



รายงานฉบับสมบูรณ์

Wi-Fi สลัม: วิถีดิจิทัลของชาวชุมชนแออัดยุค 4.0

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม

โดย

พงศกร สงวนศักดิ์

เมษายน 2563

รายงานฉบับสมบูรณ์

Wi-Fi สลัม: วิถีดิจิทัลของชาวชุมชนแออัดยุค 4.0

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม

โดย

พงศกร สงวนศักดิ์

เมษายน 2563

สารบัญ

หน้า

| | |
|---|-----------|
| สารบัญ | ก |
| สารบัญตาราง | ข |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 2. คำถามของงานวิจัย | 2 |
| 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 2 |
| 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 2 |
| 5. ขอบเขตและวิธีการวิจัย | 2 |
| บทที่ 2 มายาคติของโลกออนไลน์และทบทวนวรรณกรรม | 4 |
| 1. เล่นเน็ต ติดโซเชียล: มายาคติของโลกออนไลน์ในสังคมไทย | 4 |
| 2. ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 5 |
| 2.1 สภาพปัญหาของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าก่อนการเข้าสู่ยุคดิจิทัล | 6 |
| 2.2 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในฐานะวิถีชีวิตแบบใหม่ของชาวชุมชนแออัด | 9 |
| 2.3 สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะพื้นที่ที่สาม (Third Space) เพื่อการต่อรองอัตลักษณ์ของคนจนเมือง | 14 |
| บทที่ 3 ผลการศึกษา | 19 |
| 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ | 19 |
| 2. รูปแบบการใช้และเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ของชาวแม่ข่า | 21 |
| 3. โลกออนไลน์กับโลกออฟไลน์ของชาวแม่ข่า | 31 |
| 4. สรุป | 33 |
| บทที่ 4 สรุป | 34 |
| เอกสารอ้างอิง | 37 |
| ภาคผนวก | 39 |
| 1. แบบสอบถาม โครงการ “Wi-Fi สลัม: วิถีดิจิทัลของชาวชุมชนแออัดยุค 4.0” | 40 |
| 2. กรณีศึกษาที่น่าสนใจ | 46 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 1. | ตารางแสดงลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าแยกตามกลุ่มอายุ | 21 |

บทที่ 1 บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้วางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) บนพื้นฐานของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งหมายถึง การพัฒนาประเทศไทยให้สามารถยกระดับเป็นเจ้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมก้าวทันโลก ทั้งนี้ การจะดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพชีวิตพื้นฐานของประชากรให้ได้อย่างเท่าเทียมเสียก่อน จึงจะสามารถยกระดับประเทศไปสู่จุดมุ่งหมายดังกล่าวได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ระหว่างกลุ่มประชากรที่มีความแตกต่างในฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า กลุ่มประชากร 40% ที่มีรายได้ต่ำสุดของประเทศ มีส่วนแบ่งของรายได้เพียงร้อยละ 14.7 ของรายได้ทั้งหมดของประเทศ ในขณะที่กลุ่มประชากร 60% ที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูงมีส่วนแบ่งของรายได้สูงถึงร้อยละ 85.3 ของรายได้ทั้งหมดของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) สะท้อนให้เห็นว่าสังคมไทยยังเป็นสังคมที่มีความเหลื่อมล้ำสูงมาก ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการจะพัฒนาไปสู่การเป็นไทยแลนด์ 4.0 ด้วยเหตุดังกล่าวจึงจำเป็นต้องขจัดความเหลื่อมล้ำด้วยการพัฒนาประชากรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างทัดเทียมกัน โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่ยังยากจนทั้งทางเศรษฐกิจและทางอำนาจที่อาจเรียกว่า กลุ่มคนชายขอบในสังคม

ชาวชุมชนแออัดคือกลุ่มคนชายขอบกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย ที่ส่วนใหญ่ประสบปัญหาร่วมกันคือไม่สามารถมีรายได้เพียงพอจะมีที่อยู่อาศัยที่มั่นคงในเมือง รวมถึงปัญหาทางสังคมที่มักถูกตีตราในด้านลบ เช่นเป็นคนทำลายสิ่งแวดล้อมของเมือง เป็นแหล่งอาชญากรรมและยาเสพติด ชาวชุมชนแออัดที่อยู่ริมคลองแม่ข่าในจังหวัดเชียงใหม่คือชาวชุมชนแออัดที่สะท้อนปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นในพื้นที่พบว่า ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าส่วนใหญ่คือคนชนบทที่อพยพเข้ามาทำงานในเมือง แต่ไม่สามารถหารายได้ได้มากเพียงพอที่จะครอบครองที่อยู่อาศัยที่ดีและมั่นคงที่มีราคาสูงมากในเมือง อาชีพของพวกเขาผูกติดอยู่กับความเป็นเมือง ไม่ว่าจะเป็นอาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพเก็บของเก่าขาย หรือขายของที่ไนท์บาร์ซ่า รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนอยู่แค่ประมาณ 10,000 บาทต่อเดือน และนอกจากปัญหาด้านเศรษฐกิจแล้วพวกเขายังประสบกับปัญหาด้านภาพลักษณ์จากการถูกกล่าวหาว่าเป็นต้นเหตุที่ทำให้น้ำในคลองเน่าเสียอีกด้วย

ปัจจุบันสังคมออนไลน์กำลังเข้ามามีบทบาทอย่างมากกับชีวิตของผู้คน ไม่เว้นแม้แต่ชาวชุมชนแออัดเอง ทั้งด้านการเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจ การเป็นพื้นที่ในการสร้างตัวตนใหม่ การเป็นพื้นที่ในการสร้างเครือข่ายใหม่ๆ จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยพบว่า ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าได้มีวิถีชีวิตผูกโยงกับโลกออนไลน์อย่างเต็มตัวแล้วไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง พวกเขาเกือบทั้งหมดมีมือถือเป็นของตนเอง แม้จะเป็นมือถือที่ไม่ได้มีราคาสูงนัก แต่ก็สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ ทำให้สามารถใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตาม ยังเป็นคำถามว่า พวกเขาใช้มันอย่างไร ทำอะไรบ้าง เนื่องจากมายาคติโดยทั่วไปของสังคมมักจะมองว่าการใช้อินเทอร์เน็ตคือการทำอะไรที่ไร้สาระ ไม่จริงจัง ดังที่มักจะเรียกกันว่า “เล่นอินเทอร์เน็ต” งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการทบทวนและตั้งคำถามต่อมายาคติดังกล่าว เพื่อต้องการทำความเข้าใจว่า วิถีชีวิตของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์มากน้อยเพียงใด พวกเขาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำอะไรบ้าง และเมื่อใช้แล้วเกิดประโยชน์กับชีวิตของพวกเขาหรือไม่ อย่างไร ทั้งนี้เพื่อจะนำมาสู่ความเข้าใจพื้นฐานที่ว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อชีวิตของคนจนในเมืองอย่างไร เมื่อประกอบกับแนวนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐ การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าจึงมีความสำคัญ

อย่างยิ่ง เพื่อที่ภาครัฐจะได้ทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและความคิดของชาวชุมชนแออัด และสามารถนำความเข้าใจดังกล่าวไปปรับประยุกต์เป็นนโยบายที่จะช่วยส่งเสริมชีวิตของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าในแนวทางไทยแลนด์ 4.0 ได้ต่อไป

2. คำถามของงานวิจัย

2.1 ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากน้อยเพียงใด

2.2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าสามารถแบ่งออกได้เป็นกี่กลุ่ม และแต่ละกลุ่มใช้สื่อออนไลน์ประเภทไหนบ้าง ในประเด็นเรื่องการเสพ การสื่อสาร การสร้างสรรค์ และการสร้างเสริมภาพ

2.3 ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าสื่อสารเนื้อหาอะไรบ้างในสื่อสังคมออนไลน์

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า

3.2 เพื่อศึกษาว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่ามีกี่กลุ่ม แต่ละกลุ่มใช้สื่อออนไลน์ประเภทไหนบ้าง ในการเสพ สื่อสาร สร้างสรรค์ และสร้างเสริมภาพ

3.3 เพื่อทำความเข้าใจถึงการปรับตัวของชาวชุมชนแออัดในยุคสังคมออนไลน์

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ทำให้เข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า

4.2 ทำให้เข้าใจถึงการปรับตัวของชาวชุมชนแออัดในยุคสังคมออนไลน์

4.3 ทำให้เข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อชีวิตของชาวชุมชนแออัด

5. ขอบเขตและวิธีการวิจัย

โครงการ “Wi-Fi สลัม: วิถีดิจิทัลของชาวชุมชนแออัดยุค 4.0” ได้กำหนดขอบเขตสำหรับการศึกษานั้นได้แก่ ขอบเขตด้านประชากร พื้นที่การศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอบเขตด้านเนื้อหา และขอบเขตด้านเวลา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากร พื้นที่การศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง

งานศึกษาครั้งนี้แบ่งประชากรที่จะศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มคนหนุ่มสาว อายุ 13-23 ปี 2. กลุ่มคนวัยทำงาน อายุ 24-45 ปี และ 3. กลุ่มคนสูงอายุ 45-60 ปี พื้นที่ในการศึกษาคือชุมชนแออัดที่อาศัยอยู่บริเวณริมคลองแม่ข่าในเขตอำเภอเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ โดยการทำแบบสำรวจ 50 ชุด ในชุมชนแห่งหนึ่ง โดยแบ่งเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาว 20 คน กลุ่มคนวัยทำงาน 14 คน และกลุ่มคนสูงอายุ 16 คน จากนั้นเลือกกรณีศึกษาที่เป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่ม เพื่อเจาะลึกเรื่องการสร้างเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ของกรณีศึกษา

5.2 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการทำวิจัยขั้นสำรวจ (Exploratory Research) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ การใช้แบบสอบถามจำนวน 50 ชุด เพื่อสอบถามถึงวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า

5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาทั้งในส่วนของการใช้แบบสำรวจและการสกัดเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ต้องการสำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าใน 4 ประเด็น คือ 1. การบริโภค 2. การสื่อสาร 3. การสร้างสรรค์ และ 4. การสร้างตัวตนออนไลน์ (อิสรภาพ) โดยต้องการทราบถึงสัดส่วนการใช้งานของแต่ละกลุ่มอายุ เพื่อจะได้เข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละรุ่น และวิเคราะห์ถึงความเปลี่ยนแปลงในการด้านการใช้ชีวิตหลังจากการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ในชุมชน

บทที่ 2

มายาคติของโลกออนไลน์และทบทวนวรรณกรรม

1. “เล่นเน็ต ติดโซเซียล: มายาคติของโลกออนไลน์ในสังคมไทย”

จากการเก็บข้อมูล ของบริษัท โซ โซเซียล จำกัด ที่ได้รวบรวมจำนวนผู้ใช้โซเซียลมีเดียล่าสุดในประเทศไทยจนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559 พบว่ามีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากถึง 41 ล้านยูสเซอร์ เป็นอันดับ 3 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นอันดับ 8 ของโลก (Positioning, 18 พฤษภาคม 2559) สอดคล้องกับข้อมูลที่บอกว่า คนไทยใช้อินเตอร์เน็ตมากถึง 10 ชั่วโมงต่อวัน มากกว่าสถิติของประชากรทั่วโลกที่ใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยเพียง 6 ชั่วโมง 43 นาที ต่อคนต่อวัน (Marketeeronline, 31 มกราคม 2563) โดยกิจกรรมที่ทำผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) 93.6% โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม 3 อันดับแรกคือ 1. YouTube (98.8%) 2. Line (98.6) และ 3. Facebook (96%) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2018) สอดคล้องกับข้อมูลของ Hootsuite ที่พบว่าประชากรอินเทอร์เน็ตทั่วโลกใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตในการดูออนไลน์วิดีโอมากถึง 90% ฟังเพลงสตรีมมิ่ง 70% และดูคอนเทนต์ในรูปแบบ VLOG (Video + Log) 51% (Marketeeronline, 31 มกราคม 2563) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชีวิตของคนไทยในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับโลกออนไลน์อย่างเข้มข้น

อย่างไรก็ตาม การเกี่ยวข้องอย่างเข้มข้นนี้ได้นำมาสู่คำถามสำคัญที่ว่า เวลาที่ใช้ไปกับโลกออนไลน์นั้นใช้ไปเพื่อทำอะไร สิ่งเหล่านั้นก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียกับชีวิตของผู้คนมากกว่ากัน ซึ่งคำตอบส่วนใหญ่มักออกมาในด้านลบ คือ การมองโลกออนไลน์เป็นเรื่องของความบันเทิง ดังเช่นคำที่มักเรียกการใช้อินเทอร์เน็ตว่า “เล่นเน็ต” การมองเพียงด้านเดียวเช่นนี้ทำให้มองเห็นแต่เพียงด้านเดียวที่ส่งผลไม่ดีให้กับชีวิต ดังตัวอย่างของบทความชื่อ “5 เหตุผลที่คนไทยติดโซเซียล” ที่กล่าวไว้ว่า ผลข้างเคียงของการติดโซเซียลมี 4 ประการคือ (Sanook, 11 กุมภาพันธ์ 2563)

1. วิตกกังวล มีภาวะซึมเศร้า เนื่องจากบางคนติดตามข่าวสารและอินกับข่าวใดข่าวหนึ่งของใครมากเกินไป จนทำให้รู้สึกว่าเป็นห่วงแทนคนรอบข้าง หรือแม้กระทั่งในกรณีที่อาจไปเจอบางเหตุการณ์บนโลกออนไลน์ ที่ทำให้รู้สึกว้าบไม่ได้ ก็นำมาสู่ความรู้สึกวิตกกังวล และเศร้าหมองในใจได้เช่นกัน

2. สมาธิสั้น ความแม่นยำเกี่ยวกับความจำลดลง เพราะว่าเกือบทั้งวันจดจ่ออยู่แค่ที่หน้าจอมือถือ จนทำให้สมาธิไม่อยู่กับเนื้อกับตัวแล้วว่เมื่อไหร่จะมีคนมาคอมเมนต์ เมื่อไหร่จะมีคนมาดไลค์ หรือเมื่อไหร่ใครบางคนจะทักแชทมาหาบ้าง

3. อารมณ์รุนแรง หงุดหงิดง่าย มีประสิทธิภาพในการควบคุมตัวเองลดลง การติดโซเซียลและหมกมุ่นอยู่กับโลกที่ไม่สามารถสัมผัสกันได้จริงๆ จนทำให้การควบคุมตัวเองต่างๆ ไม่สามารถทำได้ในระดับที่ดีเหมือนเดิม จนนำไปสู่อารมณ์ที่รุนแรงมากขึ้น หงุดหงิดง่าย บางคนอารมณ์แปรปรวน เพียงเพราะได้จำนวนยอดไลค์น้อยลงก็มี บางคนเล่นเกมแล้วหัวร้อน ไม่ได้ตั้งใจ ทิ่มแพ้แล้วพาลคนรอบข้าง หรือคนที่อยู่ตรงหน้าในเวลานั้นก็มีเช่นกัน

4. สำหรับเด็กนักเรียน นักศึกษา อาจมีผลการเรียนที่แย่งลง การเล่นเกมโซเชียลที่มากเกินไป ยิ่งในวัยกำลังเรียนอยู่ อาจทำให้มีผลกระทบไปถึงการเรียนที่แย่งลงได้ เพราะในบางคนอาจไม่เป็นอันทำอะไรเลย นอกจากแชทพูดคุยในโลกออนไลน์และเล่นเกมจากเข้าจรวดค่า จนหลงลืมทำในสิ่งที่ตัวเองควรทำ นั่นก็คือ การตั้งใจศึกษาเล่าเรียนและทำการบ้านส่งคุณครู

โดยบทความดังกล่าววิเคราะห์ว่ามี 5 เหตุผลที่ทำให้คนไทยติดโซเซียล คือ

1. ต้องการมีตัวตน การสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ ความจริงแล้วสามารถสร้างได้ทั้งในแบบที่ดีและไม่ดี อยู่ที่คนคนนั้นจะเลือกทำและแสดงออกมาบนโซเชียล ซึ่งเหตุผลแรก ๆ ที่คนไทยส่วนใหญ่ติดโซเชียลนั้นก็คือ การอยากมีตัวตนในสังคมออนไลน์ เช่น อยากเป็นที่รู้จัก อยากมีผู้ติดตามในโซเชียลมาก ๆ อยากได้จำนวนยอดไลค์เยอะ ๆ เป็นต้น

2. อยากรู้ อยากเห็นเรื่องคนอื่น มีหลายคนที่เล่นโซเชียล เพียงเพราะต้องการอยากรู้เรื่องของคนอื่น แต่บนพื้นที่โซเชียลของตัวเองไม่ได้อัปเดตอะไร จะเห็นได้จากแอปพลิเคชันอย่างทวิตเตอร์ ที่เป็นแหล่งข่าวที่แทบจะเร็วที่สุดแล้วก็ได้ ปัจจุบันมีผู้ใช้ทวิตเตอร์อยู่จำนวนมาก และก็เป็นจำนวนมากเช่นกันที่เลือกไม่เปิดเผยตัวตน เพราะว่าอยากติดตามข่าวต่าง ๆ เพียงอย่างเดียว หรืออาจมีบ้างที่แสดงความคิดเห็น

3. อยากให้คนอื่นรู้เรื่องตัวเอง ข้อนี้จะคล้ายกับการต้องการมีตัวตน แต่อาจจะเป็นอย่างอื่นที่นำเสนอตัวเองมากกว่านั้น ก็คือ การโพสต์และอัปเดตทุกสิ่งทุกอย่าง ที่อยากให้คนอื่นรู้ลงบนโซเชียล เช่น วันนี้อยู่ที่ไหน กินอะไรมาบ้าง และตอนนี้อยู่ที่ไหน ทำอะไรอยู่ กลุ่มคนเหล่านี้ก็จะคอยรายงานเรื่องราวของตัวเอง ลงบนพื้นที่โซเชียลส่วนตัวให้คนอื่นได้รับรู้โดยไม่ต้องถามเลย

4. โหยหาแรงสนับสนุน เช่น โพสต์เชิญชวน โพสต์ประกาศให้มีคนมาสนใจ โพสต์หาเพื่อนดูหนัง โพสต์หาเพื่อนไปเที่ยว หรือในบางคนที่โพสต์เหงาอยู่เป็นประจำ กลุ่มคนเหล่านี้จะโหยหาแรงสนับสนุน และต้องการที่จะมีเพื่อนพูดคุยด้วยในโลกโซเชียล เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้คนไทยติดโซเชียลกันมากขึ้น เพราะด้วยปัจจุบันนี้การพูดคุยสื่อสารกันต่อหน้าก็ลดลงเรื่อย ๆ แล้ว ทำให้คนหันไปหาเพื่อนคุยในโลกออนไลน์แทนนั่นเอง

5. เสพติดการช้อปปิ้งออนไลน์ หากใครที่มีพฤติกรรมชอบดูคลิปวิดีโอไลฟ์สดขายเสื้อผ้าในเฟซบุ๊ก หรือชอบช้อปปิ้งออนไลน์ตามเว็บไซต์เสื้อผ้าแบรนด์เนม เครื่องสำอางต่าง ๆ เรียกได้ว่า “CF เก่ง โอนไวตัวแม่” การกระทำดังกล่าว จะทำให้คุณกลายเป็นคนที่ติดโซเชียลไปโดยปริยายด้วยเช่นกัน เพราะหากคุณมีความสุขกับการที่ได้จ่ายเงินออกจากบัญชีไป แบบไม่สนว่าตัวเลขมันจะลดลงแค่ไหน นั่นหมายความว่านอกจากคุณจะติดโซเชียลเอามาก ๆ แล้ว คุณยังเสพติดการช้อปปิ้งออนไลน์อีกด้วย

บทความดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการมองโลกออนไลน์ในด้านลบเพียงด้านเดียว โดยเปรียบเทียบว่าโลกจริงคือโลกทางกายภาพที่เราใช้ชีวิตอยู่จริงในแต่ละวัน และโลกออนไลน์ที่เกิดขึ้นมาใหม่เป็นโลกเสมือนที่ล่อลวงให้คนหลงเข้าไปมัวเมา คำที่กล่าวถึงโลกออนไลน์จึงมักเป็นคำว่า หลง เสพติด เป็นต้น มุมมองดังกล่าวเป็นเสมือนการตีตราโลกออนไลน์ให้ถูกมองเพียงด้านเดียว คือด้านลบ ทำให้มองข้ามในอีกด้านของโลกออนไลน์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์มากมายกับชีวิตของคนหลายกลุ่ม ด้วยมายาคติดังกล่าว งานศึกษาค้นคว้าจึงได้ทบทวนงานศึกษา แนวคิดและทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาที่เกี่ยวข้องกับสังคมออนไลน์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจถึงมุมมองต่อสังคมออนไลน์ที่มีความหลากหลายและรอบด้านมากขึ้น

2. ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

โลกออนไลน์หรือสังคมออนไลน์ที่เรากำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันพัฒนาอย่างเข้มข้นเพียงประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา แต่สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อโลกมหาศาล เกิดเป็นคำถามสำคัญในโลกรวิชาการทางสังคมศาสตร์ว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อในด้านดีหรือด้านร้ายและจะนำพาชีวิตของผู้คนไปในทิศทางใด ด้านหนึ่งเห็นว่า สังคมออนไลน์จะยิ่งทำให้มนุษย์เป็นปัจเจกมากขึ้น มากกว่าทุกยุคของสังคมสมัยที่เคยเป็นมา อีกด้านหนึ่งเห็นว่า สังคมออนไลน์จะกลายเป็นพื้นที่ใหม่สำหรับผู้คน โดยเฉพาะคนตัวเล็กตัวน้อยที่ไม่เคยได้โอกาสสืมาอ้าปากได้มาก่อนในยุคก่อนอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามยังมีนักคิดจำนวนหนึ่งที่พยายามไม่เอนเอียง

ไปในทางบวกหรือทางลบมากเกินไป โดยพยายามอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ของชีวิตผู้คนกับโลกออนไลน์

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีประกอบกับข้อมูลพื้นฐานของชุมชนริมคลองแม่ข่า โดยแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อคือ 1. สภาพปัญหาของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าก่อนการเข้าสู่ยุคดิจิทัล 2. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในฐานะวิถีชีวิตแบบใหม่ของชาวชุมชนแออัด 3. สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะพื้นที่ที่สาม (Third Space) เพื่อการต่อรองอัตลักษณ์ของคนจนเมือง โดยมีเนื้อหาโดยสรุปดังนี้

2.1 สภาพปัญหาของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าก่อนการเข้าสู่ยุคดิจิทัล

การพัฒนาในช่วงปี พ.ศ.2500 หรือในช่วงสงครามเย็นทำให้เกิดชุมชนแออัดจำนวนมากในเมือง อันเกิดจากการอพยพเข้ามาทำงานในเมืองของชาวชนบท ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและบริการ อำนาจในการถือครองที่ดินเริ่มเปลี่ยนมือไปสู่นายทุน รัฐขายให้นายทุน เกษตรกรที่อยู่รอบนอกต้องถูกย้าย เพราะนายทุนจะเอาที่ดินไปทำที่พักหรือศูนย์การค้า การมีถนนหนทางเริ่มทำให้ที่ดินมีราคาสูง ที่ดินติดถนนทำให้ต้องไร้ชื่อชุมชนเดิมออก เนื่องจากที่ดินในเมืองมีราคาสูง ทำให้ชาวชนบทที่อพยพเข้ามาในเมืองจำนวนหนึ่งไม่สามารถมีที่ดินหรือมีที่พักอาศัยของตัวเองได้ เพราะมีรายได้น้อย ทำให้เกิดการบุกเบิกพื้นที่ที่ร้างเพื่อสร้างบ้านของตัวเอง เกิดเป็นสลัมในเมืองขึ้นมา (อคิน รพีพัฒน์, 2553) สลัมเหล่านี้ มักมีสภาพแวดล้อมไม่ถูกสุขลักษณะ ทำให้สังคมมีอคติโดยมองว่าเป็นแหล่งเสื่อมโทรม แต่ต่อมา ด้วยความพยายามของหลายฝ่าย ได้ช่วยกันสร้างความเข้าใจว่า สลัมเป็นผลพวงจากการพัฒนาที่ไม่สมดุล และแรงงานของคนสลัมก็มีส่วนสำคัญในการสร้างเมือง สังคมจึงมีทัศนคติต่อสลัมที่ดีขึ้น เปลี่ยนมาเรียกว่า “ชุมชนแออัด” แทน (บุญเลิศ วิเศษปรีชา, 2552)

เมื่อต่างคนต่างเข้ามาเจอกันใหม่ในชุมชนแออัด ทำให้เกิดการจัดความสัมพันธ์ชุดใหม่ขึ้นมาในชุมชน และเนื่องจากสังคมชุมชนแออัดเป็นสังคมแบบปิด กล่าวคือ คนในชุมชนแออัดรู้สึกหวาดกลัวโลกภายนอก ในขณะที่คนภายนอกก็รู้สึกหวาดกลัวชุมชนแออัดเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้คนในชุมชนแออัดต้องสร้างความสัมพันธ์ภายในชุมชนแออัดของตนเองขึ้นมา เป็นความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ (Patron-Client Relation) ระหว่างผู้นำกับสมาชิกในชุมชน ซึ่งแตกต่างกับความสัมพันธ์แบบสัญญาธรรมดา (Contractual Relation) นอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์อีกหนึ่งชุดในการเมืองท้องถิ่นคือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้มีอำนาจนอกชุมชน (เช่น ตำรวจ ข้าราชการ หรือนักการเมืองท้องถิ่น) ซึ่งมีลักษณะแบบอุปถัมภ์เช่นเดียวกัน ดังนั้นชุดความสัมพันธ์ของสมาชิก ผู้นำ และผู้มีอำนาจภายนอก จึงเป็นแบบแนวตั้ง และด้วยเหตุที่เป็นสังคมแบบปิด ผู้นำจึงมีความสำคัญในฐานะที่เป็นผู้เชื่อมโยงสังคมชุมชนแออัดกับโลกภายนอก ในชุดความสัมพันธ์ดังกล่าว คนในสลัมอยู่กันแบบอุปถัมภ์ในทุกมิติ ผู้นำจำเป็นต้องมีเมตตาต่อกับสมาชิกจึงจะได้รับการยอมรับ อย่างไรก็ตามเมื่อบริบทสังคมเปลี่ยน ทุนนิยมเข้ามาทำให้ผู้นำเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่า ความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์จึงเปลี่ยนไป (อคิน รพีพัฒน์, 2553)

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2541) เรียกวิถีชีวิตของคนจนว่าเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง เรียกว่า วัฒนธรรมความจน ซึ่งหมายถึง การที่คนจนสร้างระบบความสัมพันธ์ขึ้นมาอย่างหนึ่งซึ่งจะช่วยประกันความมั่นคงในการดำรงชีวิตของพวกเขาได้อย่างมาก ความมั่นคงในชีวิตนั้น เป็นความปรารถนาโดยทั่วไปของทุกคนในสังคม แต่วิธีการสร้างความมั่นคงในชีวิตนั้น มีความแตกต่างกันในวัฒนธรรมของคนรวยกับวัฒนธรรมของคนจน กล่าวคือ คนรวยจะสร้างความมั่นคงแก่ชีวิตด้วยการสร้างสมหลักทรัพย์และเงินทอง ในขณะที่คนจนสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตด้วยการสร้างสายสัมพันธ์กับบุคคล เป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถจะช่วยเหลือคนจนได้ตลอดเวลา อย่างทันทีทันใด เช่น คนปล่อยเงินกู้และคนค้าประกัน ที่คนจนจะต้องซื้อสัตย์กับทั้ง 2 กลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องพึ่งพายามจำเป็น เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนตามระบบได้ ดังนั้นความซื้อสัตย์ต่อ

เจ้าหน้าที่จึงไม่ใช่เป็นเพราะคนจนเป็นดิมิศีลธรรมมากกว่าคนอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม แต่ความเชื่อสมัยนี้เป็น “กลไกทางวัฒนธรรมความจน” อย่างหนึ่งที่จะทำให้คนจนมีชีวิตรอดได้ ในเงื่อนไขข้อจำกัดมากมายในชีวิต

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญสำหรับชีวิตของชาวชุมชนแออัดก็คือ ปัญหาเรื่องความมั่นคงในที่อยู่อาศัย ที่ส่วนมากถูกตีตราว่าเป็นผู้บุกรุก ซึ่งประเด็นดังกล่าวทำให้ชาวชุมชนแออัดต้องต่อสู้กับรัฐมาโดยตลอด กรณีสำคัญ เช่น กรณีของชุมชนป้อมมหากาฬในกรุงเทพฯ ที่ต่อสู้เรื่องสิทธิการอยู่มาอย่างยาวนานแต่สุดท้ายก็พ่ายแพ้ เมื่อกรุงเทพมหานครสั่งรื้อชุมชนเพื่อทำเป็นสวนสาธารณะ ซึ่งเป็นประเด็นถกเถียงที่สำคัญเรื่องพื้นที่ที่สะอาด สวยงาม แต่ไร้ชีวิต อันเนื่องมาจากการไม่มีผู้คนอาศัยอยู่ ทำให้ไม่มีการสร้างวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น (ประชาติ, 2018)

แนวนโยบายการพัฒนาเมืองของไทยที่ผ่านมา เป็นแนวนโยบายที่สั่งการมาจากรัฐส่วนกลาง โดยรัฐถือเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการออกแบบและพัฒนาเมือง อย่างไรก็ตาม แนวการพัฒนาดังกล่าวกลับไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร วัตถุประสงค์จากปัญหาต่างๆ ของเมืองที่ไม่ได้รับการแก้ไข รวมถึงบางแห่งที่เกิดปัญหาหนักกว่าเดิม งานวิจัยเรื่องการพัฒนาเมืองจำนวนมากพบว่า การแก้ปัญหาที่ไม่ประสบความสำเร็จเกิดจากการที่รัฐละเลยความคิดเห็นของคนในชุมชนเมือง ซึ่งทำให้ไม่เข้าใจถึงวิถีชีวิตและความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชน กระแสการพัฒนาแบบใหม่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเริ่มเกิดขึ้น (Montira Horayangura Unakul 2012, Tanvi Bhatkal and Paula Lucci 2015, Vu Thi Hong Hanh 2006, Elena Bellu, Giovanni Issini, Fausto Pugnali, Chamnarong Srisuwan) อย่างไรก็ตาม แม้จะเกิดกระแสมานานแล้ว แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เปรียบได้กับการต่อรองแย่งอำนาจระหว่างรัฐกับภาคประชาชน

คลองแม่ข่า, น้ำแม่ข่า หรือ แม่ข่า เป็นคลองโบราณสายหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งในชัยภูมิที่พญามังรายทรงเลือกที่จะสร้างเมืองเชียงใหม่เมื่อกว่า 700 ปีที่แล้ว เดิมคลองแม่ข่าทำหน้าที่เป็นคูเมืองชั้นนอกที่โอบล้อมเมือง และเป็นทางระบายน้ำล้นลงสู่แม่น้ำปิง แต่จากการขยายตัวของชุมชนเมืองเมื่อสามทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้น้ำในคลองเน่าเสียหนัก ซึ่งได้มีความพยายามที่จะพัฒนาคลองนี้ให้กลับมามีสภาพปรกติดังเดิม แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ

คลองแม่ข่ามีความยาวประมาณ 30 กิโลเมตร ต้นน้ำอยู่ที่ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริม ไหลไปจนถึงตำบลสบแม่ข่า อำเภอหางดง จากการรังวัดสอบเขตที่ดินบริเวณติดคลองแม่ข่า สรุปได้ว่า ระยะทางของที่ดินที่มีอาณาเขตติดคลองแม่ข่า ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีระยะทางประมาณ 14 กิโลเมตร เขตอำเภอหางดง มีระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร ส่วนใหญ่เป็นที่ดินที่มีเอกสารสิทธิในที่ดินที่มีราษฎรถือครองเป็นโฉนดที่ดิน ยกเว้นในเขตเมืองที่เป็นชุมชนแออัดที่ส่วนใหญ่เช่าที่ดินกับกรมธนารักษ์แบบรายปี

จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นในชุมชนกำแพงงาม ซึ่งตั้งอยู่บริเวณปลายน้ำของคลองแม่ข่า อยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มี 146 ครัวเรือน มีคนในชุมชนประมาณ 500 คน มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพราะอยู่ใกล้กับไนท์บาร์ซ่า (ประมาณ 3 กิโลเมตร) และมีกลุ่มชาติพันธุ์ในชุมชนบางส่วนขายสินค้าอยู่ที่ไนท์บาร์ซ่า อย่างไรก็ตาม ทุกครัวเรือนมีอาชีพผูกติดกับเมือง เช่น ขายของที่ไนท์บาร์ซ่า รับจ้างที่ร้านอาหารแถวข้างตลาด ขายเป็นแม่ค้า รับจ้างขนผักที่ท่าเมืองใหม่ เป็นต้น จึงเป็นเหตุผลที่จำเป็นต้องอาศัยอยู่ในชุมชนแออัดในเมือง เพราะที่พักในเมืองมีราคาแพง พวกเขาไม่สามารถจ่ายไหว แต่ก็จำเป็นต้องอาศัยอยู่ใกล้แหล่งงาน เพื่อให้มีรายได้พอประทังชีวิต

สภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ส่วนใหญ่เช่าที่ดินราชพัสดุเป็นรายปี เนื้อที่ของแต่ละหลังประมาณ 10 - 20 ตร.วา เช่าปีละประมาณ 500 บาท น้ำที่ใช้ ส่วนใหญ่เป็นน้ำบ่อ เพราะน้ำประปาแพง จะต้องเข้าบ้านต้องเสียค่าใช้จ่ายเกือบ 10,000 บาท ไนโซนที่ติดกับน้ำแม่ข่า 30 หลังคาเรือน มีเพียงประมาณ 5 หลังที่ใช้น้ำประปา ส่วนน้ำกินซื้อเป็นถัง ถังละ 20 บาท ฐานะของคนในชุมชนโดยรวมแล้ว กลุ่มชาติพันธุ์น่าจะ

ฐานะดีกว่าคนเมือง สังเกตได้จากบ้านเรือนที่ดูมั่นคงกว่า บางหลังมีแอร์และมีบริเวณกว้างขวางกว่า อาจเป็นเพราะมีรายได้จากการขายของ ในขณะที่คนเมืองมักจะทำงานรับจ้างที่ได้ค่าแรงไม่มากนัก

จากการสัมภาษณ์ชาวบ้าน 2 คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนกำแพงงามมากกว่า 30 ปี เล่าว่า ในสมัยก่อนคลองมีน้ำใส มีผักตบชวา มีปลาเยอะ ซักผ้าได้ เล่นน้ำได้ จับปลากินก็ได้ จนเมื่อเริ่มมีสิ่งปลูกสร้างต่างๆ มากขึ้น (ราวๆ ปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา) ทั้งโรงฆ่าสัตว์ (เริ่มสร้างปี พ.ศ.2495) โรงย้อมผ้า (หลังโรงแรมเชียงใหม่ พลาซ่า) โรงแรม บิมน้ำมัน น้ำในคลองแม่ข่าจึงเริ่มดำ บางครั้งมีขนหมู ไล่ น้ำมัน ถูขยชะ ไหลมาในลำคลอง บ้านเรือนในเขตติดคลองประมาณ 30 หลังคาเรือน เมื่อก่อนเป็นคนเมืองเกือบทั้งหมด แต่ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา กลุ่มชาติพันธุ์เริ่มเข้ามาอยู่มากขึ้น จนปัจจุบันเหลือคนเมืองเพียงประมาณ 5 หลังคา 30 หลัง เป็นเพราะคนเมืองขายสิทธิ์ให้กลุ่มชาติพันธุ์ไปเกือบหมดแล้ว ราคาซื้อขายอยู่ที่ประมาณ 200,000-300,000 บาท

ในกรณีของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า จัดได้ว่าเป็นชุมชนแออัดที่อยู่ในกระแสของการต่อรองอำนาจของรัฐเช่นกัน โดยพวกเขาประสบกับปัญหามากมายในการที่จะอาศัยอยู่อย่างมั่นคงและมีคุณภาพชีวิตที่ดี (Gustavo Ribeiro and Angunthip Srisuwan 2005, Sunantana Nuanla-Or 2016) พวกเขาต้องเผชิญกับข่าวคราวของการไล่รื้ออยู่เสมอ ในปี พ.ศ.2540 พบว่า มีผู้บุกรุกคลองแม่ข่า 1,821 หลังคาเรือน จำนวนประชากร 7,370 คน เทศบาลและการเคหะแห่งชาติมีความพยายามย้ายผู้บุกรุกออกไปอยู่เคหะชุมชน แต่เนื่องจากเคหะชุมชนอยู่ไกลจากตัวเมืองมาก ทำให้โครงการนี้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยมีคนยื่นขอย้ายเพียง 400 กว่าราย เนื่องจากชีวิตของคนริมคลองแม่ข่าส่วนใหญ่มีอาชีพที่ผูกติดอยู่กับเมือง เช่น รับจ้างในร้านอาหาร รับจ้างขนผักที่ตลาดเมืองใหม่ ขายของที่ไนท์บาร์ซ่า เป็นต้น (แสวง ชัยวรรณเสถียร, 2548) แต่ในหลายกรณีก็ถูกไล่รื้อจริงๆ ความไม่มั่นคงแน่นอนเหล่านี้ เกิดจากการที่รัฐเห็นว่าพวกเขาเป็นกลุ่มคนที่สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับเมือง ในฐานะที่เป็นคนทำให้คลองเน่าเสีย ทั้งจากการทิ้งขยะและการทิ้งของเสียลงคลอง อย่างไรก็ตาม พวกเขาพยายามอยู่เสมอที่จะบอกกับสังคมว่า พวกเขาไม่ได้เป็นสาเหตุของปัญหาเหล่านี้ แต่เพียงผู้เดียว ยังมีโรงงาน ตลาด หรือโรงแรมมากมาย ที่ทิ้งน้ำเสียลงคลอง บางครั้งแค่การบอกกล่าวยังไม่เพียงพอ พวกเขาลงมือปฏิบัติด้วยการจัดกิจกรรมเก็บขยะในคลองอยู่เป็นประจำ พวกเขาพยายามอยากให้คลองสะอาดและน้ำไหลได้ดีเพื่อจะได้นำเรือมาล่องได้ เพื่อจะได้ทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้ชุมชนมีรายได้ด้วย การปฏิบัติดังกล่าวเริ่มได้ผลลัพธ์ที่ดี เมื่อมีการตั้งเทศบาลและนักวิชาการมาช่วยคิดช่วยทำในกิจกรรมต่างๆ จนในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เกิดประเพณีที่ผู้ว่าราชการจังหวัดที่มาใหม่จะต้องมาล่องเรือล่องคลองแม่ข่าเพื่อรับรู้รับฟังปัญหาและแนวคิดในการแก้ไขปัญหาจากชาวชุมชนคลองแม่ข่า

จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การที่ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าลุกขึ้นมารวมตัวกันพัฒนาเมือง ทำให้รัฐเริ่มหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับปัญหาของพวกเขามากขึ้น ในแง่การพัฒนาเมืองของชาวชุมชนแออัดจึงเป็นวิธีการหนึ่งในการต่อรองอำนาจกับภาครัฐที่ชาวชุมชนแออัดเลือกใช้ ซึ่งได้ผลในระดับหนึ่ง เพราะหลังจากนั้นการจะเข้ามาสำรวจหรือการจะเข้ามาพัฒนาพื้นที่เหล่านี้จะต้องมีการหารือกับตัวแทนชุมชนก่อน รวมถึงการเกิดขึ้นของโครงการ Imagine Maekha ที่เป็นความร่วมมือของ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) (พอช.) กับ กลุ่มสถาปนิกเพื่อชุมชน นักวิชาการ เครือข่ายภาคประชาสังคม และเครือข่ายของคนริมคลองแม่ข่า ที่มีงบประมาณจาก พอช. มาสนับสนุนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของคลองแม่ข่า โดยให้ภาคประชาชนได้ร่วมออกแบบและแสดงความคิดเห็นด้วย ต่างจากนโยบายรัฐที่ผ่านมาที่เป็นการสั่งการจากรัฐส่วนกลางเพียงอย่างเดียว

2.2 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในฐานะวิถีชีวิตแบบใหม่ของชาวชุมชนแออัด

งานศึกษาเกี่ยวกับสังคมดิจิทัลในแนวทางแบบมานุษยวิทยา กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างสำคัญ หลังการเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียที่ทำให้ผู้คนต่างมีพฤติกรรมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐศาสตร์การเมืองสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ การอพยพย้ายถิ่นขนาดใหญ่ ในขณะที่โลกที่แบ่งด้วยเส้นแบ่งทางภูมิศาสตร์เริ่มล่มสลาย ผู้คนสามารถย้ายถิ่นที่อยู่ไปในที่ต่างๆ ได้อย่างง่ายดายมากขึ้น ในสถานการณ์เช่นนี้ โซเชียลมีเดียจึงเป็นเครื่องมือที่จะเข้ามาตอบโต้กับสถานการณ์ที่เป็นไป เพราะโซเชียลมีเดียคือวิถีชีวิต ดังนั้นผู้คนจึงไม่เพียงแต่สื่อสารกันได้เท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้ (live together) แม้จะอยู่ห่างกันในทางกายภาพก็ตาม นอกจากนั้น โลกสมัยใหม่ยังทำให้ผู้คนต้องเผชิญกับสิ่งที่ตามมาอย่างไม่ได้ตั้งใจ ไม่ว่าจะเป็น ความเหงา ความโดดเดี่ยว และความเป็นปัจเจกบุคคล ดังนั้นมนุษย์ในฐานะสัตว์สังคมจึงสร้างเครื่องมือขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว และเครื่องมือนี้คือ “โซเชียลมีเดีย” ที่พวกเขาใช้มันเพื่อเข้าสังคม

ข้อกังวลหลักอย่างหนึ่งต่อเทคโนโลยีดิจิทัลก็คือ การที่คนในสังคมกลัวว่าเทคโนโลยีจะทำให้ความเป็นมนุษย์สลายหายไป เมื่อต้องเผชิญกับเทคโนโลยีใหม่ จนมีความเชื่อกันอย่างหนึ่งว่า การสื่อสารกันผ่านตัวกลาง (Mediator) ที่เป็นสื่อดิจิทัลเป็นความสัมพันธ์ไม่จริงแท้ (Authenticity) เท่าความสัมพันธ์จริงๆ ที่เกิดในโลกออฟไลน์ ความกังวลในลักษณะดังกล่าวย้อนกลับไปได้ตั้งแต่สมัยที่ชาวกรีกโบราณเริ่มจารึกลายลักษณ์อักษร ที่โสเครตีสได้เตือนผู้คนว่า การเริ่มจารึกลายลักษณ์อักษร (ที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ในขณะนั้น) จะเข้ามาแทนที่ขนบแบบมุขปาฐะของสังคมกรีก ซึ่งจะทำให้ผู้คนหลงลืมการคิด หากแต่ความกังวลดังกล่าวก็ไม่เกิดขึ้นจริงแต่อย่างใด

ในยุคก่อนหน้า การกลัวว่าโทรทัศน์จะลดทอนให้คนกลายเป็นแค่ “มนุษย์ติดจอ” กลายมาเป็นความกังวลยอดฮิต แต่ในปัจจุบันผู้คนต่างใช้ภาพที่คนในครอบครัวนั่งดูทีวีด้วยกันมาเปรียบเทียบกับภาพของคนติดจอมือถือ เพื่อสื่อว่าสื่อแบบโทรทัศน์ยังทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่จริงแท้กว่าการปฏิสัมพันธ์ในโลกดิจิทัล คล้ายกับกรณีของโสเครตีสคือความคิดที่ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะทำให้เราเสียความสามารถในการคิดไป เพราะจะทำให้มนุษย์เอาใจใส่สิ่งต่างๆ น้อยลง เนื่องจากมนุษย์ได้ย้ายความสามารถทางการรู้คิดบางส่วนอย่างความทรงจำเข้าไปอยู่ในอุปกรณ์ดิจิทัลแทน เป็นความกังวลว่า อุปกรณ์ดิจิทัลที่ถือเป็นตัวกลางแบบหนึ่งจะทำให้มนุษย์สูญเสียความจริงแท้ไป

อย่างไรก็ตาม นักมานุษยวิทยาปฏิเสธแนวคิดเรื่องความจริงแท้ที่ปราศจากตัวกลาง เพราะมองว่าอัตลักษณ์และความสัมพันธ์ทุกแง่มุมล้วนมีตัวกลาง อันได้แก่วัฒนธรรมและกติกาทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงเพศสภาพและความเป็นชาติพันธุ์ด้วย วงการมานุษยวิทยายอมรับโดยทั่วกันว่า สังคมชนเผ่าไม่ได้มีตัวกลางน้อยไปกว่าสังคมคนเมืองเลย เมื่อมนุษย์พบปะกัน ตัวกลางในการสื่อสารแบบซึ่งหน้าก็คือ ขนบแบบแผนและมารยาทที่กำหนดพฤติกรรมอันเหมาะสมของคนที่สนทนากัน กติกาเกี่ยวกับเครือญาติสามารถจำกัดสิ่งที่คนคนหนึ่งจะพูดได้ไม่แพ้ขีดจำกัดทางเทคโนโลยี ดังนั้นนักมานุษยวิทยาจึงมองว่า การสื่อสารออนไลน์อาจเปลี่ยนตัวกลางทางวัฒนธรรม แต่ไม่ได้ทำให้มีตัวกลางในความสัมพันธ์มากขึ้น สภาวะของสังคมออนไลน์จึงมีลักษณะเดียวกับสังคมออฟไลน์ที่ก็ต้องผ่านตัวกลางเช่นกัน

การทำความเข้าใจโซเชียลมีเดียตามแนวทางของมานุษยวิทยา มีแนวคิดสำคัญคือ 1. ลักษณะของโซเชียลมีเดียในแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าเกิดในบริบทและสถานที่ใด 2. โซเชียลมีเดียไม่ได้เป็นแค่แพลตฟอร์ม แต่ยังเป็นเนื้อหา (Content) ซึ่งเนื้อหานี้จะเป็นการประกอบสร้างขึ้น (Construct) โดยผู้คนในสังคมนั้นๆ มากกว่าจะเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ ดังนั้นเนื้อหาเหล่านี้จึงมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมที่

เฉพาะเจาะจงทั้งเรื่องด้านเวลาและสถานที่ประกอบอยู่ด้วย ในแง่นี้ โซเชียลมีเดียคือเนื้อหาอันหลากหลาย (Genres of Content) แต่ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาในรูปแบบใด มนุษย์ล้วนสร้างขึ้นมาก่อนที่จะมีโซเชียลมีเดียอยู่แล้ว การมองว่าโซเชียลมีเดียคือเนื้อหาอันหลากหลาย จะช่วยให้เห็นถึงบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานศึกษาในจีนพบว่า เด็กในโรงเรียนจะมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะที่ค่อนข้างเหนียวแน่น เพราะพวกเขาอยู่ในวัฒนธรรมที่จะต้องช่วยเหลือกันไปตลอดชีวิต ในขณะที่เด็กในอังกฤษไม่เป็นเช่นนั้น ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ปรากฏออกมาผ่านการโพสต์ในโซเชียลมีเดียด้วย 3. การทำความเข้าใจโลกของผู้คนในโซเชียลมีเดีย ควรทำความเข้าใจแบบ “องค์รวม” (Holistic View) ซึ่งหมายถึง การทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นรอบตัวผู้คน คือ พิจารณาความสัมพันธ์ของโลกในชีวิตจริงกับชีวิตในโลกออนไลน์ (Miller, 2012)

ก่อนจะมีโลกโซเชียล มนุษย์สื่อสารกันผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ 1. สื่อกระจายเสียงสาธารณะ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ผลของสื่อนี้คือ ใครๆ ก็เป็นผู้รับสารได้ หากสามารถเข้าถึงสื่อดังกล่าวได้ ผู้กระจายไม่อาจควบคุมได้โดยตรงว่าใครจะเป็นผู้รับสารบ้าง 2. การสื่อสาร “เป็นคู่” (dyadic) เช่น โทรศัพท์ ต่อมา การเกิดขึ้นของ internet ทำให้การแบ่งขั้วระหว่าง “สื่อสาธารณะ” และ “สื่อส่วนตัว” เริ่มเปลี่ยนไป คือปัจเจกสามารถส่งสารไปถึงคนกลุ่มใหญ่ขึ้นได้ เช่น สามารถส่งอีเมลหาคนเป็นกลุ่มได้ เริ่มมีกระดานข่าว ห้องแชต อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่ใหญ่ขึ้นก็ไม่ได้มากนัก อาจแค่ 200-300 คน ต่อจากนั้น การเกิดขึ้นของ smartphone และ platform แบบแบล็กเบอร์รี่ ทำให้เกิดการส่งข้อความส่วนตัวขยายกลายเป็น “การส่งข้อความแบบกลุ่ม” และคนมักใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้สร้างกลุ่มที่เล็กและเป็นส่วนตัวกว่า และอาจไม่มีใครเป็นศูนย์กลางของกลุ่มเลยก็ได้ โดยทั่วไปสมาชิกทุกคนสามารถโพสต์ได้อย่างเท่าเทียม สาระสำคัญของการศึกษาทางสังคมศาสตร์คือ “วิธีที่ผู้คนคบค้าสมาคมกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและสังคมรูปแบบต่างๆ” ซึ่งเรียกกันว่า “สถานะความเป็นสังคม” (Sociality) วิธีที่ดีที่สุดในการนิยาม “โซเชียลมีเดีย” โดยที่ยังครอบคลุมสื่อยุคก่อนหน้าคือ ระบุว่าสถานการณ์ใหม่นี้คือ “สถานะความเป็นสังคมที่ปรับระดับได้” (scalable sociality) มากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นเราควรมองโซเชียลมีเดียในฐานะ “พื้นที่” ที่พวกเราส่วนใหญ่ใช้เวลาบางส่วนของชีวิตอยู่ในนั้น ดังนั้นแล้วการศึกษาโซเชียลมีเดียจึงเป็นเรื่องทางสังคมพอๆ กับที่เป็นโลกของการสื่อสาร งานนี้จึงมองโซเชียลมีเดียในฐานะ “สถานที่” อีกแห่งที่ผู้คนเข้าไปใช้ชีวิต เคียงคู่กับชีวิตในที่ทำงาน ในบ้าน และในชุมชน (แดเนียล มิลเลอร์ และคณะ, 2562)

การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียในลักษณะดังกล่าว ทำให้งานศึกษาด้านมานุษยวิทยาดิจิทัลลดจำนวนหนึ่งพบว่า โซเชียลมีเดียในบางพื้นที่มีลักษณะของความเป็นอนุรักษ์นิยม (ทางสังคม) ค่อนข้างสูง ซึ่งหมายถึง ในโลกสมัยใหม่มีปัจจัยมากมายที่ทำให้ครอบครัวมีแนวโน้มที่จะกระจัดกระจาย และสมาชิกแต่ละคนต้องแยกตัวออกไป แต่โซเชียลกลับกลายเป็นเครื่องมือที่ผู้คนใช้เพื่อกลับไปหาปฏิสัมพันธ์แบบดั้งเดิม (Tradition Way of Social Interaction) ทั้งการกลับไปหา ครอบครัว ชุมชน ชีวิต และคุณค่าแบบดั้งเดิม เช่น ในอิตาลี ตุรกี อังกฤษ บราซิล หรือชนบทของจีน โซเชียลมีเดียทำให้คนเป็นปัจเจกบุคคลน้อยลง และหันไปเชื่อมต่อกับชุมชนมากขึ้น โดยที่คนส่วนใหญ่มักอยู่บน line หรือ WhatsApp ซึ่งมีกลุ่มเฉพาะของครอบครัวอยู่ด้วย ในแง่นี้เทคโนโลยีไม่ได้ทำให้ผู้คนได้มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดมากขึ้นเท่านั้น แต่ยังทำให้ความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวมีลักษณะคล้ายกับครอบครัวแบบโลกก่อนสมัยใหม่มากขึ้นด้วย (Miller, 2012) เช่น งานศึกษาชิ้นหนึ่งพบว่า ผู้สูงอายุที่สุขภาพไม่ดีและเคลื่อนไหวไม่ค่อยได้ มีโซเชียลมีเดียมาช่วยให้พวกเขารู้สึกเชื่อมต่อกับคนในครอบครัวมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่า โลกออนไลน์ (การใช้โซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุ) มีส่วนเข้ามาชดเชยในสิ่งที่โลกจริงขาดหายไป (ความสัมพันธ์กับครอบครัว) (Miller and Slater, 2000)

นอกจากนี้งานศึกษาเกี่ยวกับมานุษยวิทยาดิจิทัลยังพบว่า การเกิดขึ้นของโลกดิจิทัลส่งผลต่อชีวิตของผู้คนในหลายมิติ ทั้งต่อสังคม ปัจเจก และการเมือง ในแง่ผลกระทบต่อสังคม อินเทอร์เน็ตถูกมองว่าเป็น

พื้นที่ของการสร้างความเป็นชุมชนขึ้นมาใหม่อีกครั้ง (The Reconstruction of Community) ซึ่งแย้งกับความเชื่อที่ว่า โซเชียลมีเดียจะเข้ามาทำให้ความเป็นชุมชนหายไป แต่จริงๆ แล้วโซเชียลมีเดียจะกลายเป็นเครื่องมือใหม่ในการสร้างชุมชนใหม่ๆ ขึ้นมา ซึ่งไม่เหมือนชุมชนที่อยู่ติดกับพื้นที่ทางกายภาพแบบเดิม (Steven Jones, 2008) นอกจากนี้ยังพบว่า ชนพื้นเมือง (Indigenous) ในประเทศออสเตรเลียได้ใช้ช่องทางของสื่อออนไลน์ ในการสร้างสรรค์เรื่องราววัฒนธรรมของตนเองและสื่อสารเรื่องราวนี้กับชาวโลก ด้วยการผันตัวมาเป็น นักเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม (Cultural Activist) ซึ่งทำให้ประเด็นเรื่องตัวตนของชนพื้นเมืองได้รับความสนใจจากรัฐบาลมากขึ้น ในแง่นี้สื่อออนไลน์จึงกลายมาเป็นพื้นที่ใหม่ที่มาช่วยเสริมอำนาจให้กับกลุ่มคนด้อยอำนาจในสังคม (Ginsburg, 2008)

ในด้านปัจเจกบุคคล งานศึกษาของเรื่องการใช้ห้องสนทนา (Chat Rooms) ของชาวรัสเซีย พบว่าการสร้างตัวตนสมมติ (Avatar) ในโลกออนไลน์ ไม่ใช่การผลิตซ้ำตัวตนจริงในโลกออฟไลน์ แต่ในโลกออนไลน์ต่างหากที่พวกเขา รู้สึกมีตัวตนที่ได้เติมเต็มจิตวิญญาณและแรงปรารถนาของตัวเอง ที่ไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง ในแง่นี้ โลกออนไลน์จึงไม่ใช่เพียงโลกสมมติ แต่เป็นโลกจริงอีกใบหนึ่งที่ส่งผลต่อชีวิตของผู้คนอย่างแท้จริง (Humphery, 2009) ในพื้นที่ชายแดนตุรกีและซีเรียที่เป็นพื้นที่ของชาวมุสลิมเคร่งศาสนา และมีข้อปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องเพศที่เข้มงวด แต่การเข้ามาของ WhatsApp ได้เปลี่ยนพื้นที่นี้ไปอย่างสิ้นเชิง โดยทำให้คนหนุ่มสาวสื่อสารกันโดยตรงได้หลายร้อยข้อความใน 1 วัน โดยที่พ่อแม่และคนในชุมชนไม่ทราบ เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมแบบใหม่ที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลยในสังคมแบบเดิม (Morozov, 2011) อย่างไรก็ตาม ผู้คนในแต่ละพื้นที่ก็ตีความความเป็นส่วนตัวแตกต่างกัน เช่น ชาวอังกฤษที่อยู่ในลอนดอน มองว่าโซเชียลมีเดียทำให้ตัวเองสูญเสียความเป็นส่วนตัว ในขณะที่ชาวจีนมองว่า โซเชียลมีเดียทำให้พวกเขาได้รู้จักความเป็นส่วนตัวแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน เพราะในชีวิตประจำวันพวกเขาต้องแชร์ทุกอย่างกับคนอื่น ดังนั้นสำหรับคนจีน โซเชียลมีเดียถือว่าเป็น “จุดกำเนิดของความเป็นส่วนตัว” เลยก็ว่าได้ ในขณะที่แรงงานระดับล่างในโรงงานของจีนที่มีชีวิตที่ยากลำบากและไม่ได้ติดต่อกับครอบครัวบ่อยมากนัก พวกเขามีเพื่อนน้อย เพราะแต่ละคนต้องย้ายงานและเปลี่ยนที่อยู่บ่อยครั้ง โอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวจึงน้อยตามไปด้วย ในเงื่อนไขของชีวิตเช่นนี้ นอกจากการนอน การกิน และทำงานแล้ว ชีวิตแทบทั้งหมดของพวกเขาจะอยู่บนโลกโซเชียลมีเดีย ทั้งตัวตน ความปรารถนาส่วนตัว และจินตนาการที่เขามีต่อสังคมจีนสมัยใหม่ จึงล้วนถูกสร้างขึ้นบนโปรแกรมวีแชทและคิวคิว (Horst, 2010) ในแง่นี้การกดทับผู้คนจึงไม่ได้มาจากเรื่องการเมืองอย่างเดียว แต่ยังมีเรื่องความยากจนและเศรษฐกิจเป็นปัจจัยด้วย และในอีกด้านหนึ่งก็สะท้อนให้เห็นด้วยว่า การอพยพจากพื้นที่ออฟไลน์ไปยังพื้นที่ออนไลน์ เป็นการเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจจะมากกว่าการอพยพจากชนบทเข้ามาเป็นแรงงานในเมือง เพราะในเมืองพวกเขาเพียงแต่ทำงานเท่านั้น แต่พวกเขาใช้ทั้งชีวิตที่เหลืออยู่ในโลกดิจิทัล (แดเนียล มิลเลอร์ และคณะ, 2562)

ในด้านการเมือง Postill เสนอแนวคิดเรื่อง Digital Citizen โดยมองว่าการเกิดขึ้นของดิจิทัลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในทางการเมืองมากขึ้น แต่การมีส่วนร่วมนี้ก็มีลักษณะเป็นความสนใจเฉพาะกลุ่มมากขึ้นด้วย ในแง่นี้จึงเป็นการทำให้เกิดกลุ่มความสนใจมากขึ้น (Postill, 2008) อย่างไรก็ตาม โซเชียลมีเดียส่งผลต่อการเมืองในสองทางที่ตรงกันข้ามกันเสมอ ในด้านหนึ่งคือ โซเชียลมีเดียช่วยปลดปล่อยผู้คน เป็นเครื่องมืออันทรงพลังที่ทำให้พลเมืองและนักเคลื่อนไหวทางสังคมใช้ต่อสู้กับอำนาจรัฐ แต่ในอีกด้านหนึ่ง รัฐบาลก็ใช้โซเชียลมีเดียเช่นกัน ทั้งในเชิงการสื่อสารและการใช้หาตัวคนที่เป็นปฏิปักษ์กับรัฐ ดังนั้นจึงควรมองว่า โซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือหรือพื้นที่ใหม่ที่ทั้งสองฝ่ายใช้ต่อสู้กัน ซึ่งการต่อสู้กันนี้ส่งผลต่อการเมือง นอกจากนั้นการต่อสู้ทางการเมืองในโซเชียลมีเดีย มีลักษณะเป็นพลวัตสูงและเป็นไปอย่างไม่สิ้นสุด เช่น เมื่อรัฐบาลตามจับนักเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านเฟซบุ๊ก แต่เมื่อฝ่ายหลังรู้ตัว พวกเขาก็จะเปลี่ยนแพลตฟอร์มไปเรื่อยๆ เป็นต้น การทำ

ความเข้าใจถึงผลกระทบต่อการเมืองของการใช้โซเชียลจึงเป็นประเด็นที่ควรตระหนัก เพราะมีความเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทและลักษณะของผู้ใช้ (Miller, 2012)

ในประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคมกับโลกโซเชียลมีเดีย มีคำถามสำคัญในการศึกษาอยู่ว่า อินเทอร์เน็ตและการเข้าถึงโซเชียลมีเดียจะช่วยให้กลุ่มคนด้อยโอกาสมีชีวิตที่ดีขึ้นหรือไม่ ซึ่งพบว่า แม้โซเชียลจะช่วยสร้างความเท่าเทียมได้มากขึ้นในด้านการสื่อสารและการเข้าถึงสังคมในสังคมที่มีความเหลื่อมล้ำสูง แต่ก็ไม่ได้ส่งผลต่อความเหลื่อมล้ำในโลกออฟไลน์เสมอไป โดยความเหลื่อมล้ำนั้นมีหลายรูปแบบ ไม่ใช่เฉพาะทางเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่บ่อยครั้งมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำด้วย เช่น เชื้อชาติ การเมือง การเข้าถึงทรัพยากร เป็นต้น หลักคิดที่เกี่ยวข้องกับความเหลื่อมล้ำคือ การเลื่อนฐานะทางสังคม ซึ่งหมายถึงความสามารถของคนในการยกระดับสถานะทางสังคมของตนเอง เทคโนโลยีเป็นช่องทางหลักช่องทางหนึ่งที่จะทำให้คนมีอภิสิทธิ์น้อยได้เข้าถึงทรัพยากรต่างๆ ซึ่งการส่งเสริมให้คนเข้าถึงสื่อใหม่ กลายเป็นพื้นฐานของการพัฒนาสมัยใหม่และช่วยให้คนได้มี “ปากเสียง” ของตัวเองมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มนักคิดบางส่วนเห็นว่า เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่นี้จะทำให้ความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่ในสังคมทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น เนื่องจากคนจนจะถูกกีดกันออกไป ส่วนคนรวยจะมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากกว่า เกิดเป็น “ช่องว่างดิจิทัล” (Digital Divide) ต่อมาเมื่อคนเข้าถึงโซเชียลมีเดียและทรัพยากรอื่นบนโลกออนไลน์ได้มากกว่าเดิมก็เกิดเป็นความกังวลเรื่อง “ช่องว่างทางเครือข่าย” (Network Divide) ขึ้นมา โดยกังวลว่าคนจนจะมี “ทักษะยุคดิจิทัล” (Digital Literacy) ซึ่งหมายถึง ทักษะที่จำเป็นต่อการสร้างเครือข่ายสังคมบนโลกออนไลน์ ได้ไม่เท่ากับคนชั้นกลางหรือคนรวย ในขณะที่นักคิดอีกกลุ่มหนึ่งมองในทางตรงข้าม คือ มองเทคโนโลยีในด้านดี โดยเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตเป็นตัวแทนของความเท่าเทียม เสรีภาพในการแสดงออก และประชาธิปไตย เกิดเป็นวาทกรรมเรื่องการสร้างเครือข่ายทางสังคมในโลกออนไลน์ของประชาชนเพื่อต่อสู้กับกลุ่มผู้มีอำนาจหลักในสังคมคือ รัฐและทุนใหญ่ที่เป็นผู้ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในสังคม อย่างไรก็ตาม งานศึกษาอีกจำนวนมากพบว่า การมองโซเชียลมีเดียแบบมีธงในใจไว้ก่อนในลักษณะคู่ตรงข้าม (ด้านดี VS ด้านไม่ดี) ไม่ได้ทำให้เกิดความเข้าใจที่แท้จริงในประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำกับโซเชียลมีเดีย ทางออกที่ควรจะเป็นคือ การหันมาใช้แนวทางการวิเคราะห์ที่คำนึงถึงผลกระทบอันซับซ้อนและมักขัดแย้งกันเองของโซเชียลมีเดียที่มีต่อความเป็นจริงอันซับซ้อนในชีวิตของผู้คน โดยการใช้แนวทางการวิเคราะห์เชิงชาติพันธุ์วรรณาอย่างละเอียดลึกซึ้งกับความเปราะบางที่เกิดขึ้นในแต่ละบริบท อันจะทำให้เห็นความแตกต่างและเกิดความเข้าใจที่แท้จริง (Miller, 2012)

ตัวอย่างเช่นในประเทศชิลี ผู้คนใช้โซเชียลมีเดียในหลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับบริบทที่ต่างกัน ชิลีทางตอนเหนือมีทรัพยากรสินแร่จำนวนมาก ทำให้ชนชั้นนำต่างร่ำรวยกับการเข้ามาทำธุรกิจสินแร่ อย่างไรก็ตาม ผู้คนโดยทั่วไปไม่ค่อยได้ผลประโยชน์จากสินแร่นี้เท่าใดนัก ในโซเชียลมีเดียผู้คนจำนวนหนึ่งโพสต์ถึงชีวิตที่ดี ร่ำรวยหรูหรา เพื่อแสดงความมั่งคั่งให้คนได้เห็น แต่สำหรับชาวเมืองพื้นถิ่นที่ไม่ได้รับประโยชน์ การอวดโอ่ดังกล่าวเป็นการทำลายความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในพื้นที่ ผลก็คือคนเหล่านี้ถูกเรียกว่าเป็นพวกเห็นแก่ตัว เพราะไม่ยอมแบ่งปันความมั่งคั่งและโชคลาภที่ไม่ใช่เงินอย่างชาญฉลาด หรือกระทั่งตกเป็นเป้าหมายว่าอาจเชื่อมโยงกับขบวนการค้ายาเสพติด ผลจากเรื่องดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า คนที่อวดโอ่ความมั่งคั่งเร็วเกินไป อาจมีสถานะทางสังคมที่ตึกกว่านี้ หากอยู่ในเมืองใหญ่ที่คนรอบตัวให้คุณค่ากับวัตถุมากกว่าสำนึกชุมชน ผลกลับกลายเป็นว่าคนกลุ่มนี้อาจถูกกีดกันด้วยพรมแดนทางสังคมซึ่งตั้งขึ้นจากอุดมการณ์เรื่องผลประโยชน์ส่วนรวมและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ในอีกทางหนึ่ง การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการสร้างอารมณ์ขันร่วมกันกลับได้ผลดีกว่า คือ การสร้างอารมณ์ขันว่าเป็นคนจนร่วมกัน เป็นการเชื่อมโยงกับคนอื่นๆ ด้วยการโพสต์เสียดสีตัวเองว่าจน ขาดสิทธิ์ทางการเมือง ที่แม้แต่คนมีอันจะกินก็ยังโพสต์มิมกับข้อความที่สื่อถึงเรื่องตลกของการเป็นคนจน ในกรณีนี้คือการตระหนักถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในวงกว้าง ซึ่งเกิดจากแรงจูงใจที่ไม่มีใครมี

อภิสิทธิ์เหนือใคร นอกจากนี้ยังสร้างความภาคภูมิใจเป็นหมู่คณะในฐานะที่เป็นคนชายขอบด้วยกัน ในอีกกรณีหนึ่ง สารที่ส่งออกไปในโลกโซเชียลไม่ได้มีลักษณะเพียงเพื่อความขบขันอีกต่อไป แต่เป็นการขอความช่วยเหลืออย่างจริงจังกับโลกภายนอกและรัฐบาล เมื่อเกิดเหตุแผ่นดินไหวในปี ค.ศ.2014 ในช่วงหลายสัปดาห์และหลายเดือนหลังแผ่นดินไหว โซเชียลมีเดียกลายเป็นพื้นที่ที่ทำให้คนหันมาสนใจความทุกข์ยากของผู้ได้รับผลกระทบ และต่อยอดความช่วยเหลืออันจำกัดจำเขี่ยของรัฐบาลระดับชาติ ที่ครอบคลุม 400 ครัวเรือนต้องไร้บ้าน ต้องใช้ชีวิตในเต็นท์เกือบ 2 เดือนกว่าหน่วยงานบรรเทาสาธารณภัยของรัฐบาลจะมาสร้างบ้านพักชั่วคราวให้ ในช่วงเวลาดังกล่าว โพสต์ต่างๆบนโลกโซเชียลพุ่งเป้าไปที่คนภายนอกมากขึ้น จากที่เคยสื่อสารกันแค่ในชุมชนเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อให้คนหันมาสนใจความทุกข์เชิงของเหยื่อแผ่นดินไหว และกดดันให้รัฐบาลแบ่งสรรทรัพยากรมาเยียวยา กล่าวโดยสรุป ตัวอย่างการใช้โซเชียลมีเดียของชาวซีลี มีทั้งคนที่ใช้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นพลเมืองโลกและความมั่งคั่ง ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งใช้อารมณ์ขันเพื่อสื่อถึงโศกนาฏภัยที่แท้จริงของความฉาบฉวยเหล่านี้ แล้วผลักดันวาระที่เกี่ยวกับความเท่าเทียมแทน อย่างไรก็ตาม การทำความเข้าใจขึ้นอยู่กับขอบเขตการมองด้วยว่ามองในมุมกว้างหรือแคบเพียงใด เมื่อคนในพื้นที่มองตัวเองเทียบกับทั้งประเทศ ดังเช่นตอนที่พวกเขาต้องทำเพราะเกิดแผ่นดินไหว ความแตกต่างภายในก็ลดความสำคัญลง เมื่อเทียบกับความสัมพันธ์ที่พวกเขามีกับคนอื่นในระดับชาติหรือในบริบทที่เป็นสากลที่พวกเขาใช้ชีวิตอยู่ (แดเนียล มิลเลอร์ และคณะ, 2562)

การสร้างความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าเป็น “สังคมเครือข่าย” (Network Society) ตามแนวคิดของ Manuel Castells ที่เสนอไว้ว่า ในปัจจุบันสังคมของเราได้ผ่านยุคสมัยของการเป็นสังคมอุตสาหกรรมเข้าสู่ยุคสมัยของข้อมูลข่าวสารเรียบร้อยแล้ว ซึ่งสังคมข้อมูลข่าวสารนี้เกาะเกี่ยวกันด้วยข้อมูลที่ไหลเวียนอยู่ในโลกดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญ ในมิติเรื่องอำนาจ Castells อธิบายว่า อำนาจในสังคมเครือข่ายจะแสดงออกมาได้หลายทิศทาง ต่างจากการอธิบายอำนาจแบบเดิมทั้งทางรัฐศาสตร์และสังคมวิทยา โดยเสนอว่าในประวัติศาสตร์ของมวลมนุษยชาติ การสื่อสารและข้อมูลข่าวสารทำหน้าที่ทั้งสนับสนุนและต่อต้านอำนาจ แต่ “อำนาจ” ในโลกของสังคมเครือข่ายนั้นมีข้อพิจารณาอยู่ 4 ประการ คือ 1) อำนาจของเครือข่าย (Networking Power) ขึ้นอยู่กับตัวแสดงและองค์กรที่รวมอยู่ในเครือข่ายนี้ ที่ได้สถาปนา “แกน” ของเครือข่ายสังคมโลกเหนือสังคมและปัจเจกที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายอันนี้ 2) อำนาจเป็นผลมาจาก “มาตรฐาน” ที่กำหนดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ภายในเครือข่ายนี้ ซึ่งในกรณีนี้ “อำนาจ” หาได้เกิดจากการ “แยกตัวออก” (exclusion) แต่เป็นผลมาจากการสะสมจากกฎของการ “รวมกันเข้า” (inclusion) 3) อำนาจของเครือข่ายเกิดจากอำนาจของตัวแสดงทางสังคมที่มีอยู่เหนือตัวแสดงอื่นๆ ในเครือข่าย รูปลักษณะและกระบวนการของอำนาจเครือข่ายมีลักษณะอย่างจำเพาะอยู่ในแต่ละเครือข่าย 4) เครือข่ายการสร้างอำนาจ อำนาจนั้นมาจากการวางโปรแกรมเครือข่ายเฉพาะ ที่มีความสนใจอย่างจำเพาะและค่านิยมบางอย่างของโปรแกรมเมอร์ เป็นอำนาจของการสลับสับเปลี่ยนเครือข่าย ตามยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับแนวร่วมระหว่างตัวแสดงที่มีพลังในการชักจูงครอบงำกับเครือข่ายที่หลากหลาย (Castells, 1996)

ข้อสังเกตของ Castells ต่อความสัมพันธ์ทางอำนาจในระบบสังคมเครือข่ายแบบใหม่นี้ จะมีรูปแบบการจัดวางความสัมพันธ์ใหม่ แตกต่างจากรูปแบบทางสังคมแบบเดิม กล่าวคือ มีอำนาจที่แท้จริงนี้ดำรงอยู่และแฝงฝังอยู่ภายในเครือข่าย โดยมีความสัมพันธ์แบบแนวระนาบ (Horizontal) ที่เชื่อมโยงไปสู่ความเท่าเทียมกันของสมาชิกในโลกสังคมเครือข่ายนี้ ตัวอย่างของแนวคิดนี้คือข้อเสนอที่สำคัญจาก เरिक ชมิท (Eric Schmidt) และ จาเร็ด โคเฮน (Jared Cohen) ที่กล่าวไว้ในหนังสือที่ชื่อ The New Digital Age (2013) โดยเฉพาะในบทที่ 4 ที่ว่าด้วย “อนาคตของการปฏิวัติ” อย่างสรุปว่า แม้นแนวโน้มของการของลุกฮือขึ้นต่อต้านรัฐ (Uprising) ในปัจจุบันจะมีแนวโน้มที่สูงขึ้น จากพื้นที่ที่เปิดกว้างต่อการแสดงความคิดเห็นที่รองรับจากระบบคลาวด์ซึ่ง แต่ก็พบว่าความยั่งยืนของการปฏิวัตินั้นกลับเป็นเรื่องที่ทำได้ยากกว่ามาก เพราะในโลกแบบ “ออฟไลน์” นั้น

เรียกองค์ประกอบของการบริหารจัดการทางการเมืองต่างๆ อีกทั้งเรียกร่องประสบการณ์ทางการเมืองที่จะต้องฟันฝ่าไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งก็พบว่ามีความล้มเหลวของการปฏิบัติที่เมื่อเปลี่ยนแปลงและโค่นล้มอำนาจเดิมไปแล้ว แต่ก็ไม่สามารถที่จะ “พิทักษ์” การปฏิบัติเอาไว้ได้ การปฏิบัติแบบเดิมในโลก “ออฟไลน์” นั้นมีธรรมชาติของความสัมพันธ์ทางอำนาจแบบ “แกน” (Node) และไล่ลำดับจากบนสู่ล่าง ในขณะที่แบบ “ออนไลน์” ความสัมพันธ์นั้นเป็นไปแบบไร้แกน ในอดีตแกนนำของการปฏิวัตินั้นเป็น “เอกสิทธิ์” ของคนกลุ่มน้อยที่ถูกการ “จัดตั้ง” และรับเข้ามาสู่ขบวนการในรูปแบบที่เป็นความลับ ได้รับการอบรมอย่างพิเศษจากต่างประเทศ ในขณะที่การปฏิวัติสมัยใหม่กลับอาศัยการใช้แพลตฟอร์มที่เราคุ้นเคยกันดีมาระดมผู้คนโดยได้สลายเอกสิทธิ์ของแกนนำเหล่านี้ออกไป ทั้งนี้โลกแบบใหม่ยังลดความลังเลในการเข้าร่วมขบวนการในพื้นที่ออนไลน์ เช่น บทบาทของผู้หญิงในอาหรับสปริงเข้ามามีส่วนร่วมในการเคลื่อนไหวเป็นอย่างมาก รวมถึงการระดมเข้าสู่การเคลื่อนไหวในพื้นที่ “ออฟไลน์” ด้วย ครอบคลุมถึงระบบสนับสนุนทางการเงินออนไลน์ก็เอื้ออย่างมากในการที่จะระดมทุนเพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวนี้ด้วย (เอริค ชมิด, 2557)

ในกรณีของชุมชนริมคลองแม่ข่า จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของคนในชุมชนแม่ข่า พบว่า ครึ่งเรือนส่วนใหญ่ใช้มือถือที่เล่นอินเทอร์เน็ตได้ โดยมีรายจ่ายต่อเดือนในการใช้อินเทอร์เน็ตในมือถือที่ประมาณ 600-700 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นเงินจำนวนไม่น้อยเมื่อเทียบกับรายได้ที่ไม่ได้มากนัก แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน กิจกรรมที่ทำในโลกออนไลน์ก็มีหลากหลายทั้งการซื้อขายสินค้าออนไลน์ การใช้บริการแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Grab Car, Grab Food, Food Panda หรือแม้แต่การดูหนังผ่าน Netflix ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตที่ปรับเข้าหาโลกออนไลน์อย่างเต็มตัว ไม่ต่างจากชนชั้นกลางทั่วไป นอกจากนี้ยังใช้เพื่อการศึกษา ไปจนถึงการทำงาน รวมไปถึงการใช้เพื่อการรณรงค์เรื่องการดูแลสุขภาพคลองแม่ข่า เช่นการสร้างกลุ่ม line ของผู้นำชุมชนที่อยู่ริมคลองแม่ข่า 22 ชุมชน คอยรายงานสถานการณ์การดูแลคลองและนัดแนะประชุมหารือกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารความเป็นไปในการร่วมกันดูแลคลองแม่ข่า ที่ต่อมาเริ่มใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มคนอื่นๆ ไปด้วย เพื่อเป็นการบอกกล่าวถึงสภาพปัญหา หรือแม้กระทั่งสร้างความเข้าใจใหม่ว่าคนริมคลองไม่ได้เป็นคนทำลายคลองแต่เป็นคนดูแลคลอง ไปจนถึงการเชิญชวนให้กลุ่มคนต่างๆ เข้ามาร่วมแก้ไขปัญหา ทั้งภาคราชการ ภาคประชาชน นักวิชาการ รวมถึงบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ยังมีกลุ่มคนนอกชุมชนที่ร่วมเป็นเครือข่ายภาคประชาสังคมได้มีโครงการพัฒนาคลองแม่ข่าอย่างรอบด้าน และสร้างเพจเฟซบุ๊ก Imagine MaeKha ที่ใช้สื่อสารเรื่องคลองแม่ข่าให้สังคมในวงกว้างได้รับรู้ ซึ่งแม้จะสร้างขึ้นได้เพียง 7 เดือน (พ.ย.61-พ.ค.62) แต่มีผู้ติดตามเพจแล้วถึง 1,880 คน ทำให้ประเด็นเรื่องคลองแม่ข่าเป็นที่รับรู้ในวงกว้างในเวลาอันรวดเร็ว ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์สำหรับชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าไม่ได้เป็นเรื่องไร้สาระดังที่มายาคติมักกล่าวไว้ แต่เป็นช่องทางใหม่ที่ทำให้พวกเขาได้ขยายชีวิตของตนเองทั้งในทางเศรษฐกิจและทางสังคม

2.3 สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะพื้นที่ที่สาม (Third Space) เพื่อการต่อรองอัตลักษณ์ของคนจนเมือง

Edward Soja ได้เสนอแนวคิดเรื่อง “พื้นที่ที่สาม” (Third Space) ไว้ว่า พื้นที่ที่สาม หมายถึง พื้นที่ที่ผู้คนให้ความหมายกับพื้นที่ดังกล่าวตามประสบการณ์ทางสังคมของตนเอง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ต่างจาก พื้นที่ที่หนึ่ง (First Space) ซึ่งเป็นพื้นที่จริงหรือพื้นที่ทางกายภาพ ที่ผู้คนสามารถสัมผัสรับรู้ได้ เช่น แผนที่ อาคารบ้านเรือนต่างๆ และพื้นที่ที่สอง (Second Space) ที่เป็นพื้นที่ในความคิดหรือจินตนาการที่เป็นภาพตัวแทนของพื้นที่ที่หนึ่ง (Mental Space) เช่น เมื่อกล่าวถึงเมืองเชียงใหม่ (พื้นที่ที่หนึ่ง) ผู้คนก็จะนึกถึงอากาศหนาว สาวงาม เป็นต้น ส่วนพื้นที่ที่สามนั้นเป็นพื้นที่ที่ผู้คนให้นิยามตามประสบการณ์ทางสังคมของตัวเอง ตัวอย่างเช่น พื้นที่ตลาด

พื้นที่ที่หนึ่งก็คือ สถานที่แห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง พื้นที่ที่สอง คือ เมื่อผู้คนนึกถึงตลาด ก็จะมีคนนึกถึงสถานที่ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน ส่วนพื้นที่ที่สามของตลาด ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทางสังคมที่นำมาสู่การให้ความหมายกับพื้นที่ตลาด เช่น กลุ่มแม่บ้านที่ไปตลาดเป็นประจำมองตลาดว่าเป็นพื้นที่ที่ผู้คนมาพบปะพูดคุย นินทา กัน หรือเป็นสถานที่สำหรับมาซื้อสินค้าท้องถิ่นต่างๆ ในขณะที่แม่ค้าในตลาดอาจมองว่าตลาดคือที่ทำงานของพวกเขา เป็นต้น (Soja, 1996)

นอกจากนี้ พื้นที่ที่สามยังเป็นพื้นที่ที่วัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เข้ามาผสมผสานกันอย่างต่อเนื่อง โดยการนำความหมายแบบเดิมของวัฒนธรรมมาสร้างใหม่ในบริบทใหม่ พื้นที่แบบนี้เอื้อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ขึ้นมา เป็นพื้นที่ตรงกลางระหว่างวัฒนธรรมเดิม (Tradition) กับความเป็นสมัยใหม่ (Modernity) การผสมผสานนี้ รูปแบบทางวัฒนธรรมอาจไม่เปลี่ยนแปลง แต่ความหมายของวัฒนธรรมนั้นเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่ที่สาม คือ พื้นที่ของการให้ความหมายให้เหตุผลของ คนต่างกลุ่ม ที่มาปะทะสังสรรค์กัน เป็นพื้นที่ที่คนต่างกลุ่มต่างรุ่นมาเจอกัน เป็นพื้นที่ที่ไม่ติดอยู่กับคู่ตรงข้าม เป็นพื้นที่ที่ต่อรอง เป็นพื้นที่ความรู้ เป็นพื้นที่ที่ “ความเชื่อ/วัฒนธรรมเดิม” มาปะทะกับ “ความเป็นสมัยใหม่” ความคิดดังกล่าว ทำให้การมองพื้นที่ทางกายภาพมีมิติที่ซับซ้อนมากขึ้น ทำให้เห็นถึงความคิดหรือประเด็นใหม่ที่ผู้คนสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อต่อรองกันภายในพื้นที่ทางกายภาพเดียวกัน

งานศึกษาเรื่อง Ghosts of the New City (2014) ของ Andrew Alan Johnson ทำให้เห็นว่า ในพื้นที่ของเมืองเชียงใหม่ มีการเข้ามาต่อรองความหมายของพื้นที่เป็นจำนวนมาก งานศึกษาดังกล่าวค้นพบว่า ชาวบ้านนำความเชื่อเรื่องผีและสิ่งศักดิ์สิทธิ์มาใช้อธิบายการพัฒนาที่ล้มเหลว ซึ่งหมายถึง การพัฒนาที่เน้นแต่ด้านวัตถุและไม่แจกกระจายไปสู่คนทั่วไปอย่างทั่วถึงในหลายกรณี ตัวอย่างเช่น กรณีของการอธิบายบ้านจัดสรรร้างที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 โดยชาวบ้านมักเชื่อกันว่าบ้านร้างเหล่านี้มีผีสิงอยู่ และไม่ได้แค่อุบายเท่านั้น แต่ผีคือตัวทำลายทำให้บ้านจัดสรรเหล่านี้ไม่สามารถอยู่ได้อีกต่อไป เช่นกรณีของหมู่บ้านลัดดาแลนด์ ที่มีเรื่องเล่าถึงเหตุการณ์ฆาตกรรมในบ้านหลังหนึ่ง และผู้เสียชีวิตกลายเป็นผีที่ตามหลอกหลอนผู้คนในหมู่บ้าน จนอยู่ไม่ได้กันที่สุดในที่สุด หรือในกรณีของพื้นที่อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ที่เทศบาลต้องการจะจัดพื้นที่เพื่อตั้งตึกนักท่องเที่ยว ซึ่งสำหรับชาวบ้านที่อยู่มาดั้งเดิมรู้สึกไม่พอใจ จึงใช้ความเชื่อเรื่องความศักดิ์สิทธิ์มาต่อรอง ด้วยการเข้าไปทำพิธีเข้าทรงในบริเวณดังกล่าว เพื่อจะสื่อสารกับรัฐว่าพวกเขาก็ควรมีสิทธิในพื้นที่ดังกล่าวด้วย ไม่ใช่รัฐหรือนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว การทำพิธีเข้าทรงดังกล่าว เป็นการนำประเพณีเดิมมาใช้ในบริบทใหม่ ซึ่งเปลี่ยนความหมายของพิธีกรรมดั้งเดิมไปเป็นความหมายของการต่อรองกับรัฐ เป็นการสร้างพื้นที่ที่สามขึ้นมา โดยใช้รูปแบบประเพณีเดิมมาสื่อความหมายใหม่

ตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อเรื่องผียังคงมีอยู่ แม้จะเข้าสู่ความเป็นสมัยใหม่แล้วก็ตาม เป็นการใช้ความเชื่อดั้งเดิมที่เชื่อว่า ผีในเมืองจะเกิดขึ้น (emerge) ในจุดช่วงเวลาเฉพาะ ตอนที่ความหวังเรื่องความเจริญของเมืองพังทลายลง Mary Beth Mills (1995) อธิบาย ความกลัวเรื่องลึกลับในโลกสมัยใหม่ คือ บทวิจารณ์ของความเป็นสมัยใหม่ ซึ่งหมายถึง การแสดงออกถึงความคับข้องใจและการตั้งคำถามกับการพัฒนา ผ่านการใช้ความเชื่อเรื่องผีมาอธิบาย ในกรณีของความเชื่อเรื่องผีในเมืองเชียงใหม่มีความเชื่อพื้นฐานมาจากความเชื่อดั้งเดิม โดยเชื่อกันว่า ผีไม่มีมานานแล้ว เช่น ในตำนานเมืองน่าน จะมีผีเปรตกับยักษ์เกิดขึ้นหรือออกมาตอนที่บ้านเมืองเกิดเหตุไม่ตีต่างๆ นอกจากนั้นยังมีความเชื่อเรื่องคนกลาง เช่น ข่าม/ร่างทรง ที่จะเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้คนกับผู้มีอำนาจที่เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยในสมัยก่อน อำนาจในการวางผังหรือออกแบบเมืองต้องผ่าน “คนกลาง” เหล่านี้ แต่การพัฒนาจากรัฐส่วนกลางในปัจจุบัน ไม่มีตัวกลางเหล่านี้ เป็นแต่เพียงข้าราชการที่มีอำนาจจากส่วนกลางมาจัดการเมือง ซึ่งเป็นการข้ามหัวประชาชน

อย่างไรก็ตาม ชาวเชียงใหม่ก็ไม่ได้แค่วิพากษ์วิจารณ์การพัฒนาผ่านความเชื่อเรื่องผีหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพียงอย่างเดียว แต่พวกเขาได้สร้างพื้นที่ที่สามให้ปรากฏออกมาเป็นรูปธรรม ผ่านการสร้างความหมายเรื่องความเป็นล้านนา และทำให้ปรากฏผ่านการออกแบบตีกรามบ้านช่องต่างๆ เพื่อจะบอกว่า เชียงใหม่มีตัวตนในการพัฒนาเมืองของตนเอง ไม่ใช่เป็นเพียงเมืองที่จะพัฒนาไปเป็นเมืองแบบกรุงเทพฯ ที่พัฒนาแต่ด้านวัตถุอย่างที่รัฐส่วนกลางพยายามทำ เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาปรับปรุงเป็นของใหม่เพื่อสื่อสารความเป็นตัวเอง อาจกล่าวได้ว่า การหวนสู่ความเป็นล้านนาสำหรับกลุ่มปัญญาชนเชียงใหม่ คือ การหนีจากทุนนิยมและบริโคนิยม โดยใช้การออกแบบพื้นที่แบบภาคเหนือ เช่น พื้นที่ช่วง คือ การพาชาวเหนือให้หลุดพ้นจากโลกาภิวัตน์ (globalism) บริโคนิยม (consumerism) และทุนนิยม (capitalism) ความเจริญของเชียงใหม่จึงถูกนิยามโดยคนเชียงใหม่ให้ต่างจากกรุงเทพฯ และตะวันตก ในความหมายที่ว่า เป็นความเจริญแบบมีวัฒนธรรม ไม่ใช่บริโคนิยมและทุนนิยม

แนวคิดเรื่องพื้นที่ที่สาม คือแนวคิดที่พูดถึงการต่อรองอำนาจในการจัดการพื้นที่อย่างหนึ่ง ในกรณีของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า พื้นที่ทางกายภาพคือพื้นที่ที่เป็นข้อจำกัดสำหรับชีวิตของพวกเขาเป็นอย่างยิ่ง เพราะทั้งแออัด น้ำเน่าเหม็น สกปรก เป็นพื้นที่ที่ไม่มีใครอยากจะอาศัยอยู่ถ้าไม่มีความจำเป็น แต่ด้วยทางเลือกที่มีข้อจำกัดมากมายพวกเขาจำเป็นต้องจัดการพื้นที่เหล่านี้ให้ได้ หนึ่งในวิธีการที่พวกเขาได้ทำคือ ความพยายามที่จะต่อรองอำนาจผ่านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ให้คนในสังคมเห็นว่า พวกเขาเป็นคนพัฒนาคลองไม่ใช่คนทำลายคลอง การสื่อสารดังกล่าวเริ่มขึ้นในคลิป YouTube คลิปหนึ่งที่ชื่อว่า “ชุมชนกับมิติใหม่ในการจัดการปัญหาคลองแม่ข่า”¹ โดยมีการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนของคลองแม่ข่า ทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงความคิดและตัวตนของคนริมคลองอย่างกว้างขวาง การสื่อสารภาพลักษณ์ดังกล่าว นอกจากจะทำให้ประเด็นเรื่องคลองแม่ข่ากลับมาเป็นที่สนใจของสังคมแล้ว ยังทำให้ชาวชุมชนแม่ข่าเริ่มได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น ในฐานะผู้ดูแลคลอง ในแง่นี้การสื่อสารภาพลักษณ์ดังกล่าวจึงเป็นความพยายามในการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ดังนั้นจึงเป็นการสร้างพื้นที่ที่สามเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ โดยความคิดเรื่องอัตลักษณ์หมายถึงการปรับภาพลักษณ์ไม่ใช่เพียงเพื่อให้ดูดี แต่เพื่อปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจบางอย่าง

มากไปกว่านั้น ในระดับปัจเจกยังเห็นความพยายามในการสร้างตัวตนแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นความใฝ่ฝันของนักแคสเกมส์อายุน้อย ความใฝ่ฝันถึงการเป็นนายแบบและนางแบบวัยรุ่นที่มีคนติดตามมากมาย หรือการเป็นนักซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้ามีไอโปรที่สามารถไลฟ์สดการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าให้โลกโซเชียลได้ชม ความใฝ่ฝันและความพยายามเหล่านี้ ไม่ได้เป็นเรื่องของความหลงใหลในตัวเองเท่านั้น แต่เกิดผลกับชีวิตจริงๆ ทำให้พวกเขาได้มีตัวตนขึ้นมาจริงๆ ในแบบที่พื้นที่ทางกายภาพแบบเดิมไม่สามารถให้พวกเขาได้

ในแง่นี้อาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าพยายามสื่อสารออกมาในพื้นที่ที่สามซึ่งหมายถึง พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ คือ “การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์” ที่เป็นมิติใหม่ของชีวิตประจำวันที่ย้ายขอบเขตออกมา ความคิดดังกล่าวเกิดจากการที่เรามองว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากการประกอบสร้างผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่ใช่สถานะทางจิตใจ งานของเซนต์แนตต์ (Richard Sennett) แสดงให้เห็นว่า ในยุคโบราณ อัตลักษณ์ถูกกำหนดไว้แล้วแทบทั้งสิ้น คนคนหนึ่งมักจะถือกำเนิดในชนชั้นหนึ่ง มีอาชีพอย่างหนึ่ง มีบทบาททางสังคมแบบหนึ่ง และมีภูมิฐานะจากที่หนึ่ง ซึ่งมีแนวโน้มสูงที่จะเป็นเช่นนั้นไปตลอดชีวิต อย่างไรก็ตาม กิดเดนส์ (Anthony Giddens) เสนอว่า ในโลกสมัยใหม่ผู้คนต้องรับมือกับการที่องค์ประกอบหลายอย่างของอัตลักษณ์แปรเปลี่ยนไปไม่หยุดนิ่ง ซึ่งจะสะท้อนถึงสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของคนคนนั้น โดยการ

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=5RtT51FHDj4>

เปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจรุนแรงจนผู้คนต้องพยายามอย่างหนักเพื่อรักษาเรื่องเล่าเกี่ยวกับอัตลักษณ์ตัวเองให้สอดคล้องกันเป็นเรื่องเดียว หลักคิดเรื่องการวางกรอบของกอฟฟ์แมน (Erving Goffman) ช่วยเติมเต็มแนวคิดของทั้งเซนเนตต์และกอฟฟ์แมน โดยการวางกรอบเกี่ยวข้องกับวิธีที่ผู้คนใช้จัดการอัตลักษณ์อันหลากหลายที่มาพร้อมกับบทบาททางสังคมและบริบทที่หลากหลาย เช่น คนคนหนึ่งเป็นได้ทั้งแม่ พนักงาน และนักกีฬา การมีตัวตนบนโลกออนไลน์ยิ่งเพิ่มกรอบเข้าไปในส่วนผสมนี้ เมื่อเราสามารถปรับระดับสถานะความเป็นสังคมที่ว่ามีได้มากขึ้น อัตลักษณ์บนโลกออนไลน์ก็อาจยืดหยุ่นมากขึ้นตามไปด้วย (แดเนียล มิลเลอร์ และคณะ, 2562)

งานวิจัยในตรีเน็ตต์พบว่า ชาวตรีเน็ตต์ตระหนักว่าตัวตนที่แท้จริงของคนคนหนึ่งไม่ได้มาจากสิ่งที่ตัวเองคิดว่าตัวเองเป็น แต่เป็นสิ่งที่คนอื่นมองว่าคนคนนั้นเป็น โดยอิงกับภาพลักษณ์ที่เห็น แนวคิดนี้มีที่มาจากประวัติศาสตร์จากขบวนการเลิกลาสนและแข็งข้อต่อผู้ปกครอง แทนที่จะยอมให้สถานภาพอย่างความเป็นทาสหรือช่วงชั้นทางสังคมมากำหนดตัวตน คนเราสามารถสร้างตัวตนขึ้นใหม่ในสายตาของผู้พบเห็นได้ผ่านการใส่หน้ากาก ตามอุดมคติแล้ว เราไม่ควรตัดสินคนจากชาติกำเนิดหรืองานที่ทำ แต่ต้องพิจารณาที่ความสามารถในการปรับเปลี่ยนตัวเองให้นำดีจุดหรือดุมี่อำนาจ วิธีที่เดิน พุดจา หรือการแต่งตัว ไม่ได้เป็นภาพลวงตาหรือการแสดง หากแต่เป็นหนทางที่เหมาะสมเพียงทางเดียวที่คนอื่นจะใช้ตัดสินตัวคุณ ตรีเน็ตต์เดียวกันนี้สามารถใช้ได้กับการใช้เฟซบุ๊กของชาวตรีเน็ตต์ ที่พบว่า สิ่งที่ชาวตรีเน็ตต์โพสต์ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพหรือมีมต่างๆ คือสิ่งที่เป็นตัวตนที่แท้จริงที่พวกเขาเลือกสรรอย่างดีแล้ว เป็นการแสดงออกให้คนอื่นเห็นว่าตนเองเป็นพวกหัวนอกหรือเป็นพลเมืองโลก เป็นคนรักครอบครัว หรืออาจเป็นนักแสดง ดั่งนั้น โซเชียลมีเดียสำหรับชาวตรีเน็ตต์จึงเปรียบเสมือน “หนังสือแห่งความจริง” ที่พวกเขาใช้ทำให้คนอื่นเห็นตัวตนของคนคนนั้นเด่นชัดขึ้นอีก ทำให้อัตลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นหนักแน่นกว่าเดิม การใช้เฟซบุ๊กของชาวตรีเน็ตต์คือตัวอย่างที่ชัดเจนที่ทำให้เห็นว่า โซเชียลมีเดียคือพื้นที่ที่ผู้คนใช้สร้างอัตลักษณ์ให้คนอื่นเห็น โดยถือว่าอัตลักษณ์นั้นจริงแท้ยิ่งกว่าตัวตนของพวกเขาในโลกออฟไลน์เสียอีก (Sinanan, 2017)

ตัวอย่างถัดมาคือการใช้ QQ ของคนงานชาวจีนที่ย้ายมาทำงานในโรงงาน แต่แตกต่างตรงที่กรณีนี้โลกออฟไลน์จะไม่ได้เห็นการใช้โซเชียลมีเดียของพวกเขาเลย ในพื้นที่ศึกษาซึ่งเป็นเขตอุตสาหกรรมของจีนคนงานหลายหมื่นคนมาจากหมู่บ้านทางตอนกลางของประเทศ ในช่วงเวลาที่จีนกำลังพัฒนาเศรษฐกิจ พวกเขาย้ายเข้ามาในเขตอุตสาหกรรมเพื่อหางานทำ ซึ่งเหลือน้อยลงทุกทีเพราะเริ่มมีเครื่องจักรเข้ามาทำแทน คนงานเหล่านี้มีชื่อว่า “หลิวตั้งเหรินโซ่ว” (ประชากรเคลื่อนลอย) เพราะต้องย้ายถิ่นตลอดเวลาเพื่อเป็นแรงงานชั่วคราวราคาถูก พวกเขาขาดคุณสมบัติที่จะได้รับสิทธิประโยชน์และการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีไว้สำหรับประชากรชาวเมืองที่ไม่ย้ายถิ่นฐานบ่อยนัก นอกจากนี้พวกเขายังมีสภาพความเป็นอยู่ที่ต่ำกว่ามาตรฐานมาก คนงานกลุ่มนี้จึงมองว่าชีวิตออฟไลน์ต่างหากที่เป็นชีวิตส่วนน้อย ในขณะที่โซเชียลมีเดียกลับเป็นพื้นที่ที่จริงจังยิ่งกว่า เพราะสามารถติดต่อกับญาติมิตรได้ตลอดเวลา ทั้งยังสามารถสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ได้ด้วยการโพสต์ภาพขวนฝืน (เช่น รถหรู วันหยุดแสนหวานขึ้น ภาพสาวสวยราวเจ้าหญิง เป็นต้น) หรือภาพแนวขบถ (เช่น ภาพศิลปินร็อกจอมขบถ) หรือแชร์คำคมเย้ยหยานจิตใจ (เช่น คุณยากจนเพราะคุณยังไม่พยายามไม่พอ) โดยภาพทั้งหมดนี้เป็นการแสดงออกเพื่อต่อต้านจากการถูกตีตราว่าเป็นพวกที่ขาดความเป็นมนุษย์ที่พวกเขาต้องเผชิญในโลกออฟไลน์ (Wang, 2017)

สาวโรงงานจีนธรรมดาคนหนึ่งซึ่งลาออกจากโรงเรียนมัธยมต้นกล่าวว่า “ชีวิตนอกจอโทรศัพท์มือถือมันช่างเหลือทน” ในแง่การโพสต์ภาพงานวิวาร์สวยหรูหรือการได้เป็นเจ้าของนั้นอาจถูกมองได้ง่ายๆ ว่าเป็นเพียงเรื่องเพื่อฝัน แต่สำหรับสาวโรงงานท่านนี้แล้ว สิ่งโพสต์คือสิ่งที่เขาจินตนาการไว้สำหรับตัวเอง การทำเช่นนี้ในโลกออฟไลน์มีขอบเขตข้อจำกัดมากมาย พวกเขาจึงต้องปั้นแต่งและสร้างตัวตนที่ยินยาวกว่าของตัวเอง

ขึ้นมาบนโลกออนไลน์ เป็นตัวตนที่พวกเขาหวังว่าจะได้เป็นเมื่อพวกเขามีรายได้มากขึ้น สำหรับพวกเขา ความนึกฝัน การโยกย้าย และความสุขที่พวกเขาแสดงออกและใช้ห่อหุ้มตัวเองไว้ในโลกออนไลน์นั้นเป็นเรื่องจริงแท้อย่างยิ่ง ผลก็คือ คนงานย้ายถิ่นกลายเป็นส่วนหนึ่งของการย้ายถิ่นสองกระแสที่เกิดขึ้นพร้อมกัน กระแสแรกเกิดขึ้นในโลกทางกายภาพ นั่นคือการย้ายจากหมู่บ้านมาที่โรงงานในเมือง ส่วนการย้ายถิ่นที่สองคือการย้ายประสบการณ์จากโลกออฟไลน์มาสู่โลกออนไลน์ โซเชียลมีเดียจึงไม่ใช่แค่เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร ความเพ้อฝัน หรือความบันเทิงเท่านั้น สำหรับคนงานย้ายถิ่นเหล่านี้ โซเชียลมีเดียเป็นที่สำหรับใช้ชีวิต เพราะพวกเขาทำงานในโลกออฟไลน์และใช้ชีวิตในโลกออนไลน์ (อ่าแล้ว)

กล่าวโดยสรุป โลกโซเชียลมีเดียสำหรับคนกลุ่มหนึ่ง เป็นพื้นที่ที่พวกเขาได้แสดงความเป็นมนุษย์มากขึ้น โดยสามารถแสดงความใฝ่ฝันและความหวังที่ตัวเองมีต่ออนาคตออกมาได้ สำหรับพวกเขาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยีจึงไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบกลืนไม่เข้าคายไม่ออกอย่างที่คนทั่วไปมักจะรู้สึก แต่เป็นความต้องการเทคโนโลยีอย่างยิ่งยวด ในฐานะที่เป็นพื้นที่ในการเยียวยาความเป็นมนุษย์ของตัวเอง เพราะพวกเขาหลายคนไม่สามารถจะมีสิ่งที่เรียกว่า “ชีวิต” ได้เลยในโลกออฟไลน์ พวกเขาจึงเลือกมีชีวิตออนไลน์แทนในเวลาที่ไม่ได้นอนหลับ ทำงาน หรือกินอาหาร ซึ่งเป็นเวลาที่พวกเขาได้เป็นตัวของตัวเองอย่างเต็มที่และเชื่อมสัมพันธ์กับคนอื่น ในแง่นี้ข้อถกเถียงเรื่องโลกจริง (ออฟไลน์) กับโลกสมมติ (ออนไลน์) ที่แบ่งเป็น 2 ขั้วชัดเจนจึงต้องถูกพิจารณาใหม่ เพราะข้อมูลต่างๆ ทำให้พบว่า ผู้คนส่วนใหญ่ใช้ชีวิตกับการสื่อสารและอัตลักษณ์มากมายบนโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์โดยไม่มีเส้นแบ่งที่ชัดเจน

บทที่ 3 ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

การเก็บข้อมูลครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ใช้การกำหนดจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ตามช่วงอายุที่ต้องการ คือ ช่วงอายุ 13-23 ปี 20 คน ช่วงอายุ 24-45 ปี 14 คน และช่วงอายุ 46-60 ปี 16 คน รวมทั้งสิ้น 50 คน โดยประสานงานกับคนในพื้นที่ให้ช่วยหาผู้ให้สัมภาษณ์ตามช่วงอายุและจำนวนดังกล่าว โดยให้คละกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง ซึ่งทำให้ได้จำนวนเพศชาย 22 คน และเพศหญิง 28 คน ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์ แบ่งเป็นกำลังศึกษา 15 คน ต่ำกว่ามัธยมต้น 9 คน มัธยมต้น 11 คน มัธยมปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) 11 คน ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) 2 คน ปริญญาตรี 1 คน

ด้านการประกอบอาชีพ ในจำนวน 50 คน มีผู้ประกอบอาชีพ 35 คน มีรายได้เฉลี่ย 11,000 บาท/คน/เดือน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและรับจ้าง มีบางส่วนที่เป็นลูกจ้างของเทศบาลและลูกจ้างของบริษัทเอกชน จำนวนหนึ่งทำอาชีพมากกว่า 1 อาชีพ โดยอาชีพที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการประกอบอาชีพเป็นตัวเลือกที่กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มคนรุ่นใหม่

ด้านประเภทของงาน ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย ส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหาร เช่น อาหารตามสั่ง ใส่อั่ว/แคบหมู ขนมไทย สถานที่ขายมีทั้งขายที่ชุมชน ขายที่ตลาด ขายตามข้างโรงเรียน ขายตามตลาดนัด และเซ็นทรัลเซ็นขาย สินค้าอื่นๆ ที่ขาย เช่น หวายไต้ดิน ไก่ชน มือถือมือถือสอง เลื่อผ้า เครื่องสำอางค์ เป็นต้น โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่จำนวนหนึ่งเริ่มขายสินค้าในช่องทางออนไลน์เป็นอาชีพเสริม

ด้านงานรับจ้าง เช่น รับซ่อมอุปกรณ์ไฟฟ้า ซ่อมมือถือ เป็นพนักงานต้อนรับหรือพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหาร นวดแผนโบราณ เป็นต้น โดยมีบางส่วนเริ่มเข้าสู่ช่องทางของการบริการแบบออนไลน์คือ การเป็นพนักงานส่งของของ Kerry ซึ่งเข้ากับชีวิตของเขาที่สามารถรับจ้างอย่างอื่นไปด้วยได้ เพราะไม่ได้ทำแบบเต็มเวลา หรือบางกรณีใช้เวลาว่างไปขับ Grab car นอกจากนี้ผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางออนไลน์มาเป็นตัวช่วยในการประชาสัมพันธ์หรือรับงานของตัวเองเพิ่มขึ้น เช่น ผู้ที่ทำอาชีพนวดแผนโบราณที่เริ่มติดต่อและโฆษณางานของตัวเองทางไลน์ หรือนักเรียนที่รับจ้างร่ำที่ร้านซันโตกก็ใช้เฟสบุ๊คและไลน์ในการลงรูปและข้อมูลการติดต่อของตัวเอง ทำให้ผู้จ้างสามารถเห็นผลงานและติดต่องานได้ง่ายขึ้น

ในส่วนของผู้ที่เป็นลูกจ้างของเทศบาลและบริษัทเอกชน ส่วนหนึ่งเป็นพนักงานเก็บขยะหรือพนักงานขับรถเก็บขยะของเทศบาล บางส่วนเป็นพนักงานของบริษัทที่รับงานเก็บขยะจากเทศบาล และบางกรณีเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัยของบริษัทเอกชน (แล้วแต่บริษัทว่าจะส่งไปอยู่ที่ไหน ช่วงนี้อยู่ที่ธนาคาร ก่อนหน้านี้ประจำอยู่ที่ห้าง BIG C) ในกลุ่มของลูกจ้างนี้ ไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่จำเป็นอย่างมาก เพราะทุกคนจะถูกบังคับจากเทศบาลหรือบริษัทให้ต้องส่งภาพการปฏิบัติงานทางไลน์เป็นระยะ (แล้วแต่แต่ละบริษัทหรือหัวหน้างานจะกำหนด) เพื่อเป็นการตรวจสอบการทำงาน ในบริษัทแห่งหนึ่งมีเงื่อนไขว่าถ้าผู้ที่มาสมัครงานไม่มีไลน์จะไม่รับพิจารณาบุคคลนั้นเข้าทำงาน

เมื่อแบ่งกลุ่มคนตามอาชีพ พบว่า มีคนทำงานมากกว่า 1 อาชีพ 9 คน มีคนที่เรียนไปด้วยและทำงานเสริมไปด้วย 5 คน และมีคนที่ค้าขายออนไลน์อย่างจริงจัง 5 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- นักเรียน/นักศึกษาที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ 10 คน
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (เพียงอย่างเดียว) 10 คน
- รับจ้าง (เพียงอย่างเดียว) 7 คน

- ลูกจ้างในหน่วยงาน 6 คน (เทศบาลนครเชียงใหม่ 5 คน ศูนย์คนไร้บ้าน 1 คน)
- พนักงานบริษัทเอกชน 6 คน
- ค้าขายออนไลน์เป็นอาชีพหลัก 5 คน
- นักเรียน/นักศึกษาที่ประกอบอาชีพเสริมไปด้วย 5 คน
- รับจ้างและค้าขายไปด้วย 5 คน
- รับจ้างและเป็นพนักงานบริษัทเอกชน 3 คน
- ค้าขายและเป็นลูกจ้าง 1 คน

ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต ทั้ง 50 คนมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตัวเอง และใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือทุกคน โดยมีคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กด้วย 11 คน ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะด้วย 6 คน และใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและ Tablet ด้วย 2 คน ด้านรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ต แบ่งเป็น ใช้แบบเติมเงินในมือถือ 28 คน แบบจ่ายเป็นรายเดือนในมือถือ 17 คน และติด Wi-Fi ที่บ้าน 35 คน ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยประมาณคนละ 675 บาท/เดือน เวลาที่ใช้ในโลกออนไลน์เฉลี่ยประมาณคนละ 10 ชั่วโมงต่อวัน Application ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1. Facebook 2. YouTube และ 3. Line

ด้านการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มีผู้ที่เคย “ขาย” สินค้าหรือบริการในอินเทอร์เน็ต 18 คน ไม่เคยขาย 32 คน ด้านผู้ซื้อ มีผู้ที่เคย “ซื้อ” สินค้าในอินเทอร์เน็ต 37 คน ไม่เคยซื้อ 13 คน ด้านการซื้อบริการออนไลน์ มีผู้ซื้อบริการในอินเทอร์เน็ต 36 คน แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

- เติมเงิน/ซื้อของในเกมส์ 9 คน
- GrabFood/FoodPanda 14 คน
- GrabCar 7 คน
- Netflix 1 คน
- พนันบอล 2 คน
- จองตัวเครื่องบิน 2 คน
- ชื่อนิยายออนไลน์ 1 คน

ด้านการใช้งานโปรแกรมค้นหาในอินเทอร์เน็ต (Search Engine) มีผู้ที่ใช้ทั้งหมด 48 คน ไม่เคยใช้ 2 คน โปรแกรมค้นหาที่ใช้ ทุกคนเคยใช้ Google โดยมี 3 คนที่เคยใช้ Yahoo ด้วย โดยเรื่องที่ค้นหาบ่อยที่สุด 4 อันดับแรกคือ 1. ความรู้ทั่วไปตามความสนใจเฉพาะ เช่น การทำอาหาร การซ่อมรถ การดูแลเด็ก เป็นต้น 2. ด้านการเรียนและการแปลภาษา 3. หาดูภาพยนตร์ต่างๆ 4. ใช้ค้นหาแผนที่

2. รูปแบบการใช้และเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ของชาวแม่ข่าย

เมื่อแบ่งกรณีศึกษาทั้ง 50 คน ออกเป็นกลุ่มอายุ 3 กลุ่ม พบว่า ในแต่ละกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหรือรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งลักษณะการใช้และเนื้อหาที่สื่อออกมา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| การใช้อินเทอร์เน็ต | อายุ (ปี) | | |
|--------------------|--|--|---|
| | 13-23 | 24-45 | 46-60 |
| รูปแบบ | ใช้สื่อออนไลน์เป็นส่วนประกอบหลักของชีวิตเพื่อสื่อสารกับโลกกว้างผ่าน แอปพลิเคชันอย่าง facebook เป็นหลัก | ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการประกอบอาชีพเสริมหรือทำธุรกิจขนาดเล็ก | ใช้สื่อออนไลน์เพื่อรักษาและรื้อฟื้นความเป็นกลุ่มทางสังคม ผ่านแอปพลิเคชันอย่าง line เป็นหลัก |
| เนื้อหา | การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ | การดิ้นรนทางเศรษฐกิจ (economic livelihood) | การรวมกลุ่มแบบอิงพื้นที่จริง (area-based) |

ตารางที่ 1 ตารางแสดงลักษณะการใช้เน็ตของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่ายแยกตามกลุ่มอายุ

2.1 กลุ่มเด็ก (อายุ 13-23 ปี) จำนวน 20 คน

ในกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ใช้เน็ตในชีวิตประจำวันเป็นปกติของชีวิต ทั้งด้านการเรียนและสนทนา การส่วนใหญ่มีมือถือเครื่องแรกเป็นมือถือที่สามารถใช้เน็ตได้แล้ว ต่างจากอีก 2 กลุ่มอายุที่มีมือถือเครื่องแรกยังไม่สามารถใช้เน็ตได้

ในจำนวน 20 คน มากกว่าครึ่ง (11 คน) ทำงานหารายได้ไปด้วย มีทั้งงานเสิร์ฟที่ร้านอาหาร นายแบบรับจ้างรำ ขายเสื้อผ้ามือสองออนไลน์ และสาวยากูลท์ แม้ทำงานจะหลากหลาย แต่ทั้งหมดล้วนเกี่ยวข้องกับโลกออนไลน์ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้โซเชียลมีเดียในการโฆษณาประชาสัมพันธ์งานของตัวเอง เช่น งานรับจ้างรำงานเดินแบบ งานเสิร์ฟ (ชวนคนมากินที่ร้าน) เป็นต้น การใช้ Line ในการส่งยอดการขายให้เจ้านายในกรณีของสาวยากูลท์ หรือการใช้เฟสบุ๊คแทนหน้าร้านเพื่อ live ขายเสื้อผ้ามือสอง ในบางกรณีมีความใฝ่ฝันอยากเป็นนักเล่นเกมที่มีชื่อเสียงตามอย่างไอดอลที่เขาติดตาม จึงเริ่มสร้างช่องใน YouTube ของตัวเอง แล้วอัพโหลดคลิปตอนที่ตนเองเล่นเกมเข้าไป ด้วยความหวังอยากให้ผู้คนได้รู้จักและติดตาม แต่ความฝันนั้นเหมือนจะยังห่างไกล เมื่อมีผู้ติดตามเพียง 1 คน และยอดผู้ชมคลิปมีเพียง 10 คน ซึ่งอาจเป็นเพราะในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา เขาอัพโหลดคลิปไปเพียง 2 คลิปเท่านั้น

การใช้โซเชียลมีเดียของคนในกลุ่มอายุนี้นี้มี 2 เรื่องหลักๆ คือ 1. การเรียน 2. การสนทนา การด้านการเรียน กลุ่มเด็กที่เรียนในระดับมัธยมจะถูกบังคับจากคุณครูให้ต้องเข้ากลุ่มออนไลน์ในทางใดทางหนึ่ง (Facebook หรือ Line) เพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกันทั้งกลุ่มวิชาเรียน กลุ่มห้องเรียน ไปจนถึงกลุ่มเฉพาะอื่นๆ เช่น กลุ่มนักวอลเลย์บอลของโรงเรียน กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงเรียน เป็นต้น ส่วนเด็กที่เรียนระดับมหาวิทยาลัย อาจไม่ได้ถูกบังคับจากอาจารย์ แต่มักจะต้องใช้โซเชียลมีเดียในการหาข้อมูลสำหรับการเรียนอยู่เสมอ ทั้งการเรียนในวิชาและการทำรายงานที่อาจารย์มอบหมาย นอกจากนั้น Google ยังกลายมาเป็นตำราเรียนเล่มหลักของเด็กไทยในยุค 4.0 ไปแล้ว โดยเฉพาะการใช้เพื่อแปลภาษาและการหาข้อมูลเพื่อทำการบ้านส่งครูหรืออาจารย์

ด้านการสนทนา การกลุ่มอายุนี้มีกิจกรรมหลักคือ การเล่นเกมออนไลน์ เกือบทุกคนไม่ว่าหญิงหรือชาย ต่างเล่นเกมออนไลน์ แต่ในระดับความเข้มข้นที่แตกต่างกัน บางกรณีเล่นแบบไม่เสียเงิน บางกรณีเล่นแบบเสียเงินเติมเกมส์เพื่อให้ได้ของหรือตัวละครในเกมที่เก่งขึ้น และในบางกรณีพัฒนาตัวเองไปจนสามารถสร้างตัวละครในเกมที่เก่งมาก จนสามารถขายต่อให้คนอื่นได้ ส่วนกิจกรรมที่นอกเหนือจากการเล่นเกมก็คือ การดูหนัง ดูลิขิตต่างๆ โดยเฉพาะคลิปของไอดอลที่ตัวเองชื่นชอบ การติดตามไอดอลถือเป็นกิจกรรมสนทนา การอย่างหนึ่งของกลุ่มอายุนี้ ไอดอลของพวกเขาส่วนใหญ่สอดคล้องกับกิจกรรมที่พวกเขาชื่นชอบ คือ นักเล่นเกม ร้องลงมาคือ ดาราต่างๆ ที่เน้นติดตามความสวย/หล่อ/ตลกของไอดอลเหล่านั้น หรือในบางกรณีติดตามเพื่อต้องการนำความรู้มาใช้ในการประกอบอาชีพ เช่น คนที่รับจ้างรำเลือกติดตาม Beauty Blogger² คนดัง เป็นต้น ช่องทางในการติดตามมีทั้ง Facebook Instagram และ YouTube

ความสัมพันธ์กับผู้อื่นในโซเชียลมีเดียของกลุ่มอายุนี้ เน้นไปที่กลุ่มเพื่อนที่โรงเรียนและกลุ่มความสนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มที่เล่นเกมด้วยกัน (มีอยู่ทั่วประเทศ ไม่จำเป็นต้องรู้จักตัวจริงของกันและกัน) กลุ่มนางรำ กลุ่มนายแบบ เป็นต้น โดยลักษณะของการเข้ากลุ่มนั้นจะมีลักษณะเป็นกลุ่มเปิด (open for all) และเป็นกลุ่มตามความสนใจเฉพาะ (issue based)

นอกจากใช้เพื่อการเรียนและการสนทนาแล้ว ยังใช้เพื่อการทำกิจกรรม E-Commerce ทั้งการเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ในด้านผู้ซื้อ มีทั้งการซื้อสินค้าและบริการ แต่ที่โดดเด่นคือ การซื้อบริการเติมเงินในเกม และการใช้บริการขนส่งจาก Grab ทั้งแบบเดินทางและการส่งอาหาร ในบางกรณียอมจ่ายเงินซื้อนิยายออนไลน์เดือนละ 400-500 บาท เพื่อเป็นการผ่อนคลาย ด้านผู้ขาย กลุ่มอายุนี้เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในการเริ่มต้นทำธุรกิจของตัวเองและเริ่มมีความคิดในการทำงานหารายได้ตั้งแต่อายุน้อย อาจเนื่องมาจากการที่พ่อแม่ไม่ได้มีรายได้ให้ใช้จ่ายมากนัก รวมถึงการปลูกฝังจากพ่อแม่ว่าการทำงานคือสิ่งที่ดี การหารายได้ได้ด้วยตัวเอง ตั้งแต่อายุน้อยเป็นสิ่งที่น่าชื่นชม รูปแบบการเป็นผู้ขายมีทั้งการผันตัวจากผู้เล่นเกมมาเป็นผู้ขายตัวละครในเกมที่บางครั้งทำรายได้มากถึง 1,500 บาทต่อ 1 ตัวละคร และการทำธุรกิจบนโลกออนไลน์เป็นอาชีพหลัก โดยการขายเสื้อผ้ามือสองใน Facebook มีการสร้างเนื้อหาด้วยตนเอง แล้ว Live ขาย Facebook ประมาณ 1 ชั่วโมง (ในช่วงที่มีของมาใหม่) ในกลุ่มคนที่ขายของออนไลน์กลุ่มนี้ ธุรกิจบนโลกออนไลน์เป็นสิ่งที่พวกเขาคิดถึงเป็นอันดับแรกในการเริ่มต้นอาชีพ มากกว่าจะคิดถึงการเป็นลูกจ้างเป็นอันดับแรกเช่นในรุ่นพ่อแม่ พวกเขาพูดเหมือนๆ กันว่า การทำธุรกิจออนไลน์มีต้นทุนต่ำ พวกเขาสามารถเข้าถึงได้ และข้อดีที่ต่างจากการเป็นลูกจ้างคือ ความมีอิสระ ที่รายได้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความขยันและความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขาเอง

กรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ กรณีของ A เด็กหนุ่มหน้าตาดีผู้เชี่ยวชาญด้านเกมและการเดินแบบ เด็กชาย A อายุ 14 ปี เรียนอยู่ชั้น ม.2 โสด (แต่มีแฟนแล้ว) เริ่มใช้มือถือตั้งแต่ชั้น ป.5 ซึ่งเป็นมือถือที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้แล้ว ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในมือถือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ เหตุที่ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะด้วยนั้น เป็นเพราะ A ชื่นชอบในการเล่นเกมส์ ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์จะสะดวกต่อการเล่นเกมมากกว่าการเล่นในมือถือ ในโทรศัพท์มือถือใช้อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน เดือนละ 500 บาท ส่วนที่บ้านใช้อินเทอร์เน็ตจาก Wi-Fi เดือนละ 1,000 บาท ค่าใช้จ่ายทั้งหมด พ่อและแม่เป็นคนจ่ายให้ A ใช้อินเทอร์เน็ตวันละประมาณ 10 ชั่วโมง เวลาส่วนใหญ่ใช้ไปกับการเล่นเกม ร้องลงมาคือแชทคุยกับเพื่อนในเฟซบุ๊ก รวมไปถึงการเล่น Instagram

² คนที่ทำการถ่ายวิดีโอหรือรายการแนะนำเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น การแต่งหน้า การแต่งตัว การเลือกสีทาเล็บ เป็นต้น

การใช้โซเชียลมีเดียของ A ส่วนใหญ่ใช้เฟสบุ๊คเพื่อคุยกับเพื่อน สิ่งที่เพื่อนโพสต์ ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ และที่ถูกบังคับให้ต้องทำคือการส่งงานให้คุณครู ซึ่งครูบางคนให้ส่งงานโดยการโพสต์ในเฟสบุ๊คของตัวเองและให้ tag คุณครูด้วย เช่นเดียวกับไลน์ที่ใช้เพื่อพูดคุยกับเพื่อนและส่งการบ้านคุณครู ส่วน Instagram นั้นใช้เพื่อติดตามดาราที่ชื่นชอบ เน้นที่คนสวย น่ารัก ที่ดูแล้วรู้สึกมีความสุข ส่วน YouTube ก็ใช้บ้างเช่นกัน เวลาที่ต้องการผ่อนคลายความเครียด ด้วยการหาหนังตลกดู คลิปที่ชอบดูอีก 1 ประเภท คือ คลิปของนักแคสต์เกมส์³ โดย A มีไอดอลอยู่ 1 คน ชื่อ ยูดา เป็นนักแคสต์เกมส์ที่เล่นเก่งและบรรยายสนุกจึงติดตามมาโดยตลอด

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออนไลน์ A เข้าร่วมเพียง 2 กลุ่มแบดมินตันและกลุ่มเตะฟุตบอล ในขณะที่กลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีมากกว่า ในเฟสบุ๊คมี 12 กลุ่ม ส่วนในไลน์มี 11 กลุ่ม กลุ่มพื้นฐานในโลกออนไลน์คือ กลุ่มห้องเรียนและกลุ่มวิชาที่คุณครูบังคับให้เข้าร่วม เพื่อใช้ในการสั่งงาน ส่งงาน หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ A เป็นเด็กหนุ่มหน้าตาดี เคยมีรายได้จากการเดินแบบเล็กๆ น้อยๆ มาแล้ว ด้วยความเป็นคนหน้าตาดี ทำให้ A มีเพื่อนในเฟสบุ๊คมากถึง 2,295 คน จำนวนมากเป็นคนที่มาติดตามโดยที่ไม่ได้รู้จักกันในชีวิตจริง เช่นเดียวกับใน Instagram ที่มีผู้ติดตามราว 200 คน ทั้งที่ไม่ค่อยได้โพสต์บ่อยมากนัก

A ไม่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ แต่สิ่งที่ใช้บริการเป็นประจำคือ การเติมเงินในเกมผ่านการจ่ายเงินกับ True Money แต่ A ไม่ได้เป็นผู้บริโภคอย่างเดียวเท่านั้น โดยเขาเริ่มหาเงินจากการเล่นเกม โดยการรับจ้างเล่นเกมเพื่อให้คนจ้างมีระดับในเกมที่สูงขึ้น⁴ ได้รับค่าจ้างเป็นการโอนเงินผ่าน True Money แล้วแต่จะตกลงกัน โดยส่วนใหญ่อยู่ที่ครั้งละ 150 บาท ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของ A เป็นไปในแง่บวก โดยเฉพาะเมื่อสามารถหาเงินจากช่องทางนี้ได้ ทั้งการโฆษณาตัวเองจากการเดินแบบ และการรับจ้างดัน Rank ในเกมส์ ข้อกังวลเพียงอย่างเดียวต่อโลกออนไลน์คือ เรื่องความเป็นส่วนตัว เนื่องจากเคยโดนเอารูปไปทำเฟสบุ๊คปลอมมาแล้ว

กรณีของ D แตกต่างจาก A ในเรื่องเกมส์ แต่มีความคล้ายกันในการใช้หน้าตาเป็นช่องทางสร้างตัวตน เด็กหญิง D อายุ 15 ปี เรียนอยู่ชั้น ปวช.1 และทำงานเป็นเด็กเสิร์ฟแบบ Part time ที่ร้านอาหารแห่งหนึ่ง ควบคู่ไปด้วย การทำงานจะเริ่มตั้งแต่ 4 โมงเย็นและเลิกงานเวลาเที่ยงคืน จะได้นอนประมาณ 01.00-06.00 น. โดยจะต้องรีบเตรียมตัวเพื่อไปเรียนให้ทันเวลา 08.30 น. ทำอาทิตย์ละ 5-6 วัน มีรายได้ประมาณ 4,000-5,000 บาทต่อเดือน การใช้โซเชียลมีเดียของ D เน้นไปที่ Facebook รองลงมาคือ Instagram และ YouTube เหตุที่ใช้เฟสบุ๊คเยอะที่สุดเพราะ D ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิญชวนคนมากินอาหารหรือดื่มเบียร์ที่ร้าน (เพื่อเธอจะได้ tip เยอะขึ้น) นอกจากนั้นยังใช้แชทพูดคุยกับเพื่อนเยอะด้วย และบางครั้งเอาไว้ติดตามการเมืองบ้าง (โดยเฉพาะถ้ามีใครวิพากษ์วิจารณ์นายกฯ เธอจะชื่นชอบเป็นพิเศษ) Instagram เอาไว้ติดตามดาราที่ชื่นชอบ และเอาไว้ลงรูปของตัวเองเวลาไปเที่ยวในที่ต่างๆ ส่วนไลน์นั้นส่วนเอาไว้คุยเรื่องการทำงานที่ร้าน และ YouTube เอาไว้ดูการ์ตูน/หนัง เพื่อผ่อนคลาย

³ Game Caster หรือนักแคสต์เกม คือ ผู้บรรยายเกมส์ โดยจะทำหน้าที่ในการเล่นเกมส์ แล้วบอกเล่าถึงเคล็ดลับในการเล่นให้ประสบความสำเร็จต่างๆ แล้วอัดคลิปไว้ เพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น YouTube Facebook เป็นต้น ปัจจุบันอาชีพนักแคสต์เกมส์ สามารถทำเงินจากหลายช่องทาง เช่น YouTube ซึ่งจะมีการลงโฆษณากับ channel ต่างๆ จากนั้นก็จะได้รับส่วนแบ่งกำไรจากโฆษณา โดยสัดส่วนเงินที่จะได้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ยอดวิว คุณภาพ และคอนเท้นท์ที่ทำไว้ นักแคสต์เกมส์ที่มีชื่อเสียงบางคนสามารถทำรายได้มากถึง 2 ล้านบาทต่อเดือน ทำให้อาชีพนี้กลายเป็นที่ใฝ่ฝันของเด็กๆ รุ่นใหม่จำนวนมาก เพราะได้ทั้งเล่นเกมที่ตัวเองชอบและสามารถหารายได้ได้อีกด้วย (<https://www.predatorthailand.com/>)

⁴ ในหมู่มคนเล่นเกม เรียกรกระทำแบบนี้ว่า “การช่วยดัน Rank”

D ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มใดๆ เลยในโลกออฟไลน์ ส่วนในเฟสบุ๊คและไลน์นั้นก็เข้าร่วมน้อยเช่นกัน นอกจากกลุ่มห้องเรียนที่ถูกบังคับแล้ว ก็มีกลุ่มท่องเที่ยวที่เธอกับเพื่อนๆ ตั้งขึ้นมาเพื่อเอาไว้ลงรูปตอนที่ไปเที่ยวด้วยกัน D กับเพื่อนๆ เป็นคนชอบเที่ยว โดยเฉพาะตามสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งส่วนใหญ่ได้ข้อมูลมาจากการดูรีวิวในโลกออนไลน์ D เป็นคนที่มีเพื่อนในเฟสบุ๊คถึง 5,000 คน (เต็มจำนวนที่เฟสบุ๊คอนุญาตให้มีได้) โดยในจำนวน 5,000 คนนี้ เป็นผู้ที่มีมากติดตามถึง 3,194 คน เกือบทั้งหมดเป็นผู้ชาย ส่วนใน Instagram ก็มีคนติดตามมากถึง 1,435 คน เกือบทั้งหมดเป็นผู้ชายเช่นเดียวกัน

ความรู้สึกโดยรวมของ D ต่อโลกออนไลน์คือรู้สึกชอบ เพราะทำให้ชีวิตสะดวกสบายง่ายขึ้น เช่น การหาข้อมูลตามที่ใครสั่งได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการสามารถหาสิ่งบันเทิงดูได้ง่าย ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย แต่ก็มีสิ่งที่กังวลคือ การใช้เวลากับโลกออนไลน์เยอะเกินไป ซึ่งเธอประสบมาแล้วในช่วงที่ติดซีรีส์เรื่องหนึ่ง ทำให้เสียการเรียนและร่างกายทรุดโทรม

กรณีของ E คล้ายกับ D ในเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียในการทำงาน นางสาว E อายุ 17 ปี เรียนที่วิทยาลัยนาฏศิลป์ และทำงานรับจ้างรายไปด้วย โดยทำ 4 วันที่ร้านอาหารแห่งหนึ่ง เวลา 19.30-21.30 น. รายได้จากการทำงานอยู่ที่ประมาณ 3,000 บาทต่อเดือน แอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุดคือ Facebook ตามมาด้วย YouTube และ Line ลักษณะการใช้งานโซเชียลมีเดียต่างๆ ของ E จะมีลักษณะคล้ายกันคือ ใช้เพื่อการทำงานรับจ้าง เช่น ส่งรูปที่ไปทำตามต่างๆ ในเฟสบุ๊คและไลน์ โพสต์ประชาสัมพันธ์รับจ้างรับจ้างทั้งในเฟสบุ๊คและไลน์ แต่ถ้านอกเหนือจากเรื่องงานก็จะฟังเพลงใน YouTube บ้าง อ่านนิยายจากเพจนิยายในเฟสบุ๊คบ้าง

E เข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเด็กและเยาวชนของชุมชนกำแพงงาม และกลุ่มนักศึกษาวิชาทหารของโรงเรียน ในขณะที่กลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีหลายกลุ่มมากกว่า แต่ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเกี่ยวกับงานรับจ้าง E มีเพื่อนในเฟสบุ๊คมากถึง 1,877 คน ส่วนใน Instagram มีคนติดตามมากถึง 830 คน คนติดตามส่วนใหญ่เป็นเพื่อนและร้านอาหารต่างๆ ที่เข้ามาติดตามดูผลงานเพื่อนำไปตัดสินค้าในเวลาจะจ้างงาน ไอเดอลที่ E เลือกติดตามเป็น Beauty Blogger ชื่อดังคนหนึ่ง เหตุที่เธอเลือกติดตาม เพราะต้องการรู้วิธีการเสริมสวยที่ถูกต้อง จะได้นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้

E เป็นผู้ซื้อสินค้าออนไลน์อยู่เป็นประจำ เน้นไปที่สินค้าเกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น ครีม กระจ่างรองเท้า เป็นต้น ส่วนการซื้อบริการนั้นมีทั้งการเติมเงินในเกมส์ การใช้บริการ Grab food รวมถึง Grab car เป็นประจำ เพราะ E ขับรถไม่เป็น การมีรถมารับส่งถึงที่จึงถือเป็นเรื่องที่สะดวกกับการใช้ชีวิตมากขึ้น ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของ E เห็นว่า ทำให้ชีวิตสะดวกมากขึ้น ทั้งยังช่วยในเรื่องงานที่ทำให้คนรู้จักและติดต่อจ้างงานมากขึ้น แต่ก็มีสิ่งที่กังวลคือเรื่องความเป็นส่วนตัว เพราะเคยมีกรณีที่มีคนโรคจิตทำที่มาติดต่องาน แต่กลายเป็นส่งรูปอนาจารมาให้ดู แล้วขอมิเพศสัมพันธ์ด้วย

กล่าวโดยสรุป ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มอายุ 13-23 ปี จะเน้นไปที่การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารกับโลกกว้าง ดังนั้นประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นตามมาคือ การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ ดังจะเห็นได้ว่าพวกเขาจะสร้างจุดเด่นของตนเองขึ้นมาอย่างใดอย่างหนึ่งและสื่อสารภาพลักษณ์นั้นออกไปในโลกออนไลน์ เช่น ความเป็นคนหน้าตาดี ความเป็นคนที่เล่นเกมเก่ง ทั้ง 2 ลักษณะนี้คือ อาจกล่าวได้ว่า เป็นการต่อสู้เพื่อ नियามตนเอง เพื่อเรียกหาศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์บางอย่างที่พื้นที่ในชุมชนแออัดมอบให้เขาไม่ได้

2.2 กลุ่มวัยกลางคน (อายุ 24-45 ปี) จำนวน 14 คน

กลุ่มอายุนี้นี้เป็นกลุ่มคนในวัยทำงานและมีครอบครัว ในจำนวน 14 คน พบว่าอาชีพการงานของทุกคนล้วนมีอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนประกอบสำคัญ ทั้งการค้าขายออนไลน์ การต้องส่งงานหรือรายงานความคืบหน้าของการทำงานในกลุ่มไลน์ของที่ทำงาน

ลักษณะสำคัญของการใช้สื่อออนไลน์ของคนกลุ่มนี้คือ การใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในหารายได้เสริม โดยมีจำนวน 7 คนที่ค้าขายสินค้าผ่านเฟสบุ๊ก ประกอบกับการทำงานประจำของตัวเองไปด้วย เช่น เปิดร้านเสริมสวยและขายหม่าล่า/หมุยอในเฟสบุ๊ก เป็นพนักงานของเทศบาลและขายครีมในเฟสบุ๊ก เป็นพนักงานต้อนรับ Part time ที่ร้านซันโตกและขายเครื่องสำอางค์ในเฟสบุ๊ก เป็นพนักงานในฟาร์มเลี้ยงไก่และขายอุปกรณ์มือถือ/เครื่องเสียง/รองเท้ากีฬา/ไก่ชนในเฟสบุ๊ก ในบางกรณีใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการสั่งและโฆษณาสินค้า เช่น มีหน้าร้านที่ขายชุดนอนอยู่แล้ว แต่เพิ่มการโฆษณาและสั่งสินค้าในเฟสบุ๊กและไลน์ได้ หรือมีรถเข็นที่ขายขนมไทยอยู่แล้ว แต่เพิ่มการโฆษณาและสั่งสินค้าในเฟสบุ๊กและไลน์ หรือหมอนวดแผนโบราณที่เพิ่มช่องทางในการรับงานผ่านไลน์ จากเดิมที่เคยรับงานผ่านโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้โซเชียลมีเดียยังเป็นช่องทางในการส่งงานและติดตามการทำงาน เช่น กรณีของผู้ที่ประกอบอาชีพรักษาความปลอดภัยที่จะต้องรายงานการทำงานให้บริษัทที่ตนสังกัดรับทราบตลอดเวลา หรือกรณีของพนักงานบริษัทประกันที่จำเป็นต้องประสานงานต่างๆ ผ่านทางไลน์ หรือกรณีของพนักงานเก็บขยะที่จะต้องถ่ายรูปในทุกจุดที่ไปเก็บและส่งรูปเข้าไปในกลุ่มไลน์ของที่ทำงานเพื่อให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบได้ว่ามาทำงานครบถ้วนจริง ในกรณีของพนักงานรักษาความปลอดภัยนั้น ไลน์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะบริษัทที่เขาสังกัดระบุกฎเกณฑ์ไว้เลยว่า ผู้ที่จะเข้าทำงานจะต้องมีไลน์ของตัวเอง ถ้าไม่มี บริษัทจะไม่พิจารณารับเข้าทำงาน นอกจากนี้ถ้าเป็นคุณพ่อหรือคุณแม่ก็จะถูกบังคับให้ต้องเข้าร่วมในกลุ่มไลน์ห้องเรียนของลูก เพื่อให้ครูประจำชั้นไว้ใช้ติดต่อหรือส่งข่าวสารต่างๆ ได้

ด้านการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มอายุนี้ พบว่า ช่องทางออนไลน์คือช่องทางสำคัญในการเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 4,300 บาท/คน/เดือน สินค้าที่ขายมีทั้งประเภทอาหาร เครื่องสำอางค์ เสื้อผ้า ไปจนถึงไก่ชน ในด้านการเป็นผู้ซื้อ เกือบทั้ง 14 คน เคยซื้อสินค้าออนไลน์ และมากกว่าครึ่งใช้บริการออนไลน์ของ Grab food และ Food Panda อยู่เป็นประจำ โดยในรายของช่างเสริมสวยที่ขายหม่าล่า/หมุยอไปด้วยนั้น เห็นช่องทางจากการที่เป็นผู้ใช้บริการ Food Panda มาก่อน ตอนนีจึงสมัครขายหม่าล่า/หมุยอกับ Food Panda ด้วย โดยอยู่ระหว่างรอการอนุมัติจากบริษัท ช่องทางที่มาเสริมเรื่องการค้าขายและการใช้ชีวิตประจำวันคือ การใช้โปรแกรมค้นหา โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับอาชีพ เช่น การหาสินค้าใหม่ การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ตนเองขาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้เพื่อหาความรู้เรื่องการเล่นลูกด้วย ในกรณีของคนที่มีลูก

ข้อกังวลใจต่อโลกออนไลน์ของคนในวัยนี้มี 2 เรื่องหลัก คือ 1. กลัวการโดนโกงในการค้าขาย และ 2. กังวลเกี่ยวกับลูก คือการกลัวลูกติดเกมส์ ติดโซเชียลมีเดีย รวมไปถึงกลัวการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดีต่างๆ ในโลกโซเชียล สาเหตุที่เป็นกังวลมาก เพราะไม่มีเวลาจะติดตามดูแลการใช้โซเชียลมีเดียของลูกได้ตลอดเวลา ด้วยเพราะตนเองต้องทำงานหนัก ประกอบกับโลกโซเชียลสามารถเข้าถึงได้ง่ายและเร็ว ควบคุมได้ยาก

กรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ กรณีของนาง K ที่ผูกติดชีวิตกับธุรกิจซื้อขายออนไลน์อย่างเต็มตัว นาง K อายุ 26 ปี แต่งงานและมีลูกแล้ว 1 คน เรียนจบระดับ ปวช. (เทียบเท่ามัธยมปลาย) ปัจจุบันประกอบอาชีพ 2 อย่างคือ เปิดร้านเสริมสวยและขายหม่าล่า เริ่มจากการเปิดร้านเสริมสวยก่อน แล้วจึงเริ่มมาขายหม่าล่าที่หน้าร้านตามมา ปัจจุบันมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 20,000 บาท มาจากการขายหม่าล่าประมาณ 13,000 บาท และจากร้านเสริมสวยประมาณ 7,000 บาท นาง K มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงินในมือถือประมาณเดือนละ 900 บาท และที่บ้านมี Wi-Fi เสียค่าใช้จ่ายประมาณเดือนละ 700 บาท เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันอยู่ที่ประมาณ 16 ชั่วโมง คือไม่ได้ใช้เพียงแค่ออนนอนเท่านั้น แอปพลิเคชันที่นาง K ใช้บ่อยที่สุดคือ Facebook เพราะใช้ในการทำเพจเพื่อขายหม่าล่าด้วย รองลงมาคือ YouTube ที่ใช้ดูสูตรอาหาร

ต่างๆ รวมถึงวิธีการทำอาหาร และ Line ที่เอาไว้ใช้ติดต่อกับคนอื่นๆ รวมถึงดูละครจาก Line TV และเอาไว้ซื้อรองเท้าด้วย

นาง K ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มออฟไลน์ใดๆ เลย มีแต่กลุ่มในโลกออนไลน์ ที่มีทั้งกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มไปเที่ยว และกลุ่มซื้อขายรองเท้า นาง K มีเพื่อนในเฟซบุ๊กถึง 4,099 คน และมีคนติดตามใน Instagram ถึง 431 คน เหตุที่มีเพื่อนเยอะ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการค้าขายออนไลน์ที่ต้องการให้คนเห็นเพจขายหม่าล่าเยอะๆ ไว้ก่อน

นาง K ซื้อสินค้าออนไลน์อยู่เป็นประจำทั้งของตัวเองและของใช้ของลูกค้า ส่วนด้านการซื้อบริการนั้นก็ใช้บริการทั้ง Traveloka เพื่อเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบิน เวลาที่ต้องเดินทางไปต่างจังหวัด และใช้บริการของ Grab food และ Food panda อยู่บ่อยครั้ง จนในปัจจุบันเริ่มมองเห็นช่องทางในการพำนักธุรกิจหม่าล่าของตัวเองเข้าสู่บริการเช่นนี้ด้วย จึงได้สมัครสมาชิกกับ Food panda (ใช้หลักฐานเพียงแค่บัตรประชาชนกับสมุดบัญชีธนาคารเท่านั้น) โดยอยู่ระหว่างรอการตอบรับ ถ้าได้รับการตอบรับ Food panda จะนำ Tablet มาให้กลยุทธ์ในการขายหม่าล่าของนาง K ใช้วิธีโฆษณาผ่านเพจในเฟซบุ๊กที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ขายหม่าล่าโดยเฉพาะ โดยเนื้อหาที่ใช้โฆษณามีทั้งที่เป็นรูปภาพและเป็นเรื่องราวต่างๆ ที่ไปหามาจาก Google อีกที ช่องทางการสั่งซื้อสามารถสั่งได้ทั้งในเฟซบุ๊กและไลน์ส่วนตัว

สำหรับนาง K แล้ว ชีวิตของเธอได้ประโยชน์อย่างยิ่งจากการเกิดขึ้นของโลกออนไลน์ เพราะช่องทางออนไลน์กลายเป็นแหล่งรายได้หลักของครอบครัวไปแล้วในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การต้องติดต่อหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวกับคนจำนวนมาก ก็ทำให้ K เกิดความกังวลในเรื่องความเป็นส่วนตัวเช่นเดียวกับคนอื่นๆ ทั้งกลัวจะโดนหลอกเรื่องเงินและกลัวโดนโรคจิตวิดีโอคอลมาหาในแนวอนาจาร เพราะเคยโดนมาแล้ว

ใกล้เคียงกับกรณีของนาง N ที่ใช้โลกออนไลน์อย่างเข้มข้นเช่นกัน นาง N อายุ 36 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 2 คน จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จากวิทยาลัยสารพัดช่าง ปัจจุบันประกอบอาชีพ 2 อย่างคือ เป็นพนักงานต้อนรับแบบ Part time ที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งและขายของออนไลน์เป็นอาชีพเสริม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000 บาท (แบ่งเป็นรายได้จากร้านอาหารประมาณ 6,000-7,000 บาท และรายได้จากการขายของออนไลน์ 3,000-4,000 บาท) การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว แต่เนื่องจากขายของออนไลน์ด้วย จึงเลือกใช้มือถือราคาสูงกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชนด้วยราคาสูงถึง 15,000 บาท (กรณีศึกษาอื่นๆ มักมีราคาไม่ถึง 10,000 บาท) ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตมี 2 แบบคือ ค่ารายเดือนในมือถือ 499 บาท และค่า Wi-Fi ที่บ้าน 599 บาท เวลาที่ใช้ใน 1 วันอยู่ที่ประมาณ 12 ชั่วโมง กิจกรรมหลักๆ คือ การขายของออนไลน์และการเปิด YouTube ให้ลูกดู แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อย 3 อันดับแรกคือ Facebook Line และ YouTube โดยเฟซบุ๊กและไลน์จะมีไว้ใช้ขายของเป็นหลัก ส่วน YouTube นั้นเน้นใช้เพื่อสนทนาการทั้งของตนเองและของลูกค้า

นาง N ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ใดๆ เลย แต่เข้าร่วมกลุ่มออนไลน์เป็นจำนวนมาก ในเฟซบุ๊กมีประมาณ 30 กลุ่ม เกือบทั้งหมดเป็นกลุ่มเกี่ยวกับการขายของ เช่น กลุ่มเชียงใหม่ Shopping 2 hands กลุ่มกาดนัดคุณแม่เชียงใหม่ กลุ่มเสื้อผ้า XL เป็นต้น แต่ก็มีกลุ่มอื่นๆ ตามความสนใจเฉพาะด้วยเช่นกัน เช่น กลุ่มเลขเด็ดกองสลาก และกลุ่ม ซิม ซ้อป ใช้ เฟส 2 เชียงใหม่ เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มในไลน์ก็มีหลากหลาย ทั้งกลุ่มที่ทำงาน กลุ่มแชร์รายวัน 15 วัน กลุ่มที่โรงเรียนของลูก กลุ่มร้านเสื้อผ้า และกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต

นาง N ซื้อสินค้าเป็นประจำจากเฟซบุ๊ก เพราะเป็นคนที่เข้าร่วมกลุ่มซื้อขายของในเฟซบุ๊กหลายกลุ่มอยู่แล้ว สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ เช่น เสื้อผ้าสำหรับนำมาขาย เสื้อผ้าของลูกค้า เครื่องสำอางค์ รองเท้า และอาหารเสริม ด้านการซื้อบริการใช้ Grab car กับ Food panda เป็นหลัก สิ่งที่สั่งบ่อยที่สุดคือ ชาไข่มุก ชอบสั่งไปกินตอนทำงานที่ร้านอาหารเกือบทุกวัน ในด้านการเป็นผู้ขาย N ขายสินค้าหลายประเภท ทั้งเครื่องสำอางค์

เสื้อผ้า และอาหารเสริม โดยทั้งหมดนั้นไม่มีหน้าร้านของตัวเอง แต่สั่งตามออเดอร์ไปที่ร้านใหญ่ในระบบออนไลน์อีกทอดหนึ่ง รายได้จากการขายของออนไลน์แม้จะหลายประเภทแต่ไม่ได้มากนัก เพียงประมาณ 3,000-4,000 บาทต่อเดือน กลยุทธ์ในการขายไม่ได้ผลิตเนื้อหาการโฆษณาด้วยตัวเอง โดยจะเป็นแชร์เนื้อหาการโฆษณาจากร้านใหญ่แทน เพราะร้านใหญ่เหล่านี้จะทำเนื้อหาในการโฆษณาแบบสำเร็จรูปไว้ให้แล้ว ให้ผู้ขายรายย่อยเอาไปใช้ต่อได้เลย รูปแบบการรับเงินมีทั้งรับผ่าน Internet Banking และบัตรเครดิตในกรณีที่อยู่ในเมืองเชียงใหม่

นอกจากนั้น นาง N ยังใช้ Google บ่อยมาก เพื่อเอาไว้หาข้อมูลของสินค้าที่อยากขาย รวมไปถึงการค้นหาความรู้เกี่ยวกับการดูแลเด็ก โลกออนไลน์ของนาง N คือ โลกของความสะดวกสบายและแหล่งรายได้ที่สำคัญ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งความรู้ที่ดีมาก N บอกว่า ถ้าไม่มี Google ก็ไม่แน่ใจว่าจะเลี้ยงลูกได้รอดมั้ย แต่ก็สิ่งที่ทำให้รู้สึกหงุดหงิดรำคาญเช่นกัน จากการที่ชอบมีคนแหกมาเสนอขายของให้ แบบที่ดูก็รู้ว่าเป็นพวกหลอกลวง ซึ่งได้ทำการบล็อกไปหมดแล้ว ส่วนเรื่องที่คนอื่นมักกังวลเรื่องความปลอดภัยทั้งเรื่องเงินและเรื่องส่วนตัว N ไม่ได้กังวลมากนัก โดยใช้วิธีการป้องกันตัวเองให้มากที่สุด เช่น รูปของลูกก็ตั้งค่าให้มองเห็นได้เฉพาะคนที่ เป็นเพื่อนเท่านั้น ไม่ตั้งค่าเป็นสาธารณะ การจ่ายเงินรับเงินก็ต้องรอบคอบด้วยการตรวจสอบอย่างละเอียดหลายรอบ หรือการจะซื้อของก็ต้องเช็คความน่าเชื่อถือของร้านให้ดีกว่าก่อน ทั้งการเข้าไปดูคอมเม้นของลูกค้า รวมถึงเช็คความมีตัวตนของเจ้าของร้านให้ดี

กรณีของนาย M ให้ภาพของการใช้สื่อออนไลน์ที่ต่างออกไป โดยมีเรื่องการทำงานและการเป็นจิตอาสาเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น นาย M อายุ 32 ปี โสด เรียนจบชั้น ม.3 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัยของบริษัทแห่งหนึ่ง สถานที่ทำงานนั้นขึ้นอยู่กับบริษัทจะจัดสรรให้ไปอยู่ที่ไหน ส่วนใหญ่เป็นธนาคารหรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในปัจจุบันนอกจากจะเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัยแล้ว นาย M ยังสมัครเป็นพนักงานส่งของของบริษัท Kerry ด้วย ทั้ง 2 งานนี้ทำให้มีรายได้ประมาณ 13,000 บาทต่อเดือน นาย M ใช้เวลาในโลกออนไลน์ประมาณ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยถ้ามีเวลว่าง ก็จะหางานรับจ้างในอินเทอร์เน็ตอยู่เสมอในช่วงที่หยุดจากงานประจำ

แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อย 3 อันดับแรกคือ Facebook Line และ YouTube โดยแต่ละแอปจะใช้ต่างกัน อย่างชัดเจนคือ เฟสบุ๊กเอาไว้ใช้คุยกับเพื่อนเป็นหลัก มีการซื้อของบ้าง ส่วนไลน์นั้นเอาไว้ติดต่อเรื่องงานเป็นหลัก โดยจะต้องรายงานหัวหน้าทั้งเวลาเข้างาน ออกงาน รวมถึงในช่วงที่ทำงานอยู่กันอยู่ด้วย ส่วน YouTube นั้นใช้เพื่อการค้นหาการฟังอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นการดูหนัง ฟังเพลง หรือบางครั้งดูคลิปตลกเพื่อคลายเครียด

การเข้าร่วมกลุ่มทั้งในโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์มีลักษณะเดียวกันคือ กลุ่มจิตอาสาต่างๆ แต่ในด้านจำนวนของกลุ่ม ในโลกออนไลน์มีจำนวนมากกว่ามาก เฉพาะในเฟสบุ๊กนั้นมีมากกว่า 30 กลุ่ม เพราะกลุ่มจิตอาสาต่างๆ มีอยู่ในหลายพื้นที่ ทั้งในเชียงใหม่และจังหวัดอื่นๆ แต่ละพื้นที่ก็จะตั้งกลุ่มของตัวเอง ทำให้มีจำนวนกลุ่มเยอะ ส่วนในไลน์นั้นจะมีเพียงแค่งานที่ทำงานเท่านั้น โลกออนไลน์สำหรับนาย M จึงเป็นโลกที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อกัน และการเป็นช่องทางในการหางานทำ ด้วยวิถีชีวิตที่ผูกติดอยู่กับอินเทอร์เน็ตจนเคยชิน สิ่งที่ทำให้หงุดหงิดรำคาญใจที่สุดก็คือตอนที่อินเทอร์เน็ตช้าไม่ทันใจ ซึ่งทำให้ต้องมองหา package อินเทอร์เน็ตใหม่ๆ อยู่เสมอ

กล่าวโดยสรุป ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มอายุ 24-45 ปี เน้นไปที่เรื่องการดิ้นรนทางเศรษฐกิจ (economic livelihood) เป็นสำคัญ เนื่องจากลักษณะงานที่ไม่ได้เป็นงานประจำที่มีรายได้ที่มั่นคงมากนัก จึงจำเป็นต้องประกอบอาชีพหลายๆ อย่างไปพร้อมกัน ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเข้ามาเติมเต็มชีวิตในส่วนนี้ได้เป็นอย่างดี ในฐานะที่เป็นอีกช่องทางในการหารายได้โดยไม่ต้องลงทุนมากนัก อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจใน

โลกออนไลน์ของคนกลุ่มนี้ก็เพียงธุรกิจขนาดเล็ก เช่น การค้าขายที่เพียงทำผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ แต่ไม่ได้มีแพลตฟอร์มของตนเอง

2.3 กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 46-60 ปี) จำนวน 16 คน

กลุ่มคนในอายุนี้ แม้จะไม่สามารถทำกิจกรรมบนโลกออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่วเช่น 2 กลุ่มแรก แต่ก็มีทัศนคติที่ชัดเจนในจุดมุ่งหมายของการใช้ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคม ในขณะที่กลุ่มอายุแรกใช้เพื่อการสนทนาการเป็นหลัก ส่วนกลุ่มที่สองใช้เพื่อการหารายได้เป็นหลัก คนในกลุ่มอายุ 46-60 ปี เลือกใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรื้อฟื้นและรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อเติมเต็มความสุขบางอย่างให้กับชีวิตตัวเอง ทั้งการใช้เฟสบุ๊กและไลน์ในการกลับไปคุยกับเพื่อนเก่าสมัยเรียนที่ไม่ได้เจอกันแล้วในชีวิตประจำวัน หรืออีกรณีสำคัญคือ คุยกับลูกหลานที่ย้ายไปทำงานหรือสร้างครอบครัวที่อื่น คุณป้าท่านหนึ่งตีความการได้คุยกับลูกและหลานผ่านวิดีโอออนไลน์ว่าเป็นความทุกข์อย่างหนึ่ง เพราะได้เห็นหน้าก็จริง แต่ไม่สามารถกอดหรือได้อยู่ใกล้กันได้ ซึ่งบ่อยครั้งหลังจากวิดีโอคอลกันเสร็จ ก็จะแอบร้องไห้คนเดียวเสมอ อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ยังเห็นว่าการติดต่อสื่อสารกันเช่นนี้เป็นความสุขมากกว่าความทุกข์ เพราะเข้าใจถึงความจำเป็นที่ลูกหลานย่อมอยากมีชีวิตที่ดีกว่าการอยู่ที่ชุมชนแออัดเช่นนี้ ดีกว่าการไม่สามารถเห็นหน้าเห็นตากันได้เลย ผู้สูงอายุบางท่านสมัครเฟสบุ๊กไว้เพียงเพื่อจะติดตามดูรูปหลานเท่านั้น เพราะในเฟสบุ๊กมีเพื่อนเพียง 5 คน และไม่โพสต์ใดๆเลย เพียงแต่กดไลค์รูปหลานเท่านั้น

ในด้านการทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์ เกือบทั้งหมดไม่เคยเป็นผู้ซื้อทั้งสินค้าและบริการออนไลน์ แต่มีบางกรณีที่เป็นผู้ขาย แต่เป็นการขายของที่ตนเองขายอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน โดยใช้โซเชียลมีเดียในการโฆษณาและการส่งซื้อสินค้าเพิ่มเติม เช่น มีแผงขายแคบหมู/ไส้อั่วที่ตลาดอยู่แล้ว แต่ถ่ายรูปและโฆษณาในเฟสบุ๊กและไลน์ โดยสามารถสั่งซื้อในเฟสบุ๊กและไลน์ได้ด้วยเช่นกัน เช่นเดียวกับคุณป้าที่มีรถเข็นขายขนมจีบและก๋วยเตี๋ยวหลอดอยู่แล้ว ก็ใช้การโฆษณาและสั่งซื้อทางไลน์เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม โปรแกรมค้นหาอย่าง Google คือเครื่องมือสำคัญของคนในกลุ่มอายุนี้ โดยพบว่า เกือบทั้งหมดจำเป็นต้องใช้ เรื่องที่ค้นหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องความรู้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น สูตรอาหาร การล้างคราบสติ๊กเกอร์ออกจากกระจก นอกจากนั้นยังมีบางกรณีที่ใช้เพื่อการเรียนการศึกษานอกระบบ (กศน.) หรือบางกรณีที่เป็นคนชอบซื้อหวยก็ใช้ Google ในการหาเลขเด็ดอยู่เป็นประจำ ซึ่งรู้สึกถูกใจอย่างมาก เพราะมีเลขเด็ดให้มากมายโดยไม่ต้องเดินทางไปตามที่ต่างๆ เลย แต่กรณีที่ Google เป็นประโยชน์กับชีวิตมากที่สุด คือกรณีของคุณป้าท่านหนึ่งอ่านหนังสือไม่ออกเขียนหนังสือไม่เป็น ที่หากต้องการสื่อสารกับใคร ก็จะใช้วิธีการพูดเข้าไปใน Google แล้วให้ Google แปลเป็นตัวอักษรออกมา จากนั้นก็ดูตัวอักษรเหล่านั้น แล้วไปพิมพ์เพื่อสื่อสารกับคนอื่น (คุณป้ายังไม่รู้จักวิธี copy ข้อความจาก Google แล้วไปวางในที่ที่ต้องการ แทนการพิมพ์)

กรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ กรณีของนาย S ที่เน้นใช้โลกออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงกับเรื่องจิตอาสาในโลกออฟไลน์ นาย S อายุ 47 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 3 คน เรียนจบระดับมัธยมต้น ประกอบอาชีพเป็นคนขับรถเก็บขยะของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยบริษัทนี้รับงานมาจากเทศบาลนครเชียงใหม่ มีรายได้ 15,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว เป็นมือถือเก่าใช้ต่อจากลูก เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ประมาณวันละ 2-3 ชั่วโมงเท่านั้น แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยมี 3 แอปคือ Facebook Line และ YouTube การใช้งานเฟสบุ๊กเน้นไปที่การดูคลิปต่างๆ และคุยกับเพื่อน รวมถึงติดตามข่าวสารต่างๆ Line ใช้เพื่อการทำงานเพียงอย่างเดียว ส่วน YouTube เอาไว้ใช้ดูหนัง ฟังเพลง ดูฟุตบอล และบางครั้งก็เปิดการ์ตูนให้หลานดู

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ 1 กลุ่มคือ กลุ่มกรรมการชุมชนกำแพงงาม โดยมีตำแหน่งเป็นรองประธานชุมชน ส่วนกลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มออฟไลน์คือ กลุ่มในเฟซบุ๊กชื่อกลุ่มอาสาสมัครพัฒนาชุมชนกำแพงงาม มีสมาชิก 13 คน เอาไว้คุยกันเรื่องการทำงานชุมชน รวมถึงส่งรูปให้กันเวลามีกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน อีก 1 กลุ่มเป็นกลุ่มในไลน์ชื่อกลุ่มนักซึ่งเม้งราย เป็นกลุ่มของสายตรวจจรชยะ มีสมาชิก 11 คน (ใน 11 คนนี้มีคนที่ เป็นสายตรวจ 2 คน ที่เหลือเป็นคนเก็บขยะ) เอาไว้ใช้สำหรับแจ้งรูปขยะ จุดเก็บต่างๆ เป็นการตรวจสอบว่าพนักงานเก็บขยะของบริษัททำงานเรียบร้อยดีหรือไม่

จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กของนาย S มีเพียง 97 คนเท่านั้น เพราะรับเฉพาะคนที่รู้จักกันจริงๆ ในโลกออฟไลน์ แต่การมีเพื่อนในเฟซบุ๊กน้อย ก็ทำให้เห็นความเคลื่อนไหวของเพื่อนได้ชัดเจน (ไม่ถูกรบกวนโดยคนอื่น) ในหน้า news feed ของเฟซบุ๊กมากนัก) เฟซบุ๊กสำหรับนาย S จึงทำให้ชีวิตมีสีสันมากขึ้น เพราะๆ ได้รับความสนใจของเพื่อนๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ไกลกัน ไม่ได้เจอกันในชีวิตจริง และส่วนตัวของนาย S เองก็เอาไว้แชร์รูปต่างๆ ที่ได้ไปเจอมาเช่นกัน เป็นการแบ่งปันให้เพื่อนๆ ได้เห็นด้วย

โลกออนไลน์สำหรับนาย S คือ นอกจากจะเป็นช่องทางในการผ่อนคลายจากการทำงานในชีวิตประจำวัน ทั้งการได้คุยกับเพื่อนและการได้ดูหนังที่ชอบแล้ว ยังเป็นช่องทางที่ทำให้การทำงานจิตอาสาต่างๆ สะดวกมากขึ้น จากที่สมัยก่อนใช้วิธีการโทรศัพท์อย่างเดียว มาเป็นการได้เห็นภาพชัดเจนและเรียกรวมคนได้รวดเร็วผ่านการใช้ไลน์ ซึ่งทำให้การทำงานและการทำจิตอาสาสะดวกและสะดวกสบายมากขึ้น

เช่นเดียวกับกรณีของนาง W อายุ 58 ปี ที่เข้าร่วมกลุ่มแนวจิตอาสาหลายกลุ่มทั้งโลกออฟไลน์และออนไลน์ เช่น กลุ่มอาสาสมัครชุมชน (อสม.) กลุ่มกรรมการโรงเรียน กลุ่มกรรมการชุมชน เป็นต้น แอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุดจึงเป็น Line เพราะเอาไว้ใช้ติดต่อประสานงานกันได้สะดวก โดยมีกลุ่มในไลน์ทั้งสิ้นถึง 53 กลุ่ม การเข้าร่วมกลุ่มหลายกลุ่มเช่นนี้ ด้านหนึ่งทำให้ไม่เหงาและได้ทำงานสะดวก แต่อีกด้านหนึ่งก็ทำให้เสียเวลาส่วนตัวเช่นกัน

กรณีของนาง U ใกล้เคียงกับนาย S ในเรื่องจิตอาสาแต่มีความน่าสนใจมากขึ้นในเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัว นาง U อายุ 47 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 2 คน เรียนจบระดับมัธยมต้น ประกอบอาชีพเป็นคนกวาดถนนของเทศบาล การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว เป็นมือถือที่ลูกสาวซื้อให้ ใช้อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน บางครั้งเป็นรายวัน บางครั้งเป็นรายสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยรวมอยู่ที่ประมาณ 400 บาทต่อเดือน ที่บ้านติด Wi-Fi โดยหารค่าใช้จ่ายกับบ้านที่อยู่ติดกันคนละครึ่ง (คนละ 300 กว่าบาท) เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 12 ชั่วโมงต่อวัน นาง U บอกว่าใช้เวลาในโลกออนไลน์เยอะ เพราะติดเฟซบุ๊ก เวลาเข้าไปดูแล้วก็จะเพลิน มีหลายอย่างให้ดู รวมถึงเวลาได้คุยกับกิ๊กด้วย ซึ่งใช้เวลานาน แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุดจึงเป็น Facebook เอาไว้ส่งรูป โพสตรูป (ชอบถ่ายรูปเซลฟี่ตัวเอง) ชื่อของ ดูหนัง ดูคลิป ติดตามข่าวสาร รวมถึงต้องโพสตรูปตอนทำงานให้หัวหน้าดูด้วย ส่วน Line นั้นใช้เพื่อส่งรูปทำงาน ชื่อของ และคุยกับคนอื่น ส่วน YouTube เอาไว้ใช้เพื่อค้นหาการเป็นหลัก แต่ก็มีบางครั้งที่ใช้เพื่อหาความรู้ด้วย

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มกองทุนหมู่บ้าน กลุ่มตำรวจบ้าน กลุ่มอาสาพัฒนาชุมชน กลุ่มเรียนการศึกษานอกระบบ (กศน.) กลุ่มเหล่านี้สอดคล้องไปกับกลุ่มโลกออนไลน์ด้วย คือกลุ่มในไลน์จะมีกลุ่มในโลกออฟไลน์ทั้งหมด นาง U มีเพื่อนในเฟซบุ๊กไม่มากนัก เพียง 74 คน แต่คุยกันอย่างเข้มข้น ทั้งแชทคุยกันและการคอมเม้นกันเวลาเพื่อนโพสตรูปหรือตัวเองโพสตรูปต่างๆ สิ่งที่อยู่ใกล้ใจเวลาเล่นเฟซบุ๊กคือ การได้อ่านคำคมหรือคำให้กำลังใจต่างๆ บางครั้งรู้สึกเบื่อ ถ้าได้ไปอ่านเจอคำคมให้กำลังใจก็รู้สึกดีขึ้นมา นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังทำให้รู้จักนิสัยใจคอที่แท้จริงของคน โดยดูจากสิ่งที่เค้าโพส ความสุขจากเฟซบุ๊กจึงเป็นการทำให้มีกำลังใจ อย่างไรก็ตามเฟซบุ๊กก็ทำให้เกิดความทุกข์ได้เช่นกัน โดยเฉพาะตอนที่เห็นลูกสาวโพสตรูปหลานหรือตอนที่ครอบครัวลูกสาวไปเที่ยวตามที่ต่างๆ หรือตอนที่ได้คุยวิดีโอคอลกัน เพราะทำให้รู้สึก

คิดถึงมาก กระตุ้นให้อยากเจออยากอยู่ด้วยกัน เมื่อก่อนเคยอยู่กับลูกสาวมาตลอด แต่ตอนนี้ลูกสาวย้ายไปทำงานและสร้างครอบครัวที่ชลบุรี ทำให้ห่างไกลกันมาก บางครั้งหลังจากคุยกันเสร็จก็แอบมาร้องไห้อยู่คนเดียว นาง U บรรยายความรู้สึกต่อโลกโซเชียลไว้ว่า แค่ว่าโทรศัพท์เครื่องเดียวสามารถทำให้เราทั้งหัวเราะและร้องไห้ได้ในเวลาเดียวกัน

Google คือเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตของนาง U เพราะตัวเองเขียนหนังสือไม่เป็น ลูกสาวจึงสอนให้ใช้ Google ช่วย โดยการพูดใส่เข้าไปใน Google แล้วให้ Google ช่วยแปลเป็นตัวอักษรออกมา จากนั้นก็ใช้วิธีจำตัวอักษรเหล่านั้นไปพิมพ์คุยกับคนอื่นตามที่ต้องการ (นาง U ไม่รู้จักวิธีการ copy ข้อความ ไป paste ในที่ต้องการ) Google จึงเป็นประโยชน์กับชีวิตมาก ทั้งนี้ยังช่วยได้มากในการเรียน กศน. ที่กำลังเรียนอยู่ในขณะนี้

กรณีของลุง X ทำให้ภาพของการใช้โลกออนไลน์ทั้งด้านงานจิตอาสา รวมไปถึงด้านการประกอบอาชีพ ลุง X อายุ 60 ปี เรียน กศน. จบชั้น ม.3 ปัจจุบันอาศัยอยู่คนเดียวเพราะหย่ากับภรรยาแล้ว มีอาชีพซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและขายโทรศัพท์มือถือมือสอง ในแต่ละวันลุง X ใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ยกเว้นเพียงตอนนอนเท่านั้น เพราะการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงการขายมือถือมือสองนั้นต้องหาข้อมูลและความรู้อยู่ตลอดเวลา Google จึงเปรียบเสมือนที่ปรึกษาคนสำคัญที่ต้องใช้งานอยู่ตลอดเวลา

นอกเหนือจากการทำมาค้าขายในโลกออนไลน์แล้ว งานจิตอาสาต่างๆ ก็ทำให้ลุง X ต้องใช้โซเชียลมีเดียอย่างสม่ำเสมอ เพราะต้องใช้ในการพูดคุยและติดต่อประสานงานต่างๆ โดยเฉพาะงานของชุมชน ซึ่งงานจิตอาสาประเภทนี้จะใช้ไลน์ในการพูดคุยเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของเฟซบุ๊กนั้นจะใช้งานหลากหลายมากกว่า กิจกรรมหลักคือการโพสต์ขายของ การดูรีวิวกิจกรรมไฟฟ้าต่างๆ รวมถึงโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ๆ เพื่อให้ทันกระแส กิจกรรมที่รองลงมาคือการสนทนาการจำพวกดูหนังฟังเพลงต่างๆ และสุดท้ายคือการติดตามข่าวสารการเมือง โดยก่อนหน้านี้อายุ X เคยลงสมัครสมาชิกเทศบาลมาก่อน จึงเป็นคนสนใจการเมืองอยู่แล้วโดยพื้นฐาน

ลุง X เป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในการค้าขายออนไลน์ สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับอาชีพคือ สินค้าจำพวกอะไหล่เครื่องใช้ไฟฟ้าหรืออะไหล่โทรศัพท์มือถือต่างๆ ส่วนการขายโทรศัพท์มือถือมือสองใช้การทำเนื้อหาโฆษณาด้วยตัวเอง ทั้งรูปภาพและวิดีโอคลิป เคย Live ขายของด้วย 1 ครั้ง อย่างไรก็ตามในด้านรายได้ที่ได้รับ ไม่ได้มากมายนัก เฉลี่ยประมาณเดือนละ 6,000 บาทเท่านั้น ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของลุง X มีเพียงด้านดี เพราะเป็นแหล่งรายได้หลักของตนเองในปัจจุบัน โดยเฉพาะ Google ที่มีประโยชน์กับชีวิตอย่างมาก แต่สิ่งที่กังวลคือคนรุ่นหลังที่อาจไม่รู้จักรากเหง้าหรือแยกแยะสิ่งที่อยู่ในโลกออนไลน์ได้ดีเพียงพอ อาจทำให้เกิดการติดเกมส์หรือเล่นโซเชียลมีเดียมากเกินไป หรือเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดีจากโลกโซเชียลได้

กรณีของนาย V ทำให้เห็นโลกออนไลน์ที่ต่างออกไป โดยเฉพาะเรื่องการเมือง นาย V อายุ 55 ปี โสตรเรียนจบชั้น มศ.5 ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่ศูนย์คนไร้บ้านแห่งหนึ่ง โดยปกติ นาย V ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งวัน ยกเว้นเพียงเวลานอนเท่านั้นที่ไม่ใช้ กิจกรรมที่ทำในโลกออนไลน์เกือบทั้งหมดเป็นเรื่องการเมือง เพราะนาย V เป็นคนเสื้อแดงเต็มขั้น ที่ติดตามและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างเข้มข้นอยู่ตลอดเวลา ความรักที่มีต่ออดีตท่านนายกทักษิณ เริ่มจากนโยบายที่มาส่งเสริมให้ตัวเองได้เริ่มทำแก้วเคลือบขาย ซึ่งกลายเป็นอาชีพหลักมาถึงปัจจุบัน ทำให้รักท่านมาก การแสดงออกในเฟซบุ๊กมีทั้งการโพสต์ข้อความวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลทหาร การเข้าไปคอมเมนต์ตอบโต้กับคนอื่นก็เสื้ออยู่เสมอ (นาย V ใช้คำว่า ทำจกนกว่าจะหมดแรง) การใช้ YouTube ก็เพื่อติดตามข่าวการเมืองในแนวทางนี้เช่นกัน ส่วนใน Line นั้นมีความต่างเล็กน้อย ตรงที่ใช้เพื่อติดต่อประสานงานกับกลุ่มคนไร้บ้านทั่วประเทศมากกว่าจะใช้เพื่อการเมือง กลุ่มที่เข้าร่วมทั้งในโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์

ค่อนข้างจะสอดคล้องกัน ส่วนใหญ่คือเครือข่ายของคนไร่บ้าน หรือเครือข่ายคนในชุมชนแออัด และแน่นอนว่า กลุ่มคนเสื้อแดงต่างๆ สิ่งที่น่าย V ประทับใจกับโลกออนไลน์มากที่สุดคือ การทำให้เปิดโลก ทำให้รู้เท่าทันกลุ่ม ทหารและชนชั้นนำ โดยเปรียบเทียบให้ฟังว่า ถ้าเป็นสมัยก่อน เรื่องราวต่างๆ จะถูกสื่อสารทางเดียวผ่าน โทรทัศน์เท่านั้น ซึ่งทำให้คนไม่รู้ข้อมูลที่รอบด้าน แต่พอมีโซเชียลทำให้คนรู้อะไรที่ไม่เคยรู้เป็นการเปิดหูเปิด ตา ทำให้ผู้คน “ตาสว่าง” มากขึ้น ไอ้ดอกลที่นาย V ติดตามอยู่เสมอคือ นายณัฐวุฒิและนายจตุพร 2 แกนนำ สำคัญของคนเสื้อแดง เพราะชอบในลีลาการพูดและชอบในความยึดมั่นในความยุติธรรมของทั้ง 2 ท่าน

กล่าวโดยสรุป ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มอายุ 46-60 ปี เน้นไปที่เรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม ไม่ว่าจะป็นกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน ไปจนถึงกลุ่มจิตอาสาต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มที่มีรากมาจาก พื้นที่จริงที่ใช้ชีวิตอยู่ (area based) แอปพลิเคชันที่กลุ่มนี้ใช้เยอะจึงเป็น Line ที่มีลักษณะของความเป็นกลุ่ม เฉพาะมากกว่าแอปพลิเคชันอย่างเฟซบุ๊กที่มีความกว้างกว่า สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นสังคมออนไลน์ที่มี ลักษณะปิดมากกว่าอีก 2 กลุ่มอายุ

จากข้อมูลของทั้ง 3 กลุ่มอายุทำให้เห็นได้ว่า แต่ละกลุ่มมีลักษณะการเข้าไปรวมอยู่ในโลกออนไลน์ที่ ต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา โดยกลุ่มเด็ก (อายุ 13-23 ปี) จะเน้นไปที่การใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อสื่อสารกับโลกกว้าง โดยมีประเด็นสำคัญคือ การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์เพื่อหาพื้นที่ในการนิยาม ตนเอง เช่น การได้รับความนิยชมชอบจากผู้คนในโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะมาจากความหน้าตาดี หรือความเป็น คนเล่นเกมส์เก่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่โต้แย้งกับภาพลักษณ์ของการเป็นเด็กสลัมที่มีแต่ภาพในด้านลบ ในขณะที่กลุ่มวัย กลางคน (อายุ 24-45 ปี) จะเน้นไปที่เรื่องการดิ้นรนทางเศรษฐกิจ (economic livelihood) จากการที่ต้อง ประกอบอาชีพหลายอย่างเพื่อความอยู่รอด ดังนั้นจึงต้องพัฒนาความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการขึ้นมา (entrepreneurship) เช่นการสร้างเนื้อหาเพื่อขายของ ซึ่งสื่อออนไลน์เข้ามาเติมเต็มชีวิตในส่วนนี้ได้เป็นอย่างดี เพราะสะดวกและไม่ต้องลงทุนมากนัก อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจในโลกออนไลน์ของคนกลุ่มนี้ก็ป็น เพียงธุรกิจขนาดเล็กเท่านั้น ยังไม่ได้พัฒนาไปสู่การมีแพลตฟอร์มของตนเอง ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 46- 60 ปี) การใช้สื่อออนไลน์เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์ทางสังคมมาเติมเต็มความเหงาในชีวิต ไม่ว่าจะป็นกลุ่ม ครอบครัว กลุ่มเพื่อน ไปจนถึงกลุ่มจิตอาสาต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มที่มีรากมาจากพื้นที่จริงที่ใช้ชีวิต อยู่ (area based) ต่างจากกลุ่มอายุ 13-23 ปี และกลุ่ม 24-45 ปี ที่เน้นเข้าร่วมกลุ่มในโลกที่กว้างกว่า และมี ลักษณะเป็นกลุ่มตามความสนใจเฉพาะ (issue based) แอปพลิเคชันที่กลุ่มนี้ใช้เยอะคือ Line ที่มีลักษณะของ ความเป็นกลุ่มเฉพาะมากกว่าแอปพลิเคชันอย่างเฟซบุ๊ก สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะปิด มากกว่าอีก 2 กลุ่ม

3. โลกออนไลน์กับโลกออฟไลน์ของชาวแม่ช่า

สภาพปัญหาสำคัญในชีวิตของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ช่าคือ 1. ตัวตน 2. รายได้ 3. ความเสี่ยงใน ด้านต่างๆ ซึ่งหลังจากการเกิดขึ้นของโลกออนไลน์ พวกเขาต่างพยายามใช้โลกออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ในจุดเน้นที่ต่างกันออกไป

ด้านตัวตน การดิ้นรนเพื่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เป็นเรื่องสำคัญในชีวิตของคนแม่ช่า งานวิจัยเกี่ยวกับ คนจนเมืองที่ผ่านมาเสนอให้เห็นแล้ว ภาพลักษณ์ของคนจนในเมืองคือ ความสกปรก ความด้อยโอกาส เป็นจุด ต่างของสังคมเมือง อย่างไรก็ตาม คนจนเมืองเองไม่เคยยอมรับสภาพดังกล่าวอย่างยินยอม พวกเขาพยายาม ต่อสู้กับภาพลักษณ์ดังกล่าวมาโดยตลอด การเปลี่ยนเข้าสู่ยุคสังคมออนไลน์เป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญอีกครั้ง หนึ่งที่ทำให้พวกเขามีพื้นที่ในการต่อสู้กับภาพลักษณ์ดังกล่าวในแบบใหม่ การต่อสู้ไม่ได้เพียงเพื่อให้ตนเองมี ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นเท่านั้น หากแต่ป็นเรื่องของการต้องการปรับความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับสังคมเสียใหม่ ให้

มองเห็นว่าพวกเขาเป็นคนที่มีความสามารถต่างๆ ไม่ต่างกับคนทั่วไป ไม่ได้เป็นตัวถ่วงของสังคมเมืองดังที่มักจะมองกัน

เช่นกรณีของ A นายแบบน้อยผู้เชี่ยวชาญด้านเกมส์ ที่สร้างอัตลักษณ์ใหม่เพื่อจะต้านกับคำอธิบายว่าเขาเป็นเด็กติดเกมส์ ด้วยการสร้างภาพของการได้รับการยอมรับทั้งด้านหน้าตาและการหารายได้ อำนวยในการนิยามตัวเองได้เช่นนี้ทำให้เขาไม่ต้องตกอยู่ภายใต้การนิยามของสังคมว่าเป็นเด็กยากจนแล้วยังติดเกมส์ไร้สาระ หรือลุง V คนเสื้อแดงสายฮาร์ดคอร์ ที่เห็นว่าโลกออนไลน์เปรียบเสมือนแสงสว่างทางปัญญาที่ทำให้เขาเกิดอาการตาสว่างในทางการเมือง โลกออนไลน์สำหรับลุง V จึงเป็นพื้นที่ของความรู้เท่าทันสังคม โดยเฉพาะในด้านการเมือง รวมถึงป่า U ที่ใช้พื้นที่ออนไลน์ในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับตนเอง เพื่อต่อสู้กับภาพลักษณ์ของการเป็นคนไม่รู้หนังสือและเป็นคนกวาดขยะ ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาความรู้ทุกอย่าง เพื่อต่อสู้กับการเขียนหนังสือไม่เป็น โดยการใช้ Google เป็นเสมือนแสงนำทางให้กับชีวิต โดยการใช้การพูดเข้าไปใน Google แล้วให้ Google แปลเป็นตัวอักษรออกมา แล้วจำตัวอักษรนั้นไปพิมพ์เพื่อสื่อสารกับคนอื่นๆ ในโลกโซเชียล วิธีดังกล่าวช่วยให้ชีวิตในโลกโซเชียลราบรื่นขึ้นอย่างมาก นอกจากการใช้ Google เพื่อพิมพ์ตัวอักษรแล้ว หลังจากป่า U เริ่มเห็นประโยชน์จาก Google จึงเริ่มสมัครเรียน กศน. เพื่อเพิ่มวุฒิให้ตัวเอง ซึ่งปัจจุบันก็กำลังศึกษาอยู่

จากตัวอย่างของ A ลุง V และป่า U ทำให้เห็นถึงการต่อรองอัตลักษณ์ผ่านพื้นที่ของโลกออนไลน์ พวกเขาไม่ยอมตกอยู่ใต้อำนาจของการถูกนิยามตีตราโดยสังคมในการเป็นคนสลัม จน ไม่มีความรู้ พวกเขาพยายามอย่างยิ่งที่จะตอบโต้กับภาพลักษณ์ดังกล่าวด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ในการสร้างตัวตนใหม่ ไม่ว่าจะเป็ นนักแคสต์เกมส์หน้าตาดี ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าและโทรศัพท์มือถือทั้งที่ไม่เคยได้เรียนทางนี้มาก่อนเลย รวมถึงการเปลี่ยนภาพของการเป็นคนไม่รู้หนังสือของตัวเองโดยใช้ Google เป็นคนนำทาง

การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ดังกล่าว คือมิติใหม่ของชีวิตประจำวันที่ย้ายขอบเขตออกมา ความคิดดังกล่าวเกิดจากการที่เรามองว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากการประกอบสร้างผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ไม่ใช่สถานะทางจิตใจ ดังที่กอฟฟ์แมน (Erving Goffman) เสนอความคิดไว้ว่า วิธีที่ผู้คนใช้จัดการอัตลักษณ์อันหลากหลาย จะมาพร้อมกับบทบาททางสังคมและบริบทที่หลากหลายเช่นกัน เช่น คนคนหนึ่งเป็นได้ทั้งแม่ พนักงาน และนักกีฬา การมีตัวตนบนโลกออนไลน์ยิ่งเพิ่มกรอบเข้าไปในส่วนผสมนี้ เมื่อเราสามารถปรับระดับสถานะความเป็นสังคมที่วันนี้ได้มากขึ้น อัตลักษณ์บนโลกออนไลน์ก็อาจยืดหยุ่นมากขึ้นตามไปด้วย

ด้านรายได้ การดิ้นรนทางเศรษฐกิจเป็นข้อมูลที่ปรากฏชัดในกลุ่มของคนแม่ค้า โดยเฉพาะในกลุ่มวัยกลางคนที่เป็ นผู้ต้องทำมาหากินเลี้ยงครอบครัว การมีพื้นที่ใหม่ที่ชื่อว่าโซเชียลมีเดีย ทำให้ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ช้ำสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการหารายได้เสริมได้เป็นอย่างดี ด้วยข้อจำกัดเรื่องอาชีพการงานที่ต้องผูกติดอยู่กับเมือง ในขณะที่เดียวกันก็ไม่สามารถจะหาที่พักอาศัยที่ดีเพียงพอเนื่องจากที่ดินมีราคาสูงมาก ดังนั้นพวกเขาจึงใช้พื้นที่โซเชียลมีเดียมาเป็นพื้นที่ในการหารายได้เสริม เพราะเป็นพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย ทุนไม่สูงคือเพียงมีมือถือที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้ 1 เครื่อง ซึ่งสามารถหาได้มากมายในราคาหลักพัน ค่าอินเทอร์เน็ตในมือถือไม่ถึง 1,000 บาทต่อเดือน และค่าอินเทอร์เน็ต Wi-Fi ที่บ้านประมาณ 700 บาทต่อเดือน ซึ่งสามารถหารกันจ่ายได้หากอยู่กันหลายคน ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่สื่อสารกับผู้คนได้ทีละเยอะๆ โลกออนไลน์สำหรับพวกเขา จึงไม่ใช่โลกของความบันเทิงไร้สาระที่สังคมมักตีตรา แต่เป็นพื้นที่ในการหารายได้ที่สำคัญอย่างจริงจังสำหรับชีวิต อย่างไรก็ตามธุรกิจของพวกเขาก็ยังเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็กที่มีฐานะเป็นตัวเสริมมากกว่าจะเป็นตัวหลักในด้านรายได้ ซึ่งสิ่งสำคัญคือการพัฒนาความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มของตัวเองได้ หรือการมีเครือข่ายในโลกออนไลน์ เพราะเครือข่ายเหล่านี้คือผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญของพวกเขาอยู่

ด้านความเสี่ยง ปัญหาที่สำคัญสำหรับชีวิตของชาวชุมชนแออัดก็คือ ปัญหาเรื่องความมั่นคงในที่อยู่อาศัย ที่ส่วนมากถูกตีตราว่าเป็นผู้บุกรุก พวกเขาต้องเผชิญกับข่าวคราวของการไล่รื้ออยู่เสมอ

ในงานศึกษาของ อคิน รพีพัฒน์ ได้กล่าวไว้ว่าสังคมชุมชนแออัดเป็นสังคมแบบปิด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่พบในกรณีของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าว่า กลุ่มคนสูงอายุยังมีลักษณะดังกล่าวอยู่ คือ ส่วนใหญ่รวมตัวกันในโลกออนไลน์แบบกลุ่มเฉพาะที่โยงมาจากพื้นที่จริงในชีวิตประจำวัน เช่น กลุ่ม line ของคนในครอบครัว กลุ่ม line จิตอาสาของคนในชุมชน กลุ่ม line ของคนในที่ทำงาน เป็นต้น แต่เมื่อเปลี่ยนมาเข้าสู่ยุคดิจิทัลเช่นในปัจจุบัน กลุ่มอายุรุ่นเด็กในชุมชนแออัดจะมีลักษณะการเข้าร่วมกลุ่มที่เป็นแบบเปิดมากขึ้น เช่น กลุ่มในเฟซบุ๊ก กลุ่มเกมส์ออนไลน์ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้มีลักษณะเป็นกลุ่มเปิดที่ไม่ได้อิงอยู่กับคนที่รู้จักกันจริงๆ ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม แม้แต่กลุ่มที่ดูมีลักษณะปิดของกลุ่มสูงอายุก็นิยมเปิดมากขึ้น คือ มีคนภายนอกที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เช่นกรณีของโครงการ imagined maekha ที่เกิดจากนักกิจกรรมมาสร้างเพจในเฟซบุ๊กให้แล้วสื่อสารเรื่องเหล่านี้ออกไปในโลกสาธารณะ

การเข้าร่วมกลุ่มที่ต่างกันดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนแออัดมีแนวโน้มจะสัมพันธ์กันในเชิงติดพันที่น้อยลง โดยเปลี่ยนไปเป็นแบบเปิดมากขึ้น สิ่งนี้ นิธิ เอียวศรีวงศ์ เคยเสนอว่า คนจนจะสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตด้วยการสร้างสายสัมพันธ์กับบุคคล เป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถจะช่วยเหลือคนจนได้ตลอดเวลาอย่างทันท่วงที เช่น คนปล่อยเงินกู้และคนค้าประกัน ก็อาจจะเปลี่ยนไป เพราะสื่อออนไลน์ต่างๆ จะทำให้พวกเขาสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่กว้างขวางขึ้นได้

สิ่งที่พบจากการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับงานศึกษาด้านมานุษยวิทยาดิจิทัลจำนวนหนึ่งที่พบว่า โซเชียลมีเดียในบางพื้นที่มีลักษณะของความเป็นอนุรักษ์นิยม (ทางสังคม) ค่อนข้างสูง ซึ่งหมายถึง ในโลกสมัยใหม่มีปัจจัยมากมายที่ทำให้ครอบครัวมีแนวโน้มที่จะกระจุกกระจาย และสมาชิกแต่ละคนต้องแยกตัวออกไป แต่โซเชียลมีเดียกลายเป็นเครื่องมือที่ผู้คนใช้เพื่อกลับไปหาปฏิสัมพันธ์แบบดั้งเดิม (Tradition Way of Social Interaction) ทั้งการกลับไปหา ครอบครัว ชุมชน ชีวิต และคุณค่าแบบดั้งเดิม ในกรณีของชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าพบว่า แม้ผู้คนสังกัดในกลุ่มออนไลน์มากกว่ากลุ่มออฟไลน์ แต่กลุ่มจำนวนมากมีรากเชื่อมโยงมาจากกลุ่มออฟไลน์ กรณีเช่นนี้ชัดเจนในกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้ Line เป็นหลัก โดยกลุ่มใน Line ส่วนใหญ่เป็นการย้ายที่เกาะเกี่ยวจากโลกออฟไลน์มาสู่โลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็กลุ่มครอบครัว กลุ่มที่ทำงาน กลุ่มจิตอาสาต่างๆ ซึ่งกลุ่มดังกล่าว มีไว้เพื่อช่วยเหลือกันในชีวิตที่ต้องเสี่ยงกับความไม่มั่นคงหลายประการ การแสดงออกถึงความเห็นใจกันนี้ใจเดียวกันของกลุ่ม เป็นการแสดงออกให้เห็นว่า ชุมชนของพวกเขาให้คุณค่าพอที่จะอยู่ในที่แห่งนี้ เพราะพวกเขาเป็นผู้รักษามากกว่าผู้ทำลาย

4. สรุป

จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า สำหรับชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า พื้นที่ของโลกออนไลน์ไม่ใช่พื้นที่ของความบันเทิงหรือความไร้สาระ เมื่อมองผ่านแนวคิดเรื่องพื้นที่ที่สามจะเห็นได้ว่า พวกเขาได้สร้างความหมายใหม่กับพื้นที่ออนไลน์ในหลายรูปแบบ ทั้งการสร้างรายได้และตัวตนจากพื้นที่เกมส์ออนไลน์ การสร้างตัวตนของการเป็นผู้รู้เท่าทันการเมือง การใช้เป็นพื้นที่ในการหาความรู้ ซึ่งแต่ละรูปแบบล้วนเพื่อตอบสนองต่อการดิ้นรนในชีวิตทั้งสิ้น สะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่ออนไลน์ได้เข้ามาช่วยให้คนจนในเมืองที่มีข้อจำกัดมากมายทั้งเรื่องพื้นที่ทางกายภาพ เรื่องเศรษฐกิจ และความรู้ตัวตนในชีวิตออฟไลน์ สามารถจะก้าวข้ามข้อจำกัดเหล่านั้นไปได้บ้างในโลกออนไลน์ อย่างไรก็ตามงานศึกษาครั้งนี้ยังขาดรายละเอียดว่า พวกเขาจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายทางสังคมในโลกออนไลน์มากเพียงใดจึงจะเพียงพอต่อการเอาตัวรอดในชีวิตยุค 4.0 เช่นในปัจจุบัน

บทที่ 4

สรุป

ปัจจุบันประเทศไทยต้องการสร้างประเทศให้พัฒนาตามแผนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งหมายถึง การพัฒนาประเทศไทยให้สามารถยกระดับเป็นเจ้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมก้าวทันโลก อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อแผนนโยบายดังกล่าวคือ ปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ระหว่างกลุ่มประชากรที่มีความแตกต่างในสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยังมีความเหลื่อมล้ำสูงมาก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐจะต้องขจัดความเหลื่อมล้ำด้วยการพัฒนาประชากรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างทัดเทียมกัน โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่ยังยากจนทั้งทางเศรษฐกิจและทางอำนาจที่อาจเรียกได้ว่า กลุ่มคนชายขอบในสังคม

ชาวชุมชนแออัดคือกลุ่มคนชายขอบกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย ที่ส่วนใหญ่ประสบปัญหาาร่วมกันคือไม่สามารถมีรายได้ที่เพียงพอจะมีที่อยู่อาศัยที่มั่นคงในเมือง รวมถึงปัญหาทางสังคมที่มีถูกตีตราในด้านลบ เช่นเป็นคนทำลายสิ่งแวดล้อมของเมือง เป็นแหล่งอาชญากรรมและยาเสพติด ชาวชุมชนแออัดที่อยู่ริมคลองแม่ข่าในจังหวัดเชียงใหม่คือชาวชุมชนแออัดที่สะท้อนปัญหาดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

ปัจจุบันสังคมออนไลน์กำลังเข้ามามีบทบาทอย่างมากกับชีวิตของผู้คน ไม่เว้นแม้แต่ชาวชุมชนแออัดเอง ทั้งด้านการเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจ การเป็นพื้นที่ในการสร้างตัวตนใหม่ การเป็นพื้นที่ในการสร้างเครือข่ายใหม่ๆ ข้อมูลจากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าได้มีวิถีชีวิตผูกโยงกับโลกออนไลน์อย่างเต็มตัวแล้วไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง พวกเขาเกือบทั้งหมดมีมือถือเป็นของตนเอง แม้จะเป็นมือถือที่ไม่ได้มีราคาสูงนัก แต่ก็สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ ทำให้สามารถใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ได้อย่างสะดวก อย่างไรก็ตาม ยังเป็นคำถามว่า พวกเขาใช้มันอย่างไร ทำอะไรบ้าง

งานวิจัยชิ้นนี้แบ่งกลุ่มกรณีศึกษา 50 คน ออกเป็น 3 กลุ่มอายุ คือ กลุ่มเด็ก (อายุ 13-23 ปี) กลุ่มวัยกลางคน (อายุ 24-45 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 46-60 ปี) เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของข้อมูล ซึ่งพบว่ามีความแตกต่างสำคัญทั้งด้านรูปแบบการใช้และด้านเนื้อหาที่สื่อสารดังนี้

กลุ่มเด็ก (อายุ 13-23 ปี) จำนวน 20 คน เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเป็นปกติของชีวิต ทั้งด้านการเรียนและสันทนาการ ส่วนใหญ่มีมือถือเครื่องแรกเป็นมือถือที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้แล้ว ต่างจากอีก 2 กลุ่มอายุที่มีมือถือเครื่องแรกยังไม่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มอายุ 13-23 ปี จะเน้นไปที่การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารกับโลกกว้าง ดังนั้นประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นตามมาคือ การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ ดังจะเห็นได้ว่า พวกเขาจะสร้างจุดเด่นของตนเองขึ้นมาอย่างใดอย่างหนึ่งและสื่อสารภาพลักษณ์นั้นออกไปในโลกออนไลน์ เช่น ความเป็นคนหน้าตาดี ความเป็นคนที่เล่นเกมส์เก่ง ทั้ง 2 ลักษณะนี้คือ อาจกล่าวได้ว่า เป็นการต่อสู้เพื่อนิยามตนเอง เพื่อเรียกหาศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์บางอย่างที่พื้นที่ในชุมชนแออัดมอบให้เขาไม่ได้

กลุ่มวัยกลางคน (อายุ 24-45 ปี) จำนวน 14 คน เป็นกลุ่มคนในวัยทำงานและมีครอบครัว ในจำนวน 14 คน พบว่าอาชีพการงานของทุกคนล้วนมีอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนประกอบสำคัญ ทั้งการค้าขายออนไลน์ การต้องส่งงานหรือรายงานความคืบหน้าของการทำงานในกลุ่มไลน์ของที่ทำงาน ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มอายุ 24-45 ปี เน้นไปที่เรื่องการดิ้นรนทางเศรษฐกิจ (economic livelihood) เป็นสำคัญ เนื่องจากลักษณะงานที่ไม่ได้เป็นงานประจำที่มีรายได้ที่มั่นคงมากนัก จึงจำเป็นจะต้องประกอบอาชีพหลายๆ อย่างไปพร้อมกัน ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเข้ามาเติมเต็มชีวิตในสวนนี้ได้เป็นอย่างดี ในฐานะที่เป็นอีกช่องทางในการหารายได้โดยไม่ต้องลงทุนมากนัก อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจในโลกออนไลน์ของคนกลุ่มนี้ก็เป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก เช่น การค้าขายที่เพียงทำผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ แต่ไม่ได้มีแพลตฟอร์มของตนเอง

กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 46-60 ปี) จำนวน 16 คน กลุ่มคนในอายุนี้นี้ แม้จะไม่สามารถทำกิจกรรมบนโลกออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่วเช่น 2 กลุ่มแรก แต่ก็มีความชัดเจนในจุดมุ่งหมายของการใช้ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคม ลักษณะการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มอายุ 46-60 ปี เน้นไปที่เรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน ไปจนถึงกลุ่มจิตอาสาต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มที่มีรากมาจากพื้นที่จริงที่ใช้ชีวิตอยู่ (area based) แอปพลิเคชันที่กลุ่มนี้ใช้เยอะจึงเป็น Line ที่มีลักษณะของความเป็นกลุ่มเฉพาะมากกว่าแอปพลิเคชันอย่างเฟซบุ๊กที่มีความกว้างกว่า สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะปิดมากกว่าอีก 2 กลุ่มอายุ

สรุปได้ว่า การต้องเผชิญกับปัญหาสำคัญในชีวิตของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าใน 3 ด้านคือ 1. ตัวตน 2. รายได้ 3. ความเสี่ยงในด้านต่างๆ ทำให้พวกเขาพยายามใช้โลกออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ในแนวทางที่ต่างกันออกไป

ด้านตัวตน การดิ้นรนเพื่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เป็นเรื่องสำคัญในชีวิตของคนแม่ข่า เพื่อต่อสู้กับภาพลักษณ์ของคนจนในเมืองคือ ความสกปรก ความด้อยโอกาส เป็นจุดต่างของสังคมเมือง การเปลี่ยนเข้าสู่ยุคสังคมออนไลน์เป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ทำให้พวกเขาเริ่มพื้นที่ในการต่อสู้กับภาพลักษณ์ดังกล่าวในแบบใหม่ การต่อสู้ไม่ได้เพียงเพื่อให้ตนเองมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นเท่านั้น หากแต่เป็นเรื่องของการต้องการปรับความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับสังคมเสียใหม่ ให้มองเห็นว่าพวกเขาเป็นคนที่มีความสามารถต่างๆ ไม่ต่างกับคนทั่วไป ไม่ได้เป็นตัวถ่วงของสังคมเมืองดังที่มักจะมองกัน

ด้านรายได้ การดิ้นรนทางเศรษฐกิจเป็นข้อมูลที่ปรากฏชัดในกลุ่มของคนแม่ข่า โดยเฉพาะในกลุ่มวัยกลางคนที่เป็นผู้ต้องทำมาหากินเลี้ยงครอบครัว การมีพื้นที่ใหม่ที่ชื่อว่าโซเชียลมีเดีย ทำให้ชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่าสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการหารายได้เสริมได้เป็นอย่างดี ด้วยข้อจำกัดเรื่องอาชีพการงานที่ต้องผูกติดอยู่กับเมือง ในขณะที่เดียวกันก็ไม่สามารถจะหาที่พักอาศัยที่ดีเพียงพอเนื่องจากที่ดินมีราคาสูงมาก ดังนั้นพวกเขาจึงใช้พื้นที่โซเชียลมีเดียมาเป็นพื้นที่ในการหารายได้เสริม เพราะเป็นพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย ทุนไม่สูง อย่างไรก็ตามธุรกิจของพวกเขาก็ยังเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็กที่มีฐานะเป็นตัวเสริมมากกว่าจะเป็นตัวหลักในด้านรายได้ ซึ่งสิ่งสำคัญคือการพัฒนาความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มของตัวเองได้ หรือการมีเครือข่ายในโลกออนไลน์ เพราะเครือข่ายเหล่านี้คือผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญของพวกเขาอยู่

ด้านความเสี่ยง ปัญหาที่สำคัญสำหรับชีวิตของชาวชุมชนแออัดก็คือ ปัญหาเรื่องความมั่นคงในที่อยู่อาศัย ที่ส่วนมากถูกตีตราว่าเป็นผู้บุกรุก พวกเขาต้องเผชิญกับข่าวคราวของการไล่รื้ออยู่เสมอ กรณีเช่นนี้ชัดเจนในกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้ Line เป็นหลัก โดยกลุ่มใน Line ส่วนใหญ่เป็นการย้ายที่เกาะเกี่ยวจากโลกออฟไลน์มาสู่โลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มครอบครัว กลุ่มที่ทำงาน กลุ่มจิตอาสาต่างๆ ซึ่งกลุ่มดังกล่าว มีไว้เพื่อช่วยเหลือกันในชีวิตที่ต้องเสี่ยงกับความไม่มั่นคงหลายประการ การแสดงออกถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของกลุ่ม เป็นการแสดงออกให้เห็นว่า ชุมชนของพวกเขามีคุณค่าพอที่จะอยู่ในที่แห่งนี้

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดทำให้เห็นได้ว่า โลกออนไลน์ของชาวชุมชนแออัดริมคลองแม่ข่า เต็มไปด้วยปฏิบัติการในหลายรูปแบบ เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตบนโลกออฟไลน์ให้ดีขึ้น ข้อมูลดังกล่าวขัดกับ มายาคติโดยทั่วไปของสังคม ที่มักจะมองว่าการใช้อินเทอร์เน็ตคือการทำอะไรที่ไร้สาระ ไม่จริงจัง ดังที่มักจะเรียกกันว่า “เล่นอินเทอร์เน็ต” ดังนั้นหากต้องการพัฒนาชีวิตของคนชายขอบ รัฐควรมีมาตรการส่งเสริมหรือสร้างให้พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่หลักในการพัฒนาชีวิตของผู้คน ดังข้อมูลที่ปรากฏแล้วว่าพวกเขาต่างใช้พื้นที่นี้ดิ้นรนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตตนเอง ไม่ได้ใช้ไปเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียวอย่างที่มักเข้าใจกัน หากสามารถสร้าง

พื้นที่ดังกล่าวให้สะดวกต่อการใช้สำหรับคนจนเมืองมากขึ้น จะทำให้พื้นที่ออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ในการลดความเหลื่อมล้ำได้ในที่สุด ตรงตามความต้องการของรัฐในการเป็นประเทศไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตามยังมีคำถามบางประการที่งานวิจัยชิ้นนี้ยังไม่สามารถตอบได้ลึกซึ้งเพียงพอ ทั้งรายละเอียดของการสร้างตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์ จำนวนและรูปแบบที่แท้จริงของคนจนในเมืองที่เดินทางเศรษฐกิจบนพื้นที่ออนไลน์ รวมไปถึงคำถามใหญ่คือการจัดการกับความเสี่ยงของชีวิต ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้พบร่องรอยว่า ในกลุ่มเด็กและวัยกลางคนมีแนวโน้มที่ผู้คนจะถอยห่างความสนใจจากพื้นที่จริงไปเป็นการรวมกลุ่มกันในโลกกว้างตามประเด็นสนใจ (issue based) มากกว่า ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุจะรวมกลุ่มกันแบบอิงพื้นที่จริง (area-based) มากกว่า แต่ข้อถกเถียงดังกล่าวยังขาดรายละเอียดข้อมูลมาสนับสนุนที่เพียงพอ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- แดเนียล มิลเลอร์ และคณะ. 2562. **Why We Post: ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมานุษยวิทยาดิจิทัล** (แปลโดย ฐนฐ จินตานนท์). กรุงเทพฯ: บุกส์เคป.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. 2541. **วัฒนธรรมความจน**. แพรวสำนักพิมพ์.
- บัณฑิต เพ่าวัฒนา. 2548. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการปัญหาน้ำเสียในคลองแม่ข่า ตำบลช้างคลาน เทศบาลนครเชียงใหม่**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ วิเศษปรีชา. 2552. **โลกของคนไร้บ้าน**. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ประชาไท. 2018. **รื้อไล่ไม่ใช่ทางออกเดียว:คุยกับนักมานุษยวิทยา ม.ฮาร์วาร์ด เรื่องชุมชนป้อมมหากาฬ**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้ <https://prachatai.com/journal/2018/03/75789>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 (Thailand Internet User Profile 2018)**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2562 เข้าถึงได้ <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>
- แสวง ชัยวรรณเสถียร. 2548. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการสิ่งแวดล้อมตามคลองแม่ข่า เทศบาลนครเชียงใหม่**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อคิน รพีพัฒน์. 2553. **มองสังคมผ่านชีวิตในชุมชน**. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- เอरिक ชมิด. 2557. **ดิจิทัลเปลี่ยนโลก**. กรุงเทพฯ: โฟสต์บุ๊ก.

ภาษาอังกฤษ

- Castells, M. 1996. **The Power of Identity: The Information Age, Economy, Society and Culture**. Wiley Blackwell Publishing.
- Elena Bellu, Giovanni Issini, Fausto Pugnali, Chamnarong Srisuwanl. **Enhancing Urban Quality through Natural Architecture and Cooperative Design: The Case of Chiang Mai, Thailand**. Sustainable Architecture and Urban Development.
- Ginsburg, F. 2008. Rethinking the Digital Age. In **The Media and Social Theory**, ed. D. Hesmondhalgh and J. Toynbee, 127-44. London: Routledge.
- Gustavo Ribeiro and Angunthip Srisuwan. 2005. **Urban development discourses, environmental management and public participation: the case of the Mae Kha canal in Chiang Mai, Thailand**. *Environment&Urbanization*. April 2005, Volume 17, No 1, pp 171-182.
- Horst, H. 2010. Families. In **Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media**, ed. M. Ito, S. Baumer, M. Bittanti, d. boyd, R. Cody, B. Herr, H. Horst, P.Lange, D. Mahendran, K. Martinez, C. Pascoe, D. Perkel, L. Robinson, C. Sims and L. Tripp, 149-94. Cambridge, MA: MIT Press.
- Humphery, C. 2009. The mask and the face: Imagination and Social Life in Russian ChatsRooms and Beyond. *Ethnos* 74: 31-50.

- Johnson, A. A. **Ghosts of the New City: Spirits, Urbanity, and the Ruins of Progress in Chiang Mai**. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2014.
- Jones, S., ed. 1998. **Cybersociety 2.0**. London: Sage.
- Marketeeronline. **สถิติประชากรเน็ตโลก 2020**. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2563 เข้าถึงได้ <https://www.facebook.com/marketeeronline/posts/2913207725397971>
- Miller, D and Slater, D. 2000. **The Internet: An Ethnographic Approach**. Oxford: Berg.
- Miller, D. and Horst, H. 2012 "Introduction". Horst, H and Miller, D., eds. **Digital Anthropology**. London: Berg.
- Miller, D. Costa, E. Haynes, N. McDonald, T. Nicolescu, R. Sinanan, J. Spyer, J. Venkatraman, S. and Xinyuan Wang. 2017. **How the World Changed Social Media**. UCL Press.
- Mills, M. B. Attack of the widow ghosts: Gender, death, and modernity in northeast Thailand. In **Bewitching women, Pious men: Gender and body politics in Southeast Asia**, ed. Ahiwa Ong and Michael Pelezt, pp. 244-273. Berkley: University of California Press.
- Montira Horayangura Unakul. 2012. **Reconnecting Bangkok's Heritage Landscape: Urban Waterways and the Modern City**. Journal of the Siam Society, Vol. 100, pp 183-208.
- Morozov, E. 2011. **The Net Delusion**. London: Allen Lane.
- Positioning. **คนไทยติดหนึบ "โซเชี่ยล มีเดีย" ยอดเฟซบุ๊กทะลุ 41 ล้านราย ติดอันดับ 8 ของโลก**. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2563 เข้าถึงได้ <https://positioningmag.com/1092090>
- Postill, J. 2008. Localizing the Internet Beyond Communities and Networks. **New Media Society** 10: 413.
- Sanook. **5 เหตุผลที่คนไทยติดโซเชี่ยล**. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2563 เข้าถึงได้ <https://www.sanook.com/hitech/1463917/>
- Sinanan, J. 2017. **Social Media in Trinidad**. London: UCL Press.
- Soja, E.W. 1996. **Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places**. Blackwell Publishing: Oxford.
- Sunantana Nuanla-Or. 2016. **Creating Sustainable Future of a Degraded Urban Canal: Mae Kha, in Chiang Mai, Thailand**. LSU Master's Theses. 784. สืบค้นเมื่อ 11 มิ.ย.62. เข้าถึงได้ https://digitalcommons.lsu.edu/gradschool_theses/784
- Tanvi Bhatkal and Paula Lucci. 2015. **Community-Driven Development in The Slums: Thailand's experience**. Case Study Report-Urban Poverty.
- Vu Thi Hong Hanh. 2006. **Canal-side highway in Ho Chi Minh City (HCMC), Vietnam**. Geo Journal. July 2006, Volume 66, Issue 3, pp 165-186.
- Wang, X. 2017. **Social Media in Industrial China**. London: UCL Press.

ภาคผนวก

1. แบบสอบถาม โครงการ “Wi-Fi สลัม: วิถีดิจิทัลของชาวชุมชนแออัดยุค 4.0”

คำถามคัดกรอง

1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันหรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ (จบการสอบถาม)
 2. ท่านมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 13-60 ปี หรือไม่ ใช่ ไม่ใช่ (จบการสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านมีอายุปี (หรือเกิดในปี พ.ศ.)
 เพศ ชาย หญิง อื่นๆ
2. สถานภาพสมรส
 โสด ไม่ได้แต่งงาน-อยู่ด้วยกัน แต่งงานแล้ว-อยู่ด้วยกัน
 แต่งงานแล้ว แต่ไม่ได้อยู่ด้วยกัน มีลูกคน หย่า/หม้าย
3. อาชีพ (ตอบได้หลายข้อ เรียงตามลำดับความสำคัญ)
 ไม่ได้ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา
 รับจ้าง (อะไร)
 ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ขายอะไรบ้าง)
 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน เกษตรกร
 อื่นๆ (ระบุ)
4. ปัจจุบันท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ (ระบุรายได้)บาท
5. ระดับการศึกษาสูงสุด
 ไม่ได้รับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมต้น มัธยมต้น มัธยมปลาย/ปวช.
 อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่น (ระบุ).....
6. การใช้อินเทอร์เน็ต
 6.1 ปัจจุบันท่านใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ใดบ้าง
 โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ อื่นๆ
- 6.2 ท่านเริ่มใช้มือถือครั้งแรกประมาณปี พ.ศ..... มือถือเครื่องปัจจุบันราคาบาท
- 6.3 ท่านเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในมือถือตั้งแต่ตอนมีมือถือครั้งแรกเลยหรือไม่
 ใช่ ไม่ใช่ ถ้าไม่ใช่ เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในมือถือครั้งแรกประมาณปี พ.ศ.....
- 6.4 ปัจจุบันท่านใช้อินเทอร์เน็ตในรูปแบบใดบ้าง มีค่าใช้จ่ายกี่บาท/เดือน
 รายเดือน-มือถือบาท
 เต็มเงิน-มือถือบาท
 Wi-Fi บ้านบาท
 อื่นๆ บาท
7. ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณกี่ชั่วโมง/วันชั่วโมง
8. ใช้ Application อะไรบ้าง เรียงลำดับ 3 ลำดับ (ขอดู Data Usage/Battery)
 8.1
 8.2
 8.3

ส่วนที่ 2 Social Media

1. คุณใช้โซเชียลมีเดียประเภทใดบ้าง

- Facebook LINE YouTube Instagram Twitter
 อื่นๆ (เช่น LINE TV/AIS Play/True ID ฯลฯ)

2. คุณใช้โซเชียลมีเดียทำอะไรบ้าง

2.1 Facebook

- คุยกับคนอื่น ทำงาน ซื้อของ ขายของ สันทนาการ (ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ)
 เคลื่อนไหวทางการเมือง ติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้
 อื่นๆ

2.2 LINE

- คุยกับคนอื่น ทำงาน ซื้อของ ขายของ สันทนาการ (ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ)
 เคลื่อนไหวทางการเมือง ติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้
 อื่นๆ

2.3 YouTube

- คุยกับคนอื่น ทำงาน ซื้อของ ขายของ สันทนาการ (ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ)
 เคลื่อนไหวทางการเมือง ติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้
 อื่นๆ

2.4 Instagram

- คุยกับคนอื่น ทำงาน ซื้อของ ขายของ สันทนาการ (ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ)
 เคลื่อนไหวทางการเมือง ติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้
 อื่นๆ

2.5 Twitter

- คุยกับคนอื่น ทำงาน ซื้อของ ขายของ สันทนาการ (ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ)
 เคลื่อนไหวทางการเมือง ติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้
 อื่นๆ

2.6 อื่นๆ ระบุ

- คุยกับคนอื่น ทำงาน ซื้อของ ขายของ สันทนาการ (ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ)
 เคลื่อนไหวทางการเมือง ติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้
 อื่นๆ

3. การเข้าร่วมกลุ่ม

3.1 คุณเข้าร่วมกลุ่มในชีวิตจริง (โลกออฟไลน์) (เช่น กลุ่มฌาปนกิจ กลุ่มกองทุนหมู่บ้าน กลุ่มกู้ยืมเงิน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มหนุ่มสาว ฯลฯ) ประมาณ.....กลุ่ม อะไรบ้าง (เอาแค่ที่ active 5 อันดับแรก)

1.
2.
3.
4.
5.

3.2 คุณเข้าร่วมกลุ่มในโลกออนไลน์ (เช่น กลุ่มเพื่อนโรงเรียน/วิทยาลัย กลุ่มครอบครัว กลุ่มชู้-ชายของ ฯลฯ)

3.2.1 กลุ่มใน Facebook ประมาณ.....กลุ่ม อะไรบ้าง (เอาแค่ที่ active 5 อันดับแรก)

1.
2.
3.
4.
5.

3.2.2 กลุ่มใน LINE ประมาณ.....กลุ่ม อะไรบ้าง (เอาแค่ที่ active 5 อันดับแรก)

1.
2.
3.
4.
5.

4. คุณมีเพื่อนในโซเชียลมีเดียประมาณกี่คน

4.1 จำนวนเพื่อนใน Facebookคน

4.2 จำนวนเพื่อนใน LINEคน

4.3 จำนวนเพื่อนใน Instagram - คนที่เรา followคน คนที่ follow เราคน

4.4 จำนวนเพื่อนใน Twitter - คนที่เรา followคน คนที่ follow เราคน

5. โซเชียลมีเดียทำให้รู้จักคนมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

ใช่ อย่างไร.....

ไม่ใช่ อย่างไร.....

6. โซเชียลมีเดียเป็นประโยชน์กับชีวิตหรือไม่ อย่างไร

เป็น อย่างไร.....

ไม่เป็น อย่างไร.....

7. โซเชียลมีเดียทำให้มีความสุขมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

ใช่ อย่างไร.....

ไม่ใช่

8. โซเชียลมีเดียทำให้มีความทุกข์มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

ใช่ อย่างไร.....

ไม่ใช่

9. คุณได้ติดตาม Net Idol/ดารา/Celeb คนไหนบ้างหรือไม่

ติดตาม ใคร (ระบุ) ชอบเค้าเพราะอะไร

ไม่ได้ติดตาม

ส่วนที่ 3 E-Commerce

1. ท่านเคย “ซื้อ” สินค้าหรือบริการในอินเทอร์เน็ตหรือไม่ เคย ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 2)

1.1 ท่านซื้อสินค้าประเภทใดบ้าง (ระบุ 5 ลำดับแรกที่ซื้อบ่อย)

1.
2.
3.
4.
5.

1.2 ท่านซื้อบริการประเภทใดบ้าง (เกมส์ พนัน ดูหนัง ฯลฯ)

1.
2.
3.
4.
5.

1.3 ท่านซื้อผ่านช่องทางใดบ้าง

Facebook LINE Instagram Twitter Website (เช่น Shopee Lazada Grab Food panda ฯลฯ) อื่นๆ

1.4 ท่านชำระเงินผ่านช่องทางใด

Internet Banking โอนเงินผ่านตู้ ATM เก็บเงินปลายทาง อื่นๆ

2. ท่านเคย “ขาย” สินค้าหรือบริการในอินเทอร์เน็ตหรือไม่ เคย ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 4)

2.1 ท่านขายสินค้าประเภทใดบ้าง (ระบุ 5 ลำดับแรกที่ขายบ่อย)

1.
2.
3.
4.
5.

2.2 ท่านขายบริการออนไลน์ประเภทใดบ้าง (เช่น ขับ Grab/ส่งอาหาร foodpanda ฯลฯ)

1.
2.
3.
4.
5.

2.3 ท่านใช้องค์ประกอบทางธุรกิจใดบ้าง

มือถือ คอมพิวเตอร์ หน้าร้านจริง โกดัง พนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า Website ร้านค้าของตัวเอง อื่นๆ

2.4 ท่านขายสินค้าหรือบริการให้กับใครบ้าง

คนทั่วไป ร้านค้าอื่นๆ หน่วยงานรัฐ อื่นๆ.....

2.5 ท่านมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไรบ้าง

2.5.1 ท่านโฆษณาผ่านสื่อใดบ้าง

- Facebook LINE Instagram Twitter YouTube
 Search Engine (เช่น Google Bing ฯลฯ) อื่นๆ

2.5.2 ท่านได้จ่ายเงินให้กับสื่อต่างๆ ในข้อ 2.5.1 ในการทำโฆษณา หรือไม่

- จ่าย ไม่ได้จ่าย (ข้ามไปตอบข้อ 2.5.3)
 Facebookบาท
 LINEบาท
 Instagramบาท
 Twitterบาท
 YouTubeบาท
 Search Engine (เช่น Google Bing ฯลฯ)บาท
 อื่นๆบาท

2.5.3 ท่านได้จ่ายเงินเพื่อทำ Website ของร้านค้าตัวเองหรือไม่

- จ่าย เป็นเงินกี่บาทต่อเดือนบาท
 ไม่ได้จ่าย

2.5.4 ท่านได้สร้างเนื้อหาในรูปแบบใดบ้างเพื่อโฆษณาสินค้าของตัวเอง

- รูป คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก บทความ อื่นๆ

2.5.5 ท่านได้จ้างผู้อื่นให้สร้างเนื้อหาเพื่อโฆษณาสินค้าของตัวเองหรือไม่

- จ้าง เป็นเงินกี่บาทต่อเดือนบาท
 ไม่ได้จ้าง

2.5.6 ท่านได้จ้างฟรีเซนเตอร์เพื่อโฆษณาสินค้าให้กับท่านหรือไม่

- จ้าง เป็นเงินกี่บาทต่อเดือนบาท
 ไม่ได้จ้าง

2.6 ท่านรับชำระเงินผ่านช่องทางใดบ้าง

- Internet Banking เก็บเงินปลายทาง อื่นๆ

2.7 ท่านมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการออนไลน์รวมประมาณบาท/เดือน

ส่วนที่ 4 Search Engine

1. ท่านเคยใช้งานโปรแกรมค้นหาในอินเทอร์เน็ตหรือไม่ (เช่น Google Bing Yahoo)

- เคย ไม่เคย (จบการสัมภาษณ์)

1.1 ท่านใช้โปรแกรมค้นหาใดบ้าง (เรียงลำดับ)

- Google Bing Yahoo อื่นๆ.....

1.2 ท่านค้นหาเรื่องอะไรบ้าง (4 เรื่องที่ค้นหาบ่อยที่สุด)

1.
 2.
 3.
 4.

ส่วนที่ 5 ความรู้สึกโดยรวมต่อการใช้อินเทอร์เน็ต

1. สิ่งที่ชอบที่สุด

.....
.....
.....
.....
.....

2. สิ่งที่ไม่ชอบที่สุด

.....
.....
.....
.....
.....

3. สิ่งที่ยังกังวล

.....
.....
.....
.....
.....

2. กรณีศึกษาที่น่าสนใจ

กลุ่มอายุ 13-23 ปี

1. เด็กชาย A

เด็กชาย A อายุ 14 ปี เรียนอยู่ชั้น ม.2 โสด (แต่มีแพนแล้ว) เริ่มใช้มือถือตั้งแต่ชั้น ป.5 ซึ่งเป็นมือถือที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้แล้ว ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในมือถือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ เหตุที่ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะด้วยนั้น เป็นเพราะ A ชื่นชอบในการเล่นเกมส์ ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์จะสะดวกต่อการเล่นเกมส์มากกว่าการเล่นในมือถือ ในโทรศัพท์มือถือใช้อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน เดือนละ 500 บาท ส่วนที่บ้านใช้อินเทอร์เน็ตจาก Wi-Fi เดือนละ 1,000 บาท ค่าใช้จ่ายทั้งหมด พ่อและแม่เป็นคนจ่ายให้ A ใช้อินเทอร์เน็ตวันละประมาณ 10 ชั่วโมง เวลาส่วนใหญ่ใช้ไปกับการเล่นเกมส์ รองลงมาคือแชทคุยกับเพื่อนในเฟสบุ๊ค รวมไปถึงการเล่น Instagram

การใช้โซเชียลมีเดียของ A ส่วนใหญ่ใช้เฟสบุ๊คเพื่อคุยกับเพื่อน ดูสิ่งที่เพื่อนโพสต์ ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมส์ และที่ถูกบังคับให้ต้องทำคือการส่งงานให้คุณครู ซึ่งครูบางคนให้ส่งงานโดยการโพสต์ในเฟสบุ๊คของตัวเองและให้ tag คุณครูด้วย เช่นเดียวกับไลน์ที่ใช้เพื่อพูดคุยกับเพื่อนและส่งการบ้านคุณครู ส่วน Instagram นั้นใช้เพื่อติดตามดาราที่ชื่นชอบ เน้นที่คนสวย น่ารัก ที่ดูแล้วรู้สึกมีความสุข ส่วน YouTube ก็ใช้บ้างเช่นกัน เวลาที่ต้องการผ่อนคลายความเครียด ด้วยการหาหนังตลกดู คลิปที่ชอบดูอีก 1 ประเภท คือ คลิปของนักแคสต์เกมส์⁵ โดย A มีไอดอลอยู่ 1 คน ชื่อ ยูต้าย เป็นนักแคสต์เกมส์ที่เล่นเก่งและบรรยายสนุกจึงติดตามมาโดยตลอด

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออนไลน์ A เข้าร่วมเพียง 2 กลุ่มแบดมินตันและกลุ่มเตะฟุตบอล ในขณะที่กลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีมากกว่า ในเฟสบุ๊คมี 12 กลุ่ม ส่วนในไลน์มี 11 กลุ่ม กลุ่มพื้นฐานในโลกออนไลน์คือ กลุ่มห้องเรียนและกลุ่มวิชาที่คุณครูบังคับให้เข้าร่วม เพื่อใช้ในการส่งงาน ส่งงาน หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ A เป็นเด็กหนุ่มหน้าตาดี เคยมีรายได้จากการเดินแบบเล็กๆ น้อยๆ มาแล้ว ด้วยความเป็นคนหน้าตาดี ทำให้ A มีเพื่อนในเฟสบุ๊คมากถึง 2,295 คน จำนวนมากเป็นคนที่มากดติดตามโดยที่ไม่ได้รู้จักกันในชีวิตจริง เช่นเดียวกับใน Instagram ที่มีผู้ติดตามราว 200 คน ทั้งที่ไม่ค่อยได้โพสต์บ่อยมากนัก

ด้าน E-Commerce A ไม่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ แต่สิ่งที่ใช้บริการเป็นประจำคือ การเติมเงินในเกมส์ผ่านการจ่ายเงินกับ True Money แต่ A ไม่ได้เป็นผู้บริโภคอย่างเดียวนั้น โดยเขาเริ่มหาเงินจากการเล่นเกมส์ โดยการรับจ้างเล่นเกมส์เพื่อให้คนจ้างมีระดับในเกมส์ที่สูงขึ้น⁶ ได้รับค่าจ้างเป็นการโอนเงินผ่าน True Money แล้วแต่จะตกลงกัน โดยส่วนใหญ่อยู่ที่ครั้งละ 150 บาท

ด้านการใช้ Search Engine ส่วนใหญ่จะใช้เพื่อการเรียน เช่น การหาข้อมูลทำการบ้าน หรือการช่วยแปลภาษา และที่ช่วยบ่อยเช่นกันคือ การหาแผนที่ ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์เป็นไปในแง่บวก โดยเฉพาะเมื่อสามารถหาเงินจากช่องทางนี้ได้ ทั้งการโฆษณาตัวเองจากการเดินแบบ และการรับจ้างดัน Rank ในเกมส์ นอกจากนั้น Google ยังช่วยให้หาข้อมูลทุกอย่างที่ต้องการ ช่วยให้การทำกรบ้านส่งครูง่ายขึ้น หรือ

⁵ Game Caster หรือนักแคสต์เกม คือ ผู้บรรยายเกมส์ โดยจะทำหน้าที่ในการเล่นเกมส์ แล้วบอกเล่าถึงเคล็ดลับในการเล่นให้ประสบความสำเร็จต่างๆ แล้วอัดคลิปไว้ เพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น YouTube Facebook เป็นต้น ปัจจุบันอาชีพนักแคสต์เกมส์ สามารถทำเงินจากหลายช่องทาง เช่น YouTube ซึ่งจะมีการลงโฆษณากับ channel ต่างๆ จากนั้นก็จะได้รับส่วนแบ่งกำไรจากโฆษณา โดยสัดส่วนเงินที่จะได้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ยอดวิว คุณภาพ และคอนเท้นท์ที่ทำไว้ นักแคสต์เกมส์ที่มีชื่อเสียงบางคนสามารถทำรายได้มากถึง 2 ล้านบาทต่อเดือน ทำให้อาชีพนี้กลายเป็นที่ใฝ่ฝันของเด็กๆ รุ่นใหม่จำนวนมาก เพราะได้ทั้งเล่นเกมส์ที่ตัวเองชอบและสามารถหารายได้ได้อีกด้วย (<https://www.predatorthailand.com/>)

⁶ ในหมู่นักเล่นเกมส์ เรียกการกระทำแบบนี้ว่า “การช่วยดัน Rank”

สามารถหาแผนที่ในที่ต่างๆ ได้ หากไม่ทราบเส้นทาง ข้อกังวลเพียงอย่างเดียวต่อโลกออนไลน์คือ เรื่องความเป็นส่วนตัว เนื่องจากเคยโดนแฮกไปทำเฟสบุ๊คปลอมมาแล้ว

2. เด็กชาย B

เด็กชาย B อายุ 14 ปี เรียนอยู่ชั้น ม.2 โสด (แต่มีแฟนแล้ว) ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก และ iPad เริ่มมีมือถือตอนอยู่ชั้น ป.4 แต่มาเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในมือถือตอนอยู่ชั้น ป.6 ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือนในมือถือเดือนละ 250 บาท ส่วนที่บ้านมี Wi-Fi เดือนละ 470 บาท พี่เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ B ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 7-8 ชั่วโมงต่อวัน โดยใช้เล่นเกมส์มากที่สุด รองลงมาคือการดูการ์ตูนใน YouTube และเล่น Facebook บ้างเป็นบางครั้ง

กิจกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของ B เน้นไปที่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกมส์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เฟสบุ๊คเพื่อแชร์การดัน Rank ในเกมส์ การใช้ Line เพื่อพูดคุยกับคนอื่นในการซื้อขายของในเกมส์ หรือการใช้ YouTube เพื่อดูนักแคสต์เกมส์ การเข้าร่วมกลุ่มทั้งในโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์ก็ล้วนเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเกมส์ เช่นเดียวกัน สำหรับ B แล้ว โซเชียลมีเดียมีประโยชน์อย่างมาก ในการทำให้สามารถคุยกับคนอื่นได้อย่างกว้างขวาง และแน่นอนว่าคนเหล่านั้นจะได้มาช่วยกันเล่นเกมส์ ความสุขและความทุกข์จากโลกออนไลน์ก็คือ ความสุขจากการได้ผ่อนคลายเมื่อเล่นเกมส์ ส่วนความทุกข์ก็คือเมื่อเล่นเกมส์กับคนอื่นแล้วทะเลาะกัน

ด้าน E-Commerce B ไม่ค่อยได้ซื้อสินค้าออนไลน์บ่อยนัก แต่ที่จ่ายอย่างหนักคือสิ่งที่เกี่ยวกับเกมส์ เช่น ซื้อปืนในเกมส์ในราคา 500 บาท ซื้อเพชรในเกมส์ Line Ranger ในราคา 300 บาท เป็นต้น นอกจากนี้ B ยังสมัครดูหนังออนไลน์กับ Netflix⁷ โดยแชร์ค่าใช้จ่ายกับเพื่อนอีก 2 คน คนละประมาณ 150 บาทต่อเดือน แต่นอกจากจะเป็นผู้บริโภคแล้ว B ยังสามารถหารายได้จากเกมส์ได้ด้วย ด้วยวิธีการคือ การสร้างตัวละครให้เก่งแล้วเสนอขายตัวละครนั้นให้กับผู้ที่สนใจ โดยปกติขายกันในราคาตัวละครละ 1,500 บาท กลยุทธ์ในการขายใช้การโพสต์โฆษณาตัวละครนั้นในกลุ่มคนเล่นเกมส์ในเฟสบุ๊ค การจ่ายเงินให้โอนผ่าน True wallet และบ่อยครั้งที่นำเงินที่ได้มาไปซื้อของในเกมส์มาประดับตัวละครให้เป็นตัวละครที่เก่ง จากนั้นก็เล่นแข่งเพื่อเก็บ Level ให้สูงขึ้น เมื่อเก่งจนถึงระดับหนึ่งแล้ว ก็เสนอขายตัวละครนั้นให้คนอื่นต่อไป

ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของ B เป็นไปในด้านบวกเช่นเดียวกับ A เพราะ B สามารถหาเงินได้จากช่องทางนี้ ข้อกังวลของ B ที่มีต่อโลกออนไลน์คือ เรื่องความเป็นส่วนตัวเช่นกัน เพราะเคยโดนแฮก (hack) account ในเกมส์มาแล้วครั้งหนึ่ง

3. เด็กหญิง D

เด็กหญิง D อายุ 15 ปี เรียนอยู่ชั้น ปวช.1 และทำงานเป็นเด็กเสิร์ฟแบบ Part time ที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งควบคู่ไปด้วย การทำงานจะเริ่มตั้งแต่ 4 โมงเย็นและเลิกงานเวลาเที่ยงคืน จะได้นอนประมาณ 01.00-06.00 น. โดยจะต้องรีบเตรียมตัวเพื่อไปเรียนให้ทันเวลา 08.30 น. ทำอาทิตย์ละ 5-6 วัน มีรายได้ประมาณ 4,000-5,000 บาทต่อเดือน

D ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือเพียงอย่างเดียว โดยใช้อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงินในมือถือครั้งละ 80 บาท เฉลี่ยใน 1 เดือนจะเติมเงินประมาณ 10 ครั้ง จึงมีค่าใช้จ่ายประมาณ 800 บาทต่อเดือน ส่วนที่บ้านมี Wi-Fi แต่พ่อและแม่เป็นคนจ่าย ในขณะที่ค่าเติมเงิน D เป็นคนจ่ายเอง D ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณวันละ 7-8 ชั่วโมง

การใช้โซเชียลมีเดียของ D เน้นไปที่ Facebook รองลงมาคือ Instagram และ YouTube เหตุที่ใช้เฟสบุ๊คเยอะที่สุดเพราะ D ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิญชวนคนมากินอาหารหรือดื่มเบียร์ที่ร้าน (เพื่อเธอจะได้ tip

⁷ เว็บไซต์ที่ให้บริการดูหนังแบบ Streaming (การรับส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต) โดยการเสียค่าบริการแบบรายเดือน มี package ที่ราคาถูกที่สุดคือ 420 บาท/1 account/เดือน ใน 1 account สามารถดูพร้อมกันได้ไม่เกิน 4 อุปกรณ์ ผู้ใช้จึงมักจะแชร์ค่าใช้จ่ายกันหลายๆ คน เพื่อให้เสียค่าใช้จ่ายรายเดือนถูกลง

เยอะขึ้น) นอกจากนั้นยังใช้แชทพูดคุยกับเพื่อนเยอะด้วย และบางครั้งเอาไว้อัดตามการเมืองบ้าง (โดยเฉพาะถ้ามีใครวิพากษ์วิจารณ์นายกฯ เธอจะชื่นชอบเป็นพิเศษ) Instagram เอาไว้อัดตามดาราที่ชื่นชอบ และเอาไว้อัดรูปของตัวเองเวลาไปเที่ยวในที่ต่างๆ ส่วนไลน์นั้นส่วนเอาไว้อัดเรื่องการทำงานที่ร้าน และ YouTube เอาไว้อัดการ์ตูน/หนัง เพื่อผ่อนคลาย

D ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มใดๆ เลยในโลกออฟไลน์ ส่วนในเฟซบุ๊กและไลน์นั้นก็เข้าร่วมน้อยเช่นกัน นอกจากกลุ่มห้องเรียนที่ถูกบังคับแล้ว ก็มีกลุ่มท่องเที่ยวที่เธอกับเพื่อนๆ ตั้งขึ้นมาเพื่อเอาไว้อัดรูปตอนที่ไปเที่ยวด้วยกัน D กับเพื่อนๆ เป็นคนชอบเที่ยว โดยเฉพาะตามสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งส่วนใหญ่ได้ข้อมูลมาจากการดูรีวิวในโลกออนไลน์ D เป็นคนที่มีเพื่อนในเฟซบุ๊กถึง 5,000 คน (เต็มจำนวนที่เฟซบุ๊กอนุญาตให้มีได้) โดยในจำนวน 5,000 คนนี้ เป็นผู้ที่มากติดตามถึง 3,194 คน เกือบทั้งหมดเป็นผู้ชาย ส่วนใน Instagram ก็มีคนติดตามมากถึง 1,435 คน เกือบทั้งหมดเป็นผู้ชายเช่นเดียวกัน

ด้าน E-Commerce D เป็นเพียงแค่ผู้ซื้อเท่านั้น ยังไม่เคยเป็นผู้ขาย สินค้าที่ซื้อเป็นสินค้าจำพวกเครื่องสำอางค์และเสื้อผ้า ด้านการใช้โปรแกรมค้นหา นอกจากจะใช้เพื่อการเรียนแล้ว การหาที่เที่ยว การดูรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ก็เป็นกิจกรรมที่ทำอยู่เป็นประจำ รวมไปถึงการใช้แผนที่นำทางและการหาที่นั่งดูด้วยความรู้สึกโดยรวมของ D ต่อโลกออนไลน์คือรู้สึกชอบ เพราะทำให้ชีวิตสะดวกสบายง่ายขึ้น เช่น การหาซื้อตามที่เราสั่งได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการสามารถหาสิ่งบันเทิงดูได้ง่าย ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย แต่ก็มีสิ่งที่กังวลคือการใช้เวลากับโลกออนไลน์เยอะเกินไป ซึ่งเธอประสบมาแล้วในช่วงที่ติดซีรีส์เรื่องหนึ่ง ทำให้เสียการเรียนและร่างกายทรุดโทรม

4. นางสาว E

นางสาว E อายุ 17 ปี เรียนที่วิทยาลัยนาฏศิลป์ และทำงานรับจ้างรายไปด้วย โดยทำ 4 วันที่ร้านอาหารแห่งหนึ่ง เวลา 19.30-21.30 น. รายได้จากการทำงานอยู่ที่ประมาณ 3,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้แบบเติมเงินสัปดาห์ละ 60 บาทรวมแล้วประมาณ 240 บาทต่อเดือน E ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยแอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุดคือ Facebook ตามมาด้วย YouTube และ Line

ลักษณะการใช้งานโซเชียลมีเดียต่างๆ ของ E จะมีลักษณะคล้ายกันคือ ใช้เพื่อการทำงานรับจ้าง เช่น ส่งรูปที่ไปถ่ายตามที่ต่างๆ ในเฟซบุ๊กและไลน์ โพสต์ประชาสัมพันธ์รับจ้างรับจ้างทั้งในเฟซบุ๊กและไลน์ แต่ถ้านอกเหนือจากรื่องานก็จะฟังเพลงใน YouTube บ้าง อ่านนิยายจากเพจนิยายในเฟซบุ๊กบ้าง

E เข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเด็กและเยาวชนของชุมชนกำแพงงาม และกลุ่มนักศึกษาวิชาทหารของโรงเรียน ในขณะที่กลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีหลายกลุ่มมากกว่า แต่ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเกี่ยวกับงานรับจ้าง E มีเพื่อนในเฟซบุ๊กมากถึง 1,877 คน ส่วนใน Instagram มีคนติดตามมากถึง 830 คน คนติดตามส่วนใหญ่เป็นเพื่อนและร้านอาหารต่างๆ ที่เข้ามาติดตามดูผลงานเพื่อนำไปตัดสินใจเวลาจะจ้างงาน ไอดอลที่ E เลือกติดตามเป็น Beauty Blogger ชื่อดังคนหนึ่ง เหตุที่เธอเลือกติดตาม เพราะต้องการรู้วิธีการเสริมสวยที่ถูกต้อง จะได้นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้

ด้าน E-Commerce E เป็นผู้ซื้อสินค้าออนไลน์อยู่เป็นประจำ เน้นไปที่สินค้าเกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น ครีม กระจ่าง ร่องเท้า เป็นต้น ส่วนการซื้อบริการนั้นมีทั้งการเติมเงินในเกม การใช้บริการ Grab food รวมถึง Grab car เป็นประจำ เพราะ E ขับรถไม่เป็น การมีรถมารับส่งถึงที่จึงถือเป็นเรื่องสะดวกกับการใช้ชีวิตมากขึ้น ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของ E เห็นว่า ทำให้ชีวิตสะดวกมากขึ้น ทั้งยังช่วยในเรื่องงานที่ทำให้คนรู้จักและติดต่อจ้างงานมากขึ้น แต่ก็มีสิ่งที่เป็นกังวลคือเรื่องความเป็นส่วนตัว เพราะเคยมีกรณีที่มีคนโรคจิตทำที่มาติดต่องาน แต่กลายเป็นส่งรูปอนาจารมาให้ดู แล้วขอมีเพศสัมพันธ์ด้วย

5. นาย F

นาย F อายุ 17 ปี โสด กำลังศึกษาในระดับ ปวช. 2 สาขาช่างยนต์ และขายเสื้อผ้ามือสองออนไลน์ไปด้วย ซึ่งทำให้มีรายได้ถึงประมาณ 10,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียวมีค่าใช้จ่ายรายเดือน 400 บาท และค่า Wi-Fi ที่บ้าน 500 บาท แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยคือ Facebook เพราะใช้ในการขายของออนไลน์

การเข้าร่วมกลุ่มมีเฉพาะในโลกออนไลน์ แบ่งเป็น 2 ประเภทหลักคือ กลุ่มค้าขายเสื้อผ้ามือสองและกลุ่มเกี่ยวกับการเรียน นาย F มีเพื่อนในเฟซบุ๊กถึง 5,000 คน ส่วนใน Instagram มีคนติดตามมากถึง 1,157 คน อาจเป็นเพราะทำการค้าขายและเป็นคนหน้าตาดี โซเชียลมีเดียมีประโยชน์สำหรับนาย F มาก เพราะสามารถหารายได้ได้ นอกจากนั้นยังช่วยผ่อนคลายความเครียดได้จากการดูหนังฟังเพลง แต่สิ่งที่ไม่ดีก็มีเช่นกันคือ การโดนโกงจากการค้าขาย แต่ก็ไม่ได้เจอบ่อยนัก การเป็นคนค้าขายสินค้าเกี่ยวกับแฟชั่นทำให้ F ต้องติดตามความเคลื่อนไหวของเทรนด์การแต่งตัวอยู่เสมอ ซึ่งโซเชียลมีเดียก็ช่วยได้มากในการอัปเดตเทรนด์การแต่งตัว

ด้าน E-Commerce บทบาทในการเป็นผู้บริโภคคือการซื้อสินค้ามาขายต่อ การซื้อของในเกมออนไลน์ การสั่งอาหารจาก Food panda การใช้บริการ Grab Taxi ไปจนถึงการเล่นพนันฟุตบอลออนไลน์ ด้านการขายใช้การโฆษณาผ่านรูปภาพ คลิปวิดีโอ และการ Live ขายของในเฟซบุ๊กช่วง 17.00-21.00 น. สัปดาห์ละประมาณ 10 ครั้ง การจ่ายเงินใช้ช่องทาง Internet Banking เพียงอย่างเดียว

6. นางสาว G

นางสาว G อายุ 20 ปี โสด กำลังศึกษาอยู่ชั้น ปวช.3 ประกอบกับการขายเสื้อผ้า Vintage ไปด้วยเป็นอาชีพเสริม แต่ก็ขายได้ไม่มากนัก เพียงประมาณ 1,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว ค่าใช้จ่ายเป็นแบบเติมเงินครั้งละ 45 บาทต่อวัน จะเติมเฉพาะตอนออกไปข้างนอก เพราะถ้าอยู่บ้านจะใช้ Wi-Fi ที่บ้าน ค่าใช้จ่ายเดือนละ 1,000 บาท เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันประมาณ 16 ชั่วโมง แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุดคือ Facebook เพราะใช้ขายของด้วย รองลงมาคือ Instagram ที่เอาไว้ติดตามดาราดูและเพื่อน ลำดับต่อมาคือ YouTube ที่เพื่อการค้นหาการดูหนังฟังเพลง

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ไม่มีเลย มีแต่ในโลกออนไลน์ กลุ่มในเฟซบุ๊กมีประมาณ 20 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อน ส่วนในไลน์นั้นมีไม่มากและมีเฉพาะกลุ่มที่โรงเรียนที่ครูบังคับให้เข้ากลุ่ม G มีเพื่อนในเฟซบุ๊กมากพอสมควรคือ 1,705 คน ใน Instagram ก็มีคนติดตามมากพอสมควรเช่นกันคือ 469 คน เหตุที่มีเพื่อนเยอะเป็นเพราะทำการค้าขายออนไลน์ ใครขอเพิ่มเพื่อนเข้ามาก็จะรับเกือบทั้งหมด แต่ทั้งนี้ก็ต้องตรวจสอบ Profile ของคนนั้นให้แน่ใจก่อนด้วย โซเชียลมีเดียทำให้รู้จักคนมากขึ้น ทำให้มีรายได้ ทำให้มีความสุขที่ได้ขายของ แต่ก็มียารมณหงุดหงิดบ้าง ถ้าลูกค้าสั่งสินค้าแล้วไม่ยอมโอนเงิน ทำให้เสียเวลา

ด้านการค้าขายออนไลน์ สินค้าที่ซื้อเป็นประจำคือเสื้อผ้า Vintage ทั้งซื้อมาใส่เองและซื้อมาขายต่อ รองลงมาก็เป็นรองเท้าและเครื่องสำอางค์ บริการออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำคือ Food panda และ Grab food ประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ด้านการขายใช้เพียงโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต โสดขายในเฟซบุ๊กเป็นหลัก ส่วนในไลน์ก็ใช้ในการขายบ้าง แต่ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อเพราะเห็นจากเฟซบุ๊กอีกทีหนึ่ง ไม่ได้ใช้ไลน์ในการโฆษณาสินค้า เนื้อหาที่ใช้ในการโฆษณาใช้รูปภาพเป็นหลัก โดยจะมีการ Live ขายบ้าง ครั้งละ 1 ชั่วโมง ในช่วงที่มีของมาใหม่ ช่องทางการชำระเงินใช้ช่องทาง Internet Banking เพียงช่องทางเดียว

7. นางสาว H

H เพศหญิง อายุ 22 ปี โสด เพิ่งเรียนจบปริญญาตรี อาชีพหลักคือขายอาหารและขายผลไม้ที่ถนนคนเดินวัวลาย รายได้เฉลี่ยประมาณ 4,000 บาทต่อเดือน ปัจจุบันกำลังเริ่มทำอาชีพเสริมคือการขายเสื้อผ้ามือสองในเฟซบุ๊กไปด้วย

H ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีค่าใช้จ่ายค่าอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เดือนละ 550 บาท แบ่งเป็น SIM 1 แบบรายเดือน 400 บาท SIM 2 แบบเติมเงินเดือนละประมาณ 150 บาท เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 16 ชั่วโมงต่อวัน (ใช้ตลอดเวลา ยกเว้นเวลานอน) แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุด 3 อันดับแรกคือ 1. Facebook 2. Instagram และ 3. YouTube ลักษณะการใช้แอปพลิเคชันแต่ละประเภทแบ่งเป็น Facebook ใช้ในการพูดคุย ความเคลื่อนไหวของเพื่อน ส่งงานให้อาจารย์ ชื่อของ ชายของ สันทนา การทั่วไป ไปจนถึงการติดตามข่าวสารการเมืองด้วย Instagram ใช้รูปของเพื่อนและของดาราที่ตนเองชื่นชอบ ส่วน YouTube นั้นใช้เพื่อการคลายเครียดทั้งดูหนังฟังเพลง และใช้เพื่อการหาข้อมูลในการเรียนด้วย Line ใช้ติดต่อกับเพื่อน ครอบครัว ส่งงานให้อาจารย์ เล่นเกมส์ และดูละครย้อนหลัง/ซีรีส์ใน Line TV ด้วย

H ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มใดๆ เลยในโลกออฟไลน์ แต่ในโลกออนไลน์นั้นเข้าร่วมหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มในเฟซบุ๊ก และกลุ่มในไลน์ กลุ่มในเฟซบุ๊ก เช่น กลุ่มคณะฯ กลุ่มวิชาเรียน กลุ่มแชท (chat) ของห้องเรียน และกลุ่มแชทของเพื่อนสนิท กลุ่มในไลน์ เช่น กลุ่มวิชาเรียนต่างๆ รวมถึงกลุ่มห้องเรียน H มีเพื่อนในเฟซบุ๊กราว 1,000 คน มีเพื่อนใน Line เพียงประมาณ 30 คน ใน Instagram มีเพื่อนหรือดาราที่ H ไปติดตาม 200 คน และมีคนติดตาม H 100 คน ส่วนดาราที่ H ติดตามโดยตลอดคือ อุ้ม ลักขณา เพราะสวย และชอบโพสต์รูปลูกของเค้าบ่อยๆ และลูกเค้าน่ารักมาก

ด้าน E-Commerce H เป็นผู้บริโภคประจำของโลกออนไลน์ทั้งสินค้าและบริการ ด้านสินค้า H ซื้อทั้งของใช้ (แว่นตา เสื้อผ้า ที่หนีบผม) ผ่าน Shopee Lazada และในเพจเฟซบุ๊กต่างๆ ส่วนอาหารใช้บริการของ Grab และ Foodpanda อยู่เป็นประจำ ไปจนถึงการซื้อนิยายออนไลน์ของ Joylada ทุกเดือน เดือนละ 400-500 บาท

นอกจากจะเป็นผู้บริโภคแล้ว H ยังเป็นผู้ขายในโลกออนไลน์ด้วย โดยเป็นการขายเสื้อผ้ามือสองที่เป็นของตัวเองและพี่สาวผ่านทางเฟซบุ๊ก ลักษณะการขายนั้นไม่ได้มีการลงทุนจ่ายค่าโฆษณาต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม ใช้เพียงแค่มือถือเพียงอย่างเดียว กลยุทธ์ในการโฆษณาเพียงแค่ถ่ายรูปสินค้าและโพสต์ในเฟซบุ๊กเท่านั้น การเก็บเงินก็รับเพียงแค่เงินสด และนัดรับสินค้าแบบเจอตัว ซึ่งทำให้ไม่ได้มีกลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางมากนัก รายได้จากการขายเสื้อผ้าออนไลน์จึงได้เพียงน้อยนิดเท่านั้น

ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของ H เป็นไปในทางบวกมากกว่าทางลบ โดยเห็นว่า โลกออนไลน์ทำให้การค้นหาข้อมูลความรู้ทุกอย่างสะดวกและเร็ว นอกจากนั้นการใช้อินเทอร์เน็ตซื้อนิยายได้ ก็ทำให้สะดวกสบายมากขึ้น เพราะหาเวลาไปร้านหนังสือได้ยาก ข้อเสียเพียงอย่างเดียวของโลกออนไลน์คือ การเสียสุขภาพ เพราะใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากเกินไป

กลุ่มอายุ 24-45 ปี

1. นาง K

นาง K อายุ 26 ปี แต่งงานและมีลูกแล้ว 1 คน นาง K เรียนจบระดับ ปวช. (เทียบเท่ามัธยมปลาย) ปัจจุบันประกอบอาชีพ 2 อย่างคือ เปิดร้านเสริมสวยและขายหม่าล่า เริ่มจากการเปิดร้านเสริมสวยก่อน แล้วจึงเริ่มมาขายหม่าล่าที่หน้าร้านตามมา ปัจจุบันมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 20,000 บาท มาจากการขายหม่าล่าประมาณ 13,000 บาท และจากร้านเสริมสวยประมาณ 7,000 บาท

การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแบบเติมเงินในมือถือประมาณเดือนละ 900 บาท และที่บ้านมี Wi-Fi เสียค่าใช้จ่ายประมาณเดือนละ 700 บาท เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันอยู่ที่ประมาณ 16 ชั่วโมง คือไม่ได้ใช้เพียงแค่ตอนนอนเท่านั้น

การใช้โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชันที่ใช้อย่างน้อยที่สุดคือ Facebook เพราะใช้ในการทำเพจเพื่อขายหม่าล่า ด้วย รองลงมาคือ YouTube ที่ใช้ดูสูตรอาหารต่างๆ รวมถึงวิธีการทำอาหาร และ Line ที่เอาไว้ใช้ติดต่อกับคนอื่น ๆ รวมถึงดูละครจาก Line TV และเอาไว้ซื้อรองเท้าด้วย

นาง K ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มออฟไลน์ใดๆ เลย มีแต่กลุ่มในโลกออนไลน์ ที่มีทั้งกลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มไปเที่ยว และกลุ่มซื้อขายรองเท้า นาง K มีเพื่อนในเฟซบุ๊กถึง 4,099 คน และมีคนติดตามใน Instagram ถึง 431 คน เหตุที่มีเพื่อนเยอะ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการค้าขายออนไลน์ที่ต้องการให้คนเห็นเพจขายหม่าล่าเยอะๆ ไว้ก่อน

ด้าน E-Commerce นาง K ซื้อสินค้าออนไลน์อยู่เป็นประจำทั้งของตัวเองและของใช้ของลูกค้า ส่วนด้านการซื้อบริการนั้นก็ใช้บริการทั้ง Traveloka เพื่อเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบิน เวลาที่ต้องเดินทางไปต่างจังหวัด และใช้บริการของ Grab food และ Food panda อยู่บ่อยครั้ง จนในปัจจุบันเริ่มมองเห็นช่องทางในการพาธุรกิจหม่าล่าของตัวเองเข้าสู่บริการเช่นนี้ด้วย จึงได้สมัครสมาชิกกับ Food panda (ใช้หลักฐานเพียงแค่บัตรประชาชนกับสมุดบัญชีธนาคารเท่านั้น) โดยอยู่ระหว่างรอการตอบรับ ถ้าได้รับการตอบรับ Food panda จะนำ Tablet มาให้ กลยุทธ์ในการขายหม่าล่าของนาง K ใช้วิธีโฆษณาผ่านเพจในเฟซบุ๊กที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ขายหม่าล่าโดยเฉพาะ โดยเนื้อหาที่ใช้โฆษณามีทั้งที่เป็นรูปภาพและเป็นเรื่องราวต่างๆ ที่ไปหามาจาก Google อีกทั้งช่องทางส่งซื้อสามารถส่งได้ทั้งในเฟซบุ๊กและไลน์ส่วนตัว

ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของนาง K นั้นเป็นไปในทางบวกอย่างยิ่ง เพราะช่องทางออนไลน์กลายเป็นแหล่งรายได้หลักของครอบครัวไปแล้วในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การต้องติดต่อหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวกับคนจำนวนมาก ก็ทำให้ K เกิดความกังวลในเรื่องความเป็นส่วนตัวเช่นเดียวกับคนอื่นๆ ทั้งกลัวจะโดนหลอกเรื่องเงินและกลัวโดนโรคจิตวิดิโอคอลมาหาในแนวอนาจาร เพราะเคยโดนมาแล้ว

2. นาง L

นาง L อายุ 31 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 2 คน เรียนจบระดับชั้นมัธยมปลาย ปัจจุบันเป็นพนักงานของเทศบาลนครเชียงใหม่ เงินเดือน 12,000 บาท ใช้อินเทอร์เน็ตจากมือถือ เสียค่าใช้จ่ายแบบเติมเงินประมาณเดือนละ 200 บาท ใช้อินเทอร์เน็ตวันละประมาณ 8 ชั่วโมง แอปพลิเคชันที่ใช้อยู่ 3 อันดับแรกคือ 1. Facebook 2. Line และ 3. YouTube

นาง L ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ใดๆ แต่เข้าร่วมในโลกออนไลน์หลายกลุ่มหลายประเภท ทั้งกลุ่มเพื่อนโรงเรียนเก่า กลุ่มซื้อขายรถ กลุ่มคนรักต้นไม้ และกลุ่มโรงเรียนฝึกฟุตบอลของลูกค้า ลักษณะการใช้โซเชียลมีเดียส่วนใหญ่ใช้คุยกับเพื่อน ดูเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับลูก และเพื่อคลายเครียด

ด้าน E-Commerce นาง L เป็นผู้ที่ซื้อของออนไลน์เป็นประจำในชีวิตประจำวัน เช่น เสื้อผ้าและเครื่องสำอางค์ของตนเอง และรองเท้าฟุตบอล ชุดกีฬาของลูกค้า เป็นต้น นอกจากนั้นยังซื้อบริการของ Grab food และ Food panda อยู่เสมอ รวมถึงเล่นเกมสล็อตไฟโดยมีการเติมเงินด้วย (แต่ไม่ใช่การพนัน) ในด้านการขาย นาง L เคยขายครีมเมื่อ 4-5 มาแล้ว แต่หยุดขายไปในช่วงที่มีลูก ในตอนที่ขายครีมนั้น นาง L มีรายได้จากการขายครีมถึงเดือนละประมาณ 8,000 บาท โดยในตอนนั้นมีการทำเนื้อหาในการโฆษณาหลายแบบ ทั้งใช้รูปภาพ สร้างคลิปวิดีโอ และมีการ Live ขายของด้วย นาง L กล่าวว่า การขายของออนไลน์มีข้อดีคือต้นทุนน้อย อยู่ที่ความขยันของแต่ละคนที่จะสร้างเนื้อหาเพื่อโฆษณาให้คนสนใจได้มากน้อยแค่ไหน

3. นาย M

นาย M อายุ 32 ปี โสต เรียนจบชั้น ม.3 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัยของบริษัทแห่งหนึ่ง สถานที่ทำงานนั้นขึ้นอยู่กับบริษัทจะจัดสรรให้ไปอยู่ที่ไหน ส่วนใหญ่เป็นธนาคารหรือห้างสรรพสินค้า

ต่างๆ ในปัจจุบันนอกจากจะเป็นพนักงานรักษาความปลอดภัยแล้ว นาย M ยังสมัครเป็นพนักงานส่งของของบริษัท Kerry ด้วย ทั้ง 2 งานนี้ทำให้มีรายได้ประมาณ 13,000 บาทต่อเดือน

การใช้อินเทอร์เน็ตมีทั้งแบบเติมเงินในมือถือและใช้ Wi-Fi ที่บ้าน ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงินอยู่ที่ประมาณ 800 บาทต่อเดือน ส่วน Wi-Fi นั้น แม่เป็นคนออกค่าใช้จ่ายให้ เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันอยู่ที่ประมาณ 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยถ้ามีเวลาว่าง ก็จะหางานรับจ้างใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เสมอในช่วงที่หยุดจากงานประจำ

แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อย 3 อันดับแรกคือ Facebook Line และ YouTube โดยแต่ละแอปจะใช้ต่างกัน อย่างชัดเจนคือ เฟสบุ๊กเอาไว้ใช้คุยกับเพื่อนเป็นหลัก มีการซื้อของบ้าง ส่วนไลน์นั้นเอาไว้ติดต่อเรื่องงานเป็นหลัก โดยจะต้องรายงานหัวหน้าทั้งเวลาเช้างาน ออกงาน รวมถึงในช่วงที่ทำงานอยู่ด้วย ส่วน YouTube นั้นใช้เพื่อการค้นหาการเพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นการดูหนัง ฟังเพลง หรือบางครั้งดูคลิปตลกเพื่อคลายเครียด

การเข้าร่วมกลุ่มทั้งในโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์มีลักษณะเดียวกันคือ กลุ่มจิตอาสาต่างๆ แต่ในด้านจำนวนของกลุ่ม ในโลกออนไลน์มีจำนวนมากว่ามาก เฉพาะในเฟสบุ๊กนั้นมีมากกว่า 30 กลุ่ม เพราะกลุ่มจิตอาสาต่างๆ มีอยู่ในหลายพื้นที่ ทั้งในเชียงใหม่และจังหวัดอื่นๆ แต่ละพื้นที่ก็จะตั้งกลุ่มของตัวเอง ทำให้มีจำนวนกลุ่มเยอะ ส่วนในไลน์นั้นจะมีเพียงแค่อุปกรณ์การทำงานเท่านั้น

ด้าน E-Commerce เป็นผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว โดยซื้อทั้งสินค้าและบริการ ทั้งรองเท้า นาฬิกา กระเป๋า และด้านบริการคือ สั่ง Food panda มากินเป็นประจำ ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของนาย M เป็นไปในทางบวกเช่นกัน โดยเฉพาะความสะดวกสบายในการติดต่อกัน และการเป็นช่องทางในการหางานทำ ด้วยวิถีชีวิตที่ผูกติดอยู่กับอินเทอร์เน็ตจนเคยชิน สิ่งที่ทำให้หงุดหงิดรำคาญใจที่สุดก็คือตอนที่อินเทอร์เน็ตช้าไม่ทันใจ ซึ่งทำให้ต้องมองหา package อินเทอร์เน็ตใหม่ๆ อยู่เสมอ

4. นาง N

นาง N อายุ 36 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 2 คน จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จากวิทยาลัยสารพัดช่าง ปัจจุบันประกอบอาชีพ 2 อย่างคือ เป็นพนักงานต้อนรับแบบ Part time ที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งและขายของออนไลน์เป็นอาชีพเสริม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000 บาท (แบ่งเป็นรายได้จากร้านอาหารประมาณ 6,000-7,000 บาท และรายได้จากการขายของออนไลน์ 3,000-4,000 บาท) การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว แต่เนื่องจากขายของออนไลน์ด้วย จึงเลือกใช้มือถือราคาสูงกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชนด้วยราคาสูงถึง 15,000 บาท (กรณีศึกษาอื่นๆ มักมีราคาไม่ถึง 10,000 บาท) ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตมี 2 แบบคือ ค่ารายเดือนในมือถือ 499 บาท และค่า Wi-Fi ที่บ้าน 599 บาท เวลาที่ใช้ใน 1 วันอยู่ที่ประมาณ 12 ชั่วโมง กิจกรรมหลักๆ คือ การขายของออนไลน์และการเปิด YouTube ให้ลูกดู แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อย 3 อันดับแรกคือ Facebook Line และ YouTube โดยเฟสบุ๊กและไลน์จะมีไว้ใช้ขายของเป็นหลัก ส่วน YouTube นั้นเน้นใช้เพื่อค้นหาการทั้งของตนเองและของลูก

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์ไม่มีเลย แต่เข้าร่วมกลุ่มออนไลน์เป็นจำนวนมาก ในเฟสบุ๊กมีประมาณ 30 กลุ่ม เกือบทั้งหมดเป็นกลุ่มเกี่ยวกับการขายของ เช่น กลุ่มเชียงใหม่ Shopping 2 hands กลุ่มกาดนัดคุณแม่เชียงใหม่ กลุ่มเสื้อผ้า XL เป็นต้น แต่ก็มีกลุ่มอื่นๆ ตามความสนใจเฉพาะด้วยเช่นกัน เช่น กลุ่มเลขเด็ดกองสลาก และกลุ่ม ชิม ซุป ใช้ เฟส 2 เชียงใหม่ เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มในไลน์ก็มีหลากหลาย ทั้งกลุ่มที่ทำงาน กลุ่มแชร์รายวัน 15 วัน กลุ่มที่โรงเรียนของลูก กลุ่มร้านเสื้อผ้า และกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต

ด้าน E-Commerce N ซื้อสินค้าเป็นประจำจากเฟสบุ๊ก เพราะเป็นคน que เข้าร่วมกลุ่มซื้อขายของในเฟสบุ๊กหลายกลุ่มอยู่แล้ว สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ เช่น เสื้อผ้าสำหรับนำมาขาย เสื้อผ้าของลูก เครื่องสำอางค์ รองเท้า และอาหารเสริม ด้านการซื้อบริการใช้ Grab car กับ Food panda เป็นหลัก สิ่งที่สั่งบ่อยที่สุดคือ ชา

ไม่มุก ชอบสั่งไปกินตอนทำงานที่ร้านอาหารเกือบทุกวัน ในด้านการเป็นผู้ขาย N ขายสินค้าหลายประเภท ทั้งเครื่องสำอางค์ เสื้อผ้า และอาหารเสริม โดยทั้งหมดนั้นไม่มีหน้าร้านของตัวเอง แต่ส่งตามออเดอร์ไปที่ร้านใหญ่ในระบบออนไลน์อีกทอดหนึ่ง รายได้จากการขายของออนไลน์แม้จะหลายประเภทแต่ไม่ได้มากนัก เพียงประมาณ 3,000-4,000 บาทต่อเดือน กลยุทธ์ในการขายไม่ได้ผลิตเนื้อหาการโฆษณาด้วยตัวเอง โดยจะเป็นแชร์เนื้อหาการโฆษณามาจากร้านใหญ่แทน เพราะร้านใหญ่เหล่านี้จะทำเนื้อหาในการโฆษณาแบบสำเร็จรูปไว้ให้แล้วให้ผู้ขายรายย่อยเอาไปใช้ต่อได้เลย รูปแบบการรับเงินมีทั้งรับผ่าน Internet Banking และนัดรับแบบเจอตัวได้ในกรณีที่อยู่ในเมืองเชียงใหม่

ด้านการใช้โปรแกรมค้นหา N จะใช้ Google บ่อยมาก เพื่อเอาไว้หาข้อมูลของสินค้าที่อยากขาย รวมไปถึงการค้นหาความรู้เกี่ยวกับการดูแลเด็ก ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของ N คือ ความสะดวกสบายและแหล่งรายได้ที่สำคัญ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งความรู้ที่ดีมาก N บอกว่า ถ้าไม่มี Google ก็ไม่แน่ใจว่าจะเลี้ยงลูกได้รอดมัย แต่ก็สิ่งที่ทำให้รู้สึกหงุดหงิดรำคาญเช่นกัน จากการทำขอมมีคนแซทมาเสนอขายของให้ แบบที่ดูก็รู้ว่า เป็นพวกหลอกหลวง ซึ่งได้ทำการบล็อกไปหมดแล้ว ส่วนเรื่องทีคนอื่นมักกังวลเรื่องความปลอดภัยทั้งเรื่องเงินและเรื่องส่วนตัว N ไม่ได้กังวลมากนัก โดยใช้วิธีการป้องกันตัวเองให้มากที่สุด เช่น รูปของลูกก็ตั้งค่าให้มองเห็นได้เฉพาะคนที่เป็นเพื่อนเท่านั้น ไม่ตั้งค่าเป็นสาธารณะ การจ่ายเงินรับเงินก็ต้องรอบคอบด้วยการตรวจสอบอย่างละเอียดหลายรอบ หรือการจะซื้อของก็ต้องเช็คความน่าเชื่อถือของร้านให้ดีกว่าก่อน ทั้งการเข้าไปดูคอมเม้นของลูกค้า รวมถึงเช็คความมีตัวตนของเจ้าของร้านให้ดี

5. นาง O

นาง O อายุ 38 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 3 คน เรียนจบระดับมัธยมปลาย ปัจจุบันขายชุดนอนเป็นอาชีพหลัก แต่เดิมขายแบบมีหน้าร้านเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันขายแบบออนไลน์ด้วย มีรายได้ประมาณ 4,000-5,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านมือถือและคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ มีค่าใช้จ่ายแบบเติมเงินมือถือเดือนละ 320 บาท และค่า Wi-Fi ที่บ้านประมาณ 1,000 บาท แอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุดคือ WeChat เพื่อเอาไว้คุยกับเพื่อนที่ประเทศมาเลเซีย เนื่องจากก่อนหน้านี้นาง O ย้ายไปอยู่กับสามีชาวมาเลเซียหลายปี เพิ่งกลับมาอยู่ไทยได้ปีเดียว จึงยังคิดถึงเพื่อนที่มาเลเซียอยู่ ส่วนเฟซบุ๊กจะใช้เพื่อซื้อของมาขายและโฆษณาขายของเป็นหลัก

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออนไลน์เน้นไปที่กลุ่มที่เกี่ยวกับการค้าขาย นอกเหนือจากนั้นก็มียุุ่มเสื้อผ้าเด็ก (กำลังตั้งท้องลูกคนที่ 3) กลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน นาง O มีเพื่อนในเฟซบุ๊กมากถึง 2,077 คน ส่วนหนึ่งเป็นเพราะทำการค้าออนไลน์ทำให้ต้องเพิ่มเพื่อนเป็นจำนวนมาก

ด้าน E-Commerce นาง O ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งของใช้ เช่น เสื้อผ้าและเครื่องสำอางค์ ชุดนอนที่ซื้อมาขาย รวมถึงของใช้เด็กน้อย เป็นต้น ส่วนด้านบริการจะสั่งอาหารจาก Food panda อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง และยังใช้บริการ Grab car ด้วยเมื่อจำเป็น ส่วนการขายชุดนอนออนไลน์นั้น ใช้รูปในการโฆษณาเพียงอย่างเดียว โพสต์โฆษณาในเฟซบุ๊ก การจ่ายเงินมีทั้งแบบ Internet Banking และแบบจ่ายเงินสด อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายออนไลน์ไม่ได้มากนัก รายได้จากหน้าร้านจะได้มากกว่า ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของนาง O มีทั้งเรื่องที่ชอบและไม่ชอบ เรื่องที่ชอบคือ เป็นช่องทางสร้างรายได้ที่ไม่ต้องลงทุนมาก มีเพียงมือถือกับอินเทอร์เน็ตก็สามารถขายได้ นอกจากนั้นยังสามารถพูดคุยกับเพื่อนที่อยู่ห่างไกลได้ ทำให้หายคิดถึงกัน ส่วนเรื่องที่ไม่ชอบคือ คนที่ชอบโพสต์เรื่องไม่ดีหรือด่าว่าคนอื่นในเฟซบุ๊ก เพราะเห็นว่าพื้นที่นี้ควรพูดคุยเรื่องดีๆ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีคนเห็นจำนวนมาก ถ้าโพสต์เรื่องไม่ดี คนก็จะมองเราไม่ดีตามไปด้วย และเรื่องทีกังวลอีกหนึ่งอย่างคือ ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว เพราะตนเองต้องติดต่อกับคนจำนวนมาก จึงกลัวว่าจะโดนล้วงข้อมูลต่างๆ อย่างที่เห็นจากในข่าว

6. นาง P

นาง P อายุ 39 ปี โสต จบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมต้น ขายเป็นคนไทยเป็นอาชีพ มีรายได้ประมาณ 15,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือและมี Wi-Fi ที่บ้าน ค่าใช้จ่ายแบ่งเป็นเติมเงินมือถือประมาณ 200 บาทต่อเดือน และ Wi-Fi ที่บ้าน 700 บาทต่อเดือน เวลาที่ใช้ในโลกออนไลน์ประมาณ 10 ชั่วโมงต่อวัน

การใช้โซเชียลมีเดียส่วนใหญ่ใช้เพื่อการค้าขายและคุยกับคนอื่นๆ ทั้งในเฟสบุ๊กและไลน์ ส่วน YouTube นั้นจะใช้เพื่อการสนทนาเป็นหลัก แต่ก็มีหาคำความรู้เรื่องการทำขนมจาก YouTube ด้วยเช่นกัน การเข้าร่วมกลุ่มมีเพียงในไลน์เท่านั้น แบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าขนมไทย กลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน แม้จะเข้าร่วมกลุ่มไม่มากนัก แต่โซเชียลมีเดียก็ทำให้เห็นโลกมากขึ้น หาคำรู้ได้ง่ายขึ้น มีความละเอียดกว่าการดูโทรทัศน์อย่างเดียว เช่นในสมัยก่อน นอกจากนี้โปรแกรมค้นหาอย่าง Google ก็ช่วยให้มีความรู้ในเรื่องต่างๆ มากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะความรู้เรื่องการทำขนม

ด้าน E-Commerce นาง P ชอบซื้อสินค้าออนไลน์เพราะสะดวก มีตัวเลือกเยอะ และราคาถูกด้วย สินค้าที่ซื้อเป็นประจำคือ รองเท้า เสื้อผ้า นาฬิกา รวมถึงสั่งอาหารจาก Grab food และ Food panda ด้วยการซื้อสินค้าซื้อผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ต่างๆ ทั้ง Shopee Lazada หรือจากในเฟสบุ๊ก ด้านการขาย นาง P ขายขนมไทยมานานแล้ว เป็นแบบรถเข็น แต่มาเริ่มขายทางออนไลน์ด้วยเมื่อประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา โดยการถ่ายรูปและโฆษณาทางเฟสบุ๊กและให้ลูกค้ามาสั่งซื้อผ่านไลน์ ทั้งหมดนี้ใช้อุปกรณ์เพียงแค่มือถืออย่างเดียว รูปแบบการจ่ายเงินมีทั้ง Internet Banking และเก็บเงินสด รายได้จากการขายในช่องทางออนไลน์นี้ประมาณ 5,000 บาทต่อเดือน

ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของนาง P มีแต่ด้านบวกเพียงอย่างเดียว เพราะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้มีความรู้เยอะขึ้น มีปัญหาอะไรก็สามารถเข้าไปหาวิธีแก้ในอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น อยู่ไกลแค่นี้ก็เห็นกันได้ ได้รับความสุขความทุกข์ของกันและกัน อย่างไรก็ตามสิ่งที่มีมักจะสร้างความรำคาญใจอยู่เสมอคือเมื่อได้เห็นข่าวเกี่ยวกับการเมืองที่ทะเลาะกันและข่าวที่ว่าเศรษฐกิจพัง เพราะจะทำให้รู้สึกเครียดกับการค้าขายของตนเอง

7. นาย Q

นาย Q อายุ 41 ปี เรียนจบระดับ ปวช. มีครอบครัวแล้ว มีลูก 2 คน มีอาชีพรับจ้างอยู่ที่ฟาร์มเลี้ยงไก่แห่งหนึ่ง และค้าขายออนไลน์ไปด้วย มีรายได้ประมาณ 10,000 บาทต่อเดือน แบ่งเป็นรายได้จากฟาร์มไก่ประมาณ 5,000 บาท และจากการขายของออนไลน์ประมาณ 5,000 บาท การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านทั้งโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีรายจ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือนของโทรศัพท์มือถือ 900 บาท และค่า Wi-Fi ที่บ้าน 640 บาท เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันประมาณ 16 ชั่วโมง ไม่ได้ใช้แค่เพียงตอนนอนเท่านั้น

การใช้โซเชียลมีเดียใช้ทำกิจกรรมเกือบทุกประเภท ตั้งแต่ค้าขาย คุยกับเพื่อน ติดตามข่าวสาร หาคำความรู้ และการสนทนา การแอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุดคือ Facebook เพราะใช้ค้าขายด้วย รองลงมาคือ YouTube และ Line กลุ่มที่เข้าร่วมในโลกออนไลน์มีกลุ่มหลักกลุ่มเดียวคือ กลุ่มเครื่องเสียงรถยนต์ ที่รวมตัวกันเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลและซื้อขายเครื่องเสียงรถยนต์กัน มีการนัดสังสรรค์และไปเที่ยวด้วยกันบ้างตามโอกาส ส่วนกลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีหลายกลุ่มมาก ในเฟสบุ๊กมีประมาณ 10 กลุ่ม เช่น กลุ่มขายของออนไลน์ กลุ่มไก่ชน กลุ่มเครื่องเสียงรถยนต์ กลุ่มครอบครัว กลุ่มซื้อขายเสื้อผ้า เช่นเดียวกับกลุ่มในไลน์ที่มีลักษณะคล้ายกัน เหตุที่มีกลุ่มหลายกลุ่ม เพราะนาย Q ขายของออนไลน์หลายประเภท ทั้งอุปกรณ์มือถือ เครื่องเสียงรถยนต์ เสื้อผ้ากีฬา รองเท้ากีฬา ไปจนถึงไก่ชน ซึ่งโซเชียลมีเดียมีประโยชน์กับการค้าขายมาก เพราะทำให้คน

เห็นสินค้าเราเยอะขึ้น ทำให้ขายของได้มากขึ้น แต่ก็มีข้อเสียคือ ทำให้ตนเองต้องใช้เวลากับโซเชียลมีเดียเยอะ ไม่ค่อยมีเวลาให้ลูก

ด้าน E-Commerce สินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อคือสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขาย คือ เสื้อผ้า เครื่องเสียงรถยนต์ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์มือถือ และไอโฟน กิจกรรมออนไลน์ในฐานะผู้บริโภคอีกอย่างหนึ่งคือ การเล่นเกมฟุตบอลออนไลน์ ด้านการขายใช้ช่องทาง Facebook Marketplace⁸ เป็นช่องทางหลัก เนื้อหาในการโฆษณาจัดทำด้วยตัวเองทั้งรูปและคลิปวิดีโอ การเก็บเงินใช้ช่องทาง Internet Banking เพียงช่องทางเดียว นอกจากการขายสินค้าแล้ว นาย Q ยังเคยสมัครเป็นผู้ให้บริการของ Grab car ด้วย แต่ทำได้เพียงไม่นาน เพราะไม่มีเวลา

ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของนาย Q มีทั้งด้านดีและด้านที่เป็นกังวล ในด้านดีขึ้นขอบในความสะดวกและกว้างขวางที่ทำให้สามารถค้าขายเป็นอาชีพได้ ส่วนเรื่องที่เป็นกังวลคือ เริ่มรู้สึกว่าตนเองใช้เวลาในโลกออนไลน์มากเกินไปจนไม่มีเวลาให้ลูก บางครั้งแม้แต่ขายของจนไม่ได้เล่นกับลูก โดยตอนนี้ลูกเริ่มติดเกมส์และโซเชียลมีเดียเช่นกัน สืบเนื่องจากการเริ่มมีพฤติกรรมรุนแรง ใช้คำไม่สุภาพ ซึ่งน่าจะมาจากการเลียนแบบจากเกมส์หรือเพลงแร็ปที่ลูกได้ดูในโซเชียลมีเดีย

กลุ่มอายุ 46-60 ปี

1. นาย S

นาย S อายุ 47 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 3 คน เรียนจบระดับมัธยมต้น ประกอบอาชีพเป็นคนขับรถเก็บขยะของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง โดยบริษัทนี้รับงานมาจากเทศบาลนครเชียงใหม่ มีรายได้ 15,000 บาทต่อเดือน การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว เป็นมือถือเก่าใช้ต่อจากลูก ตอนที่ลูกเปลี่ยนเครื่องใหม่ ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ประมาณ 100-200 บาท เป็นแบบเติมเงิน ลูกสาวเป็นคนเติมให้ เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ประมาณวันละ 2-3 ชั่วโมงเท่านั้น แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยมี 3 แอปคือ Facebook Line และ YouTube การใช้งานเฟซบุ๊กเน้นไปที่การดูคลิปต่างๆ และคุยกับเพื่อน รวมถึงติดตามข่าวสารต่างๆ Line ใช้เพื่อการทำงานเพียงอย่างเดียว ส่วน YouTube เอาไว้ใช้ดูหนัง ฟังเพลง ดูฟุตบอล และบางครั้งก็เปิดการ์ตูนให้หลานดู

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออนไลน์ 1 กลุ่มคือ กลุ่มกรรมการชุมชนกำแพงงาม โดยมีตำแหน่งเป็นรองประธานชุมชน ส่วนกลุ่มในโลกออนไลน์นั้นมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มออฟไลน์คือ กลุ่มในเฟซบุ๊กชื่อกลุ่มอาสาสมัครพัฒนาชุมชนกำแพงงาม มีสมาชิก 13 คน เอาไว้คุยกันเรื่องการทำงานชุมชน รวมถึงส่งรูปให้กันเวลา มีกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน อีก 1 กลุ่มเป็นกลุ่มในไลน์ชื่อกลุ่มนักซิ่งเม้งราย เป็นกลุ่มของสายตรวจจราจร มีสมาชิก 11 คน (ใน 11 คนนี้มีคนที่เป็นสายตรวจ 2 คน ที่เหลือเป็นคนเก็บขยะ) เอาไว้ใช้สำหรับแจ้งรูปขยะ ณ จุดเก็บต่างๆ เป็นการตรวจสอบว่าพนักงานเก็บขยะของบริษัททำงานเรียบร้อยดีหรือไม่

จำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊กของนาย S มีเพียง 97 คนเท่านั้น เพราะรับเฉพาะคนที่รู้จักกันจริงๆ ในโลกออฟไลน์ แต่การมีเพื่อนในเฟซบุ๊กน้อย ก็ทำให้เห็นความเคลื่อนไหวของเพื่อนได้ชัดเจน (ไม่ถูกรบกวนโดยคนอื่น) ในหน้า news feed ของเฟซบุ๊กมากนัก) เฟซบุ๊กสำหรับนาย S จึงทำให้ชีวิตมีสีสันมากขึ้น เพราะๆ ได้รับความเป็นไปของเพื่อนๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ใกล้กัน ไม่ได้เจอกันในชีวิตจริง และส่วนตัวของนาย S เองก็เอาไว้อัพรูปต่างๆ ที่ได้ไปเจอมาเช่นกัน เป็นการแบ่งปันให้เพื่อนๆ ได้เห็นด้วย

⁸ บริการที่ให้สมาชิกเฟซบุ๊กสามารถค้นหาและโพสต์สินค้าและบริการที่ต้องการซื้อหรือขายระหว่างผู้คนที่อยู่ในละแวกเดียวกัน โดยใช้การส่งข้อความผ่านบริการ Messenger เพื่อติดต่อและนัดพบกันตามสถานที่ต่างๆ ที่จะใช้ในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าหรือบริการนั้น

ด้าน E-Commerce นาย S ไม่เคยทำกิจกรรมซื้อขายออนไลน์ใดๆ เลย เพราะไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไร เห็นแต่ลูกที่ซื้ออยู่เป็นประจำ และในส่วนตัวเองก็ไม่ได้มีความต้องการสินค้าหรือบริการใดๆ เพิ่มเติมด้วย เพราะในโลกออฟไลน์ก็มีให้ครบหมดแล้ว อย่างไรก็ตาม ด้านโปรแกรมค้นหายังเป็นสิ่งที่ใช้ประโยชน์อยู่เสมอ ทั้งการหาความรู้ต่างๆ การช่วยลูกสาวทำการบ้าน ไปจนถึงการค้นหาหนังเก่าๆ ดู และท้ายที่สุดคือ เอาไว้ตรวจสอบสลากกินแบ่งรัฐบาล ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ คือ ช่องทางในการผ่อนคลายจากการทำงานในชีวิตประจำวัน ทั้งการได้คุยกับเพื่อน การได้ดูหนังที่ชอบ นอกจากนี้ยังช่วยให้การทำงานสะดวกมากขึ้น จากที่สมัยก่อนใช้วิธีการโทรศัพท์อย่างเดียว มาเป็นการได้เห็นภาพชัดเจนและรวดเร็วผ่านการใช้ไลน์ ข้อเสียเพียงอย่างเดียวสำหรับโลกออนไลน์คือ ตัวหนังสือในไลน์เล็กเกินไป มองไม่ค่อยชัด จนต้องรบกวนลูกสาวให้ช่วยดูหรือพิมพ์ให้อยู่บ่อยครั้ง

2. นาง T

นาง T อายุ 47 ปี เรียนจบระดับ ปวช. มีครอบครัวแล้ว มีลูก 1 คน เป็นลูกติดจากแฟนคนก่อน ปัจจุบันเป็นแม่บ้านที่ตลาดต้นพยอม ได้เงินเดือน 10,000 บาท การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว มีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน 300 บาท และ Wi-Fi ที่บ้าน 417 บาท กิจกรรมที่ชอบทำในโลกออนไลน์คือ ดูละครและดูเลขเด็ดใน YouTube คุยกับเพื่อนและโพสต์เรื่องตัวเองบ้างในเฟซบุ๊ก รวมถึงส่งรูปสวยๆ งามๆ และคุยกับเพื่อนเรื่องเลขเด็ดของหวยแต่ละงวดในไลน์

โซเชียลมีเดียสำหรับนาง T มีความสำคัญอยู่ 2 ประการ คือ 1. เอาไว้สำรวจเลขหวยเด็ดๆ 2. เอาไว้ผ่อนคลาย โดยการคุยกับเพื่อน จะมีบ้างที่ใช้เพื่อซื้อของอย่างง่ายเข้าหรือเห็ดหลินจือเพื่อสุขภาพ เพราะเริ่มแก่แล้ว ต้องหาของมาดูแลตัวเอง นอกจากนี้ยังใช้ Google เป็นประจำในการหาเลขหวยเป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยการหาวิธีแก้ปัญหากิจกในในชีวิตประจำวันต่างๆ เช่น หาวิธีทำความสะอาดคราบน้ำมันที่ติดเสื้อ วิธีดูพื้นที่สะอาดที่สุด เป็นต้น

ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์สำหรับนาง T รู้สึกว่า โลกออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเล่นหวยมากที่สุด เพราะตั้งแต่มีมือถือ (ที่เล่นอินเทอร์เน็ตได้) ก็ซื้อหวยมากขึ้น เพราะสามารถหาเลขเด็ดได้ง่ายทั้งจากใน Google ในเฟซบุ๊กหรือในไลน์ จนตอนหลังหลายสำนักเริ่มให้เลขเด็ดใน YouTube มากขึ้นด้วย ในงวดที่ผ่านมา นาง T ซื้อลอตเตอรี่ประมาณ 20 ใบ ใน 1 เดือนซื้อไปเกือบ 4,000 บาท เมื่อมีเวลาวางก็จะเข้า YouTube เพื่อดูเลขเด็ดจากหลายๆ สำนัก แล้วก็จดบันทึกเพื่อเทียบกับงวดก่อนๆ ในเรื่องความกังวลต่อโลกออนไลน์ นาง T ตอบว่าไม่มีเลย เพราะรู้สึกว่าเป็นประโยชน์มากทั้งเรื่องหวยและเรื่องที่ทำให้คุยกับเพื่อนได้ง่าย ทำให้หายคิดถึงกัน

3. นาง U

นาง U อายุ 47 ปี แต่งงานแล้ว มีลูก 2 คน เรียนจบระดับมัธยมต้น ประกอบอาชีพเป็นคนกวาดถนนของเทศบาล การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือเพียงอย่างเดียว เป็นมือถือที่ลูกสาวซื้อให้ ใช้อินเทอร์เน็ตแบบเติมเงิน บางครั้งเป็นรายวัน บางครั้งเป็นรายสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายโดยรวมอยู่ที่ประมาณ 400 บาทต่อเดือน ที่บ้านติด Wi-Fi โดยหารค่าใช้จ่ายกับบ้านที่อยู่ติดกันคนละครึ่ง (คนละ 300 กว่าบาท) เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 12 ชั่วโมงต่อวัน นาง U บอกว่าใช้เวลาในโลกออนไลน์เยอะ เพราะติดเฟซบุ๊ก เวลาเข้าไปดูแล้วก็จะเพลิน มีหลายอย่างให้ดู รวมถึงเวลาได้คุยกับก็ด้วย ซึ่งใช้เวลานาน แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยที่สุดจึงเป็น Facebook เอาไว้ส่งรูป โพสต์รูป (ชอบถ่ายรูปเซลฟี่ตัวเอง) ชื่อของ ดูหนัง ดูคลิป ติดตามข่าวสาร รวมถึงต้องโพสต์รูปตอนทำงานให้หัวหน้าดูด้วย ส่วน Line นั้นใช้เพื่อส่งรูปทำงาน ชื่อของ และคุยกับคนอื่น ส่วน YouTube เอาไว้ใช้เพื่อค้นหาการเป็นหลัก แต่ก็มีบางครั้งที่ใช้เพื่อหาความรู้ด้วย

การเข้าร่วมกลุ่มในโลกออฟไลน์นั้นมีหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มกองทุนหมู่บ้าน กลุ่มตำรวจบ้าน กลุ่มอาสาพัฒนาชุมชน กลุ่มเรียนการศึกษานอกระบบ (กศน.) กลุ่มเหล่านี้สอดคล้องไปกับกลุ่มโลกออนไลน์ด้วย คือ กลุ่มในไลน์จะมีกลุ่มในโลกออฟไลน์ทั้งหมด นาง U มีเพื่อนในเฟซบุ๊กไม่มากนัก เพียง 74 คน แต่คุยกันอย่างเข้มข้น

ทั้งแซทคุยกันและการคอมเม้นกันเวลาเพื่อนโพสต์รูปหรือตัวเองโพสต์รูปต่างๆ สิ่งที่อยู่สักทีเวลาเล่นเฟซบุ๊กคือการได้อ่านคำคมหรือคำให้กำลังใจต่างๆ บางครั้งรู้สึกเบื่อ ถ้าได้ไปอ่านเจอคำคมให้กำลังใจก็รู้สึกดีขึ้นมานอกจากนี้เฟซบุ๊กยังทำให้รู้จักนิสัยใจคอที่แท้จริงของคน โดยดูจากสิ่งที่เค้าโพสต์ ความสุขจากเฟซบุ๊กจึงเป็นการทำให้มีกำลังใจ อยากรู้ก็ตามเฟซบุ๊กก็ทำให้เกิดความทุกข์ได้เช่นกัน โดยเฉพาะตอนที่เห็นลูกสาวโพสต์รูปหลานหรือตอนที่ครอบครัวลูกสาวไปเที่ยวตามที่ต่างๆ หรือตอนที่ได้คุยวิดีโอคอลกัน เพราะทำให้รู้สึกคิดถึงมาก กระตุ้นให้อยากเจออยากอยู่ด้วยกัน เมื่อก่อนเคยอยู่กับลูกสาวมาตลอด แต่ตอนนี้ลูกสาวย้ายไปทำงานและสร้างครอบครัวที่ชลบุรี ทำให้ห่างไกลกันมาก บางครั้งหลังจากคุยกันเสร็จก็แอบมาร้องไห้อยู่คนเดียว นาง U บรรยายความรู้สึกต่อโลกโซเชียลไว้ว่า แคมโพรศัพทเครื่องเดียวสามารถทำให้เราทั้งหัวเราะและร้องไห้ได้ในเวลาเดียวกัน

ด้าน E-Commerce เคยซื้อของออนไลน์บ้างแต่ไม่ค่อยบ่อยนัก เป็นพวกสนุกกับยาสระผมที่ไม่มีขายตามร้านทั่วไป วิธีจ่ายเงินเป็นแบบเก็บเงินสดปลายทาง เหตุที่ไม่ใช้ Internet Banking เพราะไม่ไว้วางใจ กลัวโอนไปก่อนแล้วไม่ได้ของ ด้านการเป็นผู้ขายไม่เคยขายของออนไลน์ใดๆ ส่วนการใช้โปรแกรมค้นหา Google นั้น ใช้อยู่ตลอดเวลา เพราะตัวเองเขียนหนังสือไม่เป็น ลูกสาวจึงสอนให้ใช้ Google ช่วย โดยการพูดใส่เข้าไปใน Google แล้วให้ Google ช่วยแปลเป็นตัวอักษรออกมา จากนั้นก็ใช้วิธีจำตัวอักษรเหล่านั้นไปพิมพ์คุยกับคนอื่นตามที่ต้องการ (นาง U ไม่รู้จักวิธีการ copy ข้อความ ไป paste ในที่ที่ต้องการ) Google จึงเป็นประโยชน์กับชีวิตมาก ทั้งนี้ยังช่วยได้มากในการเรียน กศน. ที่กำลังเรียนอยู่ในขณะนี้

4. นาย V

นาย V อายุ 55 ปี โสภ เรียนจบชั้น มศ.5 ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่ศูนย์คนไร้บ้านแห่งหนึ่ง ภายในศูนย์ นาย V ประกอบอาชีพ 2 อย่างคือ ทำเรือกะลาและทำถั่วเคลือบขาย มีรายได้ประมาณ 9,000 บาทต่อเดือน (รวมเงินจากเบี้ยคนพิการ 800 บาท และเงินจากโครงการประชารัฐ 300 บาท แล้ว)

การใช้อินเทอร์เน็ตใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (ของศูนย์ฯ) และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (ของศูนย์ฯ) ในมือถือมีค่าใช้จ่ายแบบเติมเงินประมาณเดือนละ 200 บาท เพราะส่วนใหญ่ใช้ Wi-Fi ของศูนย์ฯ เป็นหลัก โดยแชร์ค่าใช้จ่ายกัน 7 คน คนละ 110 บาท โดยปกติใช้อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งวัน ยกเว้นเพียงเวลานอนเท่านั้นที่ไม่ใช้ กิจกรรมที่ทำในโลกออนไลน์เกือบทั้งหมดเป็นเรื่องการเมือง เพราะนาย V เป็นคนเสื้อแดงเต็มขั้นที่ติดตามและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างเข้มข้นอยู่ตลอดเวลา ความรักที่มีต่ออดีตท่านนายกทักษิณ เริ่มจากนโยบายที่มาส่งเสริมให้ตัวเองได้เริ่มทำถั่วเคลือบขาย ซึ่งกลายเป็นอาชีพหลักมาถึงปัจจุบัน ทำให้รักท่านมาก การแสดงออกในเฟซบุ๊กมีทั้งการโพสต์ข้อความวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลทหาร การเข้าไปคอมเม้นตอบโต้กับคนอื่นที่ใส่ร้ายอยู่เสมอ (นาย V ใช้คำว่า ทำจนกว่าจะหมดแรง) การใช้ YouTube ก็เพื่อติดตามข่าวการเมืองในแนวทางนี้เช่นกัน ส่วนใน Line นั้นมีความต่างเล็กน้อย ตรงที่ใช้เพื่อติดต่อประสานงานกับกลุ่มคนไร้บ้านทั่วประเทศมากกว่าจะใช้เพื่อการเมือง กลุ่มที่เข้าร่วมทั้งในโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์ค่อนข้างจะสอดคล้องกัน ส่วนใหญ่คือเครือข่ายของคนไร้บ้าน หรือเครือข่ายคนในชุมชนแออัด และแน่นอนว่ากลุ่มคนเสื้อแดงต่างๆ

สิ่งที่นาย V ประทับใจกับโลกออนไลน์มากที่สุดคือ การทำให้เปิดโลก ทำให้รู้เท่าทันกลุ่มทหารและชนชั้นนำ โดยเปรียบเทียบให้ฟังว่า ถ้าเป็นสมัยก่อน เรื่องราวต่างๆ จะถูกสื่อสารทางเดียวผ่านโทรทัศน์เท่านั้น ซึ่งทำให้คนไม่รู้ข้อมูลที่รอบด้าน แต่พอมีโซเชียลทำให้คนรู้อะไรที่ไม่เคยรู้เป็นการเปิดหูเปิดตา ทำให้ผู้คน “ตาสว่าง” มากขึ้น ไอ้ดอลที่นาย V ติดตามอยู่เสมอคือ นายณัฐวุฒิและนายจตุพร 2 แกนนำสำคัญของคนเสื้อแดง เพราะชอบในลีลาการพูดและชอบในความยึดมั่นในความยุติธรรมของทั้ง 2 ท่าน

ด้าน E-Commerce นาย V เคยเป็นผู้บริโภคบ้าง โดยการซื้ออุปกรณ์มาทำงานค้าขาย แต่ไม่เคยขายทางออนไลน์ แต่กำลังมีความคิดที่จะเริ่มทำเช่นกัน กำลังศึกษาวิธีการอยู่ ด้านการใช้โปรแกรมค้นหา ใช้อยู่เรื่องหลักคือเรื่องการเมืองและหาความรู้ทั่วไปในการมาประยุกต์ใช้กับการประกอบอาชีพ

5. นาง W

นาง W อายุ 58 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมปลาย มีครอบครัวแล้ว มีลูก 2 คน มีอาชีพเป็นแม่บ้านและขายลอตเตอรี่ รายได้ต่อเดือนประมาณ 5,000 บาท ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือเดือนละ 400 บาท นาง W เป็นผู้เข้าร่วมกลุ่มแนวจิตอาสาหลายกลุ่มทั้งโลกออฟไลน์และออนไลน์ เช่น กลุ่มอาสาสมัครชุมชน (อสม.) กลุ่มกรรมการโรงเรียน กลุ่มกรรมการชุมชน เป็นต้น แอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุดจึงเป็น Line เพราะเอาไว้อัดวิดีโอประสานงานกันได้ง่าย โดยในกลุ่มไลน์ทั้งสิ้นถึง 53 กลุ่ม การเข้าร่วมกลุ่มหลายกลุ่มเช่นนี้ ด้านหนึ่งทำให้ไม่เหงาและได้ทำงานสะดวก แต่อีกด้านหนึ่งก็ทำให้เสียเวลาส่วนตัวเช่นกัน

การค้าขายในโลกออนไลน์ นาง W เคยซื้อของอยู่บ้างอย่างกระเป๋ แต่ไม่บ่อยนัก แต่ขายลอตเตอรี่ผ่านไลน์นั้นทำตลอด ประกอบกับไปกับการเดินเร่ขายในโลกออฟไลน์ การขายลอตเตอรี่ในไลน์นั้น ใช้เพียงมือถือโดยการส่งรูปให้ลูกค้าดูแล้วส่งชื่อผ่านไลน์ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ การโอนเงินใช้ Internet Banking เป็นช่องทางหลัก ด้านการใช้โปรแกรมค้นหา นอกจากเรื่องห่วยแล้ว ยังใช้ในการหาความรู้เพื่อเรียน กศน. และหาความรู้ทั่วไป เช่น การทำขนม สูตรอาหาร เป็นต้น ความกังวลต่อโลกออนไลน์คือ เรื่องข่าวปลอมต่างๆ เช่น ล่าสุดมีข่าวว่ารัฐบาลจะจ่ายเบี้ยผู้สูงอายุเพิ่มเป็น 3,000 บาทต่อเดือน ทำให้มีคนมาถาม เพราะตนเป็นประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้รู้สึกรำคาญที่ต้องคอยแก้ข่าว อย่างไรก็ตามยังรู้สึกถึงด้านดีของโลกออนไลน์มากกว่า เพราะทำให้รู้จักคนเยอะขึ้น ญาติที่ห่างไกลก็สามารถติดต่อพูดคุยกันได้มากขึ้นด้วย ทั้งยังไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์เพราะโทรฟรีในไลน์ได้

6. ลุง X

ลุง X อายุ 60 ปี เรียน กศน. จบชั้น ม.3 ปัจจุบันอาศัยอยู่คนเดียวเพราะหย่ากับภรรยาแล้ว มีอาชีพซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและขายโทรศัพท์มือถือมือสอง ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถืออย่างเดียว มีค่าใช้จ่ายแบบเติมเงินประมาณเดือนละ 320 บาท และติด Wi-Fi ที่บ้านด้วย เดือนละ 480 บาท ในแต่ละวันลุง X ใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ยกเว้นเพียงตอนนอนเท่านั้น เพราะการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงการขายมือถือมือสองนั้นต้องหาข้อมูลและความรู้ตลอดเวลา Google จึงเปรียบเสมือนที่ปรึกษาคนสำคัญที่ต้องใช้งานอยู่ตลอดเวลา

นอกเหนือจากการทำมาค้าขายในโลกออนไลน์แล้ว งานจิตอาสาต่างๆ ก็ทำให้ลุง X ต้องใช้โซเชียลมีเดียอย่างสม่ำเสมอ เพราะต้องใช้ในการพูดคุยและติดต่อประสานงานต่างๆ โดยเฉพาะงานของชุมชน ซึ่งงานจิตอาสาประเภทนี้จะใช้ไลน์ในการพูดคุยเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของเฟซบุ๊กนั้นจะใช้งานหลากหลายมากกว่า กิจกรรมหลักคือการโพสต์ขายของ การดูวีวียูทูปกรณณ์ไฟฟ้าต่างๆ รวมถึงโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ๆ เพื่อให้ทันกระแส กิจกรรมที่รองลงมาคือการค้นหาการจำพวกดูหนังฟังเพลงต่างๆ และสุดท้ายคือการติดตามข่าวสารการเมือง โดยก่อนหน้านี้ลุง X เคยลงสมัครสมาชิกเทศบาลมาก่อน จึงเป็นคนที่สนใจการเมืองอยู่แล้วโดยพื้นฐาน

ในด้าน E-Commerce ลุง X เป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับอาชีพคือ สินค้าจำพวกอะไหล่เครื่องใช้ไฟฟ้าหรืออะไหล่โทรศัพท์มือถือต่างๆ ส่วนการขายโทรศัพท์มือถือมือสองใช้การทำเนื้อหาโฆษณาด้วยตัวเอง ทั้งรูปภาพและวิดีโอคลิป เคย Live ขายของด้วย 1 ครั้ง อย่างไรก็ตามในด้านรายได้ที่ได้รับ ไม่ได้มากมายนัก เฉลี่ยประมาณเดือนละ 6,000 บาทเท่านั้น ความรู้สึกโดยรวมต่อโลกออนไลน์ของลุง X มีเพียงด้านดี เพราะเป็นแหล่งรายได้หลักของตนเองในปัจจุบัน โดยเฉพาะ Google ที่มีประโยชน์กับชีวิตอย่างมาก แต่สิ่งที่กังวลคือคนรุ่นหลังที่อาจไม่รู้จักรายได้แบ่งเวลาหรือแยกแยะสิ่งที่อยู่ในโลกออนไลน์ได้ดีเพียงพอ อาจทำให้เกิดการติดเกมหรือเล่นโซเชียลมีเดียมากเกินไป หรือเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดีจากโลกโซเชียลได้