

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ SOCIAL MEDIA LITERACY AMONG THE ELDERLY

ชัชชญา เรืองยศ¹ และ แอนนา จุมพลเสถียร²

Chatchaya Rueangyot³ and Anna Choompolsathien⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษา พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลเป็นเพศชาย 150 คนและเพศหญิง 150 คนรวมทั้งสิ้นจำนวน 300 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

³ Master's Student, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

⁴ Assoc.Prof.Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

มีบัญชีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์รวมถึงมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ผู้สูงวัยนิยมใช้บ่อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยมีเหตุผลในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก ทั้งยังพบว่า ผู้สูงวัยที่มีเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความถนัดในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีการใช้งานมากกว่า และ ผู้ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จะมีใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยจะมีความบ่อยครั้งในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่ต่างกัน นอกจากนี้ยัง พบว่า ผู้สูงวัยทั้งเพศหญิงและชายส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่อ แต่จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันอยู่ 2 ด้าน คือ ด้านการประเมินค่าสื่อ ด้านการผลิตและสร้างสรรค์ ซึ่งเพศหญิงจะประเมินค่าสื่อ รู้ถึงการผลิตและสร้างสรรค์ มากกว่าเพศชาย ส่วนระดับการศึกษาผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้านการเข้าถึงข้อมูลมากกว่าผู้สูงวัย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ นอกจากนี้ยังพบว่า ความบ่อยครั้งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กันทางบวก แม้ว่าจะอยู่ในค่าที่บวก แต่ผลยังใกล้เคียงกับระดับปานกลาง จึงทำให้ไม่สามารถวางใจได้ว่าผู้สูงวัยมีการรู้เท่าทันสื่อมากนักน้อยเพียงใด ซึ่งผู้สูงวัยที่มีความถนัดการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาก ก็จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมมาก และผู้สูงวัยที่มีความถนัดการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อย ก็จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมน้อยขึ้นอยู่กับความถี่ของการใช้งาน

คำสำคัญ : ผู้สูงวัย/ การรู้เท่าทันสื่อ/ สื่อสังคมออนไลน์/ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

The research on “Social Media Literacy among Older Adults” aimed to 1) study social media use behavior and social media literacy among older adults, 2) study differences between demographic characteristics and social media use among older adults, 3) study differences between demographic characteristics and social media literacy among older adults, and 4) study relationship between social media use behavior and social media literacy among older adults. The study was conducted using a survey quantitative research design. Data were collected from 150 men and 150 women, a total of 300 persons, at the age of 60 years and above who have and regularly use social media accounts. The study results indicated that LINE was the most frequently used application among older adults (mean = 4.21). The main reason for using social media was to learn about news and information. The study found that older adults with different genders and levels of education had different frequency of social media use. Women used social media more than men. Older adults whose levels of education are a bachelor’s degree or higher used social media more than those whose

levels of education were lower than a bachelor's degree but frequency of social media use was not different. Besides, it was found that most female and male older adults had media literacy but they had 2 different aspects of social media literacy, namely, evaluation of media value on production and creativity. Female older adults evaluated media value on production and creativity more than male older adults. As for levels of education of older adults, those who completed their study with a bachelor's degree or higher had more social media literacy on information access than those who completed their study lower than a bachelor's degree. In addition, frequency of social media use had positive relationship. Though the value was positive but closed to a moderate level; therefore, it cannot be trusted how much older adults are social media literate. Older adults who had high frequency of social media use would overall have high social media literacy and older adults who had low frequency of social media use would overall have low social media literacy, depending on frequency of social media use.

Keywords: Older adults/media literacy/social media/social media use behavior.

ที่มาและความสำคัญ

สภาวะของสังคมตอนนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงเรื่องของปัจจัยทั้งภายในและปัจจัยภายนอกครอบครัว ผู้สูงวัยหลายท่านอยู่ไกลจากบุตรหลานมากขึ้น เพราะในบางครอบครัวบุตรหลานได้ไปศึกษาต่อในต่างจังหวัด ตลอดจนเดินทางไปทำงานต่างที่ต่างถิ่น จึงส่งผลให้ผู้สูงวัยจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสาร คือมีการใช้เครือข่ายของสังคมออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้ติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ ผู้สูงวัยจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการสื่อสาร รวมถึงเปิดรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ด้วยโลกออนไลน์ที่มีความเปิดกว้างของข้อมูลข่าวสาร ทำให้ทุกคนสามารถรับสื่อต่าง ๆ ได้ผ่านหลากหลายช่องทาง ทั้งบทความตัวหนังสือ ภาพเสียงต่าง ๆ บนเว็บไซต์ ซึ่งเมื่อหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นมาแล้ว การส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้กับบุคคลอื่นในกลุ่มของคนรู้จัก จึงอาศัยช่องทางออนไลน์เป็นตัวกลางสำหรับกระจายข้อมูลข่าวสาร

ผลการสำรวจพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนปี 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้กล่าวไว้ว่า ผู้สูงวัยในประเทศไทยกว่า 75% ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยไม่รู้เท่าทันสื่อและสื่อที่คนสูงวัยมักจะใช้งานกันมาก ได้แก่ โลกออนไลน์ สูงถึง 52% สถิตินี้แสดงให้เห็นว่า แอปพลิเคชันไลน์ ถูกใช้งานมากที่สุดรวมถึงผู้สูงวัยส่วนใหญ่ จะสื่อสารผ่านช่องทางนี้เป็นหลัก ยิ่งเฉพาะกับผู้สูงวัยเพศหญิงที่มักจะตกเป็นเหยื่อในการโดนหลอกสูง และยังพบอีกว่าผู้สูงวัยเป็นกลุ่มที่มักเผยแพร่ข่าวปลอมหรือข่าวบิดเบือนจากความเป็นจริง ส่วนปัญหาที่สำคัญนั้นจะเป็นเรื่องการใช้สื่อของผู้สูงวัย ที่มักจะหลงเชื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ อาทิ อาหารเสริมบำรุงสุขภาพ หรือ เชื่อข้อมูลจาก

คนที่บอกต่อ ๆ กันโดยไม่ได้มีการกลั่นกรอง ไม่อ่านจนจบ หรือขาดทักษะในเรื่องของการรับส่งข้อมูล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) ด้วยสถิติและพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปพบว่า ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ช่วงวัย 60 ขึ้นไป มีแนวโน้มในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารมากที่สุดบนสังคมออนไลน์ ส่วนกลุ่มอายุ 18-20 ปี มีเพียง 3% เท่านั้น และมากกว่ากลุ่มคนวัย 45-65 ปี ซึ่งเมื่อเทียบแล้วสูงวัยส่งต่อข้อมูลข่าวสารมากกว่ากลุ่มวัย 18-29 ปี มากถึง 7 เท่า (สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2562, “งานวิจัยพบคนสูงวัยแชร์ข่าวปลอมสูงกว่าวัยรุ่น 7 เท่า”) ขณะที่การรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่าง ๆ นั้น ในบางครั้งมีข่าวปลอมปนอยู่ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ไม่มีความจริงและมักจะส่งต่อกันในสังคมออนไลน์ จนบางครั้งกลายเป็นความรุนแรงที่ทำให้เกิดการกลั่นแกล้งกันทางโลกไซเบอร์หรือรวมไปถึงเป็นเครื่องมือก่อให้เกิดการสร้างความเกลียดชังได้

ทั้งนี้ผู้สูงวัยโดยส่วนใหญ่ยังขาดทักษะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการรับรู้ข่าวสาร อย่างไม่รู้เท่าทัน ทำให้ส่งต่อภาพและข้อมูลโดยไม่ได้มีการตรวจสอบหรือกลั่นกรองก่อน ไม่เพียงเท่านั้นพบว่าสื่อที่ผู้สูงวัยใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 “ไลน์” เนื่องจากใช้ได้ง่าย เมื่อชื่นชอบในเนื้อหา ก็มักจะใช้การส่งสติ๊กเกอร์แทนคำพูด ซึ่งสะดวกกว่าการพิมพ์ข้อความ อันดับที่ 2 เป็น “โทรศัพท์” เพราะเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีอิทธิพลต่อผู้สูงวัยและเชื่อถือได้ ผู้สูงวัยร้อยละ 61 จึงเปิดโทรศัพท์ทิ้งไว้โดยไม่ทำการเปลี่ยนช่อง และเปิดไว้เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา และอันดับที่ 3 “เฟซบุ๊ก” ผู้สูงวัยมักมองว่ามีการใช้งานยากกว่าไลน์ เวลาจะส่งต่อข้อมูลให้ผู้อื่น ก็ไม่แน่ใจว่าจะกดปุ่มไหน

ต้องกดอยู่หลายรอบไม่พอดังฟังจากคนอื่นให้ช่วยสอนในการใช้งานอีกหลายครั้ง (College of Management, 2018)

ผู้สูงวัยมักจะแสวงหาข่าวสาร ติดตามข่าวสารจากแหล่งที่มีความสอดคล้องกับความเชื่อของตนเองหรือความคิดเห็นของตนที่มีอยู่แต่เดิม นั่นเป็นที่น่ากังวลว่าการรับข้อมูลในสังคมออนไลน์โดยเฉพาะสังคมออนไลน์ที่สนับสนุนความคิดหรือความเชื่อของตนเองนั้น จะส่งผลทำให้รับข้อมูลข่าวสารอย่างจำกัด เทียนทิพย์ เดียวก็ (2563) ในเมื่อข้อมูลที่รับมานั้นเป็นข้อมูลเพียงด้านเดียว หรือเป็นข้อมูลบิดเบือนไปจากความจริง ที่กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อายุมากกว่า 60 ปี มักหลงเชื่อ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนั้นสังคมออนไลน์ จึงกลายเป็นดาบสองคม ที่ผู้สูงวัยต้องรู้จักเลือกรับสื่อและรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้ควรเน้นให้ ผู้สูงวัยสามารถคิดวิเคราะห์ ถิ่นกรองข้อมูลข่าวสาร พิจารณาได้เองว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด ตามองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ อุษา บิ๊กกินส์ (2555) ซึ่งประกอบไปด้วย 1. การเข้าถึงทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการอ่านข้อมูลจากสื่อที่ได้รับมา พร้อมทั้งวิเคราะห์ก่อนด้วยความถี่ถ้วน 2. การวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจแยกแยะเนื้อหาด้วยว่าจะเกิดผลเสียอะไรบ้างกับสังคมและตนเอง 3. การประเมินคุณค่าของสื่อ คือตรวจสอบ วิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่ผู้ใช้งานเองต้องประเมินเนื้อหาได้ว่ามีประโยชน์อะไรต่อผู้รับสารหรือไม่ รวมถึงเรื่องจรรยาบรรณต่าง ๆ 4. การผลิตและสร้างสรรค์สื่อเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อ พัฒนาในเรื่องของทักษะการสร้างสรรค์สื่อ ในรูปแบบที่ตนเองทำขึ้นมาอย่างสร้างสรรค์ เช่น ภาพถ่าย คำพูดเหมาะสมในการแสดงความคิดเห็น ควรที่จะต้องมีองค์ความรู้เหล่านี้ก่อนปฏิบัติหรือส่งต่อให้บุคคลอื่น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบตามมา ซึ่งหากส่งต่อข้อมูล

ข่าวสารปลอมออกไป นอกจากสะท้อนให้เห็นถึงการขาดความตระหนักต่อตนเองและบุคคลอื่นแล้วยังส่งผลในแง่ของการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอีกด้วย หากไม่มีการพิจารณาความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา ก็จะทำให้ผู้ส่งวัยเองเกิดความเข้าใจผิด จนนำไปสู่การกระทำผิดจนส่งผลกระทบต่อตนเองหรืออาจถูกเอาผิดเอาเปรียบได้ (สิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์, นันทิยา ดวงภุมเมศ และขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์, 2563)

จะเห็นได้ว่าปัจจุบันประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของกลุ่มคนสูงวัยอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเป็นสังคมของคนสูงวัย การอยู่เข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารและสื่อใหม่ ทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประชากรคนสูงวัยไปแล้ว ตลอดจนคนสูงวัยเป็นช่วงวัยที่มีเวลามากขึ้น เนื่องจากว่างงาน เลือเลือกที่จะเสพสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการดูทีวีออนไลน์ เล่นไลน์ หรือการใช้เฟซบุ๊ก ทำให้เสี่ยงถูกหลอกได้ง่ายมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นนี้ ผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของ “การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย” ซึ่งเห็นว่าผู้สูงวัยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนนั้น อาจส่งผลให้ผู้สูงวัย ส่งต่อข้อมูลข่าวสาร โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือหากตัวผู้สูงวัยเอง ไม่ให้ความสนใจ ก็อาจก่อให้เกิดการกระทำผิดในเรื่องของพ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ไม่จะเป็นการแสดงความเห็น การส่งต่อข่าวปลอมและการรู้ไม่เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย โดยหวังว่าผลการวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการรับรู้ข่าวสารและทำให้ผู้สูงวัยตระหนักถึงผลกระทบที่จะตามมา ก่อนการส่งข้อมูลออกไปบนโลกออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงวัย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงวัย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงวัย

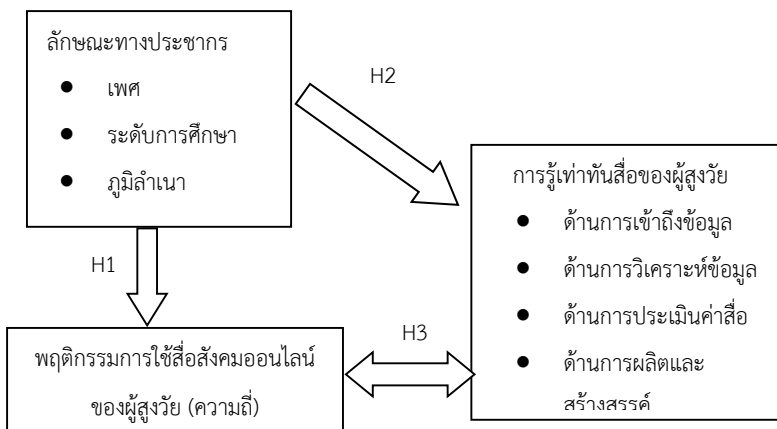
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้สูงวัยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้สูงวัยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย

กรอบแนวคิด



วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยการหาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันโปรดักต์โมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการกำหนดสัดส่วนโควตา (Quota Sampling) และแบบอาสาสมัคร (Voluntary Sampling) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็นกลุ่มผู้สูงวัยที่มีเพศหญิง

จำนวน 150 คน และเพศชายจำนวน 150 คน อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้นจำนวน 300 คน และจะต้องมีบัญชีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ ในการเก็บข้อมูลจะมีคำถาม คัดกรองสำหรับกลุ่มตัวอย่างและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ ผ่านทางไลน์ หรือ เฟซบุ๊ก ระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2564

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย พบว่า ผู้สูงวัยมีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด มีบัญชีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียรวมถึงมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ จำนวน 300 คน โดยผลจากการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของผู้สูงวัย พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากร

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรโดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนเท่ากัน มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 44.0 รองลงมาคือ ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 39.7 และ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 16.3 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด มีค่าเฉลี่ย 70.7 อยู่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีค่าเฉลี่ย 29.3

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ระยะเวลามากกว่า 6 ปี มีค่าเฉลี่ย 48.7 อยู่ในระดับระดับมาก ซึ่งหมายความว่ามีการใช้งานมานาน และการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยส่วนใหญ่จะมีการใช้งานน้อยกว่า 3 ชั่วโมง/วัน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 50.0 รองลงมาคือ ระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง/วัน มีค่าเฉลี่ย 34.0 ระยะเวลา 5-6 ชั่วโมง/วัน มีค่าเฉลี่ย 13.3 และน้อยที่สุดคือระยะเวลามากกว่า 7 ชั่วโมง/วัน มีค่าเฉลี่ย 2.7 ทั้งนี้การใช้ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ (ความถี่) ของผู้สูงวัยใช้งานแอปพลิเคชันไลน์บ่อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย 3.33 ยูทูบ มีค่าเฉลี่ย 3.28 อินสตาแกรม มีค่าเฉลี่ย 1.56 และ ทวิตเตอร์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 1.52 ส่วนช่วงเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย จะอยู่ในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 53.3 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. มีค่าเฉลี่ย 28.3 ช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มีค่าเฉลี่ย 14.7 และช่วงเวลา 00.01-06.00 น. น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7 โดยอุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะใช้สมาร์ทโฟนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 87.0 วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 28.1 รองลงมาคือ เพื่อส่งต่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับเพื่อนและครอบครัว มีค่าเฉลี่ย 26.5 เพื่อความบันเทิงคลายเหงา มีค่าเฉลี่ย 23.9 และ เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 21.5

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย

จากการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย ผลการวิจัยการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงวัยทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีความบ่อยครั้งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในด้านการประเมินค่าสื่อมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการผลิตและสร้างสรรค์ ถัดมาคือ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล และด้านการเข้าถึงข้อมูลน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาลักษณะการใช้งานในแต่ละด้าน จะเห็นได้ว่า

ด้านการเข้าถึงข้อมูล กลุ่มตัวอย่างมีการกระทำบ่อยครั้งในประเด็นของการหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จากหลากหลายช่องทาง โดยไม่เชื่อถือจากแหล่งข้อมูลเดียว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.58 หมายถึง มีการกระทำบ่อย รองลงมาคือประเด็น เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์จะไม่เชื่อตามในทันที มีค่าเฉลี่ย 3.49 และ มีการรู้แหล่งที่มาอย่างแน่ชัดในการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.21

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างมีการกระทำบ่อยครั้งในประเด็นของการตระหนักถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้อยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายเสมอ โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.89 หมายถึง มีการกระทำบ่อย รองลงมาคือ มักจะเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายๆ แหล่ง ทั้งจากสื่อออนไลน์และจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ อยู่เสมอ กับประเด็นที่จะไม่ส่งต่อหรือโพสต์ ข้อความ รูปภาพ รวมถึงคลิปวิดีโอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หากยังไม่แน่ใจความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.72 เท่ากัน และสุดท้าย ประเด็นของการตรวจสอบภาพ/วิดีโอจากสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอมามีการติดต่อหรือไม่ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.26

ด้านการประเมินค่าสื่อ กลุ่มตัวอย่างมีการกระทำบ่อยครั้งในประเด็นของมีความสามารถประเมินข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ว่ามีคุณค่าทางศีลธรรมและจรรยาบรรณ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.86 รองลงมาคือประเด็นของความสามารถประเมินข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ว่ามีคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.82

ด้านการผลิตและสร้างสรรค์ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่การกระทำในประเด็น ท่านใช้ภาษาหรือคำพูดที่สุภาพและเหมาะสมในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.07 หมายถึง มีการกระทำบ่อย รองลงมาคือประเด็น ท่านใช้ภาพหรือสื่ออื่นๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกดีในการสื่อสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น เพลง หรือ ภาพถ่าย มีค่าเฉลี่ย 3. และประเด็นที่สามารถช่วยหรือมีส่วนร่วม ในการแก้ไขข้อมูลเท็จที่แพร่กระจายในสื่อสังคมออนไลน์ได้ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 3.42

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ผู้สูงวัยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้สูงวัยที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความบ่อยครั้งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีการใช้งานมากกว่า เนื่องจากลักษณะนิสัยทางเพศ ที่ไม่เหมือนกัน จึงทำให้มีการใช้งานต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการเปิดรับและการใช้ประโยชน์สื่อใหม่ของนักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนดุสิตของ สราวุธ ชมบัวทอง (2547) ที่ระบุว่า การรับสารของบุคคลแตกต่างกันในด้านเพศทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของการ เปิดรับสาร

และใช้ประโยชน์จากสื่อและข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาสูงจะใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และยังพบว่า ยิ่งมีความรู้สูงก็就会有ความบ่อยครั้งในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มาก เนื่องจากสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรของ กาญจนา แก้วเทพ (2541) ที่ว่าสิ่งที่ทำให้บุคคลนั้น เกิดแนวคิด และการกระทำต่าง่นั้น บุคคลที่เรียนมาในระดับสูงมักได้เปรียบกว่า ในด้านของการเป็นผู้รับข้อมูลได้มากกว่า ซึ่งแน่นอนว่าบุคคลที่ได้รับการศึกษาสูงจะสามารถรับรู้ข้อมูลสารได้ลึกซึ้งกว่าผู้ที่จบในระดับต่ำ และสอดคล้องกับสื่อการสอนเรื่อง การศึกษามีความสำคัญมหาศาลเพียงใดต่อประเทศชาติ (2560) เรื่อง ความสำคัญของการศึกษา ที่ระบุว่า การศึกษาส่งผลให้เกิดความรู้ ความรู้นั้นสามารถนำมาใช้พัฒนาคนให้มีความสามารถมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ และ ภูมิปัญญาของผู้สูงวัยที่แตกต่างกัน จะมีความบ่อยครั้งในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ไม่ต่างกัน ด้วยในยุคสมัยที่เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทกับคนในสังคมอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ในแต่ละพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพมหานคร หรือ ต่างจังหวัด จากที่เห็นได้ส่วนใหญ่อีกสามารถที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้เท่า ๆ กัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้สูงวัยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ภาพรวมไม่แตกต่างกันแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้สูงวัยที่มีเพศแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ผู้สูงวัยที่มีเพศแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพไม่รวมแตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ผู้สูงวัยทั้งเพศหญิงและชายส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่อ แต่จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันอยู่ 2 ด้าน คือ ด้านการประเมิน

คำสือ ด้านการผลิตและสร้างสรรค์ ซึ่งเพศหญิงจะประเมินคำสือ รู้ถึง การผลิตและสร้างสรรค์ ซึ่งการประเมินคำสือผู้หญิงจะมีความ ละเอียดอ่อนกว่าและในเรื่องการสร้างสรรคในภาษา คำพูด เพศหญิงจะ มีความสามารถอธิบายสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมมากกว่าเพศชาย ส่วนในด้านของการให้ข้อมูล และความละเอียดในการอธิบาย ใกล้เคียง กับงานวิจัยเรื่อง Are There Differences between the Brains of Males and Females ของ Sabbatini (2007) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เพศ หญิงมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกว่าเพศชาย มีการแสดงออกทางอารมณ์ได้ดี เข้าใจรายละเอียดในเรื่องต่าง ๆ และ มีความสามารถในทางภาษา มากกว่าเพศชาย ส่วนระดับการศึกษาผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเข้าถึงข้อมูลมากกว่าผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญา ตรี ทั้งนี้ภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดก็สามารถรับรู้ ข่าวสารได้รวดเร็วเท่ากัน ซึ่งภูมิลำเนาจึงไม่ได้เป็นข้อจำกัดในการรู้เท่า ทนสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สามารถอธิบายได้ว่า ความ บ่อยครั้งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง คือ เมื่อมีการรู้เท่าทันสื่อเป็นไปใน ทางบวก จะทำให้มีพฤติกรรมในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น อธิบายได้ว่า ผู้สูงวัยที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อย จะมีการรู้เท่า ทนสื่อสังคมออนไลน์มาก และ ผู้สูงวัยที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่บ่อย จะ มีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์น้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Digital

Literacy ที่ว่าหากเรามีความเข้าใจและ ใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ สิ่งเหล่านี้จะเป็นทักษะที่ทำให้เกิดการเข้าใจถึงรูปแบบในการตรวจสอบ สื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด News Literacy เรื่องของการ รู้เท่าทันข่าว คือการที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อตรวจสอบ ประเมินความน่าเชื่อถือ ของข่าวสารและข้อมูลได้ หรือ ให้อ่านข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือจริงหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะ อยู่ในค่าที่บวก แต่ผลยังใกล้เคียงกับระดับปานกลาง จึงทำให้ไม่สามารถ วางใจได้ว่าผู้สูงวัยมีการรู้เท่าทันสื่อมากนักน้อยเพียงใดซึ่งในภาพรวมขึ้นอยู่กับความถี่ของการใช้งานของแต่ละบุคคล

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้สูงวัยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ผู้สูงวัยที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($t = -2.567$, Sig. < 0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($F = 14.848$, Sig. < 0.001)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ผู้สูงวัยที่มี ภูมิำเนาแตกต่างกันจะมีความถี่การใช้สื่อ สังคมออนไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้สูงวัยที่มีลักษณะทาง ประชากร แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อ สังคมออนไลน์แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่าง กัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 เพศที่ แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ในด้านการเข้าถึงข้อมูลไม่ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 เพศที่ แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคม ออนไลน์ในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 เพศที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการประเมินค่าสื่อแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($t = -2.694$, Sig. < 0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 เพศที่แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการผลิตและสร้างสรรค์สื่อแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($t = -4.849$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($F = 42.767$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.1 ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการเข้าถึงข้อมูลไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($F = 19.146$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.2 ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลไม่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($F = 44.040$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.3 ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการประเมินค่าสื่อแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($F = 21.353$, Sig. < 0.001)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.4 ผู้สูงวัยที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการผลิตและสร้างสรรค์แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน ($F = 25.648$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ผู้สูงวัยที่มีภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.1 ผู้สูงวัยที่มีภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการเข้าถึงข้อมูลไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.2 ผู้สูงวัยที่มีภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.3 ผู้สูงวัยที่มีภูมิสำเนาแตกต่างกันจะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการประเมินค่าสื่อแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.4 ผู้สูงวัยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการผลิตและสร้างสรรค์สื่อแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 3

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.492$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการเข้าถึงข้อมูล ของผู้สูงวัย	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.460$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ในด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ของผู้สูงวัย	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.436$, Sig. < 0.001)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการประเมินค่าสื่อของผู้สูงวัย	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.410$, Sig. < 0.001)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการผลิตและสร้างสรรค์สื่อของผู้สูงวัย	ยอมรับสมมติฐาน ($r = 0.471$, Sig. < 0.001)

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงวัยจะใช้แอปพลิเคชันไลน์มากที่สุด ดังนั้น ในส่วนของผู้ดูแลผู้สูงวัย ควรมีการแนะนำถึงวิธีการใช้งาน วิธีการเลือกข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยในแอปพลิเคชันไลน์

2. จากการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่แล้ว เพียงแต่ทางผู้ดูแลผู้สูงวัยควรแนะนำเรื่องของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ให้เพิ่มขึ้น เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงวัยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเตือนให้ระมัดระวังข้อความต่าง ๆ หรือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้มากขึ้น ควรแนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชัน

ชั้น และข้อควรระวังในการใช้งานด้วยว่ามีวิธีสังเกตอย่างไร หากไม่มั่นใจในข้อมูลควรศึกษาเปรียบเทียบจาก ช่องทางใดได้บ้าง ก่อนจะส่งต่อออกไปบนสังคมออนไลน์ หรือ ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่จะตามมาต่อตนเองและสังคมอย่างไร เพื่อให้ผู้สูงวัยเกิดความตระหนกอยู่เสมอ

3. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย พบว่า มีความสัมพันธ์กันทางบวก แม้ว่าจะอยู่ในค่าที่บวก แต่ผลยังใกล้กับระดับปานกลาง จึงทำให้ไม่สามารถวางใจได้ว่าผู้สูงวัยมีการรู้เท่าทันสื่อมากนักเพียงใด ซึ่งผู้สูงวัยที่มีความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์มาก จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมมาก และผู้สูงวัยที่มีความถี่การใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อย จะมีการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมน้อยขึ้นอยู่กับความถี่ของการใช้งาน ดังนั้น บุตรหลานหรือครอบครัวควรต้องให้คำแนะนำอย่างเหมาะสมกับการใช้งาน เพื่อที่จะให้ผู้สูงวัยไม่ติดติดในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป แต่หากมองอีกด้านว่าผู้สูงวัยเหล่านี้ เป็นบุคคลที่เปิดกว้างในเรื่องของข้อมูลข่าวสาร และส่วนใหญ่มีเหตุผล หากมีการใช้งานสื่อที่เหมาะสมก็จะเกิดการยอมรับได้ อีกนัยหนึ่งผู้สูงวัยที่มีพฤติกรรมดังกล่าวมักจะคิดว่าตนเองมีสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ในการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร หากเราสามารถดึงศักยภาพของผู้สูงวัยเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ก็จะส่งผลดีต่อเราด้วย เช่น การเปิดโอกาสให้ผู้สูงวัยได้แสดงความคิดเห็นในสิ่งที่เราอยากรู้อยากทราบ ผู้สูงวัยอาจจะมีความเห็นที่ดีให้แก่เราได้ เนื่องจากอาจจะมีประสบการณ์ในเรื่องเหล่านั้นมาก่อน ทำให้เราได้เห็นอีกมุมมองที่มากขึ้นได้

4. การศึกษาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่อ แต่อยากแนะนำให้มีการเพิ่มเติมเจาะลึกศึกษาเป็นวิจัยคุณภาพเรื่องของการพิจารณาตรวจสอบ หรือวิพากษ์วิจารณ์ความถูกต้องว่าผู้สูงวัยมีการตรวจสอบกันเองกับกลุ่มเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆก่อนส่งต่อหรือไม่โดยเฉพาะในกลุ่มระดับปริญญาตรีขึ้นไป เนื่องจากการตรวจสอบข้อมูลถือว่าเป็นอีกหนึ่งกระบวนการของการรู้เท่าทันสื่อ รวมไปถึงศึกษาว่าเนื้อหาที่ผู้สูงวัยสนใจเป็นความรู้ข้อมูลในลักษณะใดแบบไหน เช่น เรื่องสังคม ศาสนา การเมือง เพื่อให้เรื่องที่จะศึกษามีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้นได้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทาง*

การศึกษา. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

จิรเมธ ประเสริฐสุข (ม.ป.ป.). *Digital Literacy กับสังคมผู้สูงอายุ*.

จาก <https://www.depa.or.th/en/article-view/digital-literacy>

เทียนทิพย์ เดียวกี. (2563). *วัยเก๋าสร้างสุข สุขคิดก่อนแซท*. จาก

http://healthydee.moph.go.th/view_article.php?id=1089

แผนผลการสำรวจจำนวนนักเรียนที่ใช้InstagramและLine ชั้นม. 5/2 ปี

การศึกษา2560. (2561).

มารู้จักข้อดีข้อเสียของการใช้ InstagramและLineกันดีกว่านะคะ. จาก

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=201528120585083&id=200725647331997&comment_id=202010837203478

สรานนท์ อินทนนท์. (2562). *รู้เท่าทันข่าว (News Literacy)*.

กรุงเทพฯ: บริษัท วอล์ค ออน คลาวด์ จำกัด.

สรารัฐ ชมบัวทอง. (2547). *การเปิดรับและการใช้ประโยชน์สื่อใหม่ของ*

นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

(2560). *การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2560*. จาก

- http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2560/FullReportICT_60.pdf
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2562). *งานวิจัยพบคนสูงวัยแชร์ข่าวปลอมสูงกว่าวัยรุ่น 7 เท่า*. จาก <https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article/งานวิจัยพบคนสูงวัยแชร์ข่าวปลอมสูงกว่าวัยรุ่น-7-เท่า>
- สิรินทร พิบูลภาณุวัธน์, นันทิยา ดวงภุมเมศ และขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์. (2563). สูงวัยไม่เสปสสื่ออย่างสุ่มเสี่ยง: การสร้างนักสื่อสารสุขภาพสูงอายุที่รู้เท่าทันสื่อ. *Journal of Business, Economics and Communications*, 15(3). 174 - 191.
- อุษา บิ๊กกินส์. (2555). *การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ*. วารสารสุทธิปริทัศน์, 26(80), 147-161.
- EDUCATION CENTER. (2560). *มาดูกันว่า การศึกษามีความสำคัญมหาศาลเพียงใดทั้งต่อตนเองและประเทศชาติ*. จาก <https://www.educatorroundtable.org/2-2/>

ภาษาต่างประเทศ

- College of Management. (2018). *AWUSO Society 4.0*. In *Awuso Insight Seminar*. from <http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/9-college-news /540awuso-society-4-0>.
- Sabbatini, R. M. (2007). Are there differences between the brains of males and females. *Brain & Mind Online Magazine*, 12(11).