

2026: เมื่อคนไม่สนใจโลกออนไลน์ และต้องการโลกออฟไลน์ มากขึ้น แปรนตร์จะปรับตัวอย่างไร

ปี 2026 กำลังกลายเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของวัฒนธรรมการบริโภค เนื่องจากปรากฏการณ์ใหญ่ที่กำลังเกิดขึ้น ไม่ได้เป็นเรื่องของเทคโนโลยีล้ำอนาคตหรือปัญญาประดิษฐ์ที่แทรกซึมทุกอุตสาหกรรม หากเป็นแรงกระตุ้นที่สวนทางอย่างสิ้นเชิง นั่นคือการกลับสู่ความเรียบง่าย ความตั้งใจ และความเป็นมนุษย์ที่แท้จริง โลกที่เคยผลักดันให้ผู้คนที่ต้องเชื่อมต่ออยู่ตลอดเวลา กำลังพบความจริงใหม่ว่า “การตัดการเชื่อมต่อ” กลายเป็นสินค้าหรูหราที่ผู้คนโหยหาและยอมจ่ายเพื่อให้ได้มา เมื่อมลพิษรบกวนจากเนื้อหาและข้อมูลพุ่งขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง ผู้คนเริ่มตั้งคำถามว่าตนได้รับประโยชน์จากทั้งหมดนี้จริงหรือไม่ และคำตอบกำลังชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ

ว่าการเสพเนื้อหาที่มากเกินไปไม่ได้ทำให้ใช้ชีวิตดีขึ้น แต่กลับทำให้ต้องการหนีออกห่าง สู่ความเงียบ สู่ธรรมชาติ และสู่กิจกรรมที่จับต้องได้มากขึ้น เทรนด์การ “Unplugged” ที่เริ่มต้นจาก Gen Alpha กลายเป็นสัญญาณล่วงหน้าว่าอนาคตของการตลาดไม่ได้อยู่ที่การเพิ่มความดังหรือความถี่ แต่คือการทำให้ผู้คนรู้สึกถึงความหมายของการเป็นมนุษย์อีกครั้ง ลูกคำรุ่นใหม่ที่เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยี แต่กลับเลือกใช้มันอย่างจำกัด ประมาณ เกือบสามในสี่ของเด็กอายุ 8-10 ขวบต้องการออกไปเล่นข้างนอกมากกว่าอยู่กับหน้าจอ ขณะที่ Gen Z เองก็เริ่มลดเวลาบน Social ลงอย่างเห็นได้ชัด ข้อมูลนี้สะท้อนถึงสัญญาณร่วมของสังคม คือความปรารถนาจะมีพื้นที่หายใจ พื้นที่ว่างจากการต้องสนใจออนไลน์ และพื้นที่ที่ไม่ต้องพึ่ง Algorithm คอยกำหนดความสนใจให้เรา ความเปลี่ยนแปลงนี้ปรากฏชัดในพฤติกรรมหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก ความนิยมในกิจกรรมแบบ Handmade งานอดิเรกจับต้องได้กลับมาเป็นที่สนใจอีกครั้ง เทรนด์การตกแต่งบ้านอย่าง “Farmhouse Cottage” หรือสุนทรียะแบบมาร์ธา สจวร์ต

กลายเป็นแรงบันดาลใจของผู้คนทั่วโลก การเล่นเกม การสะสมของเล่นจริง การเข้าร่วมคอมมูนิตี้เกี่ยวกับหนังสือ ล้วนสะท้อนความต้องการเชื่อมต่อแบบออฟไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้เวลาที่ใช้นับโซเชียลโดยเฉลี่ยยังอยู่ในระดับสูง แต่ก็ลดลงจากจุดสูงสุดอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่เคยเป็นผู้ใช้หนักที่สุด ท่ามกลางภาวะนี้ แปรนตร์ไม่ได้ถูกคาดหวังให้ “พูดดีขึ้น” แต่ถูกคาดหวังให้ “พูดให้ลึกขึ้น” เรากำลังเห็นความตึงเครียดอย่างชัดเจนระหว่างสิ่งที่แปรนตร์ทำกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ หลายแปรนตร์ผลิตเนื้อหา AI จำนวนมากเพื่อเร่งความเร็วและประหยัดต้นทุน แม้เนื้อหาจะดูเรียบร้อยและสวยงาม แต่กลับว่างเปล่า ปราศจากพลังความคิดสร้างสรรค์ หรือความรู้สึกที่มีชีวิต และฟัน ๆ ของแปรนตร์จำนวนมากนิยมสิ่งนี้ว่า “Slop” หรือเนื้อหาขยะที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าใดเลย น่าสนใจว่ากลับเป็นความไม่สมบูรณ์แบบ ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงความไม่เป็นมนุษย์มากกว่าความเนียนแบบ AI ตัวอย่างเช่นโพสต์ของแปรนตร์ต่าง ๆ ในประเทศไต้หวัน ที่แสดงความผิดพลาดอย่างธรรมดา แต่กลับมีการดูมากมาย เพราะความผิดพลาดนั้นแสดงออกถึงความจริงใจและความเป็นธรรมชาติที่หาไม่ได้จากเนื้อหาแบบอัตโนมัติ สิ่งที่แปรนตร์ควรทำจึงไม่ใช่การแข่งขันกันผลิตเนื้อหาให้มากที่สุด แต่คือการถ่วงเนื้อหาทุกชิ้นให้คงความตั้งใจ คมชัด และมีที่ทางในชีวิตผู้บริโภค ใช้เนื้อหาเพื่อสร้างพื้นที่สงบ ไม่ใช่ไล่ล่าความสนใจอย่างไม่หยุดยั้ง การเล่าเรื่องแบบช้าลง การเขียนที่มีน้ำเสียงเป็นมนุษย์มากขึ้น และการลดการพึ่งพา AI ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก เป็นทิศทางที่สอดคล้องกับโลกยุคใหม่ ผู้คนต้องการแปรนตร์ที่ช่วยให้ชีวิตเบาขึ้น ไม่ใช่ยุ่งเหยิงกว่าเดิม

(ที่มา : MarketingOops!)



WUJ 74.163

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๔๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙๘๕ / ๒๖๖

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชาวรศิริ
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก _____ ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก _____ เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ _____ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน _____ บางแวก _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อสำนักงานของผู้นโยชนา _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ - _____ ซอย _____ - _____

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางไผ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

ชื่อโรงพยาบาลที่พิมพ์ _____ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ _____ เลขที่ _____ หมู่ที่ _____ - ขอบ _____ -

ถนน _____ แขวง / ตำบล _____ บางใหญ่ _____ เขต / อำเภอ _____ บางแค _____ จังหวัด _____ กรุงเทพมหานคร _____

นางสาววรรณพร เตชาวัตร์	เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณพร เตชาวัตร์	เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณพร เตชาวัตร์	เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์รี่ จำกัด	เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ) 

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จัดแจ้งการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

