



โรงเรียนนายทหารอากาศอาวุโส  
กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ

หลักสูตร นายทหารอากาศอาวุโส รุ่นที่ ๘๐ ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๖

หมวดวิชาที่ ๑ การบังคับบัญชาและการบริหาร

เรื่อง การเขียนเอกสารทางวิชาการ

เรียน น.อ.หญิง ผศ.หญิงทิพย์ ตันนทเทศ

โดย

น.ต.หญิง ปพิชญา รำพึงกิจ หมายเลข ๒๘ สัมนนาที่ ๘

วันศุกร์ที่ ๒๘ เดือน เมษายน พ.ศ.๒๕๖๖

# บทความวิชาการ

## เรื่อง TikTok สื่อสังคมออนไลน์ยุคใหม่หรือภัยมืด

นาวาอากาศตรีหญิง ปพิชญา รำพึงกิจ  
นายทหารนักเรียน หลักสูตรนายอากาศอาวุโส รุ่นที่ ๘๐  
โรงเรียนนายทหารอากาศอาวุโส กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ

### บทคัดย่อ

“TikTok” หรือ “Douyin” (อ่านว่า เตอาอิน) ในประเทศจีน เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในสังกัดของ ByteDance ที่เริ่มให้บริการเมื่อวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๕๙ โดยมีจุดเด่นคือ การสร้างและแชร์วิดีโอสั้นๆ กับเพื่อนบนโลกออนไลน์ โดยในตัวแอปพลิเคชันจะมีเอฟเฟกต์ต่างๆ ทั้งภาพและเสียง ให้ผู้ใช้ได้สนุกไปกับการแต่งวิดีโอของตัวเองตามที่ต้องการ ดังนั้น ผู้ใช้ TikTok ส่วนมากจึงเน้นเข้ามาเพื่อรับชมความบันเทิงมากกว่าสาระ (แต่ก็มีวิดีโอของผู้ใช้บางกลุ่มที่ให้สาระเช่นเดียวกัน) โดยปัจจุบัน TikTok มีผู้ใช้งานรายวันทั่วโลกประมาณ ๕๐๐ ล้านคน (อยู่ในจีนประมาณ ๑๕๐ ล้านคน) และจากสถิติยังพบว่า แอปพลิเคชัน TikTok ได้รับการยอมรับอย่างมากในประเทศแถบเอเชีย เช่น กัมพูชา, ญี่ปุ่น, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ไทย และเวียดนาม ซึ่งหากนำมาเทียบกับแพลตฟอร์มรุ่นพี่อย่าง Instagram ที่ใช้เวลา ๖ ปีในการสร้างฐาน ผู้ใช้งานรายวันให้ได้ ๕๐๐ ล้านคนแล้ว TikTok ถือว่าได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วกว่ามากเพราะใช้เวลาเพียงแค่ประมาณ ๓ ปีเท่านั้น แต่หากมองในมุมกลับกัน TikTok ก็สามารถสร้างความเดือดร้อนให้แก่ตัวผู้ใช้งานได้เช่นเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว เช่น ที่อยู่อาศัย ไลฟ์สไตล์ความเป็นอยู่ หรือแม้กระทั่งการเป็นสื่อช่วยยู่ทางเพศ ทำให้เกิดอาชญากรรมจากมิชฉาชีพหรือผู้ไม่ประสงค์ดีในปัจจุบันได้

**คำสำคัญ** แอปพลิเคชัน TikTok สื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย

## บทนำ

ในช่วง ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมา หลายท่านอาจจะคุ้นหน้าคุ้นตากับแอปพลิเคชันสัญชาติจีนอย่าง TikTok ที่มีการปล่อยโฆษณาอยู่บนแพลตฟอร์มอื่นๆ มากมาย เช่น Facebook, YouTube หรือแม้แต่ในเกมบนสมาร์ตโฟนหลายๆ เกม จนทำให้มีกระแสตีกลับในด้านลบไปช่วงหนึ่ง จากการใช้ในแพลตฟอร์มอื่นหลายๆ คนรู้สึกว่าได้รับการโปรโมทมากเกินไป TikTok ก่อตั้งโดย Zhang Yiming ซึ่งเขาต้องการจะเปิดบริษัทซอฟต์แวร์เป็นของตัวเอง และในปี ๒๕๕๕ เขาจึงได้เปิดบริษัท ByteDance ขึ้นมาเพื่อสร้างแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยแรกเริ่มเขาได้พัฒนาแอปพลิเคชันตัวแรกขึ้นมาชื่อว่า Toutiao (โถ้วเถียว) แพลตฟอร์มสำหรับการติดตามข่าวสารหรือบทความออนไลน์ โดยนำข่าวจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกมารวบรวมไว้ในที่เดียว และใช้เทคโนโลยี AI เข้ามาช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแนะนำหัวข้อคอนเทนต์ที่ผู้ใช้อาจสนใจอีกด้วย (หลักการคล้าย ๆ กับระบบ AI ของ Spotify) ต่อมาบริษัทก็เริ่มเห็นว่าผู้คนมักชอบดูวิดีโอสั้น ๆ ที่มีความยาวไม่มากนัก จึงได้พัฒนาต่อยอดแอปจนในปี ๒๕๕๙ ได้เกิดแอปใหม่ขึ้นมา นั่นก็คือ แอปพลิเคชัน TikTok อย่างไรก็ตามในปัจจุบันแอปพลิเคชัน TikTok กลับกลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีมิติที่แบรนด์ต่างๆ ไม่ควรมองข้าม ด้วยสถิติผู้ใช้และยอดดาวน์โหลดที่พุ่งสูงขึ้นเป็นอันดับต้นๆ ของกลุ่มโซเชียลมีเดียด้วยกัน รวมถึงการเข้าถึงเนื้อหาบน TikTok นั้น ก็สามารถเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแพลตฟอร์มรุ่นพี่มาก ทำให้คนที่เข้าใจธรรมชาติของแพลตฟอร์มนี้สามารถสื่อสารและทำการตลาดกับกลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แอปพลิเคชัน TikTok เป็นหนึ่งในเครื่องมือการสื่อสารตามองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้ผลิต คลิปวิดีโอ (Sender) ที่เป็นวัยรุ่น ใช้สร้างเนื้อหาของสาร (Message) ในรูปแบบคลิปวิดีโอ โดยนำเสนอ (broadcast) ตัวตนผ่านแอปพลิเคชัน TikTok (Channel) ให้ผู้ใช้คนอื่นๆ รับชมคลิปวิดีโอ (Receiver) ที่ตนเป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้น การเกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน TikTok นี้ สร้างปรากฏการณ์ในสังคมไทยด้วยการแบ่งปัน คลิปวิดีโอสั้นๆ ความยาว ๑๕ - ๖๐ วินาที เพื่อให้ผู้ใช้งานคนอื่นได้เห็นสิ่งที่ตนต้องการสื่อสารออกไป ด้วยความยาวของเนื้อหาที่ผู้คนที่ต้องการเสพโดยเร็วเพื่อให้ได้ความบันเทิงมาโดยง่าย มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วยการแสดงความคิดเห็น (comment) ตลอดจนการแบ่งปัน (share) เนื้อหาที่ชื่นชอบของผู้ใช้งานจนเป็นรูปแบบของการใช้ชีวิตประจำวัน (life style) ในสังคมแห่งการสื่อสารนี้ซึ่งหากมองในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการสื่อสารนั้น การสื่อสารเป็นมากกว่าเครื่องมือกลไก (instrumentalism) ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากว่าการสื่อสารนั่นเอง คือวัฒนธรรมทั้งในแง่ที่เป็นผู้สร้างสรรค์ (generator) ถ่ายทอด สืบทอด รวมทั้ง ดัดแปลงในฐานะสื่ออย่างแอปพลิเคชัน TikTok นี้ จึงถือเป็นวัฒนธรรมแบบหนึ่ง (new media culture) ที่ปรากฏขึ้นในสังคม ด้วยเหตุนี้วัฒนธรรมแห่งการมองเห็นหรือวัฒนธรรมวิซวล (visual culture) จึงขึ้นอยู่กับ การเปิดรับ การรับรู้ การตีความ และความเข้าใจ ของปัจเจกบุคคล สิ่งที่เห็นทางสายตาและได้สืบเนื่องส่งต่อกันมาจนเป็นวัฒนธรรมนั้น เป็น “สาร” ที่ต้องมี ผู้รับสาร การจะเข้าใจสารนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการรับรู้ของผู้รับสาร กล่าวคือ การเข้าถึงความหมาย และเข้าถึงวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ อย่างเพียงพอ จึงจะสามารถเข้าใจความหมายได้

## เนื้อเรื่อง

จากผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้ TikTok ส่วนมาก คือ กลุ่มเด็กและวัยรุ่นที่อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันแซด (generation Z) อันเป็นผู้ที่เกิดในช่วงทศวรรษ ๒๐๐๐ เป็นต้นมา โดยร้อยละ ๔๑ เป็นหนุ่มสาวในช่วงอายุ ๑๖ - ๒๔ ปี TikTok เป็นที่นิยมโดยเฉพาะทวีปเอเชีย ทั้งในประเทศจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง และในประเทศไทยด้วย มีการใช้เหล่าผู้มีอิทธิพลบนโลกโซเชียล หรือที่เรียกกันว่า “อินฟลูเอนเซอร์” (influencer) เช่น ดารา และศิลปินในการช่วยสร้างกระแสความนิยม มีการผลิตเนื้อหาต่างๆ ออกมาเป็น คลิปวิดีโอ ทั้งจะเป็นการเอาเพลงดังๆ มาทำการตัดต่อเป็นคลิปใหม่ หรือแม้แต่การผลิตคลิปที่ผู้ใช้ถ่ายทำขึ้นเอง ตามแต่ความสร้างสรรค์ของผู้ผลิตและเผยแพร่ผ่าน TikTok ให้เห็นกันอยู่เรื่อยๆ ในโลกโซเชียล ซึ่งอาจไปตรงกับความต้องการของผู้รับชม เมื่อถูกใจจึงเกิดการผลิตซ้ำและส่งต่อแบ่งปันกันออกไปยังช่องทางต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก สำหรับคลิปดังกล่าวนี้เป็นคลิปสั้นๆ ตามนโยบายของ TikTok โดยประเภทของคลิปที่ได้รับความนิยมบน TikTok มากที่สุดของผู้ใช้งานกลุ่มวัยรุ่นไทย ได้แก่ คลิปต้นคัพเวอร์ (cover) เกาหลี รองลงมาได้แก่ คลิปมุขตลกขบขัน ในขณะที่ผู้ใช้งานมือใหม่ที่เป็นวัยทำงานหรือผู้ใหญ่ อาจจะรู้สึกวุ่นวายใน TikTok ยังมีเนื้อหาที่ไม่ตอบสนองความต้องการ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเป็นเนื้อหาที่นิยมเฉพาะกลุ่มเด็กวัยรุ่นมากกว่า ทำให้การควบคุมเนื้อหาอาจจะไม่ตรงความต้องการ เพราะการเปิดรับ การรับรู้ การตีความ และความเข้าใจของผู้ใช้งานมีความเป็นปัจเจก ซึ่งหากดูเพื่อความสนุกสนานจะรู้สึกวุ่นวายและสนุก แต่ทั้งหมดขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานจะเลือกให้ความสนใจ กดติดตาม หรือเล่นไปกับ TikTok อย่างไร ระบบ AI ของ TikTok ก็ทำการคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ใช้งานสนใจ และแสดงผลขึ้นมาตามการติดตามของแต่ละบุคคล เพราะเนื้อหาใน TikTok ที่มีสาระนั้นมีจำนวนอยู่ไม่น้อย ทั้งเนื้อหาที่เป็นสาระ เช่น สอนทำอาหาร สอนออกกำลังกาย สอนภาษา หรือฮาวทู (how to) ต่างๆ อย่างไรก็ตาม สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ใดที่มีผู้ใช้งานมากและมีความแตกต่างกันทางความคิด มักมีเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางความคิดตามมา จากการรายงานของสำนักข่าว South China Morning Post ของฮ่องกง พบว่าเกิดกระแสสังคมเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เอาตัวเองไปเสี่ยงของวัยรุ่นที่มีความต้องการยอดไลค์ (like) มากขนาดเอาชีวิตตัวเองไปเสี่ยงในการถ่ายคลิปลง TikTok เช่น ไปยืนหน้ารถเมล์ ไปนั่งบนสะพาน และเขียนข้อความในลักษณะว่า “เราเอาชีวิตมาเสี่ยงแล้วนะ ช่วยกดไลค์ให้หน่อย” แม้แต่ในสังคมไทยเองก็มีกรณีเจ้าหน้าที่เล่น TikTok กับผู้สูงอายุในสถานดูแลที่ตัวเองทำงานอยู่ จนกระทั่งมีการไล่ออกกันเกิดขึ้น

การสร้างเนื้อหาใน TikTok ของต่างประเทศ พบว่ามีสาระที่เป็นเชิงสร้างสรรค์อยู่มาก โดยเฉพาะในยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น จะเน้นเนื้อหาฮาวทู, การทำอาหาร หรือการแนะนำข้อมูลดีๆ แต่ก็มีการใช้ TikTok เพื่อวัตถุประสงค์อื่นเช่นกัน จากเหตุการณ์เมื่อวันที่ ๒๐ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๓ ช่วงการปราศรัยหาเสียงของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ของสหรัฐอเมริกา ที่เมืองทัลซา รัฐโอคลาโฮมา มีจำนวนผู้เข้าฟังน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ เพราะมีผู้คนเข้าฟังเพียง ๑ ใน ๓ ของสนามที่มีความจุ ๑๙,๐๐๐ คน และส่วนหนึ่งเป็นผลจากวัยรุ่นและแฟนเพลงเค-ป๊อป (K-pop) ใช้แอปพลิเคชัน TikTok

เชื่อเชิญให้เพื่อนๆ พวกเขาลงทะเบียนขอรับบัตรเข้าฟังการปราศรัยโดยไม่ได้ตั้งใจจะไปจริงๆ แต่เพื่อจุดประสงค์แอบแฝงในการกลั่นแกล้งประธานาธิบดีนั่นเอง ในขณะที่สังคมไทยนั้นเป็นการรับเอาวัฒนธรรมจากสังคมผู้ใช้สื่อ TikTok จากต่างประเทศมาก่อนที่จะมีการปรับตามบริบทสังคมไทย ก่อนหน้านี้ TikTok เคยเป็น “ช่องทาง” แสดงความเป็นตัวตนออกมาในโลกโซเชียลของวัยรุ่น และเป็นแพลตฟอร์มที่พ่อแม่ ผู้ปกครอง หรือผู้ใหญ่แทบจะไม่ได้เปิดรับ แต่หลังจากที่ทั่วโลกได้เผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง ทุกคนต้องอยู่ในสถานะที่ต้องกักตัวอยู่บ้าน ทำให้หลากหลายอาชีพต้องทำงานอยู่ที่บ้าน (Work From Home) ประกอบกับภาวะตึงเครียดจากปัจจัยต่างๆ ที่กระทบกับอาชีพ และการเว้นระยะห่างทางสังคม (social distancing) จากข้อมูลของ Hootsuite และ WeAreSocial พบว่า เป็นช่วงที่ TikTok มีผู้ดาวน์โหลดใช้งานสูงที่สุดเป็นอันดับ ๑ และมีระยะเวลาการใช้งานสูงสุดเป็นอันดับ ๖ ของโลก เมื่อทุกคนต้องอยู่บ้าน TikTok จึงมีกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นผู้ใหญ่เพิ่มขึ้น การทำคลิปสนุกสนาน แก้เครียดเพื่ออัปโหลดลง TikTok จึงกลายเป็นกิจกรรมที่คนในครอบครัวทำด้วยกันได้ทุกวันโดยไม่จำกัดวัย นอกจากนี้กระแสความนิยมนี้อาจมาจากอินฟลูเอนเซอร์ของไทย ก็ได้ให้ความสนใจกับ TikTok มากขึ้น เนื่องจากอาชีพของพวกเขา นั้นได้รับผลกระทบจากการถูกยกเลิกงาน และอีเว้นต์ ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้อยู่ในสถานะว่างงาน จึงออกมาผลิตเนื้อหาในแบบของตนเองที่บ้านผ่านแอปพลิเคชัน TikTok แทน เนื้อหาต่างๆ ที่ถูกผลิตขึ้นจึงเกี่ยวกับการอยู่บ้าน รวมไปถึงการทำชาเลนจ์ต่างๆ ที่ผู้ใช้งานร่วมกันสร้างขึ้นก็มีให้เลือกเล่นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแฮชแท็ก #happyathome, #แพชั่นกักตัว, #แต่งตัวอยู่บ้าน ที่ถูกจริตผู้ใช้งานสายปาร์ตี้ที่อดปาร์ตี้เพราะต้องกักตัวอยู่บ้าน ให้ออกมาแต่งตัวสวย ๆ ถ่ายคลิปให้เหมือนมีปาร์ตี้ที่ห้อง หรือ #ขยับต้านโรค ที่เชิญชวนให้ผู้ใช้งานออกกำลังกายหรือออกมาเดิน เพื่อต้านโรคโควิด-๑๙ เป็นต้น เพื่อสร้างเนื้อหาที่กำลังได้รับความนิยมจนเกิดเป็นกระแสพูดถึงและบอกต่อกันแบบปากต่อปากเป็นการสร้างไวรัลออนไลน์ (viral online) ให้ผู้ใช้งาน TikTok ผลิตเนื้อหาออกมาอย่างต่อเนื่อง และใช้เวลากับ TikTok ต่อวันมากขึ้น คือ การทำชาเลนจ์ (challenge) และมีม (meme) ที่สนุกสนาน ในขณะที่การนำเพลงที่มีลิขสิทธิ์มาอัปโหลดประกอบวิดีโอใน Facebook เมื่อระบบพบว่าวิดีโอที่ใช้เพลงนั้นติดลิขสิทธิ์ระบบจะแจ้ง เตือนและตัด (mute) เสียงเพลงออก ทว่า TikTok นั้น ไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์เพลง แต่เต็มไปด้วยเพลงดัง ๆ มากมายที่นำมาใช้ประกอบชาเลนจ์ต่างๆ ได้อย่างสนุกสนาน ชาเลนจ์ส่วนใหญ่ของ TikTok เป็นชาเลนจ์ที่ผู้ใช้งาน TikTok ในแต่ละประเทศเป็นผู้สร้างขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้งานแต่ละประเทศ เช่น ชาเลนจ์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๓ ได้แก่ #คนไทยเป็นตลก และ #มีมไทย เป็นต้น ผู้ใช้ TikTok สามารถเลือกหาความน่าสนใจของตนผ่านช่องค้นหา (discover) และแฮชแท็ก # (hashtag) ที่มีผู้ใช้งานหลายๆ หรือได้รับความนิยมได้เลือกกลุ่มคนที่ชอบและแบ่งปันคลิปวิดีโอของผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่มีความสนใจเนื้อหาเหล่านั้นๆ ร่วมกันได้ โดยการใช้แฮชแท็กที่กำลังเป็นที่นิยมในการเขียนคำบรรยายคลิปวิดีโอ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้คนพบเห็นและทำให้คลิปเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้

แต่ทว่า อลัน บลอคก็ รองศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาคลินิกที่มหาวิทยาลัยอลาบามาแห่งเบอร์มิงแฮมกลับแสดงความกังวลถึงอันตรายร้ายแรงต่อสุขภาพจิตที่อาจเกิดขึ้นจากการรับและส่งข้อมูลมหาศาลผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าว เช่น

### **พื้นที่พลังงานลบ กระตุ้นภาวะเครียดและซึมเศร้า**

คลิปข่าที่ห้อยจากตีกระฟ้า พร้อมแฮชแท็กว่า “ฉันยอมแพ้แล้ว” ขึ้นเป็นคลิปแนะนำแก่เด็กอายุ ๑๓ ปีคนหนึ่งในสหรัฐอเมริกาซึ่งเปิดใช้งานบัญชี TikTok ได้เพียงสองวัน แม้จะมีการจำกัดเนื้อหาตามทางนโยบายของแอปพลิเคชัน แต่คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทำร้ายตัวเองและการฆ่าตัวตายก็ยังมีอยู่เรื่อยๆ มีผู้ใช้งานหลายคนร่วมกันแบ่งปันประสบการณ์การทำร้ายตัวเองและสนับสนุนการฆ่าตัวตายจนเป็นเรื่องปกติ “หลายคนที่มีสถานะเครียดเลือกที่จะสร้างความสัมพันธ์กันทางโลกออนไลน์แทนที่จะพบผู้เชี่ยวชาญ และนั่นคืออันตรายถึงชีวิต” บลอคก็กล่าว เช่นเดียวกับไซเคียลมีเดียอื่นๆ ผู้ใช้งาน TikTok สามารถนำเสนอเนื้อหาอย่างอิสระตามความคิดของตัวเอง ทว่ามีผู้คนไม่น้อยที่สร้างวิดีโอเพื่อการกลั่นแกล้ง วิพากษ์วิจารณ์ เย้ยหยันผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม สิ่งนี้ไม่ได้เป็นปัญหาแค่กับผู้รับชมเท่านั้น แต่ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตในระดับสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ที่มีสถานะเครียดหรือซึมเศร้าเป็นทุนเดิม

### **การปลุกเร้าพฤติกรรมอันตรายด้วยเนื้อหาแบบสุดโต่ง**

อัลกอริทึมของ TikTok สามารถคัดสรรวิดีโอเพื่อสนองความสนใจของผู้ใช้งานแต่ละคน ความเฉลียวฉลาดของมันเป็นเหมือนดาบสองคมเพราะผู้ชมอาจได้รับคลิปเนื้อหารุนแรงและเป็นอันตรายโดยไม่ได้ตั้งใจ เช่น เด็กวัยรุ่นที่สนใจเรื่องการล่าสัตว์หรือกองทัพทหาร อาจได้รับการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฆาตกรต่อเนื่อง ทั้งรายละเอียด และวิธีการที่คนร้ายใช้ฆ่าเหยื่อ เมื่อเนื้อหาถูกบรรจุมาในรูปแบบของวิดีโอสั้นที่จับใจอย่างรวดเร็ว จึงเป็นเป็นเรื่องยากที่วิจารณ์ญาณของสมองจะจัดสรรการรับสารให้ถูกที่ถูกต้อง จนในที่สุด สิ่งนี้อาจนำไปสู่พฤติกรรมอันตราย โดยเฉพาะกระแสของการสร้างสรรค์วิดีโอตามกระแสต่างๆ หรือที่รู้จักกันว่า “ชาเลนจ์ (Challenge)” ที่สามารถกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้งานให้แสดงออกในทิศทางเดียวกัน เช่น “Devious Lick Challenge” กระแสใน TikTok ที่วัยรุ่นทำคลิปขโมยของในสถานศึกษาก็ได้รับความนิยมในหมู่เด็กนักเรียนจำนวนมาก จนนำไปสู่การกระทำที่ผิดกฎหมายอย่างการทำลายทรัพย์สินสาธารณะ ตั้งแต่ฝาสบู่ในห้องน้ำ ถึงดับเพลิง จนถึงประตูรถของผู้บริหารโรงเรียน

### **ความเสี่ยงต่อภาวะสมาธิสั้น หรือ โรค ADHD**

ด้วยประสิทธิภาพในการปลุกเร้าอารมณ์จากการสไลด์หน้าจอสู่วิดีโอที่ได้รับการคัดสรรจากอัลกอริทึมอัจฉริยะ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันจึงถูกตรึงความสนใจไว้ที่คลิปสั้นที่มีเนื้อหาไม่ซับซ้อนน่าเบื่อๆ คลิป รวมแล้วเป็นเวลาเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งชั่วโมงครึ่งต่อวัน การกระทำพฤติกรรมเช่นนี้ซ้ำๆ เป็นเหมือนการฝึกสมองให้คุ้นชินกับการเลือกรับข้อมูลในรูปแบบที่สั้นกว่าปกติ เมื่อคุ้นชินกับการรับสารแบบสั้น ประสิทธิภาพในการทำกิจกรรมที่ต้องใช้สมาธิอย่างการอ่านหนังสือ การดูคลิปขนาดยาว รวมถึงการคิดวิเคราะห์ก็ถดถอยลงเนื่องจากสมองไม่สามารถจดจ่อกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นเวลานานๆ

นอกจากนี้ โรครสมาธิสั้นยังส่งผลข้างเคียงอื่นๆ เช่น การสูญเสียความสามารถในการควบคุมอารมณ์ นอนหลับไม่สนิท ความจำสั้น เป็นต้น

## ผลกระทบต่อความเข้าใจ

ก่อนอื่นต้องเข้าใจก่อนว่า ใน TikTok ไม่ได้มีแต่เรื่องจริง บางเรื่องใช้เทคนิคการตัดต่อคลิปวิดีโอ ทำให้ดูเหมือนเป็นเรื่องจริง ไม่ต่างจากการแสดงมายากล ผู้ปกครองอาจจะดูออกแต่เด็กๆ ในวัยที่ไม่สามารถแยกได้ระหว่างเรื่องจริงกับการตัดต่อ ก็เสี่ยงต่อความเข้าใจผิด ๆ ของเด็กๆ ได้ ซึ่งความเข้าใจผิดนี้ก็อาจจะทำให้เด็กๆ อยากทำตาม บางครั้งอาจจะส่งผลเสียแก่บ้านละอะเทอะหรือ ทำออกมาไม่ตรงปก แต่บางครั้งก็อาจจะทำให้เกิดให้อันตรายทั้งต่อร่างกายและจิตใจขึ้นได้

## เป็นภัยต่อการคุกคาม

TikTok ไม่ได้มีแค่คลิปวิดีโอ แต่สามารถส่งข้อความหากันได้ เสี่ยงต่อการที่เด็กๆ จะถูกหลอกและถูกล่อลวงจากมิชฌาชีพที่แฝงตัวมาใน TikTok ไม่ว่าจะเป็นข้อความไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ คำหยาบคาย หรือหลอกลวงเรื่องเงินทอง รวมถึงการทำ Challenge ต่างๆ ที่เรียกได้ว่าเป็นจุดเด่นของ TikTok เลยก็ว่าได้ บางอันนั้นก็สุ่มเสี่ยงต่อเรื่องทางเพศ เพราะมีการลงภาพที่ไม่เหมาะสมในท่วงท่าต่างๆ เป็นต้น ซึ่งผู้ปกครองจึงจำเป็นต้องเปิดฟีเจอร์ Family Pairing เพื่อช่วยผู้ปกครองในการจำกัดการใช้งาน (Screen time limits) ของเด็กๆ ไม่ให้มีการใช้งาน TikTok นานเกินไป นอกจากนี้ยังรวมถึงการปิดกั้นการส่งข้อความส่วนตัว (Direct messages) เพื่อป้องกันการล่อลวง หรือการส่งข้อความที่ไม่เหมาะสมมาหาเด็กๆ ได้อีกด้วย

## ผลกระทบต่อสุขภาพจิต

บางครั้งเราจะเห็นคลิปที่ไวรัลมากๆ ขึ้นมาที่หน้าแรก ซึ่งบางครั้งก็เป็นการกระทำที่รุนแรงทั้งทางร่างกายและจิตใจ หรือบางทีก็เป็นคลิปสั้นๆ ที่ระบายความอัดอั้นตันใจ ถ้อยคำหยาบคาย การทำร้ายตัวเอง การทำร้ายผู้อื่น การทำทารุณสัตว์ หรือแม้แต่การพยายามฆ่าตัวตาย ซึ่งหลุดรอดการตรวจสอบของทาง TikTok มาได้ ซึ่งคลิปเหล่านี้จะกระทบต่อสภาพจิตใจเด็กๆ แน่นนอน แม้ว่าจะเป็นคลิปที่ลูกได้เห็นเพียงช่วงสั้นๆ ก็ตาม นอกจากนี้คลิปที่มีความรุนแรง หรือความเศร้าอย่างรุนแรง ยังเป็นตัวกระตุ้นให้เด็กๆ กระทำรุนแรงต่อร่างกายหรือจิตใจทั้งกับตัวเองและผู้อื่นได้อีก เช่น การเห็นคลิปทารุณสัตว์ ก็อาจจะคิดว่าสิ่งนี้ทำได้โดยไม่ผิดก็เป็นได้

## เป็นภัยต่อการบาดเจ็บ

อย่างที่ได้อธิบายไปในข้างต้นว่าคลิปใน TikTok บางคลิปอาจไม่ใช่เรื่องจริงหรือบางอย่างอาจจะเป็นเรื่องจริง แต่ต้องอาศัยการฝึกฝนและความชำนาญมากๆ เพื่อให้ได้ท่วงท่าลีลาที่สวยงามและผาดโผน แม้ใน TikTok จะมีคำเตือนว่า

การกระทำในคลิปอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ แต่ถ้าหากเด็กๆ ทำตามโดยไม่ได้รับการฝึกฝนอย่างถูกต้องก็เสี่ยงต่อการบาดเจ็บได้ ไม่ใช่แค่กีฬาผาดโผน X-Tream เท่านั้นที่ทำให้เกิดการบาดเจ็บ แม้แต่การเดินท่าทางต่างๆ ที่ต้องตีลังกา กระโดด หมุนตัว ฯลฯ รวมถึงสถานที่เล่นที่วัยรุ่นที่พยายามหาที่ให้แปลกแหวกแนวก็อาจทำให้เกิดอันตรายได้เช่นกัน

## เป็นภัยต่อสุขภาพ

TikTok ยังเหมือนอีกหลายแอปพลิเคชันที่เล่นแล้วเกิดความสุขและติดตามไปเรื่อยๆ จึงทำให้เกิดปัญหา คือ ผู้ใช้ที่เป็นเด็กอาจเล่นเพลินจนลืมเวลา จึงเป็นปัญหากับสายตาเป็นอันดับแรก เพราะการจ้องหน้าจอมีเวลานั้นจะมีการปล่อย “แสงสีฟ้า” ซึ่งส่งผลเสียโดยตรงกับดวงตา เนื่องจากเป็นแสงที่สามารถทะลุผ่านเลนส์ตาและกระจกตาเข้าไปถึงจอประสาทตาได้ หากได้รับเป็นเวลานาน “แสงสีฟ้า” นั้นก่อให้เกิดอาการตาล้า เพราะแสงสีฟ้าที่เราจ้องมองอยู่มีความสว่างมากทำให้ดวงตาต้องทำงานอย่างหนัก และเกิดอาการตาแห้ง เนื่องจากอุปกรณ์ที่เราจ้องมองส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็กทำให้เราต้องจ้องมองมากกว่าปกติที่ควรเป็น

## สรุป

จากสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า TikTok เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อผู้ใช้งาน ซึ่งแอปพลิเคชัน TikTok นอกจากจะตอบสนองการรับชมได้ตรงจุดจากการใช้อัลกอริทึมที่คัดสรรวิดีโอที่ผู้ใช้งานแต่ละคนสนใจ ทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่เหล่า Influencer อีกหลายท่าน นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์รวมความบันเทิง ทั้งที่มีสาระ และไม่มีสาระ รวมถึงสร้างความเพลิดเพลินใจให้แก่ผู้ใช้งานอีกด้วย แต่สิ่งที่มองข้ามไม่ได้นอกจากจะมีผลดี ก็ต้องมีผลเสีย ตามดั่งที่กล่าวมาข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภัยคุกคามไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ภัยต่อสุขภาพในระยะยาว การก่อให้เกิดโรคสมาธิสั้น การกระตุ้นให้เกิดภาวะเครียดและซึมเศร้า หรือแม้กระทั่งการสร้างพฤติกรรมลอกเลียนแบบของเด็ก ถึงแม้ TikTok จะมีการสกัดกั้นและคัดกรองคลิปวิดีโอที่มีความรุนแรง วิดีโอละเมิดสิทธิ หรือการแจ้งเตือนก่อนการรับชมแล้ว ก็ยังไม่สามารถคัดกรองวิดีโอที่สุ่มเสี่ยงออกไปได้หมดซะทีเดียว ดังนั้น ผู้ใช้งานควรพิจารณาการรับชมคลิปวิดีโอแต่ละคลิปอย่างมีสติ รวมถึงผู้ปกครองควรทวนซ้ำและเข้มงวดในการใช้งาน TikTok แก่บุตรหลาน เพื่อเป็นการป้องกันพฤติกรรมลอกเลียนแบบ รวมถึงผลกระทบที่จะส่งผลเสียต่อสุขภาพจิตและสุขภาพกายของบุตรหลานในระยะยาวอีกด้วย



## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (๒๕๕๔). *สื่อสารมวลชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*.  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (๒๕๕๕). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส  
ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- จริงหรือ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bbc.com/thai/international-53147496>  
เข้าถึงได้จาก <https://creativetalklive.com/tiktok-social-media-of-ideas/>
- ณรงค์ยศ มหิทธิวานิชชา. (ม.ป.ป.). *ทำไม TikTok จึงกลายเป็นสมรภูมิแห่งไอเดียที่สนุกได้อย่างไม่มีอะไรกัน*.  
เข้าถึงได้จาก <https://creativetalklive.com/tiktok-social-media-of-ideas/>
- ปีปิซีนิวส์ไทย. (๒๕๖๓). *TikTok กับ คน 'Gen Z' พวกเขาจะเป็นผู้กำหนดทิศทางการเมืองโลกต่อจากนี้*  
มติชนสุดสัปดาห์. (๒๕๖๓). *จิตต์สุภา ฉิน : ปรากฏการณ์ Zoombombing กับคลิปเต้นบน TikTok*.
- Craig. (๒๐๒๐). *TikTok Generates Record 113 Million Downloads in February,*  
Nearing 2 Billion Lifetime Installs.
- Vanat putnark. (๒๕๖๑). *'ใครๆ ก็เป็นผู้กำกับและนักแสดงได้' การนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นไทยในแอปฯ*  
*TikTok*. เข้าถึงได้จาก <https://thematter.co/social/tik-tok-and-youth-spectacle-identity/5169>
- Wittawin.A. (๒๕๖๓). *TikTok คืออะไร?*.  
เข้าถึงได้จาก <https://www.thumbsup.in.th/tiktok-trends-2020>Chapple,

## ประวัติผู้เขียน

### ชื่อ - สกุล

นาวาอากาศตรีหญิง ปิพิชญา รำพึงกิจ

### ประวัติทางการศึกษา

ปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรัตนนคร  
ปริญญาโท มนุษยศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
หลักสูตรนายทหารอากาศชั้นผู้บังคับหมวด รุ่นที่ ๖๔ กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ  
หลักสูตรนายทหารอากาศชั้นผู้บังคับฝูง รุ่นที่ ๑๓๑ กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ  
หลักสูตรนายทหารอากาศอาวุโส รุ่นที่ ๘๐ กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ

### ประวัติการทำงาน

นายทหารกิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์ แผนกกิจการพลเรือน กองบังคับการ กองบิน ๕  
นายทหารคนสนิท เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ  
นายทหารแถลงข่าว แผนกแถลงข่าว กองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ  
นายทหารสื่อสารมวลชน แผนกสื่อสารมวลชน กองประชาสัมพันธ์ สำนักกิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์  
กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ  
นายทหารกิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์ แผนกกิจการพลเรือน กองบังคับการ กองบิน ๔๑

### ผลงานทางวิชาการที่ยอมรับ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและภาพลักษณ์ที่มีต่อกองทัพอากาศของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร (The Relationship of Information Exposure to Thai Air Force Base's  
Image Among People in Bangkok)

# ผลการตรวจบทความด้วยอักษรวิสุทธิ์



## Plagiarism Checking Report

Created on Apr 26, 2023 at 22:41 PM

Print Report

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
3123620	Apr 26, 2023 at 22:41 PM	papitchaya@rtaf.mi.th	กองทัพอากาศ	Tiktok สื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่หรือ ภัยมืด.docx	Completed	3.37%

### Match Overview

Show 10 entries

Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	เด็กด็อก	รักพี่เต็ม สารานุกรมเสรี	Wikipedia	3.37%

Showing 1 to 1 of 1 entries

First Previous 1 Next Last