

แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพ การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพหุคูณพลัง ของผู้สูงอายุไทย

GUIDELINES TO PROMOTE AND DISSEMINATE THE POTENTIAL
OF USING DIGITAL MEDIA FOR THE ACTIVE AGING
OF THAI SENIOR CITIZENS



มัทนา ภาคสุวรรณ* และนภาพรณ อาชาเพชร
Mantana pharksuwan* and Napawan archaphet

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Faculty of Information and Communication, Maejo University

*Corresponding email: mantanadc@gmail.com



แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพ
การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุไทย
GUIDELINES TO PROMOTE AND DISSEMINATE THE POTENTIAL OF
USING DIGITAL MEDIA FOR THE ACTIVE AGING OF THAI SENIOR CITIZENS

มันทนา ภาคสุวรรณ* และนภาพรณ อาชาเพชร

Mantana pharksuwan* and Napawan archaphet

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Faculty of Information and Communication, Maejo University

*Corresponding email: mantanadc@gmail.com

Receives: 16 July 2024, Revised: 13 September 2024, Accepted: 24 September 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การเข้าถึงและความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ และ 2. การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพลพลังของผู้สูงอายุ และ 3. แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงเป็นผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 3 คนที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) มีการใช้สื่อดิจิทัลสื่อใดสื่อหนึ่ง เพื่อสร้างภาวะพลพลังด้านใดด้านหนึ่ง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว 2. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และ 3. ด้านการสร้างงานสร้างรายได้ โดยมีผู้ติดตามในสื่อดิจิทัลสื่อใดสื่อหนึ่งอย่างน้อย 5,000 คนขึ้นไป และผู้ให้ข้อมูลหลักต้องเป็นผู้ได้รับรางวัลหรือการยกย่องเชิดชูเกียรติในระดับประเทศขึ้นไป

ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุเข้าถึงการใช้อุปกรณ์และโซเชียลมีเดียได้ โดยเรียนรู้การใช้งานจากลูกหลาน หน่วยงานรัฐ หลักสูตรออนไลน์ และศึกษาด้วยตนเอง แรงจูงใจในการผลิตคลิปวิดีโอเกิดจากลูกที่ต้องการให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมทำ ความต้องการสร้างประโยชน์ให้คนในสังคม ฯลฯ ซึ่งเนื้อหาที่ผลิตมาจากความรู้ ประสบการณ์ ความถนัด และความเป็นตัวตน ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองส่งผลต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว การมีส่วนร่วมในสังคมและสร้างรายได้

ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุไทย โดย 1. ทักษะคิด ความรู้ ประสบการณ์ และความเป็นตัวตนของผู้สูงอายุเป็นต้นทุนที่สร้างภาวะพลพลัง 2. การเชื่อมประสานของคนในครอบครัว 3. การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ และ 4. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ, สื่อดิจิทัล, พลพลัง



Abstract

This research aimed to study 1. the accessibility and proficiency in using digital media among senior citizens, 2. the use of digital media to foster active aging among senior citizens, and 3. Guidelines to promote and disseminate the potential of using digital media for active aging of senior citizens. The study utilized qualitative research methods, gathering data through in-depth interviews. The study utilized a purposive sampling approach, selecting three senior influencers who actively use at least one form of digital media through online social platforms in one of the following areas: 1. family relationship building, 2. social participation, or 3. income generation. Each influencer has at least 5,000 followers on one digital media platform, and they must have received national recognition or awards.

The results indicate that senior citizens access and utilize smartphones and social media platforms. They learn these technologies from their descendants, governmental agencies, online courses, and self-study. The motivation to produce video content stems from familial encouragement for them to engage in activities, the desire to create social benefits, and other factors. Content produced is based on their knowledge, experiences, skills, and personal identities, helps senior citizens recognize their self-worth, and improves family relationships, social participation, and income generation.

The study offers guidance to promote and disseminate the potential of digital media for enhancing the active aging of Thai senior citizens through: 1. attitudes, knowledge, experience, and personal identity of senior citizens as assets in creating active aging; 2. fostering family cohesion; 3. support from governmental organizations; and 4. support from private-sector organizations.

Keywords: Senior citizen, Digital media, Active aging

บทนำ

สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2022) หมายถึง สังคมที่มีสัดส่วนของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 10 % ของประชากรโดยรวมทั้งประเทศ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของโลก ได้กลายเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ รวมทั้งประเทศไทยที่ปัจจุบันมีประชากรผู้สูงอายุ อายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็น 1 ใน 5 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ หรือประมาณ 13 ล้านคน ของประชากรไทยทั้งประเทศ 66,041,239 คน (กรมการปกครอง, 2567) เป็น 1 ใน 10 ประเทศที่มีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคิดเป็นร้อยละ 22.00 ในภาคพื้นเอเชีย และแปซิฟิก มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2593 จะมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 38.30 (United Nations, 2022, p.3) โดยปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลกระทบทั้งในระดับมหภาคและ



จุลภาค เป็นประเด็นที่ทุกภาคส่วนจะต้องตระหนักและมีการเตรียมการด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งระดมทรัพยากรและสหวิทยาการต่าง ๆ เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

TABLE 4 Top 10 countries/areas with the highest proportion of the population aged 60 years or over in Asia and the Pacific, 1950, 2022 and 2050

Rank	1950		2022		2050	
	Country/area	Percentage	Country/area	Percentage	Country/area	Percentage
1.	New Zealand	13.2	Japan	35.8	Hong Kong, China	48.3
2.	Georgia	12.9	Hong Kong, China	28.7	Republic of Korea	46.4
3.	Australia	12.5	Republic of Korea	25.5	Japan	43.7
4.	Kyrgyzstan	12.1	Singapore	23.0	Singapore	41.5
5.	Armenia	11.1	Russian Federation	22.8	China	38.8
6.	Nauru	11.0	Australia	22.6	Thailand	38.3
7.	Sri Lanka	11.0	New Zealand	22.2	Macao, China	36.5
8.	Palau	10.7	Thailand	22.0	Maldives	34.1
9.	Kazakhstan	10.1	Georgia	21.0	Russian Federation	32.6
10.	Kiribati	10.0	Niue	21.0	French Polynesia	31.8

Source: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2022). World Population Prospects 2022, Online Edition.

ภาพที่ 1 10 ประเทศที่มีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี สูงที่สุดในเอเชียและแปซิฟิก

ที่มา: United Nations, 2022, p.3

องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้บัญญัติคำว่า Active Aging ขึ้นในปี 1990 ภาษาไทยใช้คำว่า “พฒณพลัง” (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และมณีนรัตน์ อธิระวิวัฒน์, 2564, น.14) หมายถึง กระบวนการที่จะเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเมื่อสูงวัย มีองค์ประกอบ 3 เสาหลักได้แก่ 1. การมีสุขภาพดี 2. การมีส่วนร่วม และ 3. การมีความปลอดภัยและมั่นคงทางสังคม การเงินและกายภาพ (World Health Organization, 2002, p.45) ดังนั้นเพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากภาวะสังคมสูงวัยจึงควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีโดยใช้แนวคิดพฒณพลัง ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นผู้สูงอายุที่ยังคุณประโยชน์ (Productive Aging)

ในประเทศไทย กรมกิจการผู้สูงอายุได้จัดทำแผนงานบูรณาการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย พ.ศ. 2566 (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566, น.6) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ข้อ 4.3.2 การรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ โดยเตรียมความพร้อมในทุกมิติ ส่งเสริมการสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับการส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพผู้สูงอายุ และร่วมสร้างสังคมที่ไม่ทอดทิ้งกันเพื่อเพิ่มคุณค่าของผู้สูงอายุ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561, น.42) ทั้งนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 หมายความว่า 12 ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต มีการพัฒนาผู้สูงอายุให้เป็นพลังของสังคม (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561, น.128) ซึ่งแผนงานเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับประชากรสูงวัย การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาส่งเสริมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุและการปรับกระบวนการที่มอง



ผู้สูงอายุว่าเป็นภาระของสังคมเปลี่ยนเป็นผู้ที่ส่งเสริมประสบการณ์ภูมิปัญญามายาวนานเพื่อเป็นอีกหนึ่งพลังของสังคม

ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งยอมรับและปรับตัวในการใช้สื่อดิจิทัลตามทฤษฎีการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม โดยใช้สื่อดิจิทัลถ่ายทอดแบ่งปันเรื่องราวที่มีประโยชน์หรือประสบการณ์ของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ การใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุสามารถสร้างรายได้ผ่านการขายสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้มีส่วนร่วมในกำลังแรงงาน ซึ่งผลของงานวิจัยหลายเรื่องพบว่า การใช้สื่อดิจิทัลสามารถรองรับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ ช่วยให้มีความเป็นอยู่ที่ดี บรรเทาความเหงา ลดช่องว่างและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นระหว่างสมาชิกในครอบครัวกับผู้สูงอายุได้ (Blažič A. J., & Blažič, B.J., 2018, p.1; Bevilacqua et al., 2021, p.74; สุนทรี ชุ่มมงคล, ม.ป.ป., น.8)

งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษากรณีตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้สื่อดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว 2. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และ 3. ด้านการสร้างงานสร้างรายได้ ซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีภาวะพหุพลังตามองค์การอนามัยโลก (WHO) โดยศึกษาการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัล และการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพหุพลัง ทั้งนี้เพื่อมุ่งสร้างองค์ความรู้แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเข้าถึงสื่อดิจิทัลและความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพหุพลังของผู้สูงอายุ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน ที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) มีการใช้สื่อดิจิทัลสื่อใดสื่อหนึ่ง ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือติ๊กต็อก (TikTok) เพื่อสร้างภาวะพหุพลังด้านใดด้านหนึ่ง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว 2. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และ 3. ด้านการสร้างงานสร้างรายได้ โดยมีผู้ติดตามในสื่อดิจิทัลสื่อใดสื่อหนึ่งอย่างน้อย 5,000 คนขึ้นไป และผู้ให้ข้อมูลหลักต้องเป็นผู้ได้รับรางวัลหรือการยกย่องเชิดชูเกียรติในระดับประเทศขึ้นไป

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้ศึกษาใช้เวลาการวิจัยตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2566 – เดือนมิถุนายน 2567



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน ที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) มีการใช้สื่อดิจิทัลสื่อใดสื่อหนึ่ง ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือติ๊กต็อก (TikTok) เพื่อสร้างภาวะพลพลงด้านใดด้านหนึ่ง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว 2. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และ 3. ด้านการสร้างงานสร้างรายได้ โดยมีผู้ติดตามในสื่อดิจิทัลสื่อใดสื่อหนึ่งอย่างน้อย 5,000 คนขึ้นไป และผู้ให้ข้อมูลหลักต้องเป็นผู้ได้รับรางวัลหรือการยกย่องเชิดชูเกียรติในระดับประเทศขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในงานวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์โดยใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้างแบ่งเป็น 3 ตอน 29 ข้อ ได้แก่ 1. ประวัติส่วนบุคคลและการเข้าถึงสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ จำนวน 6 ข้อ 2. ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ จำนวน 7 ข้อ และ 3. การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพลพลง จำนวน 16 ข้อ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยโดยนำแบบสัมภาษณ์ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ หมายเลขรับรอง IRBCMRU 2024/054.19.01 และใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยทำการเก็บข้อมูล ณ เวลาหนึ่ง แล้วย้อนกลับไปถามผู้ให้ข้อมูลหลักรายเดิมอีกครั้ง ปรากฏว่าข้อมูลที่ได้ไม่ต่างไปจากเดิม นอกจากนี้ยังได้ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้กับข้อมูลเดิมที่ผู้ให้ข้อมูลเคยให้ไว้ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ พบว่าข้อมูลที่ได้ไม่แตกต่างกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก โดยผู้วิจัยได้เดินทางไปเก็บข้อมูล ณ พื้นที่ของผู้ให้ข้อมูลหลัก การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมก่อนการสัมภาษณ์ประสานผู้ให้ข้อมูลหลัก การเตรียมความพร้อมด้านระบบบันทึกข้อมูลและการรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล จริยธรรมการทำวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการนัดหมายล่วงหน้าเกี่ยวกับสถานที่และเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก รวมทั้งแจ้งคำถามการวิจัยล่วงหน้า ในเวลานัดหมาย ผู้วิจัยมีการแนะนำตัวพร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์การทำวิจัย แนะนำขั้นตอนการสัมภาษณ์ โดยมีการแสดงข้อมูลและสาระของการวิจัย การแจ้งสิทธิของผู้ให้ข้อมูลตามหลักการการทำวิจัยในมนุษย์เพื่อขอคำยินยอมและขออนุญาตในการบันทึกเสียงจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อถือได้และตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา ตีความหมาย สรุปผลการวิเคราะห์และนำเสนอผลของการวิจัยแบบพรรณนา (Descriptive Analysis)



ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาผู้สูงอายุที่มีภาวะพลพลง 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว 2. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม 3. ด้านการสร้างงานสร้างรายได้ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละด้านมีลักษณะส่วนบุคคล ดังนี้

1. ด้านการใช้สื่อดิจิทัลด้านการสร้างสัมพันธ์ในครอบครัว

ผู้สูงอายุเป็นพ่อกับลูกสาว พ่ออายุ 78 ปี เกษียณตนเองจากการทำงานแล้ว เป็นคนสนุกสนานเฮฮา มีเพื่อนเยอะ ส่วนลูกสาวอายุ 41 ปี ทำคลิปวิดีโอที่นำเสนอความรัก ความสนุก ความตลกระหว่างพ่อและลูกสาว ลงในหลายแพลตฟอร์มให้คนดูได้ยิ้มและหัวเราะ โดยส่วนใหญ่คนจะรู้จักและติดตามเนื้อหาของผู้พ่อผ่านทาง TikTok โดยมีผู้ติดตาม 3 ล้านคน

2. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

ผู้สูงอายุเป็นผู้หญิง อายุ 72 ปี ทำคลิปวิดีโอแบ่งปันสูตรอาหารที่ส่วนหนึ่งเป็นมรดกตกทอดมาจากคุณยายที่เป็นคนอยุธยา โดยทำคลิปลงใน TikTok ปัจจุบันมีผู้ติดตาม 145,000 คน คุณแม่เป็นข้าราชการบำนาญ จบการศึกษาปริญญาโทสาขาการจัดการภาครัฐและเอกชน ปัจจุบันอาศัยอยู่กับสามี และมีลูกชายเพียงคนเดียว โดยลูกชายได้แยกตัวออกไปมีครอบครัว แต่ยังติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ ในอดีตคุณแม่เคยรับราชการเป็นนักบัญชีของกรมสรรพากร หลังจากนั้นจึงลาออกจากราชการแล้วไปทำงานศิลปะส่วนตัว ซึ่งปัจจุบันเป็นเพียงท่านเดียวที่ได้รับการถ่ายทอดจากศิลปินระดับโลกจากฮอลแลนด์ นิยายส่วนตัวเป็นคนไม่อยู่นิ่ง ชอบเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา

3. ด้านการสร้างงานสร้างรายได้

ผู้สูงอายุเป็นผู้หญิง อายุ 79 ปี เริ่มต้นจากการทำคลิปวิดีโอสูตรอาหารพื้นเมืองภูเก็ตลงยูทูป จนภายหลังได้ต่อยอดทำผลิตภัณฑ์อาหารสูตรของตนเองขายทางออนไลน์ด้วย อาทิ พริกแกง น้ำไตปลา น้ำพริกกุ้งเสียบ ปัจจุบันมีผู้ติดตามช่องยูทูปประมาณ 430,000 คน เป็นผู้ชื่นชอบทำอาหารมาตั้งแต่เด็ก คอยเป็นลูกมือช่วยแม่ทำอาหารอยู่เสมอ ทำให้จำสูตรอาหารของแม่ได้อย่างแม่นยำ เมื่อโตขึ้นได้เข้าเรียนการช่างสตรี สาขาหัตถกรรม และทำขนมขายอยู่ตลอด มีลูกชาย 1 คน ทำงานถ่ายภาพและออกแบบกราฟิก ปัจจุบันในบ้านอาศัยอยู่ร่วมกันกับลูกชาย ลูกสะใภ้ และหลานชาย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเป็น 3 ประเด็นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การเข้าถึงสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ

ประเภทสื่อดิจิทัลที่ใช้

ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงโทรศัพท์มือถือ สามารถโทรและรับสายได้ ถ่ายรูปได้ และแชร์ข้อมูลได้ ผู้สูงอายุใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูป (YouTube) และ TikTok โดยมีลูกเป็นผู้สอบถามคุณลักษณะของโทรศัพท์มือถือที่ต้องการใช้และให้คำแนะนำในการใช้งาน



ความถี่ในการใช้สื่อดิจิทัล

ผู้สูงอายุมีการใช้สมาร์ทโฟนทุกวัน โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารพูดคุยกับคนในครอบครัว เพื่อน การใช้สื่อเพื่อติดตามข่าวสาร ตารางนัดหมายงาน การดูเนื้อหาที่ตนสนใจ และการใช้สื่อโพสต์เนื้อหาเพื่อการมีส่วนร่วมในสังคมโซเชียลมีเดีย

ประเภทเนื้อหาของสื่อดิจิทัล

ผู้สูงอายุใช้สมาร์ทโฟนเพื่อดูสิ่งที่ตนเองสนใจโดยเฉพาะ ข้อมูลสุขภาพ รวมทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ของตนเอง นอกจากนี้หากมีเนื้อหาที่น่าสนใจจะมีการส่งต่อหรือแชร์เนื้อหานั้นให้กับคนในครอบครัวและเพื่อน ๆ รวมทั้งการติดตามงานที่ตนเองทำอยู่

การเรียนรู้การใช้สื่อดิจิทัล

ผู้สูงอายุเรียนรู้การใช้สมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชันต่าง ๆ จากลูกหลาน คนในครอบครัวหรือลูกน้อง บางคนเรียนรู้การใช้งานจากหน่วยงานของภาครัฐที่จัดโครงการสอนการใช้สื่อและเทคโนโลยีแก่ผู้สูงอายุ การลงเรียนหลักสูตรออนไลน์แบบมีค่าใช้จ่ายจากโค้ช และการศึกษาดด้วยตนเอง โดยการเรียนรู้เกิดจากความต้องการรู้ของผู้สูงอายุเอง และไม่อายที่จะถามหากมีปัญหาในการใช้งาน

“ลูกเป็นคนแนะนำให้ใช้ ผมทำได้แค่ส่งไลน์ ถามลูกบ้างลูกน้องบ้าง เขาก็บอกมา สองวันลืมก็ถามใหม่”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว

“ลูกชวนให้ทำดีด็อก ลูกสอนใช้วันนั้นเลยเราก็จดไว้ หลังจากนั้นถ้ามีอะไรที่ฝึกออกไป เราก็กถามเขาเป็นประเด็นไป แล้วก็เรียนรู้ด้วยตัวเองไปเรื่อย ๆ..... เรื่องการทำคอนเทนต์ของพวกโค้ชต่าง ๆ เป็นคนที่อยากรู้อะไรต้องรู้ให้จริงว่าสิ่งที่เราทำมันไปทิศทางนี้ถูกต้องไหมก็เลยไปเรียนเป็นเรื่องราว”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

“ช่วงแรกที่ซื้อมาใหม่ ลูกสอน บางทีลูกไม่อยู่ อยู่กับหลาน เราก็ไม่ต้องอาย ถามหลาน อยู่กับลูกสะใภ้ก็ถามเขาไปเขาก็สอน... ทางเทศบาลจะให้ผู้สูงอายุไปเรียนที่ศูนย์ไอทีเกี่ยวกับใช้สมาร์ทโฟน ใช้ไลน์ ให้เราทำเป็นทุกอย่าง เขาดูแลผู้สูงอายุดีมาก เราต้องติดตามเขาตลอด”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านสร้างงานสร้างรายได้

2. ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ

ความสามารถในการใช้เครื่องมือผลิตสื่อ

ผลการวิจัยพบว่า มีทั้งผู้สูงอายุที่สามารถใช้เครื่องมือผลิตคลิปวิดีโอได้ด้วยตนเองและผู้สูงอายุที่ไม่สามารถทำได้ โดยผู้สูงอายุที่ใช้เครื่องมือผลิตคลิปวิดีโอเองได้นั้น สามารถตั้งกล้องถ่ายวิดีโอตัดต่อและโพสต์คลิปวิดีโอลงในโซเชียลมีเดียได้ด้วยตนเอง โดยได้รับการสอนจากลูก ลงเรียนหลักสูตรออนไลน์ ฝึกฝนการใช้กล้องและการใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอด้วยตนเองจนชำนาญ ผู้สูงอายุที่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพลพทุพลังทุกด้านได้สร้างเนื้อหาใน



คลิปวิดีโอมาจากความรู้ที่สั่งสม ประสบการณ์ ความถนัด และความเป็นตัวตนของตนเอง ซึ่งการพูด สืบทอดทางน้ำเสียงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างเนื้อหาและผลิตสื่อ

ตอนนั้นยังไม่ได้ชื่อเป็นฟรีเมียม ลูกสอนตัดต่อแล้วเราก็จำไว้ จดใส่สมุดไว้ ตัดต่อเสร็จแล้วก็อัปโหลดติดต่อก...เรื่องการทำคอนเทนต์ของพวกโค้ชต่าง ๆ เป็นคนที่อยากรู้อะไรต้องรู้ให้จริงว่าสิ่งที่เราทำมันไปทิศทางนี้ถูกต้องไหมก็เลยไปเรียนเป็นเรื่องราว พอได้มาปั๊บ เราก็ต้องรับข้อมูลเพิ่มด้วยแล้วมาพัฒนาตัวเอง”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

“พอดิเป็น อสม. ด้วยแล้วเขาให้เราส่งรายงานทุกเดือน... ส่งไลน์เหมือนกัน เรามีกงานอะไร ก็ส่งไลน์กลุ่มบ้าง ไลน์ส่วนตัวให้เพื่อนบ้าง ไลน์นี้ลูกสอนให้... ควรมีมือถือที่ดีก่อนแล้วจากนั้นต้องมีใจในการเรียน เปิดใจด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านสร้างงานสร้างรายได้

ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มต่าง ๆ

ผู้สูงอายุทั้งหมดนิยมใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสาร โดยสามารถอ่าน ดู ตอบ โทรศัพท์ผ่านไลน์ได้ และผู้สูงอายุ 2 ใน 3 คนสามารถส่งรูป เนื้อหา แชร์ข้อมูล และติดต่องานผ่านไลน์ได้ ส่วนแอปพลิเคชันอื่น ๆ เพชบุ๊กร (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และติ๊กต็อก (TikTok) พบว่าผู้สูงอายุสามารถเข้าดูได้ แต่การอัปโหลด ตอบกลับ และส่งต่อไม่ได้ทำเป็นทุกคน

3. แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุ

แนวคิดหรือแรงจูงใจ

จุดเริ่มต้นของการทำคลิปวิดีโอของผู้สูงอายุเริ่มต้นจากการที่ถูกแนะนำให้ใช้ โดยให้เหตุผลที่แตกต่างกันไป เช่น กลัวผู้สูงอายุเหงา หว่ะไรให้ผู้สูงอายุทำ ต้องการใช้เวลาว่างกัน โดยถูกมีส่วนมากในการส่งเสริมและผลักดันให้ผู้สูงอายุใช้สื่อ เนื่องจากเห็นความสามารถหรือคุณค่าอย่างใดอย่างหนึ่งของผู้สูงอายุ เช่น ความสามารถในการทำอาหาร ความเป็นตัวตนของผู้สูงอายุ เป็นต้น เมื่อผู้สูงอายุลงมือทำแล้วมีคนดูมีผู้ติดตามจึงอยากทำต่อ

“...ตอนแรกไม่ค่อยอยากทำคลิป พอทำสักพักหนึ่งแล้ว ไปไหนมีแต่คนรู้จัก แม้กระทั่งเข้าปั๊มไปเข้าห้องน้ำ คนก็ยังทัก ตอนนั้นก็เลยอยากทำ”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว



“พอลองอัปโหลดขึ้นไปปรากฏว่าในสปีนาที่แรกมียอดวิถึง หกร้อยกว่าวิว โอ้เราทำได้ นี่มีคนดูเราเหมือนกัน ไม่ใช่ว่าทำขึ้นไปแล้วไม่มีคนดู แสดงว่าเราทำได้ เป็นแรงบันดาลใจนับตั้งแต่วันนั้นเลยทำวิดีโอคอนเทนต์มาถึงทุกวันนี้”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

“พอฝึกกล้วยหน้าบ้านมันสุกขึ้นมา ทำเหมือนกล้วยโบราณอะ ทำแบบรุ่มเก่าโบราณเลย กล้วยต้องมาผ่า แล้วก็ใช้มือขยำ ๆ แต่รุ่นนี้ สมัยนี้ มันเข้าเครื่องปั่นอะ กินไม่อร่อยมันเมือก เราทำขนมกล้วยโบราณแล้วทำขนมกล้วย พอถ่ายคลิปออกไป 5 – 6 อย่าง คนติดตามเยอะ.... ลูกชายดีใจมาก วิ่งจากที่ทำงานมา แม่ของเราผ่านแล้วนุ๋นนี่ แม่ดีใจม๊ยะ บอกดีใจ โอเคเราทำไปเรื่อย ๆ อย่างนี้ มีกำลังใจต่อยอดเรื่อย ๆ”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านสร้างงานสร้างรายได้

การสร้างเนื้อหาและการผลิตสื่อ

การสร้างเนื้อหาและผลิตสื่อของผู้สูงอายุนั้นมาจากความรู้ที่สั่งสม และถูกถ่ายทอดเป็นประสบการณ์ของผู้สูงอายุเอง สิ่งที่คุณสูงอายุมองเห็นแล้วและความเป็นตัวตนของคุณสูงอายุนั้นการพูด ลีลาท่าทาง น้ำเสียงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างเนื้อหาและผลิตคลิปวิดีโอของคุณสูงอายุนั้น คุณสูงอายุนั้นมีความกระตือรือร้นและตั้งใจในการผลิตเนื้อหาโดยคิดถึงประโยชน์ที่ผู้ติดตามจะได้รับ ในการผลิตคลิปวิดีโอ คุณสูงอายุนั้นบางคนถ่ายทำและตัดต่อด้วยตนเอง แต่บางคนไม่สามารถทำได้ อย่างไรก็ตาม ในการผลิตคลิปวิดีโอของช่องไม่ได้ใช้อุปกรณ์ในการผลิตที่ยุ่งยาก ใช้เพียงกล้องจากโทรศัพท์มือถือหรือกล้องดิจิทัลพร้อมเลนส์ที่ราคาไม่สูง ขาดกล้อง ไมค์บันทึกเสียง และโปรแกรมตัดต่อคลิปวิดีโอที่ไม่ซับซ้อน มีการดูแลเครื่องแต่งกายและใบหน้าของตนเองก่อนถ่ายคลิปวิดีโอเพื่อต้องการให้ผู้ติดตามมีภาพจำที่ดีต่อตนเอง

การโพสต์คลิปวิดีโอลงในแอปพลิเคชัน คุณสูงอายุนั้นบางคนไม่สามารถทำได้และให้ลูกเป็นผู้ดำเนินการเรื่องนี้ แต่คุณสูงอายุนั้นทุกคนจะอ่านความคิดเห็นของผู้ติดตามตลอด มีความเอาใจใส่ผู้ติดตามเช่น แสดงปฏิสัมพันธ์โต้ตอบตอบกลับความคิดเห็นด้วยความตั้งใจ

“การถ่ายทำไม่ต้องหาอะไรมาก อย่าไปคิดว่าต้องเอาขาตั้ง ที่วิเศษ กล้องตัวเดียวถ่ายทำได้แล้ว มีไมค์ไฟอ่านหนังสือที่ให้แสงสว่างพอ เวลาถ่ายงานออกมาภาพเราสวยก็พอแล้ว มือถือเลือกสเปคให้ดีขึ้นหน่อย ขอให้ภาพสวยแค่นั้นเอง”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วมในสังคม



“สมมติว่าวันนี้แม่ไปตลาดแต่เช้าเห็นปลาที่มันสดน่ากิน เราซื้อมาก็บอกลูก เอ็นวันนี้เราจะแกงส้มนะ แกงส้มยอตะมะพร้าวมัน แกงส้มมันขี้หนูบ้าง แกงส้มหน่อไม้ต้องบ้าง เราก็เอาเครื่องแกงของเราเนี่ยมาบอกว่า ใช้เครื่องแกงพริกสดอย่างนี้...ที่ได้มาวันนี้หัวปลาสด ๆ ปลาทะเลเพิ่งขึ้นมา เราก็กินแกงส้มให้เขาดูกัน ทำคลิปกันตอนเย็น ๆ พอทำคลิปเสร็จ ลูกชายก็จะเป็นคนลงคลิปในยูทูบ”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านสร้างงานสร้างรายได้

มุมมองในการใช้สื่อดิจิทัล

ผู้สูงอายุทั้งหมดมีความเห็นว่า การที่ได้ผลิตคลิปวิดีโอลงโซเชียลมีเดียทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวตนเองดีขึ้น ทั้งจากการที่ลูกสอนการใช้เครื่องมือสื่อสารและโปรแกรม แอปพลิเคชันต่าง ๆ หรือการช่วยผลิตคลิปวิดีโอ ทำให้ครอบครัวมีการพูดคุยกันมากกว่าเดิมใกล้ชิดกันมากขึ้น รู้สึกถึงความรักและห่วงใยกัน ครอบครัวและการได้รับปฏิกิริยาตอบกลับที่ดีจากผู้ชมที่ติดตามหรือแฟนคลับทำให้คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว ญาติเพื่อน ฯลฯ เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและมีความสุขไปด้วย

การใช้สื่อดิจิทัลในการสร้างเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียนี้ทำให้ผู้สูงอายุทั้งหมดรู้สึกว่าการตนเองมีประโยชน์ เห็นคุณค่าในตนเอง โดยเฉพาะการเป็นที่รู้จักในสังคม มีผู้ติดตามมีแฟนคลับ ส่งผลให้สุขภาพจิตใจดีมีความสุข มีกำลังใจการผลิตสื่อต่อไป นอกจากนี้ยังส่งผลให้สุขภาพร่างกายดีขึ้น ความจำดีขึ้น คิดเร็ว กระฉับกระเฉงว่องไว พูดได้ไม่ติดขัด

ผู้สูงอายุมีความเห็นว่าผู้สูงอายุทุกคนมีประสบการณ์ในชีวิตมากย่อมมีประโยชน์ต่อสังคมควรนำมาเผยแพร่ถ่ายทอดให้คนในสังคมทราบแต่ลูกหลานต้องช่วยสนับสนุนโดยเฉพาะในช่วงแรกที่ยุสูงอายุอาจต้องการคำปรึกษาในการใช้สื่อดิจิทัลการผลิตเนื้อหาและกำลังใจ

แม้ว่าผู้สูงอายุจะเห็นตรงกันว่าในการทำคลิปวิดีโอลงโซเชียลมีเดียทำให้เกิดรายได้ แต่ผู้สูงอายุไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นหลัก เป้าหมายที่ผู้สูงอายุต้องการ คือ การได้ถ่ายทอดประสบการณ์ที่ตนเองมี อย่่างไรก็ตาม การที่สามารถหารายได้ด้วยตนเองในขณะที่ยังมีเรี่ยวแรงนั้นเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุควรทำ โดยผู้สูงอายุต้องเปิดใจเรียนรู้การใช้สมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชันต่าง ๆ หากต้องการมีความสามารถด้านใดก็สามารถเรียนรู้จากโซเชียลมีเดียได้

นอกจากนี้ ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นว่าการให้ผู้สูงอายุสอนคนวัยเดียวกันนั้นจะทำให้ได้รับความรู้และความเข้าใจมากกว่า รวมทั้งสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้สูงอายุคนอื่น ๆ ได้

“การทำคลิปทำให้เรารู้สึกว่าลูกยังรักเรา เวลาเราเล่นกันเพื่อถ่ายคอนเทนต์ มันทำให้ความสัมพันธ์เราดีขึ้น... ไปไหนมีแต่คนรู้จัก เข้าปั๊มไปห้องน้ำ คนก็ทัก ไปร้านอาหารเขาก็ทัก เราเป็นคนมีคุณค่านี้ ...รู้สึกมีความสุขพอดีขึ้นมาก ๆ ความจำพอดีขึ้น”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว



“ประสบการณ์คนวัยนี้มีค่ามาก เราเอาประสบการณ์ทั้งดีและไม่ดีมาสอนให้คนรุ่นหลังรับรู้ เขาจะได้ใช้ประโยชน์...ลูกหลานต้องสนับสนุน กระตุ้นด้วย ...การเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้ช่องว่างระหว่างวัยของคนในครอบครัวลดลง ทำให้เราคุยกับลูก มีความสุข สังคมกว้างขึ้น มีแฟนกลับไปไหนก็มีคนรู้จัก ทำให้รู้สึกที่เราทำประโยชน์เพื่อสังคมได้นะ”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

“เราไม่ต้องไปยุ่งเงินของลูก เงินของเรามี เราก็ใช้ของเรา เทียวของเราสบายใจมากไม่ไปผลาญเงินลูก...เดี๋ยวนี้แม่เปลี่ยนจากคนเรียนเป็นคนสอน เป็นครู ไปสอนขนมบ้าง อาหารบ้าง ... ผู้สูงอายุอยู่อย่างหนึ่ง อย่าคิดว่าสายให้ตื่นตัวกัน...ควรมีมือถือที่ดีก่อนแล้วต้องมีใจในการเรียน...เดี๋ยวนี้สื่อมันมีเยอะ ถ้าชอบอะไรเราเข้าไปดูได้ในยูทูบ ติดตอก เขามีสอนหมด ...อย่าไปยอมแพ้ สู้ไปเรียนรู้ด้วยตัวเองไป เราจะ ไม่เหงา เรียนได้จำ ข่ายได้ สร้างงานสร้างอาชีพได้รับรอง”

ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านสร้างงานสร้างรายได้

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อ

ผู้สูงอายุเห็นว่าอุปสรรคในการใช้สื่ออย่างหนึ่งคือ แอปพลิเคชันมักมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อยู่เสมอ ทำให้ผู้สูงอายุเรียนรู้สิ่งใหม่เหล่านี้ไม่ทัน ปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือ ผู้สูงอายุควรมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่มีคุณสมบัติที่ดีเพียงพอต่อการใช้งาน

อุปสรรคในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุเกิดจากสภาพร่างกาย ความกังวลในเรื่องสายตา เนื่องจากต้องใช้ดวงตาดูสมาร์ทโฟนทั้งในช่วงการถ่ายทำและตัดต่อคลิปวิดีโอ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การเรียนรู้การใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ

จากผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมีความรู้ เรียนรู้การใช้สื่อดิจิทัลทั้งจากลูกศิษย์ออนไลน์ เว็บไซต์ และเข้าร่วมโครงการอบรมการใช้สื่อดิจิทัลของหน่วยงานรัฐทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้ ทักษะการใช้สื่อดิจิทัลสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและภาวะพลัดพรากเรื่องการพัฒนาศักยภาพให้ผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีว่าผู้สูงอายุควรสร้างหรือปรับเปลี่ยนตนให้มีเจตคติที่ดีต่อเทคโนโลยี เรียนรู้และพัฒนาตนเองให้มีทักษะการใช้เทคโนโลยีที่จำเป็นต่อชีวิตเช่น การสื่อสาร การเรียนรู้ การดูแลสุขภาพ การเป็นยูทูบเบอร์เพื่อสร้างรายได้และสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Katz et al., 1973 อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, 2557, น.86) ที่กล่าวว่าผู้รับสารมีความกระตือรือร้นและมีเจตนาชัดเจนในการเลือกและใช้สื่อเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเอง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย หลายเรื่องที่พบว่าผู้สูงอายุมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อออนไลน์ เช่น เพื่อรับรู้ข่าวสารได้ทันทั่วทั้งที่ เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน (พัชนี เจริญรยา, 2559; พิมพ์ชนก ผลอ่อน และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2562, น.23-24; พนม คลีฉายา, 2564, น.65-66; สุนทรีย์ ชุ่มมงคล, ม.ป.ป., น.8)



2. ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ และความเป็นตัวตนของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุมีทัศนคติเชิงบวก เห็นประโยชน์ของสื่อดิจิทัล คิดว่าตนเองเรียนรู้ การใช้สื่อดิจิทัลและสามารถนำความรู้ ประสบการณ์ และนำเสนอตัวตนผ่านสื่อโซเชียลมีเดียได้ทำให้ประสบความสำเร็จในฐานะอินฟลูเอนเซอร์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยที่เพิ่มประสิทธิผลของการสื่อสารที่ระบุว่าหากผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อว่าตนมีความสามารถ มีความรู้เรื่องที่จะสื่อสารดี มีทักษะในการถ่ายทอดเนื้อหาให้ผู้อื่นเข้าใจจะทำให้เกิดความมั่นใจและประสบความสำเร็จในการสื่อสาร (ภาภิรัตน์ ตรีสกุล และคณะ, 2563, น.79-81)

3. ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุทั้งหมดเป็นอินฟลูเอนเซอร์ซึ่งมีธุรกิจส่วนตัว บางคนมีการศึกษาสูง เคยมีประสบการณ์ทำงานในหน่วยงานของรัฐทุกคนใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพลุดพลัง โดยการสร้างเนื้อหาจากความรู้ที่สั่งสมประสบการณ์ ความถนัด และความเป็นตัวตนของตนเองสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยที่สนับสนุนให้แก่นำผู้สูงอายุยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน เงิน การมีอุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ฯลฯ (มลินี สมภพเจริญ และคณะ, 2564, น.16)

4. แรงจูงใจในการใช้สื่อดิจิทัล

ตัวแปรสำคัญในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุคือ ลูกหลานที่ทำให้เกิดการยอมรับหรือใช้สื่อดิจิทัล โดยเฉพาะในช่วงแรกที่สูงอายุอาจต้องการคำปรึกษาในการใช้งาน การผลิตเนื้อหาและการให้กำลังใจ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและภาวะพลุดพลังที่ระบุว่าการใช้เทคโนโลยีในผู้สูงอายุนั้นครอบคลุม บุตรหลานหรือญาติควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้สูงอายุโดยให้กำลังใจ สร้างแรงจูงใจเพื่อให้ผู้สูงอายุเกิดเจตคติที่ดีต่อการเข้าถึงและใช้เทคโนโลยี (จุฑา รอดเข็ม และสุตารัตน์ ไชยประสิทธิ์, 2562, น.42) และสอดคล้องกับผลการวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่พบว่าผู้สูงอายุต้องการความช่วยเหลือในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งครอบคลุม บุตรหลานและเพื่อนมีส่วนในการกระตุ้นและให้กำลังใจผู้สูงอายุให้เกิดการยอมรับหรือใช้เทคโนโลยีเพื่อติดต่อสื่อสาร (Lina Lee and Mary Lou Maher, 2021, p.15; พนม คลีฉายา, 2564; เสกสรร สายสีสด และคณะ, 2566)

5. อุปสรรคในการใช้สื่อดิจิทัล

อุปสรรคในการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุได้แก่ การเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ของเทคโนโลยี ความต้องการสมาร์ทโฟนที่ดีในการใช้งาน และความเสื่อมทางร่างกาย เช่น ปัญหาสายตา สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าผู้สูงอายุไม่เข้าใจความซับซ้อนของเทคโนโลยีและระบบการทำงานของแอปพลิเคชัน ค่าใช้จ่ายของสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตสูง ปัญหาสายตา (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น, 2560, น.1602; พนม คลีฉายา, 2564)

6. มุมมองในการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ

การใช้สื่อดิจิทัลผลิตเนื้อหาและเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียทำให้ความสัมพันธ์ของครอบครัวผู้สูงอายุดีขึ้น การได้รับกำลังใจจากคนใกล้ชิดและผู้ติดตามทำให้ภูมิใจ เห็นคุณค่าในตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่าการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร และโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุมีผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมกับครอบครัวและเพื่อน (พัชนี เขยจรรยา, 2559, น.123; มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น, 2560, น.1602) นอกจากนี้ การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุช่วยสร้างรายได้ สร้างประโยชน์แก่ผู้ชม ผู้ชมส่วนใหญ่



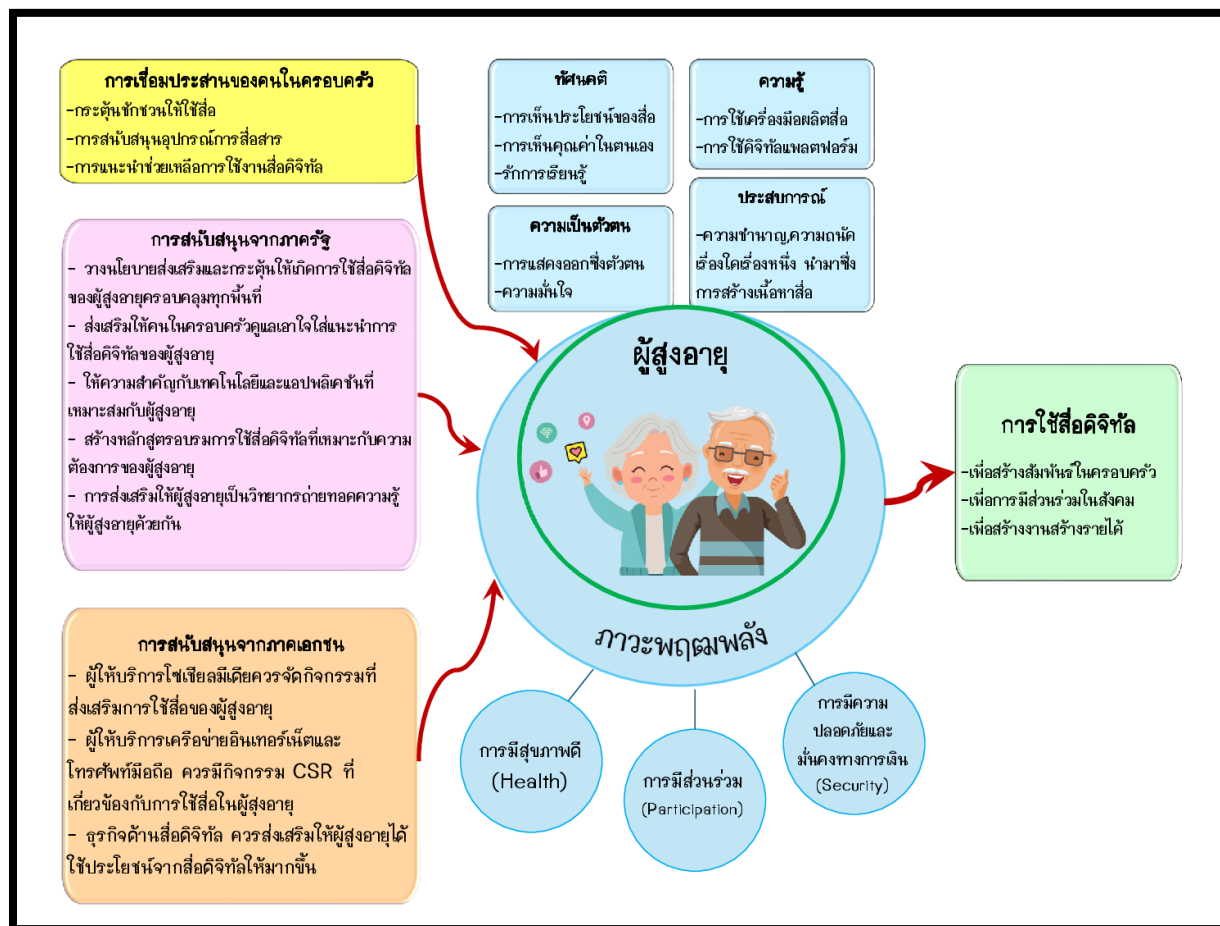
แสดงความคิดเห็นเชิงบวกทำให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตดีสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและภาวะพหุพลังที่อธิบายว่า ผู้สูงอายุที่มีความรู้ ทักษะประสบการณ์ชีวิตของตนเองที่สามารถใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตน ผู้อื่น และสังคมจะทำให้ผู้สูงอายุได้รับความสุขทางกาย จิตวิญญาณ สังคม และอาจได้รับค่าตอบแทน (พนม คลีฉายา, 2564, น.59) และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความสำคัญของเทคโนโลยีต่อผู้สูงอายุด้านเศรษฐกิจที่ระบุว่า การพัฒนาให้ผู้สูงอายุเป็นยุทพเบอร์ตามประสบการณ์และความรู้จะช่วยสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้ (Suvetwethin อ้างถึงในรุจา รอดเข้ม และ สุดารัตน์ ไชยประสิทธิ์, 2562, น.40-41)

7. การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐทำให้ผู้สูงอายุเกิดภาวะพหุพลัง

ผู้สูงอายุได้พัฒนาศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มจากการเข้าร่วมโครงการที่ หน่วยงานรัฐจัดทำให้มีทักษะรับส่งข้อมูลข่าวสารสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและภาวะพหุพลังเรื่องการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในผู้สูงอายุที่ระบุว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเชิงนโยบายควรจัดสรรพื้นที่ตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเข้าถึงและเรียนรู้เทคโนโลยีได้ (รุจา รอดเข้ม และ สุดารัตน์ ไชยประสิทธิ์, 2562, น.43) และสอดคล้องกับผลวิจัยที่พบว่าแกนนำที่เป็นกลุ่มผู้บุกเบิกเปิดรับนวัตกรรมตลอดเวลา มีประสบการณ์เคยเข้าร่วมการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐจะมีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร (มลินี สมภาพเจริญ และคณะ, 2564, น.12-13) ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้สื่อสังคมออนไลน์ ส่งเสริมการทำงานเพื่อสังคม การแบ่งปันข้อมูล การแสดงความคิดเห็น การสร้างเพื่อนใหม่ ฯลฯ (อดิศักดิ์ จำปาทอง และศษากานท์ แก้วแพร่, 2564, น.236)

องค์ความรู้จากการวิจัยสู่การพัฒนา

จากงานวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุที่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว ผู้สูงอายุที่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการมีส่วนร่วมในสังคม และผู้สูงอายุที่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการสร้างงานสร้างรายได้ ได้สะท้อนให้เห็นแนวทางที่สามารถนำไปสู่การส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุไทย ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการส่งเสริมและเผยแพร่ศักยภาพการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังของผู้สูงอายุไทย

การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้สื่อดิจิทัลเพื่อภาวะพลพลังนั้น คือ การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อให้สุขภาพกาย สุขภาพใจดี มีความสุข ความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว สร้างการมีส่วนร่วมในสังคมออนไลน์ และสามารถสร้างรายได้จากการใช้สื่อดิจิทัลได้ เริ่มจากทัศนคติของผู้สูงอายุที่เห็นประโยชน์ของสื่อดิจิทัลด้านใดด้านหนึ่ง และรักในการเรียนรู้ การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ ๆ และมีการใช้ซ้ำบ่อย ๆ จะทำให้เกิดความชำนาญ และมั่นใจ กล้าแสดงออกถึงความมั่นใจ ซึ่งการเผยแพร่ศักยภาพของผู้สูงอายุนั้น ส่วนใหญ่มาจากประสบการณ์ความชำนาญ ความถนัด



ของตนแต่เดิม จะทำให้การสร้างเนื้อหาสื่อมีความง่าย และหากได้รับกำลังใจ การสนับสนุนจากคนในครอบครัว แล้ว ยิ่งจะทำให้ผู้สูงอายุมีความมั่นใจ มีความกล้าที่จะใช้สื่อมากขึ้น คนในครอบครัวควรกระตุ้นชักชวนหาอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้สะดวก และให้คำแนะนำช่วยเหลือในการใช้งาน นอกจากนี้ ในขณะที่สังคมไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุ โดยสมบูรณ์ (Aged Society) ผู้สูงอายุควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ตั้งแต่การวางนโยบายส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้สูงอายุใช้สื่อดิจิทัล โดยสร้างหลักสูตรที่เหมาะสมในชุมชน ทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้ให้บริการ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการโซเชียลมีเดีย และธุรกิจด้านสื่อดิจิทัล ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลให้มากขึ้น เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงสาธารณสุข ควรมีนโยบายส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุครอบคลุมทุกพื้นที่ กระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวและเตรียมตัวตั้งแต่ก่อนวัยเกษียณอายุ
2. องค์กรบริหารงานส่วนท้องถิ่น โรงเรียนผู้สูงอายุ ควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุเพื่อภาวะพลพลัง การสร้างหลักสูตรอบรมการใช้สื่อดิจิทัลที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงอายุ การให้บริการห้องเรียน การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้ผู้สูงอายุด้วยกัน
3. หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ อาทิ ผู้ให้บริการโซเชียลมีเดีย ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ธุรกิจด้านสื่อดิจิทัล ควรมีการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างภาวะพลพลังด้านอื่น และอาจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นเพิ่ม เช่น คนในครอบครัว ผู้ติดตาม แฟนคลับ เป็นต้น
2. การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ไม่ได้เป็นอินฟลูเอนเซอร์หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของภาครัฐที่จัดกิจกรรมอบรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ
3. การศึกษาหัวข้อ เช่น กลยุทธ์การใช้สื่อดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จของ อินฟลูเอนเซอร์สูงอายุ ลักษณะภาวะพลพลังของอินฟลูเอนเซอร์สูงอายุ เป็นต้น



เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง. (2567). สถิติจำนวนประชากร. กรมการปกครอง.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). แผนปฏิบัติการแผนงานบูรณาการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. กรมกิจการผู้สูงอายุ.
- พนม คล้ายยา. (2564). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุและข้อเสนอเพื่อการเสริมสร้างภาวะพลัดพลังและผลิตภาพของผู้สูงอายุไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 39(2), 56-78.
- พิมพ์ชนก ผลอ่อน และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2562). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ การแสดงตัวตนในสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 37(3), 20-29.
- พีระ จิระโสภณ. (2557). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 11-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พัชนี เขยจรรยา. (2559). รูปแบบการใช้ประโยชน์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารของผู้สูงอายุไทย. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 22(43), 121-135.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ และมณีนรัตน์ ธีระวิวัฒน์. (2564). จากพลัดพลังสู่พลุดสุขภาพ. *วารสารสุขศึกษา*, 44(1), 12-29.
- ภาทิพย์ ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์ และเรวดี ไวยศาสนา. (2563). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น. (2560). รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในสังคมไทย ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”*, นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- มลินี สมภพเจริญ และคณะ. (2564). การยอมรับนวัตกรรม 4 สมาร์ทในแกนนำผู้สูงอายุในเขตดอนเมือง. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 39(3), 1-21.
- รุจา รอดเข็ม และสุดารัตน์ ไชยประสิทธิ์. (2562). สังคมสูงวัยกับเทคโนโลยีผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 13(2), 36-45.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการ.
- ยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สุนทรีย์ ชุ่มมงคล. (ม.ป.ป.). *การสื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้วยสื่อใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- เสกสรร สายสีสอด, ภราดร ศิริมนตรี และณัชชิตา สุขคำ. (2566). พฤติกรรมการใช้ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ต่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 27(3), 43-53.
- อดิศักดิ์ จำปาทอง และศุภกานท์ แก้วแพร่. (2564). แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดลำปาง. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 15(2), 235-267.



- Bevilacqua, R., Strano, S., Di Rosa, M., Giammarchi, C., Cerna, K. K., Mueller, C., & Maranesi, E. (2021). eHealth Literacy: From Theory to Clinical Application for Digital Health Improvement. Results from the ACCESS Training Experience. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(22), 1-11.
- Blažič, A. J., & Blažič, B.J. (2018). Digital Skills for Elderly People: A Learning Experiment in Four European Countries. *Review of European Studies*, 10(4), 74-86.
- Lee, L. and Maher, M. L. (2021). Factors Affecting the Initial Engagement of Older Adults in the Use of Interactive Technology. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 1-22.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181.
- Sheldon, P., Antony, M. G., & Ware, L. J. (2021). Baby Boomers' use of Facebook and Instagram: uses and gratifications theory and contextual age indicators. *Heliyon*, 7(4), 1-7.
- United Nations. (2022). *Asia-Pacific Report on Population Aging 2022: Trends, policies and good practices regarding older persons and population aging*. United Nations.
- World Health Organization. (2002). *Active Aging: A Policy Framework*. World Health Organization.