

โซเชียลมีเดีย ดีท็อกซ์

Social Media Detox or Digital Detox

ลักขณา สริวัฒน์¹

Lakkhana Sariwat¹

บทคัดย่อ

ยุคดิจิทัลเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่บุคคลเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและง่าย นี่คือข้อดีของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น สื่อโซเชียลมีเดียทั้งหลายที่คนทั่วโลกเข้าถึงได้ง่ายดายและฉับไว และเป็นความบันเทิงของคนส่วนใหญ่อีกด้วย แต่เมื่อมีข้อดีหรือประโยชน์ก็ย่อมมีข้อเสียหรือโทษเช่นเดียวกับเหรียญที่มีสองด้านฉันใดก็ฉันนั้น ข้อเสียหรือโทษคือ หากมีการใช้โซเชียลมีเดียมากเกินไปก็อาจทำให้เกิดความรู้สึกหดหู่ เศร้า ซึม หรือความรู้สึกด้านลบขึ้นมาได้ และเมื่อใครที่รู้สึกตัวตัวเองไม่ค่อยมีความสุขในชีวิตสักเท่าไรในช่วงนี้ควรตระหนักได้ว่ากำลังเกิดโทษขึ้นแล้ว และต้องรู้จักวิธีจัดการกับโทษนั้นด้วยวิธีการบำบัดตัวเองที่เรียกว่า โซเชียลมีเดีย ดีท็อกซ์ (Social Media Detox) หรือดิจิทัล ดีท็อกซ์ (Digital Detox) ซึ่งเป็นการบำบัดอาการเสพติดโซเชียลมีเดียจนก่อให้เกิดความทุกข์ เพื่อชีวิตจะมีความสุขมากขึ้น วิธีการบำบัดแบบนี้เป็นการพาตัวเองออกจากโซเชียลมีเดียต่างๆ อันเป็นการพักใจ พักสมอง และเรียกคืนความคิดความรู้สึกที่เป็นตัวเองกลับคืนมา โดยมีวิธีปฏิบัติหลายวิธีเช่น ปิดโทรศัพท์มือถือ 1 วัน หรือเปลี่ยนมาใช้โทรศัพท์ธรรมดาที่ไม่ใช่สมาร์ทโฟนอย่างน้อย 1 วัน Log out เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออินสตาแกรมอย่างน้อย 1 วัน ถ้าทำใจเลิกเล่นโซเชียลมีเดียไม่ได้ ให้ลองคัดเพื่อนในโซเชียลมีเดียให้เหลือแต่คนที่สนิทกันจริงๆ หากิจกรรมอื่นทำแทนเล่นโซเชียลมีเดีย หรือออกท่องเที่ยวและสัมผัสช่วงเวลาแห่งความสุขด้วยสายตาตัวเองโดยไร้ซึ่งสมาร์ทโฟน รวมทั้งปรับทัศนคติในการเล่นโซเชียลใหม่โดยรู้เท่าทันว่าคนในโลกโซเชียลมักจะเสนอแต่แง่มุมดีๆ ของตัวเองทั้งนั้น แต่จริงๆ แล้วไม่มีอะไรที่ดีเพียงด้านเดียวไม่ว่าคนหรือสิ่งต่างๆ ย่อมมีดีและเสีย มีสุขและทุกข์ปนกันไป นั่นคือชีวิตบนพื้นฐานแห่งความเป็นจริง สำหรับประโยชน์ที่ได้จากการบำบัดเช่น มีเวลาได้ทบทวนตัวเอง ได้ลองทำอะไรใหม่ๆ มากขึ้น รู้สึกเป็นอิสระมากขึ้น ได้ฝึกสมาธิ ได้มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับคนใกล้ตัว ได้ใช้ชีวิตอย่างมีชีวิตรวมมากขึ้น สุขภาพกายและสุขภาพจิตดีขึ้น และมีความรักต่อตนเองมากขึ้น

คำสำคัญ: โซเชียลมีเดีย ดีท็อกซ์, ยุคดิจิทัล, ยุคแห่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่

¹ รองศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Lecturer, Faculty of Education, Mahasarakham University



Abstract

The digital age is an era of new technologies and innovations that people can access quickly and easily. This is the advantage of new technologies and innovations, for example, social media that people around the world can access easily and quickly, and is the entertainment of most people as well. Anyway where there are advantages or benefits, there are disadvantages or penalties like a coin with two sides. The disadvantage or penalty is ; if too much use of social media is there, then feelings of depression are there too causing sad, depressed, or negative feelings. And if anyone feels that there isn't happiness in life during this time, he should realize that the penalty has already occurred, and must know how to deal with it by self-healing method called Social Media Detox or Digital Detox. It is a treatment for social media addiction that causes suffering for life to be happier. This method of treatment is to take oneself away from various social media which rested the mind and brain and have self-return of the thoughts. There are many ways to practice such as 1 day off mobile phone, switch to using a normal phone that is not a smart phone for at least 1 day, log out Facebook, Line, or Instagram for at least 1 day. But if it is disable to leave it, screening only those who are really close or searching another activity to do instead or travelling along with feeling happy period through the eyes without smartphone or adjust the attitude of playing new social media by knowing that people in the social world tend to offer good aspects. In fact, the people are both good and bad, happy and suffered, let's go back to life based on reality. For the benefits of the treatment such as having time to have self-review, trying to do more new things, feeling more freedom, practicing meditation, having a good relationship with the people nearby, living with enjoyable life more, improving physical and mental health and having more self-love.

Keywords: social media detox, digital age, technologies and innovations age

บทนำ

ยุคนี้เป็นยุคดิจิทัล หรือยุคแห่งเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ตัวอย่างเช่นอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารสำหรับบุคคลและสังคมในชีวิตประจำวัน ได้แก่ สื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่เข้าถึงได้ง่ายภายในชั่วพริบตาแม้ว่าจะอยู่ใกล้หรือไกลกันคนละมุมโลก ทุกคนที่ต้องการใช้ก็สามารถใช้ได้ทันทีที่ตบใจนิ้วเพื่อการติดต่อสื่อสารกันตามวัตถุประสงค์ของแต่ละคน มีการพูดคุยกัน

ระหว่างบุคคลทั้งในครอบครัวชุมชน สังคม หรือในหน่วยงานต่างๆ หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การดูหนังฟังเพลง หรือการเล่นเกมที่ออนไลน์ และออฟไลน์ พฤติกรรมต่างๆ ดังกล่าวล้วนได้ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของตน เช่นการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างกันในครอบครัว การซื้อขายสินค้า และความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทุกเพศทุกวัยสามารถใช้ได้โดยง่ายมาก เพียงใช้นิ้วดูหรือโถบอุปกรณ์ที่เรียกว่า Smart Phone โดยไม่มีข้อจำกัดทั้งเวลาและสถานที่ อุปกรณ์นี้เปรียบ



เสมือนปัจจัยที่ห้า เพราะเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องใช้เพื่อดำรงชีวิตอันเป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคลแห่งยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตามเมื่อเหรียญมีสองด้าน ฉันทิ อุปรกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ย่อมมีทั้งคุณและโทษเช่นกัน โดยเฉพาะหากมีการเสพโซเชียลมีเดียมากเกินไปก็อาจทำให้เกิดความรู้สึกหดหู่ ซึมเศร้า หรือมีความรู้สึกด้านลบขึ้นมาได้ นั่นคือโทษของโซเชียลมีเดียที่กำลังเกิดขึ้น ดังนั้นหากใครรู้สึกไม่ค่อยมีความสุข หรือใช้นิ้วเล่นโซเชียลอยู่ดี ๆ แล้วรู้สึกหดหู่หรือไม่สบายใจ แสดงให้เห็นเป็นสัญญาณว่าถึงเวลาควรได้รับการเยียวยาโดยการทำโซเชียลมีเดีย ดีท็อกซ์ เพื่อบำบัดสภาพจิตใจให้กลับมาสดใสเพื่อชีวิตจะมีความสุขเช่นเมื่อก่อนและเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (พีระ จิโรโสภณ และคณะ, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย (Social Media)

ยุคแห่งศตวรรษที่ 21 นี้ ได้ชื่อว่าเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีและนวัตกรรม เราคงจะหลีกเลี่ยงคำว่า Social Media ไปไม่ได้ เพราะไม่ว่าจะไปทีใดในโลกก็必将พบเห็นอยู่ตลอดเวลา และหลายๆ คนก็อาจจะยังสงสัยว่า “Social Media” คืออะไร “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ที่มีขนาดใหญ่มากในปัจจุบัน ส่วนคำว่า “Media” หมายถึง สื่อคือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วีดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น ดังนั้นคำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พุดง่าย ๆ ก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้นั่นเอง องค์ความรู้เกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย ได้แก่ พื้นฐานการเกิดโซเชียลมีเดีย ประเภทของโซเชียลมีเดีย และโซเชียลมีเดียที่เล่นกันมากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, 2553 ; สรานนท์ อินทนนท์, 2561)

1. พื้นฐานการเกิดโซเชียลมีเดีย เกิดมาจากความต้องการของมนุษย์หรือคนเราที่ต้องการติดต่อ สื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือเว็บที่แสดงเนื้อหาอย่างเดียวนะคะ บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า Web Application ซึ่งก็คือเว็บไซต์ที่มีแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่างๆ ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้งานมากขึ้น ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บ และต่อมาเทคโนโลยีพัฒนาแบบก้าวกระโดดสู่ยุค 3.0 และปัจจุบันอยู่ในยุค 4.0 ที่มีการแบ่งปันในสังคมเกิดขึ้น เช่น การแบ่งปันเนื้อหาสาระข้อมูลต่างๆ แบ่งปันรสนิยม ความคิดเห็น หรือการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม เช่น การรวมกันเป็นกลุ่ม เป็นต้น ดังนั้นโซเชียลมีเดียในที่นี้ จึงหมายถึง สื่อหรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารที่ทำให้ผู้ใช้แสดงความเป็นตัวตนของตนเองเพื่อที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลอื่นได้ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสาร 2 ทางคือ ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นหรือตอบกลับผู้ส่งสารได้ทั้งการแสดงความคิดเห็นการพุดคุยผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์ การให้ข้อคิดเห็นและบันทึกว่าชอบ เป็นต้น ความหลากหลายของโซเชียลมีเดีย เช่น บล็อก วิกีพีเดีย เว็บรวมที่ให้ทุกคนนำเสนอข่าวสารได้ด้วยตนเอง การแบ่งปันวีดีโอจากยูทูปซึ่งเป็นแหล่งรวมวีดีโอออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก การแบ่งปันรูปภาพ การอภิปราย การเสวนาเครือข่ายสังคมทั่วไปและเครือข่ายสังคมเฉพาะด้าน ดังนั้นการนำโซเชียลมีเดียมาใช้ระหว่างกันกับสมาชิกในครอบครัวเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพเพื่อเป็นการดูแลเอาใจใส่ในด้านสุขภาพกายและสุขภาพใจของกันและกัน จึงเป็นสิ่งที่น่าจะทำให้เกิดประโยชน์อย่างตรงประเด็นเช่นกัน เพราะกลุ่มบุคคลนั้นอาจมีความรู้สึกต้องการให้พุดคุยสอบถามสารทุกข์สุกดิบของกันและกันอย่างสม่ำเสมอ ถือเป็นความสุขความต้องการทางด้าน



จิตใจที่ทำให้รู้สึกไม่โดดเดี่ยว ว่าเหว ซึ่งตรงจุดนี้ โซเชียลมีเดียจะเข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อสารของทั้งสองฝ่ายได้เป็นอย่างดี เพราะโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือออนไลน์ที่ทำให้ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยการแบ่งปันข้อมูลหรือพูดคุยกันได้ตลอดเวลา

2. ประเภทของโซเชียลมีเดีย มี 6 ประเภท ดังนี้ (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, 2553)

2.1 Blog ซึ่งเป็นการลดรูปจากคำว่า Weblog ซึ่งถือเป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความเรียกว่า Post และทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยากกับการที่จะต้องมานั่งเรียนรู้ถึงภาษา HTML หรือโปรแกรมทำ Website ทั้งนี้การเรียงของเนื้อหาจะเรียงจากเนื้อหาที่ใหม่สุดก่อน จากนั้นก็ลดหลั่นลงไปตามลำดับของเวลา (Chronological Order) การเกิดของ Blog เปิดโอกาสให้ใครๆ ที่มีความสามารถในด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคอย่างไรก็ดีอีกต่อไป ทำให้เกิด Blog ขึ้นมาจำนวนมาก และเพิ่มเนื้อหาให้กับโลกออนไลน์ได้เป็นจำนวนมากหลายอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน นอกจากนี้เครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะของ Social คือ การเปิดให้เพื่อนๆ เข้ามาแสดงความเห็นได้นั้นเอง ในแง่ของการตลาด Blog อาจจะถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบ คือ การที่บริษัทจัดทำ Blog (Corporate Blog) ขึ้นมาเพื่อพูดจากับบรรดาลูกค้า และ Blog ที่เขียนจาก Blogger อิสระ ที่มีความสามารถเขียนเรื่องที่ตนถนัดและมีผู้ติดตามจำนวนมาก จนกลายเป็น Marketing Influence

2.2 Twitter และ Microblog อื่นๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดขนาดของการ Post แต่ละครั้งไว้ที่ 140 ตัวอักษร โดยแรกเริ่มเดิมทีผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้เขียนเรื่องราว

ว่าคุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ (What are you doing?) แต่กิจการต่างๆ กลับนำ Twitter ไปใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อเพิ่มยอดขาย สร้าง Brand หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ทั้งนี้เรายังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์บทความใหม่ๆ บน Blog ของเราได้ด้วย Twitter นั้นเป็นที่นิยมขึ้นมากอย่างรวดเร็ว จนทำให้เว็บไซต์ประเภท Social Network ต่างๆ เพิ่ม Feature ที่ให้ผู้ใช้สามารถบอกได้ว่าตอนนี้กำลังทำอะไรกันอยู่ นั่นก็คือการนำ Microblog เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งด้วยนั่นเอง

2.3 Social Networking จากชื่อก็สามารถแปลความหมายได้ว่าเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงเรากับเพื่อนๆ จนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนของตนเองขึ้นในส่วนของ Profile ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นอกจากนี้ Social Networking ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้นคือ ในส่วนของ Invite Friend และ Find Friend รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย นักการตลาดนำ Social Networking มาใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า อาจจะอยู่ในรูปของการสร้าง Brand ผ่านเกมส์หรือ Application ต่างๆ หรืออาจใช้เป็นเครื่องมือของ CRM ผ่านทาง Pages และนอกจากนี้ตัวลูกค้าเอง หากชื่นชอบในสินค้าหรือบริการ ก็สามารถรวมกลุ่มกันจัดตั้ง Group ขึ้นมาได้ เว็บไซต์ที่มีลักษณะของ Social Networking มีมากมาย แต่อาจจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรกจะสนใจในการสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อนๆ หรือครอบครัว เช่น Facebook, Hi5 หรือ Myspace และอีกประเภท คือสนใจในการสร้างเครือข่ายในเชิงธุรกิจ ที่เปิดให้ใส่ Resume และข้อมูลเชิงอาชีพต่างๆ เช่น Linkedin หรือ Plaxo เป็นต้น



2.4 Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้เราสามารถ upload รูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อนๆ หรือแม้กระทั่งเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน นักการตลาด ณ ปัจจุบันไม่จำเป็นจะต้องทุ่มทุนในการสร้างหนังโฆษณาที่มีต้นทุนสูง เราอาจจะใช้กล้องดิจิตอลราคาถูกลงๆ ถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอ จากนั้นนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์ Media Sharing อย่าง Youtube หากความคิดของเราเป็นที่ชื่นชอบ ก็ทำให้เกิดการบอกต่ออย่างแพร่หลาย หรือกรณีหากกิจการคุณขายสินค้าที่เน้นดีไซน์ที่สวยงาม ก็อาจจะถ่ายรูปแล้วนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์อย่าง Flickr เพื่อให้ลูกค้าได้ชมหรืออาจจะใช้เป็นเครื่องมือในการนำชมโรงงานหรือบรรยากาศในการทำงานของกิจการ เป็นต้น หรืออย่างกรณีของ Multiply ที่คนไทยนิยมนำรูปภาพที่ตนเองถ่ายมาแสดงฝีมือ เหมือนเป็นแกลลอรี่ส่วนตัว ทำให้ผู้ว่าจ้างได้เห็นฝีมือก่อนที่จะทำการจ้าง

2.5 Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาใดในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นเสมือนมหาชนช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดนั้นเป็นที่น่าสนใจที่สุดในส่วนของ Social Bookmarking นั้น เป็นการที่เปิดโอกาสให้คุณสามารถทำการ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบโดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์ และเนื้อหาในส่วนที่เราทำ Bookmark ไว้นี้ สามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย นักการตลาดจะใช้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้ามาอยู่ที่เว็บไซต์หรือ Campaign การตลาดที่ต้องการ

2.6 Online Forums ถือเป็นรูปแบบของ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุด เป็นเสมือนสถานที่ที่ให้ผู้คนที่เข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่อง เพลง หนังสือ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ

การลงทุน และอื่นๆ อีกมากมายได้ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนจนถึงการแนะนำสินค้าหรือบริการต่างๆ นักการตลาดควรสนใจเนื้อหาที่พูดคุยใน Forums เหล่านี้ เพราะบางครั้งอาจจะเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการของเรา ซึ่งเราเองสามารถเข้าไปทำความเข้าใจ แก้ไขปัญหา ตลอดจนถึงใช้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เว็บไซต์ประเภท Forums อาจจะเป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะ หรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่างๆ

3. โซเชียลที่เล่นกันมากที่สุด มีดังนี้

3.1 Facebook-เชื่อว่าตอนนี้ คงไม่มีใครไม่รู้จักเฟสบุ๊ค แปรนต์ใหญ่ต่างๆ มีการสร้างแฟนเพจเพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า เช่น ให้คนกดติดตามข่าวสารเกี่ยวกับแบรนด์ของตัวเองโดยการกด Like ที่เพจนั่นเอง

3.2 Line-แอปพลิเคชันแชทยอดฮิตที่ปัจจุบันในไทยมีผู้ใช้งานมากกว่า 33 ล้าน มีจุดเด่นคือเป็นเจ้าของที่สามารถส่งสติ๊กเกอร์น่ารักๆ ให้คนอื่นได้ ในมุมของการตลาด นอกจาก Line จะอนุญาตให้แบรนด์ต่างๆ สร้างสติ๊กเกอร์แบรนด์ของตัวเอง ก็ยังมี Official Account ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่แบรนด์สามารถส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ติดตามตนเองได้มากยิ่งขึ้น

3.3 Twitter-โซเชียลมีเดียที่ขึ้นชื่อว่าใช้งานง่ายที่สุด เพราะถึงแม้ว่าจะพิมพ์ข้อความได้เพียง 140 ตัวอักษร แต่นั่นก็ช่วยกันกรองให้ผู้เขียนพิมพ์เฉพาะใจความสำคัญลงไป ทำให้ข้อความที่ส่งออกไปนั้นกระชับ และง่ายต่อการอ่าน

3.4 Youtube-เว็บไซต์บริการที่ให้ผู้ใช้งานสามารถแชร์วิดีโอให้ผู้อื่นดูได้ โดยที่ยูทูปจัดเป็น 1 ในเว็บไซต์สำคัญสำหรับนักการตลาด ที่เราสามารถโฆษณาวิดีโอคอนเท้นท์ของเราให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้



3.5 Instagram-โซเชียลมีเดียที่เราสามารถอัปโหลดรูปภาพต่างๆ และแชร์ให้กับผู้ติดตามของเราได้ โดยที่แบนด์ต่างๆ สมัยนี้ก็นิยมใช้ Instagram เป็นสื่อกลางเพื่อโปรโมทและให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ติดตามเช่นเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ (Smart-phone)

โทรศัพท์มือถือซึ่งนักวิชาการบางคนเรียกว่า โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ เป็นสื่อใหม่ที่ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้เป็นอย่างมากเพราะมีคุณสมบัติเฉพาะพิเศษ จึงได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยการนำไปใช้ติดต่อสื่อสารในกิจกรรมทุกประเภท เช่น การพูดคุยด้วยเสียงอย่างเดียว การติดต่อสื่อสารด้วยภาพและเสียง การส่งข้อความ การส่งสติ๊กเกอร์ การใช้เป็นกล้องถ่ายรูป บันทึกวิดีโอ ใช้ฟังเพลง การรับส่งอีเมล การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ การเข้าใช้เฟซบุ๊ก เป็นต้น (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์, 2556) ดังนั้นโทรศัพท์มือถือในยุคปัจจุบันนี้จึงกลายเป็นอุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่ที่จำเป็นอีกประเภทหนึ่งที่ประชากรทุกกลุ่มนิยมใช้ในชีวิตประจำวันในยุคดิจิทัล จึงเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อสารระหว่างกันและกันทั้งในครอบครัวและในสังคมต่างๆ ทุกระดับ ทุกขนาด และข้อดีของโทรศัพท์มือถืออีกประการหนึ่ง คือ สามารถติดต่อกับบุคคลอื่นๆ โดยไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลา ถือเป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่สามารถส่งถ่ายข้อมูลความรู้เผยแพร่ไปสู่บุคคลเป้าหมายต่างๆ ได้ทุกสถานที่ทุกเวลาบนโลกใบนี้ (ห้องสมุดดิจิทัลออนไลน์, 2557)

โซเชียลมีเดีย ดีที่ออกซ์ ก็อะไร

คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน เวลาส่วนใหญ่คนไทยใช้ไปกับ สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เวลาใกล้เคียงกันในวันทำงานและวันหยุด โดยเฉพาะการใช้ Facebook, Instagram, Twitter และ Pantip สูงถึง 3 ชม. 30 นาทีต่อวัน สถิติดังกล่าวเพิ่งถูกสำรวจในปี 2561 ที่ผ่านมา และคนไทยมีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นด้วยผลลัพธ์จากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ที่เสพติดเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งแสงจากหน้าจออิเล็กทรอนิกส์จะกระตุ้นให้ผู้ใช้รู้สึกตื่นตัวและยับยั้งฮอร์โมนเมลาโทนินซึ่งทำให้เรานอนหลับไม่สนิท รวมไปถึงจะมีสมรรถภาพการทำงานที่แย่งและอารมณ์เสียได้ง่ายขึ้นในระหว่างวัน นอกจากนี้งานวิจัยยังบ่งชี้ว่า การเล่นโซเชียลมีเดียมากๆ ยังจะส่งผลให้ระดับความเหงา ความเศร้า และความกลัวของผู้คนเพิ่มขึ้นได้เป็นหลายเท่าตัว (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2562)

ด้วยเหตุและผลดังกล่าว คำว่า โซเชียลมีเดีย ดีที่ออกซ์ อ่านและเขียนทับคำศัพท์ภาษาอังกฤษคือ Social Media Detox หรือ บางแหล่งข้อมูลใช้คำว่า ดิจิทัล ดีที่ออกซ์ (Digital Detox) จึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางลดอาการไม่พึงประสงค์ทั้งหลายที่เกิดจากการใช้โซเชียลมีเดียนั่นเอง Rob Whitley (2020) อธิบายว่าการดีที่ออกซ์คือ การเอาสารพิษออกจากร่างกาย ดังนั้นโซเชียลมีเดีย ดีที่ออกซ์ (Social Media Detox) หรือดิจิทัล ดีที่ออกซ์ (Digital Detox) คือการบำบัดอาการเสพติดโซเชียลมีเดียจนก่อให้เกิดความทุกข์ ด้วยวิธีง่ายๆ เช่นพาตัวเองออกห่างจากสมาร์ตโฟนและโซเชียลมีเดียต่างๆ เป็นการพักใจ พักสมอง และเรียกคืนตัวเองกลับมา อาการที่ไม่พึงประสงค์ทั้งหลายจะผ่อนคลายและสามารถกลับมาเป็นปกติได้ในที่สุด



พฤติกรรมที่ต้องได้รับการบำบัดโดยไซเชี่ยลมีเดีย ดิจิทัล หรือ ดิจิทัล

บุคคลในศตวรรษที่ 21 เรียกว่าเป็นบุคคลยุคดิจิทัลหรือคนในยุคเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพราะต้องใช้ไซเชี่ยลมีเดียในการดำเนินชีวิตประจำวันแทบทั้งสิ้น และคนส่วนมากมักจะไม่สามารถควบคุมการใช้ได้อย่างพอเพียงได้ ย่อมมีพฤติกรรมที่น่าเป็นห่วง อันได้แก่พฤติกรรมในลักษณะดังต่อไปนี้ (Murphy, 2019)

1. เสพติดไซเชี่ยลมีเดียขนาดหนัก เล่นเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรืออินสตาแกรมได้ทั้งวัน ทุกวันต้องโพสต์ข้อความ ถ่ายรูป อัปโหลดรูปไซเชี่ยล
2. รู้สึกกระวนกระวาย และรู้สึกหงุดหงิดเมื่อไม่ได้เล่นไซเชี่ยล คือถ้าแบตเตอรี่หมดนี้เหมือนพลังกายหมดไปด้วยเลย
3. เริ่มเปรียบเทียบตัวเองกับคนในไซเชี่ยลตามติดชีวิตคนอื่นมากเกินไป
4. มีความคาดหวังจากการยอมรับในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ยอดไลก์ ยอดแชร์ เมื่อโพสต์สเตตัสหรือรูป
5. รู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองลดลงเมื่อไม่ได้รับการยอมรับในสังคมออนไลน์
6. เล่นไซเชี่ยลมีเดียแล้วไม่มีความสุข รู้สึกแข็ง เบื่อชีวิต
7. รู้สึกเครียด จิตตก กับการเสพข้อมูลข่าวสาร หรือคอมเมนต์ต่างๆ มากเกินไป ทั้งที่ไม่ใช่เรื่องของตนเอง

บุคคลใดที่มีพฤติกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงอาการป่วยทางความคิดความรู้สึกจึงควรได้รับการบำบัดโดยวิธีทำไซเชี่ยลมีเดีย ดิจิทัล หรือ ดิจิทัล เพื่อเรียกคืนความสุขกลับมาให้เหมือนเดิม

วิธีทำไซเชี่ยลมีเดีย ดิจิทัล หรือ ดิจิทัล ดิจิทัล

แนวคิดเกี่ยวกับวิธีทำไซเชี่ยลมีเดีย ดิจิทัล หรือ ดิจิทัล ดิจิทัล สรุปลงได้ดังต่อไปนี้ (Rob Whitley, 2020)

1. ปิดโทรศัพท์มือถือ 1 วัน หรือเปลี่ยนมาใช้โทรศัพท์ธรรมดาที่ไม่ใช่สมาร์ตโฟนอย่างน้อย 1 วัน
2. Log out เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออินสตาแกรมอย่างน้อย 1 วัน
3. ถ้าทำใจเลิกเล่นไซเชี่ยลมีเดียไม่ได้ ให้ลองคัดเพื่อนในไซเชี่ยลมีเดียให้เหลือแต่คนที่สนิทกันจริงๆ
4. หากิจกรรมอื่นทำแทนเล่นไซเชี่ยลมีเดีย
5. ออกท่องเที่ยวและสัมผัสช่วงเวลาแห่งความสุขด้วยสายตาตัวเอง โดยไร้ซึ่งสมาร์ตโฟน
6. ลองกลับไปใช้ชีวิตโลว์ไลฟ์แบบจริงจัง ๆ
7. ปรับทัศนคติในการเล่นไซเชี่ยลใหม่ จำไว้ว่าคนในโลกไซเชี่ยลมักจะเสนอแต่แง่มุมดีๆ ของตัวเองทั้งนั้น แต่จริงๆ แล้วคนเราย่อมมีทั้งสุขและทุกข์ปนกันไป

ประโยชน์ของไซเชี่ยลมีเดีย ดิจิทัล

ข้อดีของไซเชี่ยลมีเดีย ดิจิทัล นอกจากจะทำให้เรามีเวลาในชีวิตมากขึ้นแล้ว ยังมีประโยชน์ดังนี้ (Murphy, 2019 ; Whitley, 2020)

1. มีเวลาได้ทบทวนตัวเอง การตัดไซเชี่ยลมีเดียออกจากชีวิตจะเปิดโอกาสให้เราได้ทบทวนตัวเองได้คิดถึงความสุขที่แท้จริงของตัวเอง โดยไม่เอาความสุขของเราไปเปรียบเทียบกับความสุขของใคร
2. ได้ลองทำสิ่งใหม่ๆ มากขึ้น หากไม่ได้อ่านไซเชี่ยลแล้ว เราก็จะมีเวลาได้หากิจกรรมสนุกๆ อื่นๆ ทำ เป็นการลองหาสิ่งที่ตัวเองชอบได้เพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆ



3. นอนหลับได้ดีขึ้น การเล่นโทรศัพท์ ก่อนนอนเป็นการรบกวนฮอร์โมนการนอนหลับ ของร่างกาย ดังนั้นคนที่นอนหลับไม่สนิทมานาน ก็จะได้นอนหลับพักผ่อนอย่างเต็มที่

4. รู้สึกเป็นอิสระมากขึ้น เมื่อก่อนเราอาจจะผูกตัวเองไว้กับเสียงแจ้งเตือนไลน์ หรือคอยกังวลว่าใครจะทวีตมา คอยเช็กว่ายอดไลน์ในไอจีจะเยอะไหม แต่พอเราตัดสังคมออนไลน์ออกจากชีวิต เราก็ไม่ต้องพะวงถึงสิ่งเหล่านี้อีกต่อไป เหมือนปลดแอกตัวเองจากบ่วงโซเชียลมีเดีย

5. ได้ฝึกสมาธิ หลายคนกลายเป็นคนสมาธิสั้นเมื่อมีพฤติกรรมติดสมาร์ทโฟน แบบทุก ๆ 5 นาทีต้องเช็กมือถือ กินข้าว เข้าห้องน้ำ หรือทำกิจกรรมอะไรก็ต้องเล่นมือถือตลอดเวลา แต่หลังจากทำดีท็อกซ์แล้วเราจะรู้จักโฟกัสสิ่งรอบ ๆ ตัวมากขึ้น ได้ฝึกสมาธิไปในตัว

6. กระชับความสัมพันธ์กับคนใกล้ตัว วางมือถือแล้วมาจับมือคนที่อยู่ใกล้ตัวเรามากกว่าจะ ค่ะ เปลี่ยนจากจอหน้าจอนำมาจ้องตา คู่มือหน้าคนในครอบครัว ใช้เวลาพูดคุยกันให้มากขึ้น เป็นการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างกันให้แน่นแฟ้นมากกว่าเดิม

7. ได้ใช้ชีวิตอย่างมีชีวิตชีวามากขึ้น การดูชีวิตคนอื่นผ่านสังคมออนไลน์มันเป็นการมองในด้านเดียวมาก ๆ ต่างจากการมองวิถีชีวิตของคนรอบ ๆ ภาย อย่างตอนเช้าเราอาจได้เห็นความน่ารักของแม่-ลูกบนรถไฟฟ้า หรือได้ยิ้มให้กับคนแปลกหน้าที่บังเอิญเดินสวนกัน หรือได้ชื่นชมชีวิต ๆ กับแสงแดดยามเช้า เป็นต้น เห็นใหม่แค่เงยหน้าจากหน้าจอมือถือก็มีชีวิตชีวาเพิ่มขึ้นมาก

8. คืนความมีสุขภาพดีให้ตัวเอง นอกจากจะเป็นการพักสายตาแล้ว การห่างจากสมาร์ทโฟนยังช่วยถนอมการใช้ข้อมือของเราเองด้วย หรือบางคน

ที่วัน ๆ เอาแต่เล่นโซเชียลแล้วไม่ออกกำลังกาย ก็จะได้มีเวลาไปออกกำลังกายเพิ่มความสดรองให้สุขภาพบ้างแล้ว

9. รักตัวเองมากขึ้น เมื่อไม่ต้องเปรียบเทียบชีวิตตัวเองกับคนในโลกออนไลน์ เราจะรู้สึกชีวิตเราก็น่ามีดี มีความสุข มีความซึลไปอีกแบบ และนั่นจะเป็นจุดเริ่มต้นให้เรารักตัวเองมากขึ้น

บทสรุป

โซเชียลมีเดีย ดีท็อกซ์ (Social Media Detox) หรือดิจิทัล ดีท็อกซ์ (Digital Detox) เป็นการบำบัดอาการเสพติดโซเชียลมีเดียจนก่อให้เกิดความทุกข์เพื่อชีวิตจะมีความสุขมากขึ้น โดยการพาตัวเอง ออกจากโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อันเป็นการพักใจ พักสมอง และเรียกคืนความคิดความรู้สึกที่เป็นตัวเองกลับคืนมา โดยมีวิธีปฏิบัติรูปแบบต่าง ๆ เช่น ปิดโทรศัพท์มือถือหรือเปลี่ยนมาใช้โทรศัพท์ธรรมดาที่ไม่ใช่สมาร์ทโฟนอย่างน้อย 1 วัน Log out เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออินสตาแกรมอย่างน้อย 1 วัน ถ้าทำใจ เลิกเล่นโซเชียลมีเดียไม่ได้ ให้ลองคัดเพื่อนในโซเชียลมีเดียให้เหลือแต่คนที่สนิทกันจริง ๆ หากิจกรรมอื่นทำแทนเล่นโซเชียลมีเดีย หรือออกท่องเที่ยว และสัมผัสช่วงเวลาแห่งความสุขด้วยสายตาดูตัวเอง โดยไร้ซึ่งสมาร์ทโฟน รวมทั้งปรับทัศนคติในการเล่นโซเชียลใหม่โดยรู้เท่าทันว่าคนในโลกโซเชียลมักจะเสนอแต่แง่มุมดี ๆ ของตัวเองทั้งนั้น แต่ไม่มีอะไรที่ ดีเพียงด้านเดียวไม่ว่าคนหรือสิ่งต่าง ๆ ย่อมมีดีและเสีย มีสุขและทุกข์ปนกันไป สำหรับประโยชน์ที่ได้จากการบำบัดเช่น มีเวลาได้ทบทวนตัวเอง ได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น รู้สึกเป็นอิสระมากขึ้น ได้ฝึกสมาธิ ได้มีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับคนใกล้ตัว ได้ใช้ชีวิตอย่างมีชีวิตชีวาเพิ่มขึ้น ถ้าเล่นโซเชียลแล้วรู้สึกเบื่อ



เครียด หรือไม่สบายใจ ลองมาทำการบำบัดตนเอง ด้วยวิธีการทำโซเซียลมีเดีย ดีท็อกซ์ ซึ่งวิธีการทำ โซเซียลมีเดีย ดีท็อกซ์ ก็ขึ้นอยู่กับตนเองว่าจะห่างจากสังคมออนไลน์กี่วัน บางคนอาจจะเริ่มจากวันเดียวก่อนแล้วค่อย ๆ เพิ่มวันเวลามากขึ้นเป็น 2 วัน

5 วัน หรือ 1 สัปดาห์ แต่ต้องควบคุมจิตใจให้ได้ โดยการสร้างกำลังใจให้ตนเองในการที่ต้องกลับมาใช้ชีวิตปกติ ๆ ทำดีท็อกซ์ได้สำเร็จ และกลับมาใช้ชีวิตที่มีความสุขในอย่างที่ตัวเองเป็น

เอกสารอ้างอิง

- กานดา รุณนะ พงศา สายแก้ว. (2557). *โซเซียลมีเดีย*. ขอนแก่น: ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- พีระ จิโรโสภณ, ทัดทกานต์ ดวงรัตน์, มนต์ ขอเจริญ, ชนัญสรุ อรณพ ณ อยุธยา, อุษา รุ่งโรจน์การค้า, โสภัทร นาสวัสดิ์ และณัทธสิริณี สิริปัญญาธนกิจ. (2559). *ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัล กับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติการสื่อสารในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2562). *Digital Detox? บำบัดพฤติกรรมติดจอ ช่องทางธุรกิจใหม่ในโลกยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- สรานนท์ อินทนนท์. (2561). *ความฉลาดทางดิจิทัล (DQ Digital Intelligence)*. ปทุมธานี: บริษัท นิชชาวัฒน์จำกัด.
- ห้องสมุดดิจิทัลออนไลน์. (2557). *บทบาทและความสำคัญของห้องสมุดดิจิทัลในปัจจุบัน*. <http://www.nfbcl.org/d>
- Murphy, A (2019). *How to Take a Social Media Detox and Improve Your Mental Health*. <https://declutterthemind.com/blog/social-media-detox/?fbclid=IwAR1X2N22x21BO0qNMdxrHjmlR3wgS8dQql6ngcshS7B0ActbnX0a-KZTFQ>
- Whitley, R. (2020). *Social Media and Mental Health: Time for a Digital Detox?*. <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/talking-about-men/202002/social-media-and-mental-health-time-digital-detox>.