



## การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาทางการเมือง Social Media Literacy of the Exposure of Political Content

วรศรา จินดาพอง<sup>1\*</sup>, คมชาญ อุปถัมภ์<sup>1</sup> และธนภัทร เต็มรัตน์กุล<sup>2</sup>

Warissara Jindapong<sup>1\*</sup>, Khomchan Uppatham<sup>1</sup> and Tanapat Temrattanakul<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรนิเทศศาสตร์, สาขาบรรณารักษศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์ และนิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>1</sup> Undergraduate student, Department of Libraries, Information Science and Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University.

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาบรรณารักษศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์ และนิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>2</sup> Assistant Professor, Ph.D., Department of Libraries, Information Science and Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University.

\*Corresponding author, E-mail: tanapat.temrattanakul@gmail.com

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ และศึกษาการรู้เท่าทันเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลของผู้สูง อายุการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในจังหวัดสงขลา จำนวน 414 คน ที่ใช้สื่อโซเชียลและเปิดรับเนื้อหาทางการเมืองผ่านสื่อดังกล่าว

การศึกษาพบว่า แม้ผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มคนในวัยที่ไม่มีเป้าหมายหรือภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงานเป็นหลักเช่นคนวัยหนุ่มสาว แต่ยังมีความต้องการใช้สื่อโซเชียลเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมในหลายด้าน ได้แก่ การขจัดความเหงา การคลายความเครียด และการคืนกลับสมรรถภาพ อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุยังขาดความรู้เรื่องเทคโนโลยีและอาจมีอุปสรรคทางกายภาพในเรื่องการสื่อสาร จึงได้แสดงความกังวลเกี่ยวกับทักษะการควบคุมการใช้สื่อโซเชียลของตนเอง จึงทำให้การศึกษาประเด็นเรื่องการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลนั้น พบว่า ผู้สูงอายุยังขาดทักษะการรู้เท่าทันเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในหลายด้าน ได้แก่ การรู้ทันตัวผู้สร้างสื่อ การรู้ทันการดึงดูใจ การรู้ทันเนื้อหาสาระและการรู้ทันผลประโยชน์ ซึ่งแม้ข้อมูลจะชี้ให้เห็นว่าเป็นการขาดแคลนทักษะในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย แต่ก็อาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียผลประโยชน์แก่กลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นผู้รับสารได้เช่นกัน

**คำสำคัญ:** การรู้เท่าทันสื่อ, สื่อโซเชียล, ผู้สูงอายุ, เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง



## Abstract

The purposes of this research are 1) to study the comments of the elderly regarding the use of social media and 2) to study the comments of the elderly regarding their media literacy on the exposure of political content. This is a survey research conducted by using a form of questionnaires to a sample group of 414 elderly whom the use of social media on political content is eminent. It is found that despite the old ages, the needs of social media use are varied including overcoming loneliness, relieving stress and raising feelings of control. However, the elderly still bear physical obstacles and technological gaps as shown by their concerns on the skill to control the use. For this reason, it is revealed that the elderly's skills on the exposure to political content are still limited, including the skills to consider media owner, media appeal, media content, and media benefits. Although the elderly's skills are rated as medium low but it may causes the loss of benefits to the elderly whenever they expose themselves to the content on social media.

**Keywords:** Media literacy, Social media, The elderly, Political content

## บทนำ

สื่อโซเชียล (Social media) ถือได้ว่าเป็นสื่อใหม่ในสังคมที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและก่อให้เกิดผลกระทบด้านการสื่อสารต่อชีวิตของผู้คนในหลากหลายด้าน ธีญวัฒน์ กาศคำ (2553) กล่าวว่า สื่อโซเชียลมีเดียหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทางโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถสร้างการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบระหว่างกันได้ โดยการเกิดขึ้นของสื่อโซเชียลได้ช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการสื่อสารแก่สังคมในแง่ของประสิทธิภาพกระบวนการสื่อสาร (Communication) ให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้สะดวกยิ่งขึ้น สร้างโอกาสในการทำงานแบบมีส่วนร่วม (Collaboration and Teamwork) ที่ผู้สื่อสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและร่วมกันทำให้บรรลุผลร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างชุมชนของการมีส่วนร่วม (Community and Participation) อันเป็นพื้นที่ซึ่งสื่ออื่น ๆ ในอดีตไม่เคยทำได้สำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การใช้งานสื่อโซเชียลอย่างไม่รู้เท่าทันอาจจะทำให้ผู้ใช้งานต้องประสบกับปัญหาหรือความยุ่งยากบางอย่างภายหลังได้ กล่าวได้ว่า ผลเสียของการใช้สื่อโซเชียลอย่างไม่เหมาะสมอาจเริ่มตั้งแต่การที่บุคคลใช้งานสื่อมากเกินไปจนนำไปสู่การเสียเวลาทำกิจกรรมอย่างอื่นในชีวิต หรือการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจนส่งผลต่อสุขภาพทางจิตจนเกิดเป็นอาการเครียด เหมงา ซึมเศร้า หรือมีพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง หรือการหลงเชื่อข้อมูลข่าวสารในสื่อโดยขาดการใช้วิจารณญาณจนนำไปสู่การโดนล่อลวง ไปจนถึงการถูกนำเอาข้อมูลส่วนบุคคลไปเปิดเผยจนได้รับความเสียหายถึงขั้นผิดกฎหมายเรื่องการหมิ่นประมาทหรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งข้อควรระวังเหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ใช้งานสื่อโซเชียลจำเป็นต้องมีความตระหนักและแสดงพฤติกรรมการใช้งานที่เหมาะสม



การสื่อสารเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การเมืองถือเป็นประเด็นข่าวสารอย่างหนึ่งที่ถูกหยิบยกขึ้นมากล่าวถึงในสื่อโซเชียลอยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ เนื่องจากเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองนั้นถือว่ายู่ในความสนใจของประชาชนและมีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกสังคมทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่สื่อโซเชียลถือเป็นพื้นที่การสื่อสารสาธารณะที่ผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็นกันอย่างเปิดเผย การใช้วิจารณญาณเพื่อการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองจึงถือว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในเรื่องนี้คันธริรา ฉายาวงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในศตวรรษที่ 21 และพบว่าในปัจจุบัน สื่อโซเชียลหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญของนักการเมืองในการรณรงค์หาเสียง การสร้างคะแนนนิยม และการสื่อสารกับประชาชน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการช่วยเพิ่มพื้นที่สาธารณะที่ใช้แสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์การเมืองของประชาชนทั่วไปจนนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องนี้ยังพบว่าแนวโน้มการกระทำผิดจากการแสดงออกทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความเกลียดชัง และการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายอย่างรุนแรง จนบางครั้งนำไปสู่อาชญากรรมทางการเมืองในโลกออนไลน์ หรือกระตุ้นให้เกิดอาชญากรรมทางการเมืองในโลกจริงได้ ด้วยเหตุนี้เอง ทักษะการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลจึงถือเป็นสิ่งสำคัญของผู้คนในยุคปัจจุบัน

ผู้สูงอายุ (The elderly) ถือได้ว่าเป็นผู้สื่อสารอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในสังคม โดยปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าโลกของเรากำลังเดินเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” (Aging society) อันเป็นผลมาจากพัฒนาการทางการแพทย์และสาธารณสุขที่ช่วยยืดชีวิตของผู้คนให้มีความยืนยาวขึ้นมากกว่าในอดีต ในเรื่องนี้ จุฑารัตน์ แสงทอง (2560) ได้อธิบายว่า ผู้สูงอายุคือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2548 ซึ่งแนวโน้มของประชากรในกลุ่มนี้กำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้เกิดการผลักดันแผนและนโยบายต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่เกิดขึ้น เช่น การจัดหาสวัสดิการสังคมด้านผู้สูงอายุ การใช้แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ และการประกาศพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ ฉบับปี พ.ศ. 2546 เป็นต้น กล่าวได้ว่าการเตรียมทักษะของผู้สูงอายุให้เพียงพอต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในสื่อโซเชียลถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเร่งด่วนเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุถือเป็นผู้ใช้โซเชียลอีกกลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่องและมีพฤติกรรมการใช้งานที่หลากหลายไม่น้อยกว่าผู้ใช้งานกลุ่มอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่าความรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุนั้นยังมีค่อนข้างจำกัด Morris (2007) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ดิจิทัลของผู้สูงอายุ พบว่า อุปสรรคในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุมีสาเหตุมาจากการขาดความสนใจ รู้สึกลัวว่าตนเองนั้นอายุเยอะเกินไป อีกทั้งมีความกลัวที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ Buckingham and Livingstone (2006) กล่าวว่า การส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุจะต้องคำนึงถึงปัจจัยของบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งการพัฒนาโดยอาศัยปัจจัยในภาพรวมจะช่วยให้ผู้สูงอายุพัฒนาศักยภาพการรู้เท่าทันสื่อที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงศึกษา เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาทางการเมือง โดยเลือกศึกษาการรู้เท่าทันสื่อผ่านการเปิดรับประเด็นเนื้อหาทางการเมืองเนื่องจากพิจารณาว่าเนื้อหาข่าวสารประเด็นดังกล่าวถือว่ามีความซับซ้อนและยากต่อการทำความเข้าใจ การรู้เท่าทันจำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการรับสื่อหลายด้านประกอบกัน จึงน่าจะเป็นประเด็นการศึกษาที่ช่วยให้มองเห็นแนวคิดของผู้สูงอายุที่มีต่อแนวทางการใช้สื่อโซเชียลของตนเอง รวมถึงช่วยให้ทราบว่าผู้สูงอายุมีการรู้เท่าทันต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลหรือไม่อย่างไร ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อแก่สมาชิกในสังคม รวมถึงเป็นการช่วยเตรียมความพร้อมแก่ผู้สูงอายุในการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาแนวทางการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ
2. ศึกษาการรู้เท่าทันเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ

### แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

#### แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และการใช้สื่อของผู้สูงอายุ

การศึกษา พบว่า มีผู้นิยามคำว่า “ผู้สูงอายุ” (Elderly) อยู่หลายความหมาย ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์ (2543) กล่าวว่า วัยสูงอายุหรือวัยชราหมายถึงมนุษย์ที่มีอายุอยู่ในช่วงปลายของชีวิต โดยทั่วไปวัยสูงอายุคือ บุคคลที่มีอายุ 60-65 ปี ขึ้นไป ในขณะที่ สรุกุล เจนอบรม (2541) ได้กำหนดการเป็นบุคคลสูงอายุนั้นให้ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาความเป็นผู้สูงอายุ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นผู้สูงอายุจากอายุจริงที่ปรากฏ 2) ความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และ 3) ความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ โดยผู้สูงอายุถือเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะและเราสามารถศึกษาลักษณะดังกล่าวได้จากพฤติกรรมการใช้สื่อ

การศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุมีการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเพื่อเปิดรับข่าวสาร เพื่อความบันเทิง และเพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังปรากฏจากการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ของ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันทัด ทองรินทร์ และวิทยธร ท่อแก้ว (2559) ในประเด็นการเปิดรับความต้องการและการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร 2) เพื่อสร้างความเบิกบานใจ ความสุข และคลายเหงา และ 3) เพื่อนำเนื้อหาไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเอง นอกจากนี้ ยังพบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ ได้แก่ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และการพักอาศัย สำหรับสื่อโซเชียลซึ่งเป็นสื่อใหม่มาแรงในกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการใช้เครือข่ายสังคมที่หลากหลาย ดังเช่นงานวิจัยของ กันตพล บันทัดทอง (2557) เรื่อง พฤติกรรม



การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 – 65 ปี มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 66 ปี ขึ้นไปมีความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากผู้สูงอายุกลุ่มดังกล่าวอาจมี ปัญหาเรื่องสุขภาพมากกว่ากลุ่มอื่น เช่น ปัญหาสายตา ปัญญาการใช้นิ้วหรือมือ จึงไม่สามารถใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ แต่โดยสรุป ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจและมีแรงจูงใจต่อการใช้สื่อโซเชียลใน ระดับดีมาก

นอกจากนี้ Anja K. Leist (2013) ได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ ประกอบด้วยผลจากการใช้งานในด้านบวก 4 ประการ ได้แก่ 1) การขจัดความเหงา (Overcoming loneliness) โดยพบว่า เป็นสภาวะทางความคิดและอารมณ์ของคนสูงอายุที่เห็นว่าตนเองขาดการ ปฏิสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้างดังเช่นที่เคยเป็นมาในอดีต โดยอาจเกิดจากการดำเนินชีวิตอย่างลำพังในวัย เกษียณ การขาดการเอาใจใส่จากลูกหลาน หรือการต้องอยู่โดดเดี่ยวเนื่องจากคู่ชีวิตหรือเพื่อนฝูงได้ล้มหาย ตายจากไปตามวัย ซึ่งการเข้าใช้งานสื่อโซเชียลสามารถดึงผู้สูงอายุกลับเข้าสู่การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้ 2) การคลายความเครียด (Relieving stress) โดยพบว่า เป็นความรู้สึกกดดันภายในใจของผู้สูงอายุที่ได้ถูก สะสมมานาน โดยอาจเกิดจากการต้องปรับตัวเองให้เข้ากับวัยสูงอายุอย่างกะทันหันจนนำไปสู่ความ ขัดแย้งระหว่างสภาวะความเป็นจริงของชีวิตกับความคาดหวังของสังคม ซึ่งการเข้าใช้งานสื่อโซเชียลช่วย ให้ผู้สูงอายุได้มีช่องทางระบายความเครียดและความกดดันต่าง ๆ ผ่านการสื่อสารกับผู้คนที่มีความเข้าใจ เข้าใจกัน และ 3) การสร้างการควบคุม (Raising feelings of control) โดยพบว่า เป็นความกลัวที่อยู่ ภายในจิตใจของผู้สูงอายุอันเป็นผลจากการสูญเสียอำนาจหรือตำแหน่งหน้าที่ในสังคมจนนำไปสู่สภาวะ การไร้ซึ่งการควบคุมตนเองและสภาวะแวดล้อม จนทำให้เกิดความรู้สึกไม่แน่นอนและหวาดกลัวกับความ เปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งการเข้าใช้งานสื่อโซเชียลช่วยผู้สูงอายุได้มีพื้นที่สื่อสาร ซึ่งตนเองสามารถควบคุมเนื้อหาสาระที่ตนเองต้องการนำเสนอ เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้กลับมาควบคุม สิ่งต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับตนเองได้มากขึ้น และ 4) การคืนกลับสมรรถภาพ (Self-efficacy) โดยพบว่า เป็นความรู้สึกดีด้วยคุณค่าของผู้สูงอายุที่เกิดจากความเสื่อมของสมรรถภาพทั้งในทางร่างกายและการใช้ วิจารณ์ญาณเชิงเหตุผล โดยสภาวะดังกล่าวอาจทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงความไม่หลงเหลือคุณค่าของชีวิตและ ขาดความภูมิใจในการดำเนินชีวิตต่อไป ซึ่งการเข้าใช้งานสื่อโซเชียลช่วยผู้สูงอายุมีเป้าหมายและความท้าทาย ในชีวิตโดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารกับสมาชิกในสังคม โดยการได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่าง สม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้สูงอายุได้บริหารและฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกายและจิตใจซึ่งจะช่วยให้เกิด ความรู้สึกอยากมีชีวิตต่อไปและหมั่นดูแลรักษาสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ



## แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโซเชียล

“สื่อสังคมออนไลน์” (Online social media) หรือมักเรียกกันติดปากว่า “สื่อโซเชียล” (Social media) หมายถึง สื่อที่เป็นตัวกลางในการรวมกลุ่มคนที่มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกันในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยการศึกษาพบว่า ภัชภา จิตศรีณยุกุล (2553) ได้กล่าวว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” (Online social network) หมายถึง สังคมหรือการรวมตัวสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า “ชุมชนออนไลน์” (Community online) ซึ่งมีลักษณะเป็น “สังคมเสมือน” (Virtual community) ในขณะที่ พิมพ์สุรีย์ พงษ์เสื่อ (2555) อธิบายว่า “โซเชียลเน็ตเวิร์ค” (Social network) ยังไม่มีคำทางการในภาษาไทย แต่มีคำที่ใช้เรียกกันอย่างหลากหลาย เช่น สื่อโซเชียล สื่อเครือข่ายสังคม หรือกลุ่มสังคมออนไลน์ เป็นต้น โดยการศึกษาครั้งนี้จะใช้คำว่า “สื่อโซเชียล” ในการเรียกช่องทางสื่อสารที่ได้ทำการศึกษา

กล่าวได้ว่า สื่อโซเชียลเป็นสื่อใหม่ที่เพิ่งถือกำเนิดขึ้นมาไม่นานและกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นสื่อที่ยืนอยู่บนหลักการการทำงานของ “สื่อดิจิทัล” (Digital media) ซึ่งเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะและความสามารถด้านการสื่อสารที่แตกต่างจากสื่อต่าง ๆ ในอดีตเป็นอย่างมาก โดย ธันยวัช วิเชียรพันธ์ (2557) ได้กล่าวว่า สื่อดังกล่าวหมายถึงสื่อที่มีการนำข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ มาแปลงสภาพ และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งานโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์เข้าช่วย ในขณะที่ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) ได้อธิบายว่า สื่อดิจิทัลสามารถกระทำการดังกล่าวกับข้อมูลได้เพราะมีคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) ที่อาศัยการทำงานของฐานข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ที่รองรับข้อมูลจำนวนมากประมวลผลได้รวดเร็ว และส่งต่อข้อมูลได้กว้างไกล ซึ่งในเรื่องนี้คือการปฏิวัติวงการสื่อสารในเรื่องของการแพร่กระจายและการเข้าถึง (Distribution and access) ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั่นเอง 2) การหลอมรวมสื่อ (Convergence) โดยสื่อดิจิทัลมีความสามารถในการนำเอาคุณลักษณะต่าง ๆ ของสื่ออื่น ๆ เช่น ภาพ แสง สี และเสียง มารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสื่อเดียว ก่อให้เกิดการปฏิวัติเรื่องการถ่ายทอดประสบการณ์ในการนำเสนอและการเปิดรับข่าวสาร 3) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) โดยอาจถือได้ว่าสื่อดิจิทัลเป็นสื่อเดียวที่สามารถสร้างการตอบสนองทางการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและสมบูรณ์แบบ ซึ่งผู้ใช้สื่อสามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใดช่วยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) และส่งผลให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แลกเปลี่ยนข้อมูลกันในวงกว้างได้ทันที

สำหรับการแบ่งประเภทของสื่อโซเชียลอย่างชัดเจนนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากแต่ละผู้ให้บริการโซเชียลต่างคิดค้นและพัฒนาสื่อของตนขึ้นมาเพื่อเอาใจผู้ใช้อย่างต่อเนื่องและไม่หยุดยั้ง รวมถึงแต่ละสื่อก็มีจุดเด่นจุดด้อยแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม กันยาร์ตัน สมเกตู (2555) ได้ทำการแบ่งประเภทสื่อโซเชียลหรือสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนี้ 1) เพื่อการเผยแพร่ตัวตน (Identity Network) ใช้สำหรับการนำเสนอตัวตนและเผยแพร่เรื่องราวของบุคคลทางอินเทอร์เน็ต 2) เพื่อการเผยแพร่ผลงาน (Creative Network) ใช้สำหรับการนำเสนอหรือร่วมแบ่งปัน



ผลงานในรูปแบบต่าง ๆ ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เช่น ข้อความ ภาพ วิดีโอ หรือเสียงเพลง เป็นต้น 3) เพื่อสื่อความสนใจที่ตรงกัน (Interested Network) ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะที่บุคคลซึ่งมีความสนใจในเรื่องราวเดียวกันสามารถเข้ามารวมกลุ่มและแลกเปลี่ยนข้อมูลของตนเองกับผู้อื่นได้ และ 4) เพื่อการร่วมกันทำงาน (Collaboration Network) ใช้เป็นช่องทางหรือพื้นที่ซึ่งกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมบางอย่างเข้ามาใช้งานร่วมกันเพื่อนำไปสู่การบรรลุผลของวัตถุประสงค์นั้น ๆ

### แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ การวิจารณ์ และการประเมินค่าสื่อ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงสื่อ ในขณะที่ บุพผา เมฆศรีทองคำ (2552) ได้ให้ความหมายว่าหมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน และสร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเองเพื่อสามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ได้ จากคำจำกัดความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการอ่านสื่ออย่างเข้าใจ สามารถวิเคราะห์ ประเมินค่า ตีความนัยยะแฝงในสื่อได้ โดยไม่ถูกหลอกหรือถูกครอบงำ ซึ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้บุคคลกลายเป็นผู้รับสารที่มีคุณภาพ และสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของทั้งต่อตนเองครอบครัว ชุมชน และสังคม

การศึกษาเรื่องนี้ พบว่า การเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อสามารถกระทำได้ด้วยหลักการพิจารณา 4 ประการ (ฉัตรพงศ์ ชูแสงนิล, 2565) ได้แก่ 1) การรู้ทันตัวผู้สร้างสื่อ (Media owner) หมายถึง การตั้งคำถามว่าใครเป็นผู้ส่งสารนี้ และจุดประสงค์ของผู้ส่งสารคืออะไร 2) การรู้ทันการดึงดูดใจ (Media appeal) หมายถึง การตั้งคำถามว่าผู้ส่งสารนั้นได้ใช้เทคนิคอะไรในการดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร 3) การรู้ทันเนื้อหาสาระ (Media content) หมายถึง การตั้งคำถามว่าอะไรคือความหมายที่แท้จริงของสารที่ถูกนำมาสื่อสาร และผู้รับสารที่แตกต่างกันตีความสารนี้แตกต่างกันอย่างไร และ 4) การรู้ทันผลประโยชน์ (Media benefits) หมายถึง การตั้งคำถามว่าวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของผู้ส่งสารคืออะไรและผู้ผลิตสารจะได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการสื่อสารอย่างไร นอกจากนี้ในงานวิจัยของ ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ได้กล่าวถึงทักษะที่บุคคลจะต้องสร้างและพัฒนาให้เกิดขึ้น เพื่อให้การเปิดรับเนื้อหาจากสื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ของตนเองและสังคมมากที่สุด โดยทักษะดังกล่าวประกอบด้วย 1) การการตระหนัก (Realization) หมายถึง ทักษะในการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ โดยสามารถใช้วิจารณ์ญาณที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในความหมายของสิ่งที่ตนกำลังเปิดรับ 2) การประเมินค่า (Evaluation) หมายถึง ทักษะในการตีความเนื้อหาของสื่อตามองค์ประกอบและรูปแบบที่สื่อแต่ละประเภทนำเสนอ และมองเห็นว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ นั้นส่งผลกระทบต่ออะไรบ้างทั้งต่อสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ และ 3) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง ทักษะในการใช้แสดงบทบาทของการเป็นผู้ร่วมสื่อสารในสื่อทั้งในแง่ของการตอบสนองต่อข้อมูล



ข่าวสารที่ได้รับและในแง่ของการเป็นผู้ส่งข้อมูลข่าวสารเอง ทั้งนี้บุคคลยังสามารถใช้ทักษะการสร้างสรรค์ (Creativity) ในการสร้างสื่อที่เป็นแบบฉบับของตนเอง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงเรื่องนี้ โดย Anja K. Leist (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้สื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ พบว่า การใช้สื่อดังกล่าวของผู้สูงอายุมีผลให้เกิดการดูแลสุขภาพกายและจิตใจของผู้สูงอายุได้ โดยวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ ได้แก่ 1) การขจัดความเหงา (Overcoming loneliness) 2) การคลายความเครียด (Relieving stress) 3) การสร้างการควบคุม (Raising feelings of control) โดยการที่ผู้สูงอายุได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้สูงอายุได้บริหารและฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกายและจิตใจซึ่งจะช่วยให้เกิดความรู้สึกอยากมีชีวิตต่อไปและหันดูแลสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่ ฉัตรพงศ์ ชูแสงนิล (2565) ได้กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีสื่ออย่างรู้เท่าทันว่าควรใช้การพิจารณา 4 ประการ ได้แก่ 1) การรู้ทันตัวผู้สร้างสื่อ (Media owner) 2) การรู้ทันการดึงดูดใจ (Media appeal) 3) การรู้ทันเนื้อหาสาระ (Media content) และ 4) การรู้ทันผลประโยชน์ (Media benefits) หมายถึง การตั้งคำถามว่า วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของผู้ส่งสารคืออะไรและผู้ผลิตสารจะได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการสื่อสารอย่างไร ส่วน อธิพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ได้อธิบายถึง ทักษะของบุคคลในเรื่องการเปิดรับข้อมูลจากสื่อโซเชียล ประกอบด้วย 1) การการตระหนัก (Realization) 2) การประเมินค่า (Evaluation) และ 3) การมีส่วนร่วม (Participation) โดยทักษะเหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายและคุณค่าที่แท้จริงของเนื้อหา และสามารถแสดงการมีส่วนร่วมในสื่อได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ศราวุธ แสนมี และคณะ (2564) ได้จัดทำคู่มือการศึกษา “รู้ฤทธิ์ รู้ทันสื่อ” ซึ่งเป็นหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชน โดยเนื้อหาประกอบด้วยโมดูลต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างทักษะเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งในเรื่องนี้คือการรู้เท่าทันการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง โดยผู้รับสารที่รู้เท่าทันสื่อต้องรู้จักตั้งคำถามเกี่ยวกับผู้ผลิตเนื้อหา ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา และผลประโยชน์ที่ผู้ส่งสารได้รับจากการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้น

ข้อมูลเหล่านี้คณะผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดของการศึกษา รวมถึงการกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์การศึกษา นั่นคือ ส่วนของศึกษานโยบายการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ และส่วนของการศึกษาการรู้เท่าทันเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ





## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้รูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเชิงสำรวจ (Survey research) คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการนำเอาองค์ความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมมาใช้ในการกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม และให้มีการตรวจสอบทั้งในเรื่องความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อได้มาซึ่งข้อคำถามที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษามากที่สุด โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การกำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมาย คณะผู้วิจัยได้กำหนดให้ศึกษากลุ่มคนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และมีพฤติกรรมกาใช้สื่อโซเชียลที่เกี่ยวข้อง 2 ประการ ได้แก่ เป็นผู้ใช้โซเชียล และมีการเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง นอกจากนี้ ยังกำหนดให้เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 414 คน

ขั้นที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในส่วนนี้คณะผู้วิจัยได้นำเอาวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้ง 2 ข้อ มาทำการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่ปรากฏอยู่ในแบบสอบถาม โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอาไว้ โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถาม 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้โซเชียลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้โซเชียลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการใช้โซเชียลของตนเองในฐานะผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในโซเชียล

ขั้นที่ 3 การตรวจสอบความตรงของเครื่องมือ โดยเรื่องนี้คณะผู้วิจัยได้นำข้อคำถามในแบบสอบถาม มาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบและพิจารณาหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา นั่นคือ พิจารณาข้อคำถามที่สร้างขึ้นมาว่ามีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของเครื่องมือกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษาหรือไม่อย่างไร

ขั้นที่ 4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ในส่วนนี้คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญมาทำการทดลองรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นจำนวน 40 คน โดยเป็นการทดสอบข้อคำถามในส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการใช้โซเชียลของตนเองในฐานะผู้สูงอายุ และส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในโซเชียล ซึ่งเป็นข้อคำถามที่สร้างขึ้นในรูปแบบ Likert scale โดยผลการทดสอบความน่าเชื่อถือด้วยการใช้เทคนิคแบบอัลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha) พบว่าในส่วนที่ 4 วิเคราะห์ได้ค่า  $\text{Alpha} = .8370$  และในส่วนที่ 5 วิเคราะห์ได้ค่า  $\text{Alpha} = .8150$  ซึ่งจากผลการทดสอบดังกล่าวพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ในระดับที่มีความน่าเชื่อถือสูง สามารถนำแบบสอบถามฉบับนี้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล ในเรื่องนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดให้นำเอาข้อมูลที่ได้รับมาทำการแปลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการคีย์ข้อมูลจากแบบสอบถามลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อสรุปผลข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับข้อความในส่วนที่ 1 – 5 เพื่อนำมาแสดงผลในการรายงานสถิติเชิงบรรยายของการวิจัย สำหรับข้อความส่วนที่ 4 – 5 นั้น คณะผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาทำการวิเคราะห์และตีความเพื่อนำไปสู่การตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ได้ตั้งเอาไว้

### ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อโซเชียลของผู้สูงอายุในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาทางการเมือง” คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษามานำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการใช้สื่อโซเชียลของตนเองในฐานะผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล

โดยในส่วนแรก ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมลักษณะทางประชากรที่พบมากที่สุดจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้ง 414 คน ด้วยการระบุข้อค้นพบเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร จำนวน และร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อที่	ลักษณะทางประชากร	ข้อค้นพบ	จำนวน	ร้อยละ
1	เพศ	ชาย	260	62.80
2	อายุ	60 – 65 ปี	308	74.39
3	สถานภาพ	สมรส	279	67.39
4	จำนวนบุตร	1 – 2 คน	220	53.14
5	การศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	241	58.21
6	อาชีพ	ค้าขาย	301	72.70
7	รายได้	10,000 – 14,999 บาทต่อเดือน	288	69.56

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 414 คน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย มากที่สุด จำนวน 260 คน หรือร้อยละ 62.80 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 60 – 65 ปี มากที่สุด จำนวน 308 คน หรือร้อยละ 74.39 มีสถานภาพสมรส มากที่สุด จำนวน 279 คน หรือร้อยละ 67.39 มีจำนวนบุตร 1 – 2 คน มากที่สุด จำนวน 220 คน หรือร้อยละ 53.14 มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. มากที่สุด จำนวน 241 คน หรือร้อยละ 58.21 มีอาชีพค้าขาย มากที่สุด จำนวน 301 คน หรือร้อยละ 72.70 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 14,999 บาท มากที่สุด จำนวน 288 คน หรือร้อยละ 69.56 ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อที่	ตัวแปรเรื่องพฤติกรรม	ข้อค้นพบ	จำนวน	ร้อยละ
1	ท่านใช้สื่อโซเชียลผ่านอุปกรณ์ใดมากที่สุด	โทรศัพท์มือถือ	323	78.01
2	ท่านใช้สื่อโซเชียลจากสถานที่ใดมากที่สุด	บ้าน	270	65.21
3	ท่านใช้สื่อโซเชียลเวลาใดมากที่สุด	12.00 – 15.00 น.	234	56.52
4	ท่านใช้สื่อโซเชียลต่อวันบ่อยครั้งเพียงใด	16 – 20 ครั้ง	175	42.27
5	ท่านใช้สื่อโซเชียลเฉลี่ยต่อครั้งนานเพียงใด	5 – 10 นาที	153	36.95
6	ท่านใช้สื่อโซเชียลมานานเพียงใด	น้อยกว่า 5 ปี	298	71.98
7	ท่านใช้สื่อโซเชียลใดมากที่สุด	ไลน์	315	76.08
8	ท่านใช้สื่อโซเชียลเพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด	เพื่อเครือข่ายสังคม	364	87.92

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง สื่อโซเชียลผ่านโทรศัพท์มือถือ มากที่สุด ใช้สื่อโซเชียลจากที่บ้าน มากที่สุด ใช้สื่อโซเชียลเวลา 12.00 – 15.00 น. มากที่สุด ใช้สื่อโซเชียลต่อวัน 16 – 20 ครั้ง มากที่สุด ใช้สื่อโซเชียลเฉลี่ยต่อครั้ง 5 – 10 นาที มากที่สุด ใช้สื่อโซเชียลมานานน้อยกว่า 5 ปี มากที่สุด ใช้สื่อโซเชียลไลน์ มากที่สุด และใช้สื่อโซเชียลเพื่อ เครือข่ายสังคม มากที่สุด โดยแสดงข้อมูลตัวเลขเอาไว้ในตารางแล้ว ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

ข้อที่	ตัวแปร	ข้อค้นพบ	จำนวน	ร้อยละ
1	ท่านใช้สื่อโซเชียลใดเพื่อเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองมากที่สุด	เฟซบุ๊ก	274	66.18
2	เนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองเรื่องใดที่ท่านเปิดรับมากที่สุด	นโยบายรัฐบาล	221	52.38
3	วัตถุประสงค์ที่ท่านเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองมากที่สุด	ติดตามข่าวสาร	305	73.67
4	ท่านเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองบ่อยครั้งเพียงใด	ทุกวัน	251	60.62
5	ท่านเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในรูปแบบใดมากที่สุด	ข่าว	338	81.64
6	ท่านมีพฤติกรรมโต้ตอบกับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในรูปแบบใดมากที่สุด	การอ่าน	354	85.50
7	ท่านให้ความเชื่อถือเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองมากเพียงใด	ค่อนข้างมาก	297	71.73
8	ท่านเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านแหล่งข่าวใดมากที่สุด	ข่าวช่องวัน	132	31.88

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อเฟซบุ๊กเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง มากที่สุด เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล มากที่สุด การเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองทุกวัน มากที่สุด เปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในรูปแบบข่าว มากที่สุด มีพฤติกรรมโต้ตอบกับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในรูปแบบการอ่าน มากที่สุด ให้ความเชื่อถือเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองค่อนข้างมาก มากที่สุด และเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านข่าวช่องวัน มากที่สุด ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความคิดเห็นต่อแนวทางการใช้สื่อโซเชียลของตนเองในฐานะผู้สูงอายุ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการใช้สื่อโซเชียลของตนเองในฐานะผู้สูงอายุ

ประเด็น ที่	ตัวแปรเรื่อง ผู้สูงอายุ	ตัวแปรเรื่อง การใช้สื่อโซ เชียล	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	การจัด ความเหงา	1.1 ท่าน เข้าถึงสื่อสื่อ โซเชียลด้วย ตัวเองในเวลา ที่เกิดความ เหงา					278 (67.14%)
		1.2 สื่อ โซเชียลมี เนื้อหาที่ หลากหลาย ช่วยคลาย ความเหงา ของท่านได้				269 (64.97%)	
		1.3 การ ปฏิสัมพันธ์ กับสังคมผ่าน สื่อโซเชียล ช่วยคลาย ความเหงา ของท่านได้					324 (78.26%)
2	การคลาย ความเครียด	2.1 ท่าน สามารถ คลายเครียด ด้วยสื่อ โซเชียลได้แม้ ในเวลาที่อยู่ คนเดียว				297 (71.73%)	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

		2.2 สื่อ โซเซียลมี เนื้อหาที่ หลากหลาย ช่วยคลาย ความเครียด ของท่านได้				313 (75.60%)	
		2.3 การ ปฏิสัมพันธ์ กับสังคมผ่าน สื่อโซเซียล ช่วยคลาย ความเครียด ของท่านได้					337 (80.67%)
3	การสร้าง การควบคุม	3.1 ท่าน สามารถ ควบคุมการ ใช้สื่อโซเซียล แม้ในเวลา ที่อยู่คนเดียว	210 (50.72%)				
		3.2 ท่าน สามารถเลือก รับชมเนื้อหา ที่หลากหลาย ของสื่อ โซเซียลได้			225 (54.34%)		

ตารางที่ 4 (ต่อ)

3	การสร้าง การควบคุม	3.3 ท่าน สามารถควบคุม การปฏิสัมพันธ์ กับสังคมผ่านสื่อ โซเชียลด้วยตัว ท่านเองได้		197 (47.58%)			
4	การคืนกลับ สมรรถภาพ	4.1 การเข้าถึง และใช้สื่อ โซเชียลด้วย ตัวเองทำให้ท่าน รู้สึกคืนกลับ สมรรถภาพ					365 (88.16%)
		4.2 การเลือก รับชมเนื้อหาที่ หลากหลายของ สื่อโซเชียลได้ทำ ให้ท่านรู้สึกคืน กลับสมรรถภาพ				266 (64.25%)	
		4.3 การควบคุม การปฏิสัมพันธ์ กับสังคมผ่านสื่อ โซเชียลด้วยตัว ท่านทำ ให้ท่าน รู้สึกคืนกลับ สมรรถภาพ			234 (56.52%)		

ตารางที่ 4 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวทางการใช้สื่อโซเชียลของตนเองในฐานะผู้สูงอายุโดยตัวแปรเรื่องการขัดความเหงา พบว่า กลุ่มตัวอย่างปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลเพื่อคลายความเหงา และเข้าถึงสื่อโซเชียลด้วยตัวเองในเวลาที่เกิดความเหงา ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้สื่อโซเชียลด้วยเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อคลายความเหงา ในระดับมาก ตัวแปรเรื่องการคลายความเครียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลเพื่อคลายความเครียด ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อโซเชียลมีเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อคลายความเครียด และสามารถคลายเครียดด้วยสื่อโซเชียลได้แม้ในเวลาที่อยู่คนเดียว ในระดับมาก ตัวแปรเรื่องการสร้างการควบคุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกรับชมเนื้อหาที่หลากหลายของสื่อโซเชียลได้ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ สามารถควบคุมการใช้สื่อโซเชียลแม้ในเวลาที่อยู่คนเดียว ในระดับน้อยที่สุด และสามารถควบคุมการปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลด้วยตัวเอง ในระดับน้อย และตัวแปรเรื่องการสร้างการคืนกลับสมรรถภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงและใช้สื่อโซเชียลด้วยตัวเองเพื่อรู้สึกคืนกลับสมรรถภาพ ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เลือกรับชมเนื้อหาที่หลากหลายของสื่อโซเชียลเพื่อรู้สึกคืนกลับสมรรถภาพ ในระดับมาก และควบคุมการปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลด้วยตัวเพื่อรู้สึกคืนกลับสมรรถภาพ ในระดับปานกลาง ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล

ประเด็นที่	ตัวแปรเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	ตัวแปรเรื่องการวิเคราะห์สื่อ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	การรู้ทันตัวผู้สร้างสื่อ	1.1 ท่านทราบว่าผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียล				282 (68.11%)	
		1.2 ท่านสามารถระบุตัวตนของผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้		301 (72.70%)			
		1.3 ท่านแสดงการมีส่วนร่วมกับผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม				265 (64.00%)	



ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเด็น ที่	ตัวแปรเรื่อง การรู้เท่าทัน สื่อ	ตัวแปรเรื่อง การวิเคราะห์สื่อ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2	การรู้ทันการ ดึงดูดใจ	2.1 ท่านทราบว่ามีการ สร้างการดึงดูดใจแก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ในสื่อโซเชียล		247 (59.66%)			
		2.2 ท่านสามารถระบุกล ยุทธ์การดึงดูดใจของ เนื้อหาที่เกี่ยวกับ การเมืองในสื่อโซเชียล	311 (75.12%)				
		2.3 ท่านตอบสนองต่อ ความดึงดูดใจของเนื้อหา เกี่ยวกับการเมืองในสื่อ โซเชียลได้อย่าง เหมาะสม		304 (73.42%)			
3	การรู้ทัน เนื้อหาสาระ	3.1 ท่านทราบว่ามีการ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การเมืองผ่านสื่อโซเชียล					394 (95.16%)
		3.2 ท่านสามารถ ประเมินคุณค่าและความ น่าเชื่อถือของเนื้อหาที่ เกี่ยวกับการเมืองในสื่อ โซเชียลได้		265 (64.00%)			
		3.3 ท่านแสดงการมีส่วน ร่วมกับเนื้อหาเกี่ยวกับ การเมืองผ่านสื่อโซเชียล ได้อย่างเหมาะสม			289 (69.80%)		

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเด็น ที่	ตัวแปรเรื่อง การรู้เท่าทัน สื่อ	ตัวแปรเรื่อง การวิเคราะห์สื่อ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4	การรู้ทัน ผลประโยชน์	4.1 ท่านทราบว่า มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง ในสื่อโซเชียลอาจนำไปสู่ ผลประโยชน์บางอย่าง		296 (71.49%)			
		4.2 ท่านตระหนักถึง คุณประโยชน์และโทษ ของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมือง ในสื่อโซเชียล			233 (56.28%)		
		4.3 ท่านสามารถใช้ ประโยชน์จากเนื้อหา เกี่ยวกับการเมืองในสื่อ โซเชียลได้อย่าง เหมาะสม			222 (53.62%)		

ตารางที่ 5 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล โดยตัวแปรเรื่องการรู้ทันตัวผู้สร้างสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถระบุตัวตนของผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้ ในระดับน้อย รองลงมาคือ ทราบว่ามีผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียล ในระดับมาก และแสดงการมีส่วนร่วมกับผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ตัวแปรเรื่องการรู้ทันการดึงดูดใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถระบุกลยุทธ์การดึงดูดใจของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล ในระดับน้อยที่สุด รองลงมาคือ ตอบสนองต่อความดึงดูดใจของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม และทราบว่ามีการสร้างการดึงดูดใจแก่เนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล ในระดับน้อย ตามลำดับ ตัวแปรเรื่องการรู้ทันเนื้อหาสาระ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียล ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ แสดงการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม ในระดับปานกลาง และสามารถประเมินคุณค่าและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลได้ ในระดับน้อย ตามลำดับ และตัวแปรเรื่องการรู้ทันผลประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่าเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลอาจนำไปสู่ผลประโยชน์บางอย่าง รองลงมาคือ ตระหนักถึงคุณประโยชน์และโทษของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล และสามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ในส่วนต่อมา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาทำการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้



## สรุปและอภิปรายผล

ประเด็นเรื่องลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 60 – 65 ปี มีสถานภาพสมรส มีจำนวนบุตร 1 – 2 คน มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมปลาย/ปวส. มีอาชีพค้าขาย และมีรายได้ประมาณ 10,000 – 14,999 บาทต่อเดือน จากข้อมูลดังกล่าววิเคราะห์ได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชี้ให้เห็นว่าชาวสารการเมืองน่าจะเป็นที่สนใจของผู้รับสารเพศชายที่มักถือว่าตนมีความเกี่ยวข้องกับกิจการสาธารณะ การเมืองการปกครอง และเรื่องราวนอกครัวเรือนมากกว่า เพศหญิง และการที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาในระดับปานกลางค่อนข้างสูง อาจชี้ให้เห็นว่าเป็นบุคคลที่น่าจะมีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจสังคมในระดับหนึ่ง และสามารถพิจารณาพิจารณาในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้พอสมควร รวมถึงการมีอาชีพค้าขายและมีรายได้ประมาณ 10,000 – 14,999 บาทต่อเดือน ชี้ให้เห็นว่าน่าจะเป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายเรื่องเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองด้วย นอกจากนี้ การที่กลุ่มตัวอย่างมีการมีบุตร 1 – 2 คน ซึ่งโดยทั่วไปน่าจะอยู่ในวัยที่เลี้ยงดูตนเองได้แล้ว น่าจะสะท้อนให้เห็นการมีเวลาว่างและจัดสรรเวลาดังกล่าวเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารทางการเมืองซึ่งเป็นเรื่องของส่วนรวมได้

ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียล พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อโซเชียลจากสถานที่บ้านมากที่สุด สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกเรื่องการเดินทางห่างไกลจากบ้านและการทำกิจกรรมที่น้อยกว่าคนวัยหนุ่มสาว โดยมีการใช้งานสื่อโซเชียลมากที่สุดในช่วงเวลา 12.00 – 15.00 น. มีการใช้งานระหว่าง 16 – 20 ครั้งต่อวัน มีการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งนาน 5 – 10 นาที และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อโซเชียลมานานน้อยกว่า 5 ปี นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อ “ไลน์” (Line) และระบุว่าเป้าหมายของการใช้สื่อโซเชียลคือการใช้งานเพื่อสื่อสารกับ “เครือข่ายทางสังคม” (Social network) มากที่สุด โดยพฤติกรรมการใช้สื่อดังกล่าวอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายที่ค่อนข้างมีอิสระในการแบ่งสรรเวลาเพื่อการใช้งานสื่อโซเชียล โดยการใช้งานส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาบ่าย มีการใช้งานต่อวันค่อนข้างถี่ และมีระยะเวลาใช้งานต่อครั้งค่อนข้างนาน สะท้อนให้เห็นว่าจะยังมีภาระด้านหน้าที่การงานอยู่บ้างแต่ลักษณะของงานไม่ได้กำหนดให้ผู้สูงอายุต้องจดจ่อกับงานตลอดเวลา โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการจัดแบ่งเวลาเพื่อการใช้งานสื่อโซเชียลอยู่ตลอดเวลา หากมีเวลาว่างโดยเฉพาะการใช้งานในเชิงเครือข่ายสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุยังคงติดตามข่าวสารทางสังคมอย่างต่อเนื่องรวมถึงยังต้องการเชื่อมโยงตนเองเข้ากับกลุ่มคนต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันทัต ทองรินทร์ และวิทย์ธร ท่อแก้ว (2559) ที่พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อในเรื่องการรับทราบข้อมูลข่าวสาร การแสวงหาความเบิกบานใจและคลายความเหงา รวมถึงการนำเนื้อหาไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเอง

การศึกษาประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลของผู้สูงอายุ ทำให้สรุปได้ว่านำไปสู่ผลที่ต้องการหลายประการ ประการแรก คือ ช่วยคลายความเหงาของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงสื่อโซเชียลด้วยตัวเองในเวลาที่เกิดความเหงา และสื่อโซเชียลเองก็มีเนื้อหาที่หลากหลายช่วยคลาย



ความเหงาของผู้สูงอายุได้ ประการที่สอง คือ การคลายความเครียด พบว่า การปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลช่วยคลายความเครียดของกลุ่มตัวอย่าง โดยสื่อโซเชียลมีเนื้อหาที่หลากหลายช่วยคลายความเครียดของผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุเอง สามารถคลายเครียดด้วยสื่อโซเชียลได้แม้ในขณะที่อยู่คนเดียว ประการที่สาม คือ การคืนกลับสมรรถภาพ พบว่า การเข้าถึงและใช้สื่อโซเชียลด้วยตัวเอง การเลือกรับชมเนื้อหาที่หลากหลายของสื่อโซเชียล และการควบคุมการปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลด้วยตัวเองทำให้นักกลุ่มตัวอย่างรู้สึกคืนกลับสมรรถภาพ โดยประเด็นนี้พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุของ วรณารถ ดวงอุดม (2555) ที่พบว่า สื่อที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ คือ เนื้อหาที่สะท้อนภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้สูงอายุ และเน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ซึ่งในเรื่องนี้พบว่าช่วยให้กลุ่มตัวอย่างคลายความเหงาและความเครียดได้ รวมถึงงานวิจัยของ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันทัด ทองรินทร์ และวิทยธร ท่อแก้ว (2559) ที่พบว่าผู้ชมที่มีอายุมีความต้องการเนื้อหาจากสื่อที่เชิดชูผู้สูงอายุที่เป็นคนดีของสังคม และเผยแพร่ความรู้ความสามารถของผู้สูงอายุสู่สังคม ซึ่งจะช่วยให้ผู้สูงอายุตระหนักและเห็นความสำคัญของการฟื้นคืนกลับสมรรถภาพของตนเอง อย่างไรก็ตาม การศึกษาประเด็นการสร้างการควบคุม พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มั่นใจว่าตนเองสามารถเลือกรับชมเนื้อหาที่หลากหลายของสื่อโซเชียลได้ ควบคุมการปฏิสัมพันธ์กับสังคมผ่านสื่อโซเชียลด้วยตัวเองได้น้อย และควบคุมการใช้สื่อโซเชียลในขณะที่อยู่คนเดียวได้น้อยมาก สะท้อนให้เห็นว่า แม้สื่อโซเชียลจะตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในหลายด้านแต่การใช้งานดังกล่าวยังต้องอาศัยการควบคุมตนเองที่เหมาะสม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่พบว่าเพิ่งเริ่มใช้สื่อโซเชียลมาไม่นานและยังมี “ช่อง” (Gap) ของเทคโนโลยีอยู่หลายด้านยังแสดงความกังวลหากต้องควบคุมการใช้งานที่หลากหลายและซับซ้อนของสื่อโซเชียลโดยปราศจากความช่วยเหลือจากบุคคลรอบข้าง

สำหรับประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อเฟซบุ๊กเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง โดยเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล สะท้อนให้เห็นว่าสื่อเฟซบุ๊กยังคงเป็นสื่อเครือข่ายสังคมที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างหลากหลายและสามารถเชื่อมโยงผู้รับสารจำนวนเข้าไว้ในเครือข่ายเดียวกัน โดยในเรื่องนี้คือการที่กลุ่มตัวอย่างได้เลือกใช้สื่อเฟซบุ๊ก ในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองเพราะตัวสื่อมีการนำเสนอข้อมูลทางการเมืองที่หลากหลาย และการเชื่อมโยงผู้รับสารก็ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเปิดรับการแสดงความคิดเห็นสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเมืองต่าง ๆ ได้อีกด้วย โดยในส่วนของ การเปิดรับความคิดเห็นทางการเมือง สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหา พบว่า อยู่ในระดับค่อนข้างสูง คือ มีการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในรูปแบบข่าว มีพฤติกรรมโต้ตอบกับเนื้อหาในรูปแบบการอ่าน และให้ความเชื่อถือเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองค่อนข้างมาก และเปิดรับเนื้อหาดังกล่าวผ่านข่าวช่องวันมากที่สุด เรื่องนี้พบว่าสอดคล้องกับ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารเพศชายและมีอายุมาก มักจะให้ความสนใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเมืองมากกว่าความบันเทิงและมักเปิดรับเนื้อหาด้วยสื่อที่ใช้การอ่านเป็นหลัก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศชายและให้ความสนใจต่อเนื้อหาในสื่อเฟซบุ๊กที่ต้องอาศัยการอ่านเพื่อเข้าถึงเนื้อหาดังกล่าว



ในประเด็นสุดท้ายเรื่องการเรียนรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลในระดับปานกลางถึงน้อย ในประเด็นเรื่องการเรียนรู้ทันตัวผู้สร้างสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างทราบว่ามีผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียล แต่ไม่มั่นใจว่าตนได้แสดงการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลหรือไม่ และตนเองยังแทบไม่สามารถระบุตัวตนของผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้ ในประเด็นเรื่องการเรียนรู้ทันการตั้งจุดใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างระบุว่าตนแทบไม่รู้เท่าทันเรื่องนี้เลย โดยระบุว่าตนไม่สามารถระบุกลยุทธ์การตั้งจุดใจของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล ไม่สามารถตอบสนองต่อความตั้งจุดใจของเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม และไม่ทราบว่ามี การสร้างการตั้งจุดใจแก่เนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลด้วย ในประเด็นเรื่องการเรียนรู้ทันเนื้อหาสาระ พบว่า กลุ่มอย่างตระหนักเป็นอย่างดีว่ามีผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียล แต่ยังไม่แน่ใจว่าตนเองแสดงการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองผ่านสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสม และยัง ระบุว่าตนเองยังไม่สามารถประเมินคุณค่าและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล ได้ และในประเด็นเรื่องการเรียนรู้ทันผลประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างแทบไม่ทราบเลยว่าเนื้อหาเกี่ยวกับการ เมืองบางอย่างในสื่อโซเชียลอาจนำไปสู่ผลประโยชน์แก่กลุ่มคนบางกลุ่มได้ และได้แสดงความไม่แน่ใจ ว่าตนเองตระหนักถึงคุณประโยชน์และโทษของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียล และตนเอง สามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อโซเชียลได้อย่างเหมาะสมแล้วหรือไม่

โดยสรุป การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีการรู้เท่าทันเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองในสื่อ โซเชียลในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย โดยยังขาดทักษะในเรื่องการตระหนักรู้ การประเมินค่า และการมี ส่วนร่วม เกี่ยวกับเนื้อหาทางการเมืองที่นำเสนอในสื่อโซเชียล จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างระบุว่าตนเองค่อนข้าง ไม่รู้เท่าทันเนื้อหาดังกล่าว ในเรื่องตัวผู้สร้างสื่อ การตั้งจุดใจ เนื้อหาสาระ และผลประโยชน์ ซึ่งให้เห็นว่า การเปิดรับเนื้อหาทางการเมืองของผู้สูงอายุยังคงต้องอาศัยการดูแล การควบคุม และการชี้แนะที่ เหมาะสมจากบุคคลรอบข้างด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนก่อนหน้าที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้แสดง ความกังวลเกี่ยวกับการควบคุมการใช้สื่อโซเชียลของผู้สูงอายุด้วยตนเอง โดยเรื่องนี้ ศรารุช แสนมี และ คณะ (2564) ได้อธิบายไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งใน ประเด็นที่เกี่ยวกับการเมืองนั้นผู้รับสารควรพิจารณาความเกี่ยวข้องระหว่างสื่อที่ตนเปิดรับกับกลุ่มอำนาจ ทางการเมืองต่าง ๆ ที่อาจอยู่เบื้องหลังเนื้อหาเหล่านั้น โดยผู้รับสารที่รู้เท่าทันต้องรู้จักตั้งคำถามเกี่ยวกับ ผู้ผลิตเนื้อหาสื่อว่าเขาเหล่านั้นเป็นใคร ทำไมจึงเลือกนำเสนอข้อมูลในลักษณะนั้น และการนำเสนอ ดังกล่าวนำไปสู่ผลประโยชน์อันใดแก่ผู้ผลิตเนื้อหาได้บ้าง

กล่าวได้ว่า การศึกษาครั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าแม้ผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มคนในวัยที่ไม่มีเป้าหมายหรือ ภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงานเป็นหลักเช่นคนวัยหนุ่มสาว แต่กลุ่มผู้สูงอายุยังมีความต้องการใช้สื่อโซเชียล เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมในหลายด้าน ได้แก่ การขจัดความเหงา การคลายความเครียด และ การคืนกลับสมรรถภาพ ซึ่งผลจากการใช้งานดังกล่าวพบว่าช่วยให้กลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจและอยาก



พัฒนาการใช้งานของตนเองให้หลากหลายยิ่งขึ้น โดยประโยชน์ของการศึกษาอาจช่วยให้เข้าใจจุดมุ่งหมายในการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ และช่วยเป็นแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องได้ออกแบบเนื้อหาในสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับข้อจำกัดและความต้องการของผู้สูงอายุมากขึ้น โดยเฉพาะประเด็นเรื่อง การเป็นกลุ่มคนที่ขาดความรู้เรื่องเทคโนโลยีและอาจมีอุปสรรคทางกายภาพในเรื่องการสื่อสาร ซึ่งผู้สูงอายุจึงได้แสดงความกังวลเกี่ยวกับทักษะการควบคุมการใช้สื่อโซเชียลของตนเองว่าจะนำไปสู่ผลของการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม แม้การศึกษาครั้งนี้จะชี้ให้เห็นว่าเป็นการขาดแคลนทักษะในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย แต่ก็อาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียผลประโยชน์แก่กลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นผู้รับสารได้เช่นกัน ผู้วิจัยจึงสนับสนุนให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มเติมในอนาคต โดยอาจขยายความสนใจไปสู่เนื้อหาอื่น ๆ เช่น เนื้อหาบันเทิง เนื้อหาโฆษณา หรือเนื้อหาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งความรู้ความเข้าใจที่รอบด้านจะช่วยให้เราสามารถสร้างแนวทางการใช้สื่อที่เหมาะสมและสอดคล้องกับเงื่อนไขในการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุมากที่สุด ดังเช่นที่ Powell M. Lawton (1985) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยด้านความผาสุกด้านจิตใจอันเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตที่สำคัญของคนกลุ่มนี้ ซึ่งคุณภาพชีวิตด้านการสื่อสารที่ดีถือเป็นกุญแจสำคัญต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในปัจจุบันให้มีความยั่งยืนและอยู่อย่างมีความสุขนั่นเอง

### เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กันตพล บันทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ (นศ.ม.). สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กันยรัตน์ สมเกตู. (2555). *Social Network*. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2565 จาก <http://www.thaigoodview.com/library/contest2553/type1/tech03/26/sort.html>.
- คันธริรา ฉายาวงศ์. (2564). แนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*. ปีที่ 6, ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย. 2564), หน้า 97-107.
- จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันทิต ทองรินทร์ และวิทยาธร ท่อแก้ว. (2559). การพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2559).
- จุฑารัตน์ แสงทอง. (2560). สังคมผู้สูงอายุ (อย่างสมบูรณ์): ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพ. *วารสารรัฐสมิแล*. 38(1), 6-28
- ฉัตรพงศ์ ชูแสงนิล. (2565). *การใช้เทคโนโลยีอย่างรู้เท่าทัน*. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2565 จาก <https://www.scimath.org/article-technology/item/11534-2020-05-01-03-32-41>
- ฉันทวิช วิเชียรพันธ์. (2557). *สื่อดิจิทัลในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.



- ธัญวัฒน์ กาบคำ. (2553). *สังคมออนไลน์ (Social Media) คืออะไร*. สืบค้นจาก <https://krunum.wordpress.com/010/06/02/social-network/>.
- ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2562). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ ของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. ฉบับที่ 42 (2) กรกฎาคม - ธันวาคม 2562, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2552). การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร Media Literacy Keeping Pace with Information Age. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 117-123.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). *ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ : คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ*. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.
- พิมพ์สุรีย์ พงษ์เสื่อ. (2555). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. แขนงวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภัชภา จิตศรีณยุกุล. (2553). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของพนักงานบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพฯ.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534. *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณารด ดวงอุดม, (2555). การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดแพร่. *วารสารจันทร์เกษมสาร*. ปี ที่ 18 ฉบับที่ 34 มกราคม – มิถุนายน 2555.
- ศรารุช แสนมี และคณะ. (2564). *รู้ฤทธิ์ รู้ทันสื่อ*. บริษัท คอมพรีนธ์ ซัพพลาย จำกัด. กรุงเทพฯ.
- ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์. (2543). *ประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Anja K. Leist. (2013). *Social media use of older adults: a mini-review*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565 จาก <https://www.karger.com/article/fulltext/346818>
- Powell M. Lawton. (1985). *Aging and Performance of Home Tasks*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565 จาก <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001872089003200503>