

วิเคราะห์การโพสต์เนื้อหาในสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กกับหลักพุทธธรรม
: ปัญหา ธรรมดา มูลค่า ปัญญา
ANALYZING CONTENT POSTED ON THE ONLINE SOCIAL NETWORK
FACEBOOK WITH BUDDHIST PRINCIPLES.
: ORDINARY PROBLEMS, VALUE, WISDOM



¹พระมหาถาวร ภูพลทอง, ²ปรียาภรณ์ ฤทธาพรหม, ³พระมหาวีระชาติ เพ็งแจ่ม,
⁴พระครูอุดมธรรมวัตร และ ⁵พระศรีรัตนโบล

¹PhramahaThaworn Phuphlaengthong, ²Preeyaporn Ritthaprom

³Phramaha Weerachat Dhirasisddho, ⁴PhrakhruUdomthamwet
and ⁵Phra Sri Rattanobon

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ประเทศไทย
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

¹waewta_511@yahoo.co.th

Received: September 15, 2023; **Revised:** November 20, 2023; **Accepted:** December 1, 2023

บทคัดย่อ

ในสังคมปัจจุบันนี้ชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมนั้นมีความเกี่ยวข้องกับผูกพันกันกับโลกออนไลน์ที่เราเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ตั้งแต่ลืมตาจนก่อนจะหลับไปในเวลาหนึ่งวัน ผู้คนในสังคมอาศัยเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในชีวิตประจำวันเพื่อความสะดวกในการ

¹ อาจารย์ ดร. เจ้าหน้าที่สารสนเทศงานบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

² อาจารย์ ดร.สาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตอุบลราชธานี

³ อาจารย์ ดร.สาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตอุบลราชธานี

⁴ อาจารย์ ดร.สาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตอุบลราชธานี

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตอุบลราชธานี

ติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูล แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันระหว่างบุคคลหรือองค์กร เป็นการเชื่อมโยงผู้คนในสังคมให้สื่อสารถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว โดยมีเครือข่ายเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงเข้าไว้ด้วยกันในรูปแบบออนไลน์ ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในการติดต่อสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารโต้ตอบจดหมายแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งถึงกันเพียงไม่กี่นาที การขายสินค้าหรือการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ต้องเดินไปถึงร้านค้าแบบเดิม หรือแม้แต่การจ่ายเงินค่าสิ่งของต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ ฯลฯ แต่เมื่อมีการสื่อสารกันเป็นจำนวนมาก ผู้คนเข้าถึงง่าย ก็ย่อมให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียตามมาเช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้งานจะใช้งานไปในลักษณะรูปแบบใดที่จะทำให้เกิดผลดีหรือผลเสียต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์นั่นเอง

คำสำคัญ : เครือข่ายสังคมออนไลน์, เฟซบุ๊ก, การโพสต์ข้อความบนเฟซบุ๊ก

Abstract

In today's society, the daily lives of people in society are closely related to the online world that we call. Social networking (Social Network) from opening eyes until before falling asleep in one day. People in society rely on technology to participate in their daily lives to facilitate communication. research exchange learning Share between individuals or organizations It is a link between people in society to communicate with each other easily and quickly by having a technology network that is linked together in an online format. causing new innovations in communication Whether it is an electronic correspondence that is sent to each other in just a few minutes. Selling products or ordering products without having to walk to a traditional store. Or even paying for things through online systems, etc., but when there is a lot of communication. people easy to reach It will produce both good and bad results as well. Depending on whether the user will use it in any way that will have a positive or negative effect on the social network itself.

Keywords: Social Network Sites, Facebook

บทนำ

ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางคอมพิวเตอร์เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้การติดต่อสื่อสารในยุคปัจจุบันมีความก้าวหน้า เกิดการสื่อสารแบบไร้พรมแดน ส่งผลให้เกิดสังคมเครือข่ายออนไลน์ (Social Network) ได้เข้ามามีส่วนเชื่อมโยงบุคคลให้ติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ซึ่งระบบ (Internet) นับว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้นในสังคมยุคดิจิทัล จนกลายเป็นการสื่อสารในรูปแบบใหม่โดยมีส่วนช่วยทั้งในเรื่องของการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ และผู้คนสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดของพื้นที่และเวลา อีกทั้งยังสามารถใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างหลากหลายรูปแบบ เป็นเหตุให้หน่วยงานหรือองค์กรต้องปรับตัว ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารงานเพื่อให้เข้ากับสังคมยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วในรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม เพื่อการสร้างเครือข่ายของผู้คนขนาดใหญ่ที่มีผู้ร่วมสนทนาได้หลากหลายคน สามารถสร้างความสัมพันธ์ พัฒนาความสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่ไม่เคยรู้จักกัน หรือกลุ่มคนที่รู้จักกันมาแล้วและสามารถช่วยให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งเกิดขึ้นด้วยการสื่อสารอย่างถูกต้อง ถูกวิธีถูกรูปแบบ และถูกเวลา เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับคามนิยมจากคนไทยมากที่สุดหนึ่งก็คือเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งมีเครื่องมือสื่อสารที่ผู้ใช้งานสามารถใช้ติดต่อสนทนา การส่งรูปภาพ วิดีโอต่างๆ พร้อมทั้งมีรูปแบบสำหรับ การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การกดถูกใจ (Like) การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร (Share) และการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ โดยผู้ใ้ใช้มักมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันไป เช่น เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อความบันเทิง เพื่อการให้กำลังใจ การต้องการมีกลุ่มเพื่อน ช่วยลดความเหงา ฯลฯ (Quinn, 2016) ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล เชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่งได้ เพราะสามารถตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เขียนข้อความ สนทนาออนไลน์ (Chat) ระหว่างกันได้ อีกทั้งยังไม่มีกลไกการกำกับด้านเนื้อหาหรือภาษามากนัก จึงทำให้ผู้โพสต์มีอิสระ เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งที่ผู้โพสต์หรือผู้ส่งสารสามารถแสดงออกได้อย่างเสรี

จากที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อมีการโพสต์สิ่งต่าง ได้อย่างอิสระเสรี จึงทำให้การสื่อสารออกมา นั้นสะท้อนสะท้อนจากความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของผู้ที่โพสต์ซึ่งการโพสต์เนื้อหาต่าง ๆ ได้ และสามารถก่อให้เกิดสิ่งที่ดีและไม่ได้ดี มีผลกระทบทั้งข้อดีและข้อเสียในระดับมาก โดยที่ก่อให้เกิด

การล่วงละเมิดสิทธิ์ของผู้อื่น ได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น การบันทึกรูปข้อมูล หรือนำรูป ข้อมูลของผู้อื่น มาเผยแพร่ โพสต์ หรือแชร์ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของรูปภาพหรือข้อมูลนั้นๆ ที่เป็นการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวที่ทำให้ไม่เกิดความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล หรือจะโพสต์สร้างรายได้ สร้างความสุข โพสต์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ หรือแม้กระทั่งโพสต์ธรรมะให้กับผู้ที่สนใจ จึงกล่าวได้ว่าเป็นทั้งคุณและโทษที่แฝงมาด้วยเช่นเดียวกัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์

1. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS)

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites: SNS) คือ เป็นเว็บไซต์ที่ให้ปัจเจกบุคคลได้กระทำการสิ่งต่าง ๆ ได้มีผู้ให้นิยามเอาไว้ ดังนี้

1. สร้างฐานข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะในระบบที่มีขอบเขต
2. เชื่อมต่อรายการที่ผู้ใช้ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ติดต่อสื่อสารกัน

3. สามารถเข้าชมและกีดขวางรายการเชื่อมของบุคคลภายในระบบได้ ธรรมชาติและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลาย

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ ได้ให้ความหมายไว้ว่า (Social Network Sites: SNS) เป็นซอฟต์แวร์ที่นิยมใช้งานบนอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิตของคนยุคนี้ที่ใช้เวลากับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน พบปะแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่น ๆ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากมหาศาลที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละคน

วิลาศ ฉ่ำเลิศวัฒน์ ได้กล่าวถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่า เป็นกลุ่มที่รวบรวมไว้ซึ่งผู้คนที่มีความสนใจเรื่องราวประเภทเดียวกัน และยังเป็นมากกว่าการสื่อสารในรูปแบบสองทาง เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถติดต่อสื่อสารกับหลาย ๆ พร้อมกันได้ในเวลาเดียวกัน (Many to Many) ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีจุดเด่นที่น่าสนใจดังนี้

1) ผู้ใช้งานสามารถแสดงตัวตนของตนเองออกมาได้อย่างชัดเจน เพราะในการสื่อสารจะไม่ถูกรบกวน

2) ผู้ใช้งานมักจะเลือกใช้ภาษาที่แท้จริงที่เคำใช้ในการสื่อสารออกมา

3) ผู้ใช้งานจะรู้สึกถึงความเป็นอิสระ ไม่รู้สึกโดนควบคุมหรือถูกจับตามองอย่างเข้มงวด

4) เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นอีกช่องทางที่บรรดานักการตลาดจะใช้สื่อสาร เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็น ตลอดจนข้อควรปรับปรุงต่าง ๆ

สรุปได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ทำกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์เพื่อแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ รวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากสร้างเนื้อหาขึ้นตามความชอบและสนใจของแต่ละคน ซึ่งสามารถแสดงออกได้อย่างเสรี

2. แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กนั้นเริ่มต้นมาจาก Mr. Mark Zuckerberg ร่วมกับกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด โดยมีแนวคิดมาจากหนังสือในการเขียนเรื่องราวแนะนำตัวเองกับเพื่อนใหม่ที่เข้ามาเรียนในชั้นเรียน และได้นำแนวคิดนั้นมาประยุกต์ให้เป็นในลักษณะรูปแบบเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต โดยในเว็บไซด์นี้จะมีการแบ่งปันเรื่องราวต่าง ๆ อาทิเช่น ภาพถ่าย การแสดงความคิดเห็นได้ภาพถ่าย การแสดงอาการหรือบอกเล่าความรู้สึกผ่านเว็บไซด์นี้ให้เพื่อนได้รับทราบ ภายหลังมาไม่นานก็ได้รับความนิยมไปอย่างกว้างขวาง นักศึกษามหาวิทยาลัยหลายแห่งได้นำเว็บไซด์นี้ไปใช้เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของตน Mr. Mark Zuckerberg และคณะจึงได้พัฒนาระบบปฏิบัติการในเวอร์ชันใหม่ จนปัจจุบันมีผู้ใช้บริการเว็บไซด์ที่รู้จักกันในนามเฟซบุ๊กอย่างกว้างขวาง ถือว่าเป็นการประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่

ลักษณะการทำงานของเฟซบุ๊ก เมื่อผู้ใช้บริการ มีความประสงค์ต้องการใช้บริการจะต้องทำการสมัครสมาชิกผู้ใช้บริการ หลังจากมีบัญชีสมาชิกของตนแล้ว ก็จะต้องกรอกรายละเอียดส่วนตัวของสมาชิก จะเป็นข้อความที่เป็นจริง หรือนามแฝงก็ได้และอัปโหลดรูปภาพประจำตัวเพื่อแสดงตัวตน หลังจากนั้นมีการค้นหาเพื่อนที่เรารู้จัก หรือคุ้นเคยผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ E-Mail เป็นต้นเมื่อเราใช้บริการเฟซบุ๊กเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของตนเอง เรื่องราวหรือกิจกรรมที่ทำบนเฟซบุ๊กจะถูกส่งต่อไปยังสมาชิกที่เป็นเพื่อนในบัญชีที่เราใช้งาน ได้แก่ การโพสต์ข้อความ การเขียนบันทึก การอัปโหลดภาพ การอัปโหลดวิดีโอ สิ่งเหล่านี้จะถูกส่งไปแสดงที่หน้ากิจกรรมข่าว (New Feed) บนเฟซบุ๊กของสมาชิกที่เป็นเพื่อนด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้สมาชิกคนอื่นๆ ทราบหรือรับรู้เรื่องราวการอัปเดตต่างๆ ของผู้ใช้บริการและเช่นกันหากสมาชิกที่เป็นเพื่อนของผู้ใช้บริการอัปโหลดข้อมูลต่าง ๆ ผู้ใช้บริการก็จะสามารถมองเห็นข้อความนั้นในหน้ากิจกรรมข่าว (New Feed)

สรุปได้ว่า เฟซบุ๊กเป็นรูปแบบเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต โดยในเว็บไซด์นี้จะมีการแบ่งปันเรื่องราวต่าง ๆ หรือบอกเล่าความรู้สึกผ่านเว็บไซด์นี้ ซึ่งการใช้งานเฟซบุ๊กมีหลายประเภท รวมทั้งการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ ล้วนมีความแตกต่างกัน เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์อันดี ผ่านทางภาพเสียง วิดีโอ หรืออื่นๆ อย่างสะดวกและรวดเร็ว

1.3 เนื้อหาในการโพสต์ข้อความผ่านเฟซบุ๊ก

1. ปัญหา สื่อออนไลน์เฟซบุ๊กเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันค่อนข้างมาก และสื่อดังกล่าวก็เปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบ เผยแพร่ข้อความหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง ในกรณีที่มีการเผยแพร่เนื้อหาแสดงออกถึงความรุนแรง โดยเฉพาะอิทธิพลที่มีต่อเด็กและวัยรุ่นที่ยังรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ไม่มีทักษะการแก้ไขปัญหาที่ดีพอ ทำให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรม เช่น การทำร้ายตัวเอง ทำร้ายผู้อื่น หรือการถ่ายทอดสดแสดงการฆ่าตัวตาย เป็นต้น ทำให้เยาวชนมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อใหม่เกินความพอดี ขาดสติและสมาธิ ขาดการคิดวิเคราะห์และจิตสำนึกลดน้อยลง เช่น มักเสพสื่อโฆษณาสิ่งที่ไม่ดี ไม่เป็นประโยชน์ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาสุขภาพของเยาวชน สอดคล้องกับที่นายแพทย์คมสันต์ เกียรติรุ่งฤทธิ์ ได้เปิดเผยว่า ทำให้เกิดอาการทางจิตเวชเรียกว่า Facebook Depression Syndrome หรือภาวะซึมเศร้าจากเฟซบุ๊ก เช่น

- 1) มีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความเป็นจริงที่เป็นสุขของเพื่อนๆ ใน Facebook
- 2) ตกเป็นเหยื่อทางอารมณ์ของกิจกรรมชีวิตประจำวันของผู้อื่น
- 3) มักเปรียบเทียบระดับคุณภาพชีวิตของตนเองกับเพื่อน ๆ อยู่เสมอ
- 4) มักเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ของตนเองอยู่เสมอเพื่อเรียกร้องความสนใจ
- 5) รู้สึกกระวนกระวายใจเมื่อไม่สามารถเช็คข้อความข่าวสาร หรือสถานะของตัวเองได้เหมือนที่ทำเป็นปกติ

6) มักอึดอัดสถานะแบบดึงดูด หรือโพสต์บทความต่าง ๆ เช่น ข้อความขำขัน ข้อความแหลมคม เมื่อเปรียบเทียบกับหลักธรรมในทางพระพุทธศาสนาเมื่อจิตถูกกิเลสมีราคะ โทสะ โมหะ เป็นต้นครอบงำแล้ว จิตย่อมถูกความชั่วครอบงำ และตกไปในฝ่ายที่เป็นอกุศลจิต เป็นอกุศลวิตก คือ ความตรึกที่เป็นอกุศล, ความนึกคิดที่ไม่ดี เมื่อคิดไม่ดีแล้วไม่ว่าจะพูดหรือทำอะไรลงไป ย่อมเป็นเพราะมีจิตเป็นตัวนำไป เหมือนพุทธภาษิตที่ว่า “ธรรมทั้งหลายมีใจเป็นหัวหน้า มีใจเป็นใหญ่ สำเร็จด้วยใจ ถ้าคนมีใจชั่ว ก็พูดชั่วหรือทำชั่วตามไปด้วย ทุกข์ย่อมติดตามเขาไป เพราะความชั่วนั้น เหมือนล้อหมุนตามรอยเท้าโคที่ลากเกวียนไป ฉะนั้น”

2. ธรรมดา การมีจำนวนผู้ติดตามและผู้กดไลค์หรือชื่นชอบโพสต์ของเราเยอะ ๆ เป็นความต้องการของคนทีโพสต์เฟซบุ๊ก ทำให้เกิดค่านิยมในการเรียกร้องความสนใจจากสังคมและผู้อื่น โดยวิธีการเรียกร้องความสนใจมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่รูปแบบทั่วไป เช่น การโพสต์ภาพและข้อความพรั้งเพื่อให้อ่านมากถูกใจ จนถึงค่านิยมการเรียกร้องความสนใจในแบบผิด ๆ เช่น การโชว์ภาพวาบหวาม ไปเปลือยของตนเอง เพราะอยากให้มีคนมาติดตามและกดไลค์ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนยอมรับว่าตนเองต้องใช้สังคมออนไลน์เพื่อให้มีพื้นที่อยู่ในกระแสสังคม ไม่ห่างหายไปจากสังคมเพื่อน เป็นต้น เหล่านี้ไม่ได้มีเจตนาสร้างปัญหาหรือเพิ่มมูลค่าอะไรให้กับเฟซบุ๊ก เพียงแค่

ต้องการได้ยอดไลก์เท่านั้นเอง ตรงกับทฤษฎีลำดับความต้องการ 5 ชั้น (Hierarchy of Need Theory) ของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ข้อที่ว่า มีความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (Self-esteem need) คือแรงจูงใจที่จะแสวงหาและเกียรติยศศักดิ์ศรีทั้งโดยตนเองสำนึกและผู้อื่นกล่าวยกย่องเชิดชู เช่น ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับยกย่อง การได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจจากคนในสังคม มีสถานภาพที่ดีทางสังคม มีชื่อเสียง และมีความต้องการที่จะได้รับคำชมเชยจากสิ่งที่ตนกระทำ เป็นต้น

3. มูลค่า Facebook เป็นโซเชียลมีเดียชั้นนำบนช่องทางซื้อสินค้าออนไลน์ เพราะสาเหตุนี้จึงทำให้เฟซบุ๊กนั้นมีความน่าสนใจในการสื่อสารกับผู้บริโภคบนช่องทางโซเชียลมีเดียทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้การสื่อสารทางออนไลน์ก็เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผู้ใช้งานได้อีกช่องทางหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า การบริการของผู้บริโภคต่าง ๆ เช่น การส่งสินค้า การสั่งอาหาร เป็นต้น ในที่นี้จะยกธุรกิจฟาสต์ฟู้ดมาเป็นตัวอย่าง ซึ่งจากรายงานธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย ปัจจุบันมีมูลค่าตลาดประมาณ 24,755 ล้านบาท เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี โดยมีผลิตภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนตลาดใหญ่ ๆ คือ ไก่ทอด ไก่ย่าง ปี 2556 มูลค่า 13,222 ล้านบาท ครอบส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 34 เติบโตร้อยละ 10 โดยมี KFC เป็นผู้นำตามด้วย Macdonald และ Chester เบอร์เกอร์ ปี 2556 มีมูลค่าตลาด 5,194 ล้านบาท ขยายตัวจากที่ผ่านมาร้อยละ 3 โดยมีแมคโดนัลด์เป็นผู้นำตลาด รองมาคือเบอร์เกอร์คิง และพิซซ่ามีมูลค่าตลาด 6,500 ล้านบาทครอบส่วนแบ่งร้อยละ 16.7

ในปัจจุบันนี้เฟซบุ๊กมีฟีเจอร์ Reels Facebook ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับเหล่า ครีเอเตอร์ผ่านระบบ Reels Play ได้ โดยมีเงื่อนไข คือ มียอดผู้เข้าชมคลิปวิดีโอ Reels อย่างน้อย 1,000 ครั้ง ภายในช่วงเวลา 30 วันใน Facebook Reels มีเงื่อนไข คือ เพจ Facebook มีการจัดกิจกรรมออนไลน์แบบมีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม, เพจ Facebook มีการโฆษณาในสตรีมโฆษณาในสตรีมสำหรับการถ่ายทอดสด เพื่อสร้างรายได้, มีการจ่ายเงินฟีเจอร์ดาวหรือการสมัครสมาชิกในเพจ Facebook, คลิปวิดีโอหรือคอนเทนต์ใน Facebook Reels มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจการสร้างแบรนด์ โดยสามารถรับสปอนเซอร์ได้

4. ปัญญา ไขว่คว้าแต่เฟซบุ๊กจะมีเพียงแค่นี้เท่านั้น แต่เฟซบุ๊กยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนที่รู้จักเสพข่าวสารต่าง ๆ ได้ โดยใช้เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมในการให้ข้อมูลข่าวสารหรือการรณรงค์ให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น การรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ การรณรงค์การไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เป็นต้น เพราะสามารถนำเสนอเนื้อหาทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว สามารถส่งข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารได้โดยตรง ทำให้คนที่เสพเกิดความรู้อย่างต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น เกิดความฉลาดในสิ่งที่เรายังไม่รู้ สิ่งที่อยู่

แล้วสามารถรู้เพิ่มมากขึ้น หากผู้ที่ใช้งานเฟซบุ๊กใช้ในทางที่ถูกต้องเหมาะสม ทำให้เราเกิดปัญญา ปัญญานั้นหมายถึง ความรู้ ความรอบรู้ ความรู้ทั่ว เข้าใจ ซึ่งการใช้งานเฟซบุ๊กหากจำแนกกับปัญญา ในทางพระพุทธศาสนานั้นก็สามารถจำแนกได้ 3 ปัญญา คือ

1. จินตามยปัญญา คือ ปัญญาเกิดจากการคิดพิจารณา, ปัญญาสืบแต่โยนิโส มนสิการที่ตั้งขึ้นในตนเอง
2. สุตมยปัญญา คือ ปัญญาเกิดจากการสดับเล่าเรียน, ปัญญาสืบแต่ปรโตโมสะ
3. ภาวนามยปัญญา คือ ปัญญาเกิดจากการปฏิบัติบำเพ็ญ, ปัญญาสืบแต่ปัญญา สออย่างแรกนั้นแล้วหมั่นมนสิการในปราสาธธรรม

การได้ติดตามเพจเฟซบุ๊กที่เป็นเพจธรรมะที่มีการเผยแผ่คำสอนของในทางพระพุทธศาสนา คำสอนของครูบาอาจารย์ต่าง ไม่ว่าจะเป็นภาพหรือเสียง เมื่อใครพิจารณา ใครครวญตามที่ได้เผยแผ่แล้ว ย่อมทำให้เกิดปัญญาเพราะการคิดตาม ฟังตาม ได้ เกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์กับตนเอง เมื่อตนเองรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์นี้แล้ว ย่อมสามารถที่จะเผยแพร่ออกไปสู่คนรอบข้างได้ด้วยการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กได้อีกด้วย

จากที่กล่าวว่าข้างต้นสรุปได้ว่า การโพสต์เนื้อหาบนเฟซบุ๊กนั้นมีทั้งประโยชน์และโทษต่อ ผู้ใช้งานขึ้นอยู่กับผู้ใช้ เช่น ถ้าใช้สื่อไปในทางสร้างสรรค์ ค้นหาข้อมูลเพื่อการศึกษาเรียนรู้ อ่าน ข่าวสารต่าง ๆ รับส่งอีเมลล์ หรือทำธุรกิจการค้า อินเทอร์เน็ตก็จะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มากด้วย ประโยชน์ แต่ถ้าไม่สามารถจัดระเบียบการใช้ให้มีความเหมาะสมได้ ขาดวิจารณญาณ ขาดความรู้เท่าทัน ก็ส่งผลเสียต่อผู้ใช้งาน แต่ถ้าใช้ในทางที่ถูกต้องย่อมทำให้เกิดประโยชน์ได้เช่นกัน

หลักพุทธธรรม

1. หลักพุทธธรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อสามารถป้องกันตนเองจากการถูกงูจูงใจจากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ สามารถใช้ วิจารณ์ญาณวิเคราะห์เนื้อหา ประเมินค่าเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อ และสามารถใช้อย่างเหมาะสม การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นหนทางสร้างดุลยภาพในการรับสาร เพราะเป็นการ สร้างภูมิคุ้มกันจากเนื้อหาในเชิงลบ เป็นการสร้างทักษะชีวิตที่สำคัญแก่บุคคลในการใช้ชีวิตยุคสังคม ข้อมูลข่าวสาร และยุคการหลอมรวมสื่อ อันจะเป็นการสร้างสุขภาวะที่เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง ตระหนักรู้และมีสติในการรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน ในทางพระพุทธศาสนานั้นมีหลักธรรมธรรมเพื่อการ รู้เท่าทันสื่ออยู่หลายหลักธรรม แต่ในที่นี้ใช้หลักกาลามสูตรกังขานิยฐาน คือ วิธีปฏิบัติในเรื่องที่ควร สงสัย เป็นกระบวนการการใช้ปัญญา ไตร่ตรอง ใช้วิจารณ์ญาณ วิเคราะห์ พิจารณา ก่อนจะปลงใจ เชื่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทันทีทันใด เป็นธรรมะที่พระพุทธเจ้าได้แสดงแก่ชนเผ่ากาลามะ แห่งวรรณะ

กษัตริย์ ที่ชื่อเกสบุตรดิยสูตร เพราะพวกกาลามะนั้นเป็นชาวเกสบุตรดิคม มีหลักสำคัญ 10 ประการ คือ

- 1) มา อนุสสเวน อย่าปลงใจเชื่อด้วยการฟังตามกันมา
- 2) มา ปรมปราย อย่าปลงใจเชื่อด้วยการถือสืบ ๆ กันมา
- 3) มา อิติกราย อย่าปลงใจเชื่อด้วยการเล่าลือ
- 4) มา ปิฎกสมปทานเนน อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์
- 5) มา ตกุกเหตุ อย่าปลงใจเชื่อ เพราะตรรกะ
- 6) มา นยเหตุ อย่าปลงใจเชื่อ เพราะการอนุมาน
- 7) มา อากการปริวิตกเกน อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการคิดตรองตามแนวเหตุผล
- 8) มา ทิฏฐินิฆมานกขนติยา อย่าปลงใจเชื่อ เพราะเข้าได้กับทฤษฎีที่พินิจไว้แล้ว
- 9) มา ภพพรูปตาย อย่าปลงใจเชื่อ เพราะมองเห็นรูปลักษณะน่าจะเป็นไปได้
- 10) มา สมโณ โน ครุติ อย่าปลงใจเชื่อ เพราะนับถือที่ท่านสมณะนี้เป็นครูของเรา

สอดคล้องกันกับพระไพศาล วิสาโล ที่ได้ให้แนวคิดในการนำหลักธรรมมาปรับใช้สำหรับการใช้สื่อออนไลน์ว่า ถึงแม้จะไม่ได้เข้าวัดปฏิบัติธรรมหรือเจริญสติ ในชีวิตประจำวันของเราทุกคน ที่ถูกรายล้อมไปด้วยเทคโนโลยี เราก็สามารถมีชีวิตสงบเย็นได้ โดยใช้หลักการดังต่อไปนี้

1) ความพอดีและความสันโดษ คือใช้เทคโนโลยีหรือเสพวัตถุแต่พอดี ทั้งในแง่เวลาและปริมาณ คือถ้าเราใช้เทคโนโลยีแต่พอดี เราก็มีเวลามากขึ้นในการทำสิ่งอื่นที่มีความสำคัญ ดังนั้นจึงควรกำหนดเวลาให้ตัวเอง ว่าวันหนึ่งจะใช้เวลากับเฟซบุ๊กนานเท่าไร เล่นเกมนานเท่าไร จะแชทนานเท่าไร ดูทีวีนานเท่าไร ถ้าไม่กำหนด ไม่มีวินัย ความพอดีก็เกิดขึ้นได้ยาก

2) มีสติ สติช่วยให้เราไม่หลงเพลินกับการเสพเทคโนโลยี รู้จักหยุดเมื่อถึงเวลา ถ้าไม่มีสติ ก็หลงจนเพลิน จนเสียงนาฬิกาปลุกดังแต่หัวค่ำอันสว่าง แล้วก็มาบ่นว่าทำอย่างไรดี ตีตลครเกาหลีจนไม่มีเวลาทำงาน

3) ต้องรู้จักคุณค่าและโทษ ของทุกสิ่งมีทั้งคุณและโทษ ใช้ให้มันเป็นคุณมากกว่าโทษ

4) แยกแยะระหว่างคุณค่าแท้กับคุณค่าเทียม ใช้หรือบริโภคสิ่งต่างๆ โดยมุ่งคุณค่าแท้ มากกว่าคุณค่าเทียม

ถ้าทำเช่นนี้ได้ เราจะเป็นนายเทคโนโลยี ไม่ใช่ปล่อยให้เทคโนโลยีมาเป็นนายเรา เราจะมีเวลามากขึ้น รวมทั้งมีเวลาสำหรับการศึกษาหาความรู้ ดูแลครอบครัว อ่านหนังสือ พัฒนาตัวเอง ออกกำลังกาย และถ้ามีเวลาเหลืออีกก็ออกไปช่วยเหลือผู้อื่น บำเพ็ญประโยชน์เพื่อส่วนรวม

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อด้วยหลักพุทธธรรมนั้นสามารถป้องกันตนเองจากการถูกงูใจจากเนื้อหาที่ล่อลวงในทางที่ดีและไม่ดีได้ ด้วยการไม่ปลงใจเชื่อในสิ่งที่

ยังไม่ได้พิจารณาให้ถี่ถ้วน แยกแยะสิ่งที่ดีและไม่ดี ไม่เชื่อเพราะการเล่าการฟังต่อกันมา ด้วยการอ่านข้อความต่างๆ เพราะการคิดนึกเอง อนุมานด้วยตนเอง หรือแม้แต่ตัวบุคคลที่บอกกล่าวในสิ่งๆ หนึ่ง แต่ให้คิดหาเหตุผลแยกแยะให้เห็นสิ่งที่ดีและไม่ดี คิดแล้วปลงจิตใจให้เกิดให้คิดในเรื่องคุณความดี รู้คุณและโทษ ของทุกสิ่งมีทั้งคุณและโทษ ใช้ให้มันเป็นคุณมากกว่าโทษ มุ่งคุณค่าแท้มากกว่าคุณค่าเทียม

บทสรุป

เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถติดต่อสื่อสารกับหลาย ๆ พร้อมกันได้ในเวลาเดียวกัน (Many to Many) ผู้ใช้งานสามารถแสดงตัวตนของตนเองออกมาได้อย่างชัดเจน และรู้สึกถึงความ เป็นอิสระ ไม่รู้สึกโดนควบคุมหรือถูกจับตามองอย่างเข้มงวด เมื่อมีการโพสต์เนื้อหาไม่ว่าจะเป็น รูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความต่าง ๆ ลงไปหากเป็นประโยชน์ผู้รับสารก็จะนำไปใช้ประโยชน์ได้ แต่ ในทางตรงกันข้ามหากผู้โพสต์นำสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ลงไป ผู้รับสารก็จะนำสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์นั้น ไปใช้ เหมือนกับระบบคอมพิวเตอร์ที่มีการป้อนข้อมูลลงไป หากป้อนข้อมูลที่เป็นขยะเข้าไป ผลลัพธ์ ที่ออกมา ก็จะเป็นขยะไปด้วยเช่นกันดังมีคำพูดทางคอมพิวเตอร์ว่า “การนำขยะเข้า จะได้ผลลัพธ์ ขยะออก” (Garbage In Garbage Out: GIGO) เมื่อมีการเสพสิ่งที่เป็นด้านลบอยู่เสมอ ทำให้จิตใจ ของผู้เสพก็จะเป็นไปตามสิ่งที่เข้ามากระทบ หากไม่มีการพิจารณาให้ดี แยกแยะข้อมูลที่ดีและไม่ดี ไม่ได้ ปราศจากการคิดโดยแยกคาย ก็จะไปสู่การทำตามที่มีผิด การกระทำนั้นล้วนมาจากจิตที่เป็น ใหญ่ในการคิด พุด และทำสิ่งทั้งปวง ซึ่งตรงกับหลักธรรมในทางพระพุทธศาสนาว่า “สิ่งทั้งหลายมี ใจเป็นใหญ่ มีใจเป็นประธาน สำเร็จด้วยใจ ถ้าคนมีจิตใจที่ชั่ว ก็พุดชั่วหรือทำชั่วตามไปด้วย เหมือน ล้อที่หมุนไปตามรอยเท้าของวัวที่ลากแอกลากไถไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าคนเรามีจิตใจที่ดี ย่อมพุด ดีหรือทำดีตามไปด้วย เปรียบเหมือนกับเงาที่ไปตามตัวนั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- คมสันต์ เกียรติรุ่งฤทธิ์. ปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาสู่การฆ่าตัวตาย, (ออนไลน์)
<https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/article/ปัญหาการใช้สื่อออนไลน์>.
- ตฤณธวัช วงษ์ประเสริฐ และกุลทิพย์ ศาสตรระจุจิ. “ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร”, วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร. ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2559).

- ฉันทพัฒน์ วงศ์รัตน์. จัดไป Like Ment Share Facebook+Instagram. กรุงเทพฯ: บริษัท สวัสดิ์ไอที จำกัด, 2555.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”. วารสารร่วมพักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก. ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2557).
- พิพัฒน์พงษ์ วัฒนกัลยากุล. “การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มแฟนคลับหมอลำ: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่ม “เทพไหล”, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2561.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2553.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2535.
- วรัชญ์ ครุจิตและฉัตรฉวี คงดี. “การสำรวจการเรียนรู้การสอนความรู้เท่าทันสื่อในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย”, รายงานสืบเนื่องจากการประชุมระดับชาติเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 1. คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.
- วิลาศ ฉ่ำเลิศวัฒน์. i Marketing 10.0: 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น, 2554.
- ศศิวิมล ชูแก้ว. “การศึกษารูปแบบและเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย”, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ. ปยุตฺโต). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, พิมพ์ครั้งที่ 43. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ สหธรรมิก จำกัด, 2564.
- สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. เรียนรู้เรื่องสื่อ. กรุงเทพฯ : บริษัท สามเจริญพาณิชย์ จำกัด. สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2559.
- Abraham H. Maslow, Motivation and Personality (New York: Harper and Row Publisher, 1954), under “A Theory of Human Motivation,” Forbes, accessed April 15, 2018, <http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/Motivation and Personality-Maslow.pdf>.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." Journal of Computer- Mediated Communication. Volume 13 Issue 1 (October 2007): 210-230.

Quinn, K. (2016). “Why We Share: A Uses and Gratifications Approach to Privacy Regulation in Social Media Use”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media Research*, 60 (1), p. 61-86.

Thai Health Promotion Foundation. (2014). *Young People’s Dialogue on the Use of New Media in the Region*, June 24, 2014. Association for Radio and Media for Children and Youth.