



การสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัล เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย

Strategic Communication and Policies for Creating Digital Media to Develop the Quality of Life for Thai Elderly

ปริมปรชัย อัมพัน. นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชานิเทศศาสตร์. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ชัชญา สกุนา. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Purimprat Ampan. College of Communication Arts. Rangsit University.

Chachaya Sakuna. College of Communication Arts. Rangsit University.

E-mail: Purimprat.am@gmail.com, Chachaya.s@rsu.ac.th

Received: 7 July 2025; Revised: 21 July 2025; Accepted: 22 July 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์พลวัตการสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย โดยครอบคลุมถึงบทบาทหน้าที่ของสถาบันสื่อและการเปิดรับข่าวสาร และความคาดหวังของผู้รับสารปลายทาง ระเบียบวิธีวิจัยเป็นแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยบูรณาการการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) นโยบายภาครัฐ, การวิเคราะห์ตัวบทสื่อ (Textual Analysis) ที่เผยแพร่ในปี พ.ศ. 2567, และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้สูงอายุสองกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างกัน คือ กลุ่มที่เปิดรับเทคโนโลยี และกลุ่มที่ไม่สนใจเทคโนโลยี

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ยุทธศาสตร์การสื่อสารของภาครัฐซึ่งมุ่งเน้นช่องทางดิจิทัลเป็นหลัก ได้ก่อให้เกิด “ช่องว่างในการสื่อสาร” (Communication Gap) อย่างมีนัยสำคัญกับผู้สูงอายุกลุ่มที่ยังคงพึ่งพาสื่อดั้งเดิมและเครือข่ายบุคคลในพื้นที่ (Interpersonal Network) ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มหลังนี้ส่วนใหญ่ไม่รับรู้ถึงการมีอยู่ของหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง ขณะเดียวกันสถาบันสื่อทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ ได้ทำหน้าที่เป็นผู้แปลสารนโยบาย (Interpreter) ไปสู่นโยบายที่หลากหลาย ตั้งแต่การให้ข้อมูลสวัสดิการไปจนถึงการสร้างแรงบันดาลใจเชิงวัฒนธรรม จากข้อค้นพบดังกล่าว งานวิจัยนี้นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบของ “โมเดลการสื่อสารยุทธศาสตร์สู่ผู้สูงอายุไทยแบบสองช่องทางในยุคเปลี่ยนผ่านเชิงดิจิทัล” (Dual-Track Strategic Communication Model for Thai Elderly in the Digital Transition Era) ซึ่งเสนอให้ดำเนินกลยุทธ์สองเส้นทางควบคู่กัน ได้แก่ เส้นทางดิจิทัล (Digital Track) สำหรับผู้สูงอายุที่เชื่อมต่อโลกออนไลน์ และเส้นทางชุมชน (Community Track) ที่มุ่งเสริมพลังเครือข่ายมนุษย์และสื่อท้องถิ่น เพื่อให้การสื่อสารนโยบายสาธารณะครอบคลุม และไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

คำสำคัญ: การสื่อสารยุทธศาสตร์, การสร้างสื่อ, การพัฒนาคุณภาพชีวิต, ผู้สูงอายุไทย, ช่องว่างในการสื่อสาร, โมเดลการสื่อสารแบบสองช่องทาง

Abstract

This article aims to analyze the dynamics of strategic communication and measures for improving the quality of life for the Thai elderly. It covers the roles and functions of media institutions, as well as the information exposure and expectations of the target audience. The research methodology is qualitative, integrating document analysis of government policies, textual analysis of media content published in 2024, and focus group discussions with two distinct groups of elderly individuals: a technology-receptive group and a technology-indifferent group.

The research findings indicate that the government's communication strategy, which primarily focuses on digital channels, has created a significant "communication gap" with elderly individuals who still rely on traditional media and local interpersonal networks. This latter group is largely unaware of the existence of government agencies directly responsible for their welfare. Meanwhile, both state and commercial media institutions have acted as interpreters, translating policies into diverse content ranging from welfare information to cultural inspiration. Based on these findings, this research introduces a new body of knowledge in the form of a "Dual-Track Strategic Communication Model for Thai Elderly in the Digital Transition Era." This model proposes the concurrent implementation of two strategies: a "Digital Track" for the online-connected elderly and a "Community Track" aimed at empowering human networks and local media. The goal is to ensure that public policy communication is inclusive and leaves no one behind.

Keywords: Strategic Communication, Media Creation, Quality of Life Development, Thai Elderly, Communication Gap, Dual-Track Communication Model

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรนับเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่กำลังปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์ของสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 แนวโน้มที่ชัดเจนคืออัตราการเกิดที่ลดลงสวนทางกับอายุขัยเฉลี่ยของมนุษย์ที่ยืนยาวขึ้น อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางการแพทย์และสาธารณสุข ส่งผลให้ประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและต่อเนื่อง จากข้อมูลขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2017) ในปี ค.ศ. 1990 ทั่วโลกมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 500 ล้านคน แต่ตัวเลขดังกล่าวได้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 1 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2017 และมีการคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรสูงวัยจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าสู่ 2.1 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2050 และมากกว่าสามเท่าสู่ 3.1 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2100 สถานการณ์สังคมสูงวัยนี้ปรากฏเด่นชัดในประเทศแถบยุโรปและประเทศพัฒนาแล้วในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น ซึ่งได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society) มาตั้งแต่ปี 2010 ยิ่งไปกว่านั้น ในปี 2047 คาดว่าจะเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์โลกที่จำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป จะมีจำนวนมากกว่าประชากรเด็ก (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2557) การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างอายุของประชากร แต่ยังสร้างความท้าทายอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการจัดสรรทรัพยากรของทุกประเทศทั่วโลก

สำหรับประเทศไทย สถานการณ์ดังกล่าวมีความท้าทายที่ซับซ้อนและเร่งด่วนยิ่งขึ้น ประเทศไทยกำลังเคลื่อนตัวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ด้วยอัตราเร็วที่น่าจับตา ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565)

แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดของสัดส่วนผู้สูงอายุ จากร้อยละ 6.8 ของประชากรทั้งหมดในปี 2537 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 18.24 ในปี 2564 และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20) ในปี 2564 ซึ่งเร็วกว่าที่หลายประเทศพัฒนาแล้วเคยเผชิญถึง 3 เท่า (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558) การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ทำให้ช่วงเวลาในการปรับตัว และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับสังคมสูงวัยมีจำกัด

ความท้าทายของประเทศไทยไม่ได้มีเพียงมิติของความเร็วเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างจากประเทศพัฒนาแล้ว กล่าวคือ ประเทศไทยกำลังเผชิญกับสภาวะ “แก่ก่อนรวย” ซึ่งหมายถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุก่อนที่ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และรายได้ต่อหัวของประชากรจะสูงเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้วที่เคยผ่านจุดเปลี่ยนนี้มาก่อน สถานการณ์นี้ส่งผลกระทบเป็นวงกว้าง ตั้งแต่ระดับมหภาคที่รายได้รวมของประเทศอาจลดลงจากการมีสัดส่วนคนในวัยแรงงานน้อยลง ไปจนถึงระดับครัวเรือนที่ผู้สูงอายุจำนวนมากอาจไม่มีเงินออมเพียงพอสำหรับดำรงชีพหลังเกษียณ และอาจกลายเป็นภาระพึ่งพิงของสังคม นำมาซึ่งความจำเป็นในการวางแผน และกำหนดมาตรการรองรับอย่างเร่งด่วนและเป็นรูปธรรม รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญและความเร่งด่วนของปัญหาดังกล่าว และได้พยายามวางกรอบนโยบาย เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างประชากรนี้ โดยได้บรรจุประเด็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรทุกช่วงวัยไว้ในแผนระดับชาติ โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2580) ซึ่งมีเป้าหมายหลักในการสร้าง “ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่สมดุลในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานด้านผู้สูงอายุ คือ “ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์” ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคคนไทยในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ มีสุขภาวะที่ดี และมีทักษะที่จำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 (ยุทธศาสตร์ชาติ, 2560)

นอกจากยุทธศาสตร์ชาติแล้ว ยังมีแผนปฏิบัติการที่มุ่งเป้าโดยตรงไปยังกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของภาครัฐในการสร้างระบบรองรับที่เป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การจะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และนโยบายเหล่านี้ให้เกิดผลสำเร็จในทางปฏิบัติได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้สูงอายุทั่วประเทศ

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต “สื่อ” ได้กลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการขับเคลื่อนสังคม โลกได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Age) ที่การเข้าถึงความรู้เป็นไปอย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2550) โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Line, Facebook, YouTube ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูล และสร้างเครือข่ายทางสังคม สำหรับผู้สูงอายุ เทคโนโลยีและสื่อใหม่เหล่านี้มีศักยภาพที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ การติดต่อสื่อสารกับบุตรหลาน และเพื่อนฝูง เพื่อลดความรู้สึกโดดเดี่ยว การเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ หรือแม้แต่การสร้างรายได้เสริม อย่างไรก็ตาม ศักยภาพดังกล่าวกำลังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญยิ่ง นั่นคือ “ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล” (Digital Divide)

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565) ได้ฉายภาพความท้าทายนี้ให้เห็นอย่างชัดเจน ในปี 2564 ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) เป็นกลุ่มที่มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำที่สุดที่ร้อยละ 47.8 เมื่อเทียบกับกลุ่มวัยรุ่น (15-24 ปี) ที่มีอัตราการเข้าถึงสูงถึงร้อยละ 98.8 ในด้านการใช้โทรศัพท์มือถือ แม้ผู้สูงอายุร้อยละ 80.8 จะมีโทรศัพท์ใช้งาน

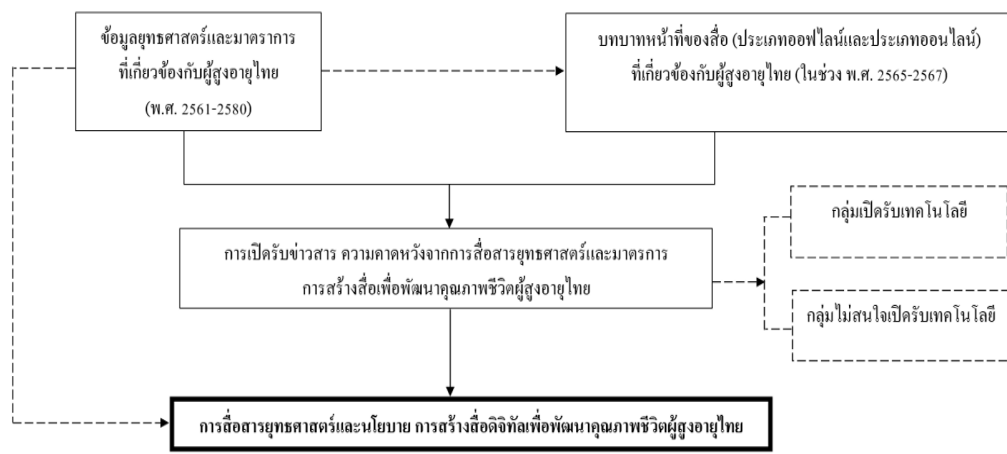
แต่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นโทรศัพท์มือถือแบบพื้นฐาน (Feature Phone) โดยมีผู้สูงอายุเพียงส่วนน้อยที่ใช้สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ซึ่งเป็นอุปสรรคหลักในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และบริการดิจิทัลต่าง ๆ ช่องว่างทางดิจิทัลนี้ไม่ได้เป็นเพียงปัญหาการเข้าถึงอุปกรณ์ แต่ยังสะท้อนถึงช่องว่างด้านทักษะและความมั่นใจในการใช้งาน ผลสำรวจยังพบว่า อุปสรรคสำคัญของผู้สูงอายุในการใช้อุปกรณ์ดิจิทัล คือ การไม่เข้าใจคำสั่งที่เป็นภาษาอังกฤษ และวิธีการเรียนรู้หลักของผู้สูงอายุ (ร้อยละ 84.8) คือ การเรียนรู้จากบุตรหลานหรือคนในครอบครัว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการพึ่งพิงเครือข่ายบุคคลเป็นอย่างมาก (สมาน ลอยฟ้า, 2554)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ยุทธศาสตร์และนโยบายของชาติมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการสร้างสื่อรวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ทำให้เทคโนโลยีสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มสังคมผู้สูงอายุในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาถึง การสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย
2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อต่อการสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังจากการสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย” อาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่หลากหลาย เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนของการสื่อสารในสังคมสูงวัย โดยมีแนวคิดสำคัญที่ใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์ดังนี้

1. แนวคิดการสื่อสารนโยบายสาธารณะ (Public Policy Communication)

นโยบายสาธารณะเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารประเทศ และการสื่อสารถือเป็นกลไกที่ขาดไม่ได้ในการขับเคลื่อนนโยบายให้บรรลุผล โดยพื้นฐานแล้ว นโยบายสาธารณะ คือ “สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ” (Thomas R. Dye, 1984) ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล ตั้งแต่การจัดการศึกษา การสร้างทางหลวง ไปจนถึงข้อกำหนดและระเบียบต่างๆ (Ira Sharkansky, 1970) แนวคิดนี้ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การกระทำที่เป็นรูปธรรม แต่ยังรวมถึงการที่รัฐบาล “เลือกที่จะไม่กระทำ” ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมได้เช่นกัน เช่น การเลือกที่จะไม่มีนโยบายประกันการว่างงาน ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน David Easton (1953) ได้ให้มุมมองที่สำคัญว่า นโยบายสาธารณะ คือ “อำนาจในการจัดสรรค่านิยมของสังคมทั้งหมด” ซึ่งหมายความว่า การตัดสินใจของรัฐบาลจะต้องสอดคล้องกับค่านิยม และความเชื่อของประชาชนในสังคมนั้น ๆ หากนโยบายใดขัดแย้งกับค่านิยมหลักของสังคม นโยบายนั้นอาจถูกต่อต้านและยากที่จะประสบความสำเร็จได้

ในบริบทของงานวิจัยนี้ ยุทธศาสตร์และมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาล โดยเฉพาะกรมกิจการผู้สูงอายุ กำหนดขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ถือเป็นนโยบายสาธารณะโดยตรง กระบวนการที่รัฐ (ผู้ส่งสาร) พยายามถ่ายทอดนโยบายและมาตรการ (สาร) ผ่านช่องทางต่าง ๆ (สื่อ) ไปยังผู้สูงอายุ (ผู้รับสาร) จึงเป็นกระบวนการสื่อสารนโยบายสาธารณะ การศึกษากระบวนการนี้ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจว่าสารจากภาครัฐถูกส่งผ่านไปอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายได้อย่างทั่วถึงหรือไม่

2. แนวคิดและทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Media Roles and Functions Theory)

สถาบันสื่อมวลชนไม่ได้เป็นเพียงท่อส่งผ่านข้อมูล แต่มีบทบาทและหน้าที่ที่ซับซ้อนต่อสังคม ตามแนวคิดของ Harold D. Lasswell (1948) และ Charles R. Wright (1960) สามารถสรุปบทบาทหน้าที่หลักของสื่อมวลชนได้ 4 ประการ ดังนี้

1.การสอดส่องระวังเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the Environment): คือ หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกสังคม เพื่อเตือนภัยและแจ้งให้ประชาชนทราบถึงสิ่งที่ควรรับรู้ ในงานวิจัยนี้ สื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิสวัสดิการ และมาตรการต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุพึงได้รับจากภาครัฐ

2.การประสานส่วนต่างๆ ในสังคม (Correlation of the Components of Society): คือ หน้าที่ในการอธิบาย ตีความ วิเคราะห์ และแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารต่าง ๆ เพื่อชี้แนะและสร้างความเห็นพ้องต้องกันในสังคม (Consensus) สื่อในงานวิจัยนี้ทำหน้าที่แปลสารนโยบายที่ซับซ้อนให้เป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และกระตุ้นให้สังคมตระหนักถึงประเด็นสังคมสูงวัย

3.การถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of the Social Heritage): คือ หน้าที่ในการให้การศึกษา (Education) เผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และวัฒนธรรมของสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ในงานวิจัยนี้ สื่อมีบทบาทในการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่มีคุณค่า การถ่ายทอดภูมิปัญญา และการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างวัย

4.การให้ความบันเทิง (Entertainment): คือ หน้าที่ในการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความตึงเครียดทางสังคม ซึ่งรายการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ เช่น รายการท่องเที่ยว หรือรายการที่สร้างแรงบันดาลใจ ก็ทำหน้าที่นี้ควบคู่ไปกับการให้สาระความรู้

งานวิจัยนี้จะใช้กรอบแนวคิดดังกล่าวในการวิเคราะห์ว่าสื่อแต่ละประเภท ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ทำหน้าที่เหล่านี้ในการสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุอย่างไร และบทบาทเหล่านี้ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้สูงอายุกลุ่มต่าง ๆ อย่างไร

3. แนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism Theory)

ทฤษฎีนี้มีแนวคิดพื้นฐานว่า เทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) Marshall McLuhan นักทฤษฎีคนสำคัญ ได้สรุปแนวคิดนี้ไว้ในประโยคที่โด่งดังว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว” (The Medium is the Message) ซึ่งหมายความว่า รูปแบบของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของมนุษย์มากกว่า เนื้อหาที่สื่อเหล่านั้นนำเสนอ Everett Rogers ได้ขยายความแนวคิดนี้โดยชี้ให้เห็นคุณลักษณะสำคัญของ “สื่อใหม่” (New Media) ที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม และเป็นตัวกำหนดประสบการณ์ของผู้ใช้ในยุคปัจจุบัน 3 ประการ ได้แก่

1. **การโต้ตอบได้ (Interactivity):** สื่อใหม่ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถโต้ตอบกับผู้ส่งสารและผู้รับสารคนอื่นๆ ได้อย่างฉับพลัน ทำให้เกิดการสื่อสารสองทางที่ผู้ใช้สามารถควบคุมได้มากขึ้น
2. **การเลือกรับเนื้อหาแบบเจาะจงได้ (Individualize/Demassified):** ผู้ใช้สามารถเลือกรับข่าวสารและเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของตนเองได้มากขึ้น แทนที่จะต้องรับสารแบบเดียวกันทั้งหมดเหมือนสื่อมวลชนในอดีต

3. **การรับสารที่ไม่ต้องพร้อมกัน (Asynchronous):** ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ในเวลา และสถานที่ที่ตนเองสะดวก ไม่จำเป็นต้องรอรับสารตามตารางเวลาที่ผู้ส่งสารกำหนด

คุณลักษณะเหล่านี้ได้เปลี่ยนพฤติกรรมการรับสื่อของคนในสังคมอย่างสิ้นเชิง และเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิด “ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล” (Digital Divide) ในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์หลักที่พบในงานวิจัยนี้ ทฤษฎีนี้จึงช่วยอธิบายว่าเหตุใดผู้สูงอายุสองกลุ่มจึงมีประสบการณ์การรับรู้ข่าวสารจากภาครัฐที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดยกลุ่มหนึ่งสามารถใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติของสื่อใหม่ในการแสวงหาข้อมูลเชิงรุก ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งยังคงยึดโยงอยู่กับสื่อดั้งเดิมและเข้าไม่ถึงสารจากภาครัฐ

4. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และความคาดหวัง (Media Exposure and Expectancy Theory)

การเปิดรับสื่อของผู้รับสารไม่ได้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างไร้ทิศทาง แต่เป็นกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร (Selective Processes) (Klapper, 1960 อ้างถึงใน โซติททัย นพวงศ์, 2542) ซึ่งประกอบด้วย

1. **การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure):** บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับความสนใจ ทักษะคติ และความเชื่อเดิมของตนเอง
2. **การเลือกสนใจ (Selective Attention):** เมื่อเปิดรับแล้ว บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะบางส่วนของข่าวสารนั้น
3. **การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception):** บุคคลจะตีความข่าวสารตามพื้นฐานความเข้าใจและประสบการณ์เดิมของตน และมักจะบิดเบือนความหมายให้เข้ากับสิ่งที่ตนเชื่ออยู่แล้ว
4. **การเลือกจดจำ (Selective Retention):** บุคคลจะเลือกจดจำเฉพาะข้อมูลที่สนับสนุนความคิดของตนเอง และลืมข้อมูลที่ขัดแย้ง

กระบวนการเลือกสรรนี้ถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความต้องการ (Needs), ทักษะคติ (Attitudes) และเป้าหมาย (Goals) ของแต่ละบุคคล ควบคู่ไปกับ ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectation Theory) ซึ่งเสนอว่ามนุษย์จะตัดสินใจแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีพื้นฐานมาจากการคาดการณ์ถึงผลลัพธ์ที่จะได้รับ (Vroom อ้างถึงใน อริยา คูหา, 2546)

ในงานวิจัยนี้ แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้สูงอายุทั้งสองกลุ่มได้อย่างชัดเจน กลุ่มเปิดรับเทคโนโลยี มีพฤติกรรมเป็นผู้แสวงหาข้อมูลเชิงรุก (Active Information Seekers) พวกเขาเลือกเปิดรับสื่ออย่างหลากหลายโดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีความคาดหวังว่าเนื้อหาที่ได้รับจะต้องมีประโยชน์และนำไปใช้ได้จริง ในทางกลับกัน กลุ่มไม่สนใจเปิดรับเทคโนโลยี มีกระบวนการเลือกสรรที่แตกต่างออกไป การเปิดรับสื่อของพวกเขามีลักษณะเป็นไปตามบริบทและสิ่งแวดล้อม และมีความคาดหวังที่เรียบง่ายกว่า คือ ต้องการข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานผ่านช่องทางที่คุ้นเคยและเชื่อถือได้ ซึ่งในกรณีนี้ คือ เครือข่ายบุคคลในพื้นที่ (Interpersonal Network) เช่น อสม. หรือผู้นำชุมชน มากกว่าสื่อมวลชน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษาของ ลภัสรา วลัยกมลลาศ (2556) ที่ชี้ให้เห็นว่า การขับเคลื่อนมาตรการเพื่อผู้สูงอายุให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคส่วนในพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการที่แท้จริง ซึ่งสนับสนุนข้อค้นพบของงานวิจัยที่ว่า เครือข่ายบุคคลในพื้นที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสารกับผู้สูงอายุกลุ่มที่ไม่ใช้เทคโนโลยี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้วิจัยเรื่อง “การสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบาย การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะประกอบด้วยแนวทางการศึกษา 3 แนวทาง ได้แก่ 1) การวิเคราะห์เอกสาร (Documents Analysis) ยุทธศาสตร์และนโยบายเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ 2) การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ (Textual Analysis) 3) การสนทนากลุ่มผู้สูงอายุ (Focus group)

1. แหล่งข้อมูลและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูล 3 ประเภทหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแต่ละมิติ

1.1 ข้อมูลด้านยุทธศาสตร์และมาตรการของภาครัฐ เพื่อศึกษารอบนโยบายและแนวทางการดำเนินงานจากผู้กำหนดนโยบายโดยตรง ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

- **ข้อมูลเอกสาร (Documentary Data):** ทำการศึกษาเอกสารนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้สูงอายุของประเทศ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2580), แผนผู้สูงอายุแห่งชาติและแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง

- **ข้อมูลการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)** กับกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย อธิบดีหรือผู้แทนกรมกิจการผู้สูงอายุ, ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน และผู้อำนวยการกองส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหาสื่อ เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อในการแปลสารนโยบายสู่สาธารณะ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวบทสื่อและผู้ผลิตสื่อโดยตรง ในช่วงเดือนมกราคม 2567 - เมษายน 2567 รวมทั้งหมด 116 เทป ดังนี้

- **การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ (Textual Analysis):** คัดเลือกตัวบทสื่อที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2567 แบบเฉพาะเจาะจง โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- **สื่อออนไลน์:** จำนวน 36 เทป ผ่านช่องทางสื่อสารของกรมกิจการผู้สูงอายุ (Facebook, YouTube) และช่องรายการ “มนุษย์ต่างวัย” ซึ่งนำเสนอประเด็นสังคมสูงวัยอย่างโดดเด่น

○ **สื่อออนไลน์:** จำนวน 80 เทป ผ่านรายการข่าวพระราชจากสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT), รายการลุยไม่รู้โรยและรายการสูงวัยว่าไรดี ช่อง Thai PBS, รายการปัญญาป็นสุข 2024, รายการไม้ค้ำหมัดหนึ่ง เสียงโซด และรายการคุณพระช่วยทางสถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ (Workpoint) ซึ่งมีรายการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุ

• **การสัมภาษณ์เจาะลึก:** สัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อหรือบรรณาธิการที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการผลิตและแนวคิดเบื้องหลังการนำเสนอเนื้อหา

1.3 ข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความคาดหวังจากมุมมองของผู้รับสารโดยตรง ผู้วิจัยได้ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มผู้สูงอายุ “เครือข่ายแกนนำเฝ้าระวังผู้บริโภคสื่อในกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์” จังหวัดปทุมธานี ภายใต้การกำกับดูแลและสนับสนุนจากสำนักงาน กสทช. แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มที่มีลักษณะการใช้สื่อแตกต่างกันอย่างชัดเจน เพื่อเปรียบเทียบมุมมองและความคิดเห็น ได้แก่

• **กลุ่มที่ 1:** กลุ่มเปิดรับเทคโนโลยี จำนวน 3-5 คน เป็นผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ที่ใช้งานสมาร์ทโฟนและสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ

• **กลุ่มที่ 2:** กลุ่มไม่สนใจเปิดรับเทคโนโลยี จำนวน 3-5 คน เป็นผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ที่ไม่ได้ใช้ หรือไม่สนใจเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวัน

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามระเบียบวิธีวิจัยที่กำหนดไว้ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 3 ประการได้ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์และนโยบายการสร้างสื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทย

ผลจากการวิเคราะห์เอกสารนโยบายสำคัญของประเทศ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของกรมกิจการผู้สูงอายุ พบว่า ยุทธศาสตร์การสื่อสารของภาครัฐมีการดำเนินงานที่ชัดเจนภายใต้ “มาตรการส่งเสริมสนับสนุนสื่อทุกประเภทให้มีรายการเพื่อผู้สูงอายุและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้ และสามารถเข้าถึงข่าวสารและสื่อ” ซึ่งในทางปฏิบัติได้ถูกขับเคลื่อนผ่านกลไกที่สำคัญ 3 รูปแบบ คือ

1.1 การส่งเสริมการผลิตสื่อผ่านภาคีเครือข่าย: ภาครัฐได้ร่วมมือกับสื่อมวลชนทั้งภาครัฐและเอกชนในการผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ จากผลการติดตามประเมินผลในช่วงปี พ.ศ. 2560-2565 พบว่า มีการเพิ่มขึ้นของรายการโทรทัศน์และวิทยุอย่างน้อย 11 รายการ เช่น ลุยไม่รู้โรย Super Active (Thai PBS), ขาวขรร (NBT), สูงวัย หัวใจมั่นคง (ททบ.5), และ SUPER 60+ (Workpoint) ซึ่งรายการเหล่านี้ มีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่การสร้างความมั่นคงใจในการใช้ชีวิตไปจนถึงการให้ข้อมูลสิทธิและสวัสดิการ แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการใช้กลไกสื่อที่มีอยู่เพื่อเผยแพร่นโยบาย และสร้างความตระหนักรู้ในสังคม

1.2 การสื่อสารโดยตรงผ่านสื่อดิจิทัล: กรมกิจการผู้สูงอายุได้ปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลโดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของหน่วยงานเองอย่างครบวงจร ทั้ง Facebook, YouTube, และ TikTok เพื่อเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม, เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบที่ง่ายขึ้น เช่น อินโฟกราฟิก (Infographic) และวิดีโอสั้น รวมถึงใช้เป็นช่องทางรับเรื่องราวเรียนจากประชาชน ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุในเขตเมืองหรือกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีได้โดยตรง

1.3 การสร้างทักษะดิจิทัลเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ: การดำเนินงานที่โดดเด่นและเป็นรูปธรรมที่สุด คือ การจัดทำ หลักสูตร “สูงวัยรู้เท่าทันสื่อ” ซึ่งเป็นมาตรการเชิงรุกที่มุ่งสร้างภูมิคุ้มกัน และทักษะการคิดวิเคราะห์ ให้แก่ผู้สูงอายุในการรับมือกับข้อมูลข่าวสารและภัยออนไลน์ หลักสูตรนี้ใช้กระบวนการที่เข้าใจง่าย คือ “หยุด คิด ถาม ทำ” เพื่อฝึกให้ผู้สูงอายุหยุดพิจารณาข้อมูลที่ได้รับ, คิดถึงความจำเป็นและความน่าเชื่อถือ, สอบถาม หาความชัดเจนจากแหล่งข้อมูลที่ไว้ใจได้ ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อ หรือส่งต่อข้อมูลนั้นต่อไป

2. บทบาทหน้าที่ของสื่อในการสื่อสารยุทธศาสตร์และมาตรการ

สถาบันสื่อทำหน้าที่เป็น “ผู้แปลสาร” นโยบายของภาครัฐให้กลายเป็นเนื้อหาที่สาธารณชนสามารถเข้าถึง และเข้าใจได้ โดยสื่อแต่ละประเภทมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทของตนเอง

2.1 สื่อออนไลน์:

o **ช่องทางของกรมกิจการผู้สูงอายุ:** ทำหน้าที่ **ให้ข้อมูลและการศึกษา (Information and Education)** โดยตรง โดยเน้นการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เช่น “ศาลารู้ทันสื่อ” เพื่อเตือนภัยและสอนทักษะ การป้องกันตนเองจากการถูกหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งนำเสนอผ่านละครสั้น และสถานการณ์จำลองที่เข้าใจง่าย

o **สื่อออนไลน์อิสระ (เช่น ช่อง “มนุษย์ต่างวัย”):** ทำหน้าที่สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ ทางสังคม (Social Correlation) และถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Social Heritage) โดยนำเสนอเรื่องราวและ ประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุในมุมมองที่สร้างแรงบันดาลใจ เน้นการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อผู้สูงอายุและ ลดช่องว่างระหว่างวัย

2.2 สื่อออฟไลน์ (โทรทัศน์):

o **สื่อของรัฐ (เช่น NBT):** รายการ “ชาญชรา” ทำหน้าที่ให้ข้อมูล (Information) เกี่ยวกับสิทธิ สวัสดิการ นโยบายภาครัฐ และความรู้ด้านสุขภาพอย่างตรงไปตรงมา นับเป็นกลไกการประชาสัมพันธ์นโยบาย ที่สำคัญของภาครัฐ

o **สื่อสาธารณะ (เช่น Thai PBS):** รายการ “ลุยไม่รู้โรย” ทำหน้าที่สร้างแรงบันดาลใจและถ่ายทอด มรดกทางสังคม โดยนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่มีพลัง (Active Aging) มีคุณค่า และยังคงสร้างประโยชน์ ให้สังคม ซึ่งช่วยส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกต่อสังคมสูงวัย

o **สื่อธุรกิจ (เช่น Workpoint):** รายการ “ปัญญาปันสุข” แม้ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อผู้สูงอายุโดยตรง แต่ทำหน้าที่สะท้อนและตอกย้ำค่านิยมทางสังคม โดยเฉพาะเรื่องความกตัญญู ผ่านการนำเสนอเรื่องราวของ ครอบครัว ที่ต้องดูแลผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยหรือลำบาก ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐ ที่ต้องการให้ครอบครัว เป็นหน่วยหลักในการดูแลผู้สูงอายุ

3. การเปิดรับข่าวสารและความคาดหวังของผู้สูงอายุ

ผลการสนทนากลุ่มได้เผยให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างสุดขั้วระหว่างผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม ซึ่งสะท้อนถึงปรากฏการณ์ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) อย่างชัดเจน

3.1 กลุ่มเปิดรับเทคโนโลยี:

o **พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร:** มีลักษณะเป็นผู้แสวงหาข้อมูลเชิงรุก (Active Information Seekers) พวกเขาติดตามข่าวสารอย่างสม่ำเสมอจากหลากหลายช่องทาง ทั้งโทรทัศน์ (ช่อง 3, Thai PBS, Workpoint) และสื่อออนไลน์ (YouTube, Facebook, Line) และรับรู้ถึงการมีอยู่และบทบาทของหน่วยงาน รัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมกิจการผู้สูงอายุ

o **ความคาดหวัง:** มีความคาดหวังต่อเนื้อหาที่ “ลึก” และ “มีคุณภาพสูง” โดยต้องการข้อมูลที่ สามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสุขภาพเชิงป้องกัน, การวางแผนการเงินหลังเกษียณ, การใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย นอกจากนี้ยังต้องการให้สื่อเจาะลึกประเด็นปัญหาสังคมที่ผู้สูงอายุต้องเผชิญ เช่น ความโดดเดี่ยว หรือความสัมพันธ์ในครอบครัว

3.2 กลุ่มไม่สนใจเปิดรับเทคโนโลยี:

๐ **พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร:** มีลักษณะเป็นผู้รับข้อมูลตามบริบท (Contextual and Passive Receivers) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลหลัก คือ อินเทอร์เน็ตที่เปิดผ่าน ๆ โดยไม่ได้ตั้งใจเลือกเข้าชม และที่สำคัญที่สุดคือ เครือข่ายบุคคลที่เชื่อถือได้ในพื้นที่ เช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.), ผู้นำชุมชน และ บุตรหลาน ซึ่งทำหน้าที่เป็น “ผู้รักษาประตูข้อมูล” (Gatekeeper) ให้กับพวกเขา ผลการวิจัยที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือ ผู้ให้สัมภาษณ์ในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ไม่เคยได้ยินชื่อ “กรมกิจการผู้สูงอายุ” มาก่อนเลย ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสารจากภาครัฐเดินทางไปไม่ถึงคนกลุ่มนี้

๐ **ความคาดหวัง:** มีความคาดหวังที่เรียบง่ายและเป็นพื้นฐาน โดยต้องการข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ไม่ใช่ข้อมูลเชิงลึก เช่น การแจ้งเตือนเรื่องเบี้ยยังชีพ, กำหนดการดูแลสุขภาพในชุมชน และต้องการให้ภาครัฐสื่อสารผ่านช่องทางดั้งเดิมที่เข้าถึงง่ายที่สุด เช่น เสียงตามสายในชุมชน และวิทยุชุมชน นอกจากนี้ยังคาดหวังให้ภาครัฐสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนที่ส่งเสริมการพบปะ และการดูแลสุขภาพมากกว่าการสื่อสารผ่านสื่อทางไกล

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้เผยให้เห็นถึงพลวัต และช่องว่างของการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในสังคมไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยสามารถอภิปรายในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. นโยบายมุ่งสู่ดิจิทัลและ “ช่องว่างในการสื่อสาร” ที่ขยายกว้างขึ้น

ข้อค้นพบที่สำคัญประการแรก คือ ยุทธศาสตร์การสื่อสารของภาครัฐ แม้จะมีเจตนาที่ดีและพยายามปรับตัวให้ทันต่อยุคสมัยโดยมุ่งเน้นการใช้ช่องทางดิจิทัลเป็นหลัก แต่ในทางปฏิบัติกลับก่อให้เกิด “ช่องว่างในการสื่อสาร” (Communication Gap) ที่ชัดเจน ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารนโยบายสาธารณะแบบบนลงล่าง (Top-Down Communication) ซึ่งมักมีการกำหนดนโยบายและช่องทางการสื่อสารจากส่วนกลาง โดยอาจไม่ได้คำนึงถึงความหลากหลาย และความเป็นจริงของกลุ่มผู้รับสารปลายทางได้อย่างครอบคลุม

ผลการวิจัยที่ชี้ว่า ผู้สูงอายุกลุ่มไม่สนใจเทคโนโลยีส่วนใหญ่ “ไม่เคยได้ยินชื่อกรมกิจการผู้สูงอายุ” ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้ว่าสารจากภาครัฐเดินทางไปไม่ถึงประชากรกลุ่มที่เปราะบางที่สุด และเป็นกลุ่มที่อาจต้องการข้อมูลด้านสิทธิและสวัสดิการมากที่สุด สถานการณ์นี้ตอกย้ำให้เห็นว่า ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ไม่ใช่เป็นเพียงปัญหาการเข้าถึงอุปกรณ์ แต่ได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการรับรู้ และการเข้าถึงสิทธิพลเมืองในยุคปัจจุบัน การที่ผู้สูงอายุกลุ่มนี้ยังคงพึ่งพาเครือข่ายบุคคลในพื้นที่ เช่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูล สะท้อนให้เห็นว่ากลไกการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และสื่อท้องถิ่นยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่งและไม่สามารถถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลได้ทั้งหมด ดังที่การศึกษาของ ลักสรดา วลัยกมลลาค (2556) ได้ชี้ให้เห็นว่า การขับเคลื่อนมาตรการเพื่อผู้สูงอายุให้ประสบผลสำเร็จนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในพื้นที่เพื่อให้การปฏิบัติงานสอดคล้องกับบริบทและความต้องการที่แท้จริง

2. สถาบันสื่อในฐานะ “ผู้แปลสาร” และกลไกขับเคลื่อนทางสังคม

สถาบันสื่อไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางส่งผ่านนโยบายจากภาครัฐ แต่ทำหน้าที่เป็น “ผู้แปลสาร” (Interpreter) ที่มีความกระตือรือร้น (Active) ในการคัดเลือก ตีความ และสร้างสรรค์นโยบายที่ซับซ้อนให้กลายเป็นเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Media Role and Function Theory) อย่างยิ่ง โดยสื่อแต่ละประเภทมีบทบาทแตกต่างกัน เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งมีมิติด้านคุณภาพชีวิตเหล่านี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปลั่งใจ โพธิ์จร (2558) ที่พบว่า

คุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุประกอบด้วยด้านร่างกาย, จิตใจ, สัมพันธภาพทางสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยบทบาทของสื่อที่ค้นพบในงานวิจัยนี้ได้เข้ามาตอบสนองมิติต่าง ๆ ดังกล่าวอย่างชัดเจน:

- สื่อของรัฐและสื่อสาธารณะ ทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนและประชาสัมพันธ์นโยบายโดยตรง เช่น สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เกี่ยวกับสิทธิและสวัสดิการ ขณะที่ Thai PBS มีบทบาทที่ซับซ้อนกว่า โดยมุ่งหวังที่จะประสานส่วนต่างๆ ในสังคม (Correlation) เพื่อกระตุ้นเชิงนโยบาย และ 'ถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of Social Heritage) ผ่านการนำเสนอภาพลักษณ์ผู้สูงอายุที่มีพลัง (Active Aging)

- สื่อธุรกิจ (Workpoint) แม้จะไม่ได้มีเป้าหมายเชิงนโยบายโดยตรง แต่กลับทำหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Social Heritage) โดยการผลิตซ้ำและตอกย้ำค่านิยม “ความกตัญญู” ผ่านรายการที่เข้าถึงผู้ชมในวงกว้าง เช่น รายการ “ปัญญาปันสุข” ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นไปตามตรรกะเชิงพาณิชย์ที่มุ่งเน้นเนื้อหาที่สร้างอารมณ์ร่วม แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการสนับสนุนเป้าหมายของรัฐโดยอ้อม ที่ต้องการให้ครอบครัวเป็นสถาบันหลักในการดูแลผู้สูงอายุ

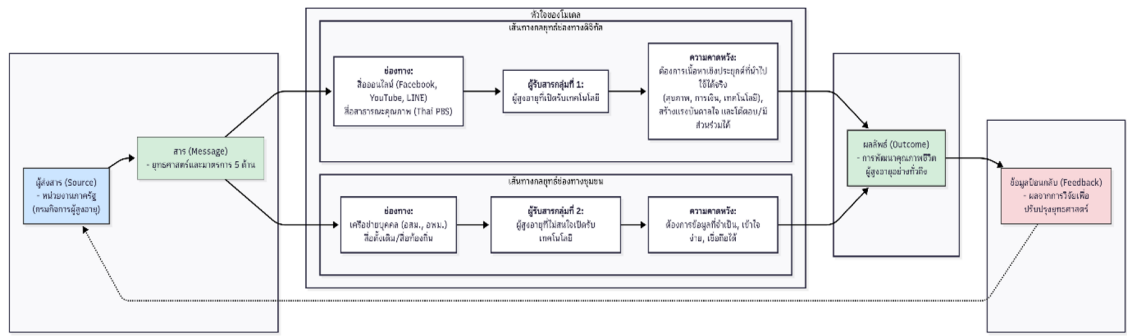
- สื่อใหม่และผลกระทบจากเทคโนโลยี: ความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภทสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism Theory) สื่อใหม่อย่าง YouTube และ Facebook มีคุณลักษณะสำคัญ คือ การโต้ตอบได้ (Interactivity), การเลือกรับเนื้อหาแบบเจาะจงได้ (Individualize/Demassified), และการรับสารที่ไม่ต้องพร้อมกัน (Asynchronous) คุณสมบัติเหล่านี้ได้เปลี่ยนประสบการณ์การรับสื่อของผู้สูงอายุกลุ่มเปิดรับเทคโนโลยีอย่างสิ้นเชิง และหล่อหลอมให้พวกเขามีความคาดหวังต่อสื่อในระดับที่สูงและแตกต่างจากผู้สูงอายุที่ยังคงผูกติดอยู่กับสื่อดั้งเดิม

3. องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา: โมเดลการสื่อสารยุทธศาสตร์ผู้สูงอายุไทยแบบสองช่องทาง

โดยองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษารั้งนี้ มีนัยสำคัญในเชิงทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ โดยเชื่อมโยงกับทฤษฎีบทบาทของสื่อสาธารณะ (Public Service Media) ตลอดจนแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism) ทั้งนี้ ยังเปิดพื้นที่ใหม่ให้กับการใช้ “สื่อ” ในฐานะ “เครื่องมือเชิงยุทธศาสตร์” ไม่ใช่เพียงช่องทางการกระจายข้อมูลเท่านั้น แต่เป็นกลไกสนับสนุนสิทธิมนุษยชน การเข้าถึงความรู้ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในทุกมิติ โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดของงานวิจัยนี้ คือ การปรากฏตัวอย่างชัดเจนของผู้สูงอายุสองกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ข้อค้นพบนี้ได้นำไปสู่การสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ คือ “โมเดลการสื่อสารยุทธศาสตร์ผู้สูงอายุไทยแบบสองช่องทางในยุคเปลี่ยนผ่านเชิงดิจิทัล” (Dual-Track Strategic Communication Model for Thai Elderly in the Digital Transition Era) โมเดลนี้ท้าทายกระบวนทัศน์การสื่อสารนโยบายสาธารณะแบบ “หนึ่งขนาดเหมาะกับทุกคน” (One-size-fits-all) และเสนอว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องดำเนินกลยุทธ์สองเส้นทาง (Dual Tracks) ที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง แต่ต้องดำเนินไปควบคู่กันอย่างเป็นระบบ ได้แก่

- เส้นทางดิจิทัล (Digital Track): ออกแบบสำหรับ “ผู้สูงอายุที่เชื่อมต่อโลกดิจิทัล” (Digitally-Engaged Elders) ซึ่งเป็นผู้แสวงหาข้อมูลเชิงรุก (Active Seekers) กลยุทธ์สำหรับเส้นทางนี้ ต้องเน้นการสร้างสรรค์เนื้อหาคุณภาพสูง, มีความลึก, โต้ตอบได้, และสร้างแรงบันดาลใจบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย

- เส้นทางชุมชน (Community Track): ออกแบบสำหรับ “ผู้สูงอายุที่ยึดโยงกับชุมชน” (Community-Reliant Elders) ซึ่งเป็นผู้รับสารตามบริบท (Passive Receivers) กลยุทธ์สำหรับเส้นทางนี้ ต้องเปลี่ยนจุดเน้นจากการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี มาสู่การ “เสริมพลังเครือข่ายมนุษย์” (Empowering Human Network) โดยพัฒนาศักยภาพของ อสม. และผู้นำชุมชนให้เป็น “ทูตสื่อสาร” พร้อมกับใช้สื่อท้องถิ่นที่ยังคงมีอิทธิพล เช่น เสียงตามสายและวิทยุชุมชน เพื่อส่งมอบข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต



ภาพที่ 2 โมเดลการสื่อสารยุทธศาสตร์ผู้สูงอายุไทยแบบสองช่องทางในยุคเปลี่ยนผ่านเชิงดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและการอภิปรายผลข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะใน 3 ระดับ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (สำหรับหน่วยงานภาครัฐ)

1.1 ปรับยุทธศาสตร์การสื่อสารสู่ “โมเดลสองช่องทาง” อย่างเป็นทางการ: กรมกิจการผู้สูงอายุและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทบทวนแผนยุทธศาสตร์การสื่อสาร โดยยอมรับว่าการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเข้าถึงประชากรทุกกลุ่มได้ และควรจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรเพื่อดำเนินกลยุทธ์ “เส้นทางชุมชน” อย่างจริงจังและเป็นระบบ

1.2 พัฒนาศักยภาพ “ทูตสื่อสาร” ในพื้นที่: ควรจัดทำโครงการอบรม และพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายบุคคลในพื้นที่ โดยเฉพาะ อสม. และอาสาสมัครพัฒนาสังคมฯ (อพม.) ให้มีความรู้ ความเข้าใจในสิทธิและสวัสดิการต่าง ๆ อย่างถ่องแท้ และมีทักษะในการสื่อสารถ่ายทอดข้อมูลที่ซับซ้อนให้เป็นเรื่องง่าย พร้อมทั้งจัดทำ “ชุดเครื่องมือสื่อสาร” (Communication Toolkit) เช่น แผ่นพับ, คู่มือภาพ, อินโฟกราฟิก ที่พิมพ์ออกมาแล้ว ให้บุคลากรเหล่านี้นำไปใช้ในพื้นที่

1.3 สร้างความร่วมมือกับสื่อท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม: ควรจัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) หรือสนับสนุนงบประมาณให้กับสถานีวิทยุชุมชน และเครือข่ายเสียงตามสายทั่วประเทศ เพื่อผลิตและออกอากาศข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุอย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (สำหรับผู้ผลิตสื่อ)

2.1 สำหรับสื่อดิจิทัล: ควรพัฒนาเนื้อหาที่ตอบสนองความคาดหวังเชิงลึกของผู้สูงอายุยุคใหม่ เช่น การจัดทำซีรีส์วิดีโอเกี่ยวกับการวางแผนการเงินหลังเกษียณ, การป้องกันตนเองจากการหลอกลวงทางออนไลน์ (Online Scam), หรือการดูแลสุขภาพจิต โดยใช้รูปแบบที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม เช่น การจัด Live Q&A กับผู้เชี่ยวชาญ หรือการสร้างกลุ่ม Facebook เพื่อเป็นชุมชนแลกเปลี่ยนเรียนรู้

2.2 สำหรับสื่อทุกประเภท: ควรส่งเสริมการนำเสนอภาพลักษณ์ “พลังของผู้สูงวัย” (Positive Aging) อย่างจริงจัง โดยนำเสนอเรื่องราวของผู้สูงอายุในมิติที่หลากหลาย เป็นผู้มีความสามารถ เป็นผู้สร้างสรรค์ และเป็นพลังของสังคม เพื่อทลายภาพจำเดิม ๆ ที่มีกมองผู้สูงอายุเป็นภาระหรือผู้ด้อยโอกาส ซึ่งจะช่วยสร้างทัศนคติเชิงบวกในสังคมวงกว้าง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

3.1 การวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation Research): ควรมีการทำวิจัยเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของยุทธศาสตร์การสื่อสารที่ใช้อยู่ในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ โดยเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในกลุ่มที่เข้าถึงสื่อดิจิทัลและกลุ่มที่เข้าไม่ถึง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับนำไปปรับปรุงนโยบาย

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพแบบเจาะลึก: ควรมีการทำวิจัยเชิงลึกในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความเปราะบางเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น ผู้สูงอายุในพื้นที่ห่างไกล, ผู้สูงอายุพิการ, ผู้สูงอายุกลุ่มชาติพันธุ์ หรือผู้สูงอายุที่อยู่ลำพัง เพื่อทำความเข้าใจอุปสรรคและความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลอย่างแท้จริง และนำไปสู่การพัฒนากลไกการสื่อสารระดับฐานรากที่เหมาะสมกับแต่ละบริบท

3.3 การวิจัยและพัฒนา (Research and Development): ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาและทดลองรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ สำหรับ “เส้นทางชุมชน” เช่น การพัฒนาสื่อบุคคล (อสม.) ให้เป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ หรือการสร้างสรรค์สื่อพื้นบ้านที่สามารถสอดแทรกข้อมูลความรู้ที่จำเป็นเข้าไปได้

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2550). *ชุดความรู้ด้านนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561). *ยุทธศาสตร์เตรียมความพร้อมคนก่อนวัยสูงอายุ และยุทธศาสตร์ด้านระบบคุ้มครอง*. <http://www.dop.go.th/th>.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). *แนวโน้มโลก 2050 ตอนที่ 3: สังคมโลก...สังคมผู้สูงอายุ*. <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/107437>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ความท้าทายของภาวะสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย*. <https://www.bot.or.th/Thai/Pages/default.aspx>.
- โชติหทัย นพวงศ์. (2542). *การติดตามข่าวสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานเครือข่ายนิเทศไทยในช่วงการปรับโครงสร้างธุรกิจ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปลื้มใจ ไพจิตร. (2558). “คุณภาพในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดสุราษฎร์ธานี”. *วารสารวิชาการด้านบริหารธุรกิจการจัดการ เศรษฐศาสตร์และนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*. 2(2), 30-41.
- มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. (2558). *สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society)*. <https://fopder.or.th>
- ลักสรดา วลัยกมลลาค. (2556). “การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วน ตำบล ปากบาง อ.เทพา จ.สงขลา” [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น].
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *สถิติผู้สูงอายุ*. <http://www.dop.go.th>
- สุพร คูหา. (2552). *แนวทางการปรับปรุงคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลหนองขาว อำเภอดำรงวิทยาคาร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น].

- สมาน ลอยฟ้า. (2554). ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 29(2), 53-64.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี* (พ.ศ. 2560 - 2579). อริยา คูหา. (2546). *แรงจูงใจและอารมณ์*. ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- อิศเรศ คำแหง. (2553). *การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร กับ กิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- Anderson, J. E. (1994). *Public Policy-Making*, 2nd ed. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Charles R. Wright. (1960). *Functional analysis and Mass Communication: Entnommen Aus: The Public Opinnion Quarter, Vol.XXIV*. Princeton University, Princeton N.J.M.T. Genetimigung Des Herausgebess.
- David Easton (1953). *The Political System*. New York: Alfred A. Knoff.
- Harold D.Lasswell. (1948). *The Structure and Functional of Communication in Society*. The Communication of Ideas. New York: Haper&Brothers.
- United Nations (2017) .*World population prospects key finding and advance tables 2017 review*. : UN Thailand Annual Report
- Ira Sharkansky. (1970). *Policy Analysis in Political Science*. Chicago: Markham
- Lasswell, H. D. & Kaplan, A. (1970). *Power and Society*. New Haven : Yale University press.
- McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. London : Sage.
- Thomas R. Dye (1984). *Understanding Public Policy*, 4th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.