุ่ม โดยกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ “กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญญา” รองลงมา คือ “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” “กลุ่มโลกสุขสงบ บันเทิงลำพัง” และ “กลุ่มสื่อสารแต่น้อย” สามารถอภิปรายลักษณะของแต่ละกลุ่มได้ ดังนี้

“กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญญา” ซึ่งเป็นกลุ่มที่มุ่งใช้สื่อเพื่อค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในระดับส่วนบุคคล สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ สอดคล้องกับ Asisonthisakul, Ratchada (2005) อธิบายว่าเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์นั้นมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์มีค่านิยมในเรื่องการทุ่มเททำงานอย่างขยันขันแข็งเพื่อสร้างความมั่นคงในหน้าที่การงานของตน ประกอบกับการมีความสามารถในการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ อยู่เสมอ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์จึงเห็นความสำคัญของการเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นต่อการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตน

เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของ “กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญญา” และ “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” ซึ่งมีสมาชิกรวมกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมด ซึ่งใช้สื่อทุกประเภท และทำการสื่อสารในทุกระดับทั้งที่เป็นระดับสังคม สอดคล้องกับการที่ Sinnitaworn, Tippawan (2010) กล่าวว่า เจเนอเรชั่นเอ็กซ์มีลักษณะพฤติกรรมชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการมากนัก ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (Work-life balance) อีกทั้ง แม้การวิจัยครั้งนี้จะมุ่งศึกษาคุณลักษณะของผู้ที่ไม่ได้เกิดมาในยุคดิจิทัล แต่จากผลการวิจัยก็ พบว่า กลุ่มที่ได้ดังกล่าวนี้ มีความใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Kruistum, Claudia van, et al. (2014) ซึ่งทำการศึกษาการแบ่งกลุ่มเยาวชน อายุในช่วง 13 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ พบว่า กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีใช้สื่ออย่างรอบด้าน (Omnivores) และรองลงมา คือ กลุ่มสร้างเครือข่ายสื่อสาร (Networks) ทำให้เห็นได้ว่าสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทไม่ใช่เฉพาะกับกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ แต่หมายรวมถึงดิจิทัลอิมมิแกรนท์ด้วยเช่นเดียวกัน “กลุ่มโลกสุขสงบบันเทิงลำพัง” กลุ่มนี้ จะมีลักษณะเด่น คือ มุ่งเน้นการสื่อสารกับบุคคลรอบข้าง และใช้การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ แม้จะไม่มากนักเมื่อเทียบกับ “กลุ่มมุ่งสื่อสารเพื่อปัญญา” และ “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” ประเด็นที่น่าสนใจ คือ กลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อความบันเทิงส่วนตัวมากกว่าการสื่อสารเพื่อค้นหาหาข้อมูล

“กลุ่มสื่อสารแต่น้อย” พบว่า ในกลุ่มนี้ซึ่งแม้จะเข้ามาใช้การสื่อสารผ่านบริบทออนไลน์ในสื่อใหม่ต่าง ๆ แต่ก็มีปริมาณที่ต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างเด่นชัด โดยหากพิจารณาในและของสมาชิกกลุ่ม พบว่า เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกมีอายุสูงมากกว่าอื่น ๆ Prajongsaengsri, Kanokkarn (2010) ได้กล่าวถึงกลุ่มผู้ที่อายุมากกว่า

50 ปีว่า 79% ของ Baby Boomers บอกว่าเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ และ 82% บอกว่าสนใจที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลและ Gadget ต่าง ๆ ใกล้เคียงกับเยาวชน และ 79% ศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ และเชื่อมั่นในคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ทำให้กลุ่มนี้ทดลองเข้ามาค้นหาข้อมูลสื่อสารต่าง ๆ แม้จะมีปริมาณไม่มากนัก

ปัญหาด้านความสัมพันธ์ในการใช้สื่อใหม่ – การติดต่อ การรับรู้การช่วยเหลือจากสังคม และความเหงา

จากผลการวิจัย พบว่า “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” นั้น เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะเกิดปัญหาด้านความสัมพันธ์กับสังคมมากที่สุด โดยเป็นกลุ่มที่มีปัญหาเรื่องการเสพติดสื่อสูงที่สุดเมื่อเทียบกับในทุกกลุ่ม เช่นเดียวกับ ปัญหาความเหงา สอดคล้องกับที่ Pelzer (2009) เสนอว่า ผู้คนพยายามที่จะหากิจกรรมเพื่อต่อสู้กับความเหงาด้วยการหาผู้คนใหม่ ๆ เพื่อมีปฏิสัมพันธ์ด้วยในโลกอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับแนวคิด การจัดการอารมณ์ (Mood Management Theory) ที่นำเสนอว่าคนที่มีความเหงา หรือความหดหู่ มักจะดูทีวีมากขึ้น และใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับตัวเอง (Knobloch-Westerwick, 2007) กระนั้นก็ตาม “กลุ่มสื่อสารคือชีวิต” เป็นกลุ่มที่มีความมั่นใจในการได้รับความช่วยเหลือจากสังคมสูงที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการสื่อสารทุกรูปแบบสอดคล้องกับที่ Edward Shih-Tse Wang and Michael Chih-Hung Wang (2013) ทำการวิจัย พบว่า การได้รับการสนับสนุนจากสังคมนั้นมีความสอดคล้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ต่อสังคมทั้งในบริบทออนไลน์ และบริบทออฟไลน์ อีกทั้งผู้คนที่ทำกิจกรรมผ่านบริบทออนไลน์มาก ๆ จะสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้คนในบริบทออนไลน์ และความสัมพันธ์นี้ทำให้พวกเขารู้สึกว่าเขาสามารถที่จะมั่นใจได้ว่าจะได้รับความช่วยเหลือจากผู้คนในบริบทออนไลน์หากพวกเขาต้องการ

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการผสมผสานการจับกลุ่มของผู้ที่อยู่ในบริบทโลกของสื่อดิจิทัล ด้วยมุมมองของสื่อทุกประเภท ทำให้เห็นว่าแม้ว่าสื่อใหม่จะมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารของผู้คน แต่ก็ยังไม่สามารถละเลยการสื่อสารแบบเผชิญหน้าได้ ซึ่งผู้ที่ต้องการจะสื่อสารกับกลุ่มดิจิทัลอิมมิгранท์ หรือผู้ที่อายุ 30 ปีขึ้นไป จึงยังต้องทำการสื่อสารผ่านสื่อทุกรูปแบบจึงจะสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มได้

เนื่องจากกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์เป็นกลุ่มที่กำลังจะก้าวเข้าไปสู่สังคมผู้สูงอายุในไม่ช้า ผลการวิจัยพบว่า หากกลุ่มเหล่านี้มีการใช้สื่อสังคมมาก แม้จะมีความเหงาเกิดขึ้นมาก แต่ก็ก็เป็นกลุ่มที่มีความรู้สึกถึงการได้รับความช่วยเหลือหากร้องขอ ดังนั้นในการเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้สูงอายุจึงควรส่งเสริม หรือจัดหา กิจกรรม หรือเนื้อหาที่เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุ ในการเข้ามาร่วมกลุ่มสร้างเครือข่ายในสังคม ซึ่งจะช่วยขยายพื้นที่ในการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้ผ่านบริบทของออนไลน์ที่ไม่จำเป็นต้องเดินทางด้วยกายภาพซึ่งอาจไม่สะดวกแก่ผู้สูงอายุ

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดนโยบายเพื่อการเข้าถึงการสื่อสารสื่อใหม่ผ่านระบบออนไลน์นี้ให้ทั่วถึงทุกกลุ่มประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุ แม้จะไม่ได้ทดแทนการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ ได้ แต่ก็ทำให้เป็นการผสมผสานรูปแบบการใช้สื่อที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายลดสภาวะความเครียด หรือความเหงา อ้างว้าง หรือการรู้สึกถูกทอดทิ้ง หรือไร้ค่า อันเป็นปัญหาสังคมทางด้านจิตใจของผู้สูงอายุได้

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อและการจัดกลุ่มตามลักษณะการใช้สื่อของผู้ที่เป็นดิจิทัลอิมมิแกรนท์ และพบว่ามีพฤติกรรมบางประการที่ใกล้เคียงกับพฤติกรรมของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่มนี้ ซึ่งอาจทำให้ได้เห็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสอดคล้อง หรือแตกต่างกัน โดยที่มีได้อยู่ที่ข้อจำกัดของการเป็นดิจิทัลอิมมิแกรนท์หรือดิจิทัลเนทีฟ อีกทั้งในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเสริมด้วยข้อมูลเชิงลึกจากการศึกษาแบบคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม/อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้ทราบพฤติกรรมในเชิงลึกมากขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- Asisonthisakul, Ratchada. (2005). *Understanding Generation Y for implementation in the working environment*. Bangkok: National Institute of Development Administration. (In Thai)
- Brenner, V. (1997). Psychology of computer use: XLVII. Parameters of Internet use, abuse and addiction: The first 90 days of the Internet usage survey. *Psychol. Rep.* 80: 879-882.
- Brooks-Young, S. (2005, January-February). Integration issues for 21st-century teachers. *Today's Catholic Teacher*. Retrieved January 15, 2014 from <http://www.peterli.com/archive/tct/790.shtm>
- Bucher, E., Fieseler, C., Meckel, M., & Suphan, A. (2011). *Social Media and the Communication Profession*. Retrieved January 17, 2014 from https://www.alexandria.unisg.ch/publications/citation/Anne_Suphan/91164
- Daenkrung, Supatat. (2012). Relationships between behavior of Internet addiction with loneliness and social skills of teenagers: a case study of Mathayom Suksa students in the Upper Northern Region. Chiang Mai: Graduate School Chiang Mai University. (In Thai)
- Department of Mental Health, Thailand. (2012). Manual of five dimensions of happiness for the Elderly. Bangkok: Beyoind Publishing Co.,Ltd.

- Douglas A. Gentile, P.J.L., Jennifer Ruh Linder, David A. Walsh. (2004). The effects of violent video game habits on adolescent hostility, aggressive behaviors, and school. *Journal of Adolescence*, 27: 188-195.
- Edward Shih-Tse Wang and Michael Chih-Hung Wang. (2013, November). Social Support and Social Interaction Ties on Internet Addiction: Integrating Online and Offline Contexts. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(11), 843-849.
- Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), ETDA. (2014). *Thailand Internet User Profile 2014*. Bangkok. Retrieved January 17, 2014 from <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2557-37727346>
- Gerrit Stols. (2008). *African Journal of Research in Mathematics, Science and Technology Education*. Retrieved January 17, 2014 from https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=hr&user=MMubJYoAAAAJ&citation_for_view=MMubJYoAAAAJ:Y0pCki6q_DkC
- Grusser S.M., Thalemann R., Albrecht U., Thalemann C.N. (2005). *Excessive computer usage in adolescents-a psychometric evaluation*. Wiener Klinische Wochenschrift
- International Telecommunication Union. (2008). *ITU Corporate Annual Report*. Retrieved February 10, 2014 from http://www.itu.int/osg/csd/stratplan/AR2008_web.pdf
- Jengchung V, Chen Charlie C and Chen Hsiao-Han Yang. (2008). An empirical evaluation of key factors contributing to internet abuse in the workplace. *Industrial Management & Data Systems*, 108(1), 87-106.
- Kaewkungwarn, Sreion. (1995). *Psychology Development for all ages*. (6th Edition) Bangkok: Thammasart University. (In Thai)
- Kaewthep, Kanjana. (1998). *Mass communication: Theories and methods*. Bangkok: Paabpim Printing.
- Kandell, J.J. (1998). Internet addiction on campus: The vulnerability of college students. *Cyberpsychol. Behav*, 1(1), 11-17.
- Knobloch-Westerwick, S. (2007). Gender differences in selective media use for Mood Management and mood adjustment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), 73-92.

- Kruistum, Claudia van, et al. (2014). Youth Media Lifestyles. *Human Communication Research*. Retrieved January 17, 2014 from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/hcre.12033/abstract>
- Marc Prensky. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*. 9(5), 1-6.
- Mark Griffiths. (2010). Internet abuse and internet addiction in the workplace. *Journal of Workplace Learning*, 22(7), pp.463-472. Retrieved January 17, 2014 from <http://dx.doi.org/10.1108/13665621011071127>
- Mindshare Thailand. (2014, June 13). Growing Up as Digital Natives [Blog]. Retrieved January 17, 2014 from <http://www.mindshareworld.com/thailand/news/mindshare-thailand-reveals-online-behavior-and-motivation-digital-natives> (In Thai)
- National Statistical Office. (2014). *A survey of owned and usage of Information technology and communication in household*. Retrieved January 17, 2014 from <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surtec5-1-3.html> (In Thai)
- Nowwarat Loungon. (2008). The effect of Computer usage towards University students' health-related behaviors. Thesis. Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
- Pattariga Wonganantnont. (2014). Excessive Internet Usage Behavioral in Adolescents. *Journal of the Royal Thai Army Nurses*. 15(2) 2014: 173-178.
- Pelzer, K. (2009). Patient experiences and health system responsiveness in South Africa: Health Serv Res. *BMC Health Services Research*, 9: 117. doi:10.1186/1472-6963-9-117.
- Prajongsaengsri, Kanokkarn. (2010). *Baby Boomers are booming*. Retrieved January 17, 2014 from [http://www.positioningmag.com/content/Baby Boomers are booming](http://www.positioningmag.com/content/Baby%20Boomers%20are%20booming) (In Thai)
- Prasit-rathasint, Suchart. (1997). *Research Methods for Social Sciences*. Bangkok: Liang Chiang Publishing Co., Ltd. (In Thai)
- Sarah Ransdell, Brianna Kent, Sandrine Gaillard-Kenney and John Long. (2011). Digital immigrants fare better than digital natives due to social reliance [Blog]. Retrieved January 17, 2014 from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8535.2010.01137.x/abstract>

- Scherer, K. (1997). College life online: Healthy and unhealthy Internet use. *J. College Stud*, 38(6), 655-665.
- Sinnititaworn, Tippawan. (2010). *Generation X*. Retrieved January 17, 2014 from <http://sites.google.com/site/490880tippawansinnititaworn/examination/generation-x> (In Thai)
- Siriboon, Siriwan and Milintangul, Chanettee. (2008). *The elderly*. College of Population Studies: Chulalongkorn University. Retrieved January 17, 2014 from http://www.cps.chula.ac.th/cps/research_division/article_ageing/ageing_001.html (In Thai)
- Sukhothai Thammathirat Open University. (2016). *Aging society: the Economic Development*. Retrieved January 17, 2014 from <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-04-02.html>
- Thongkambunjong, Wailailak. (2010). *Causal Factors of Internet Dependency Behavior of High School Students in Bangkok Metropolis*. Dissertation. Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. (In Thai)
- Walker, B. (2012). *Digital Immigrants: An Exploration of Their Technological Knowledge and Skill Sets*. (Ph.D. Dissertation). Drexel University, Philadelphia.
- Wanitbantha, Kanlaya. (2009). *Statistics for Research (4th Edition)*. Department of Statistics, Faculty of Commerce and Accountancy: Chulalongkorn University. (In Thai)