



ประสบการณ์ การถูกหลอกลวงผ่านสื่อ ของผู้สูงอายุไทยใน ปี พ.ศ. 2565

ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย
มหาวิทยาลัยมหิดล

ทีมวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ
รองศาสตราจารย์ ดร.วัญจิต ศศิวงศาโรจน์
อาจารย์ ดร.สิรินทร์ พิบุลภาณุวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงษ์ บุญรักษา
อาจารย์วรภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ

ประสบการณ์การถูกหลอกลวงผ่านสื่อของผู้สูงอายุไทย ปี 2565 - - - - -

ปัจจุบันนี้ สื่อได้มีการพัฒนาการอย่างก้าวกระโดด จากสื่อที่ต้องอาศัยสื่อมวลชนมืออาชีพ จนถึงยุคที่ทุกคนสามารถเป็นสื่อมวลชนได้เอง ข้อมูลข่าวสารจึงเกิดขึ้นและแพร่กระจายไปสู่ทั่วทุกมุมโลก ถึงแม้ว่ามนุษย์สามารถใช้ข้อมูลจากสื่อเพื่อการอยู่รอดในสังคม สร้างความสุข และเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงสร้างภาษาและวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อสร้างวิถีชีวิตที่สงบสุขในการอยู่ร่วมกัน แต่การเปิดรับสื่อที่ให้ข้อมูลหลอกลวง หรือที่มักจะเรียกกันคุ้นปากกันว่า “ข่าวลวง” ก็ตามที เช่น การรับฟังข้อมูลที่บิดเบือน ไม่ถูกต้อง หลอกลวง ยุยง ช่มชู้ให้กลัวเพื่อให้คล้อยตาม เป็นต้น ซึ่งหากผู้รับสารหลงเชื่อข่าวลวง ก็ย่อมก่อให้เกิดผลเสียต่อตัวผู้รับสารได้อย่างง่ายดาย และอาจส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างอย่างคาดไม่ถึงอีกด้วย ดังเช่น การหลงไปซื้อของที่ไม่มีคุณภาพ ทำให้สูญเสียทรัพย์สิน การหลงเชื่อสรรพคุณของอาหารเสริม นอกจากจะเสียเงินแล้วยังส่งผลร้ายต่อสุขภาพอีกด้วย ซึ่งอาหารเสริมบางชนิดอาจเกิดความเสี่ยงขึ้นหากรับประทานในปริมาณมากๆ การชมชู้หลอกลวงให้ผู้รับสารเกิดความกลัวจนต้องโอนเงินหรือเปิดเผยบัญชีให้ผู้ชมชู้ทราบ การรับฟังข้อมูลบิดเบือน ใส่ร้ายเกินจริงทางการเมือง ก่อให้เกิดอคติ และความเกลียดชังกลุ่มที่เห็นแตกต่างจากตน จนเกิดความขัดแย้ง และการใช้กำลังปะทะกันระหว่างกลุ่มที่มีทัศนคติทางการเมืองไม่ตรงกัน ดังที่เห็นจากประวัติศาสตร์ในอดีต จึงอาจสรุปได้ว่า “ข่าวลวง” ถือเป็นภัยคุกคามของประเทศทุกประเทศและทุกสังคม ทั้งในด้านความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง รวมถึงด้านความเข้มแข็งทางปัญญาก็คงจะไม่เกินจริงแต่อย่างใด

ผู้สูงอายุไทย ซึ่งอยู่ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ระบบ และรูปแบบของการสื่อสารสมัยใหม่ จึงถือเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ มากที่สุดกลุ่มหนึ่ง และส่งผลกระทบต่อความสูญเสียต่อตัวผู้สูงอายุเอง รวมไปถึงคนรอบข้าง และสังคมเครือข่ายของผู้สูงอายุที่อาจได้รับการแพร่ข้อมูลที่บิดเบือนเหล่านี้จากผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อข่าวลวงโดยไม่รู้ตัวก็ตาม การสำรวจประสบการณ์การถูกหลอกลวงผ่านสื่อของผู้สูงอายุไทยในครั้งนี้ จึงช่วยบ่งชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงของผู้สูงอายุไทยที่ตกเป็นเหยื่อของข่าวลวงในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2565) รวมถึงปัจจัยที่มีแนวโน้มสำคัญต่อการเกิดความเสี่ยงดังกล่าวด้วย

ทีมวิจัยจากศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล ได้สำรวจประสบการณ์การถูกหลอกลวงผ่านสื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2565 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบจำนวน คุณลักษณะ และเรื่องที่ผู้สูงอายุไทยที่ตกเป็นเหยื่อจากการเปิดรับสื่อ รวมถึงปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อที่มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง จากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2,000 คน จาก 20 จังหวัดทั่วประเทศ ได้แก่ เชียงราย น่าน พะเยา พิษณุโลก นครสวรรค์ เลย ยโสธร อุบลราชธานี มหาสารคาม บุรีรัมย์ กรุงเทพฯ นนทบุรี ระยอง จันทบุรี เพชรบุรี นครศรีธรรมราช ตรัง สุราษฎร์ธานี พัทลุง และกระบี่

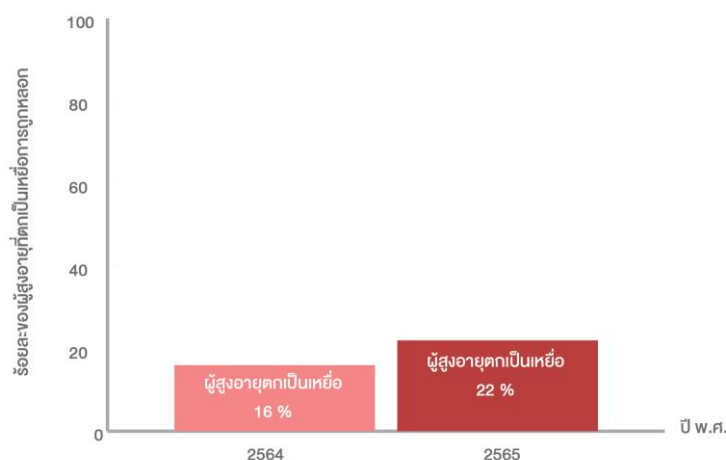
ข้อค้นพบสำคัญ

ข้อค้นพบสำคัญจากการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ จำนวนและคุณลักษณะของผู้สูงอายุไทยที่ถูกหลอกลวงผ่านสื่อ ความเสี่ยงที่จะถูกหลอกลวงจากการเปิดรับสื่อ และเรื่อง πουผู้สูงอายุไทยมักถูกหลอกลวงผ่านสื่อ รายละเอียดมีดังนี้

ส่วนที่ 1 จำนวนและคุณลักษณะของผู้สูงอายุไทยที่ถูกหลอกลวงผ่านสื่อ

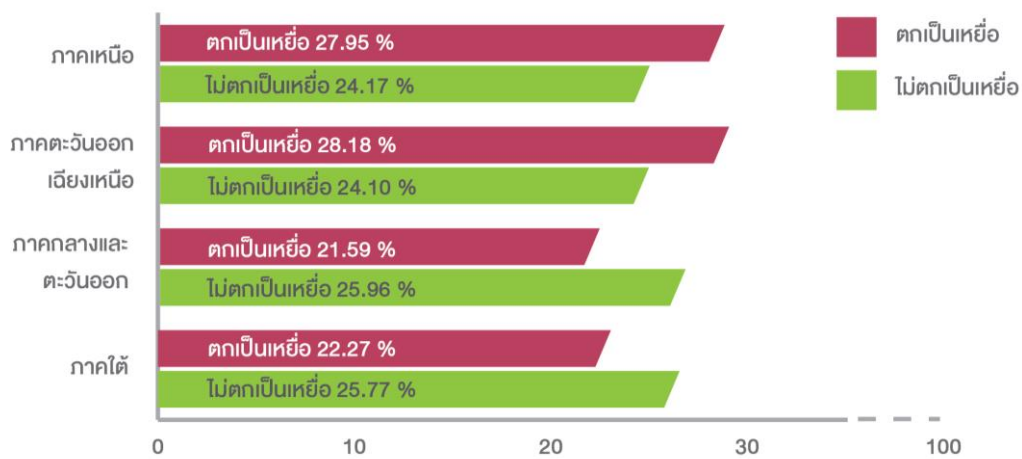
การสำรวจผู้สูงอายุไทยที่มีประสบการณ์ถูกหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ ในปี 2565 คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุไทยที่ตระหนักรู้ตัวว่าถูกหลอกลวง และตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงนั้น คือได้รับความสูญเสียในด้านใดด้านหนึ่ง หรือเกิดผลในทางลบต่อตัวผู้สูงอายุ หรือครอบครัวของผู้สูงอายุ เช่น ถูกหลอกลวงแล้วทำให้เสียเงิน เสียทรัพย์สิน ได้รับข้อมูลที่บิดเบือนโดยแฝงอคติแล้วทำให้ทะเลาะกับคนรู้จัก หรือเกลียดชังกลุ่มคนที่มีความเห็นไม่ตรงกับตนเอง ได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงทำให้หลงเชื่อในสรรพคุณของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือถูกข่มขู่ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เป็นต้น ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 3-1 เปรียบเทียบจำนวนผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อ ระหว่างปี 2564 และ 2565

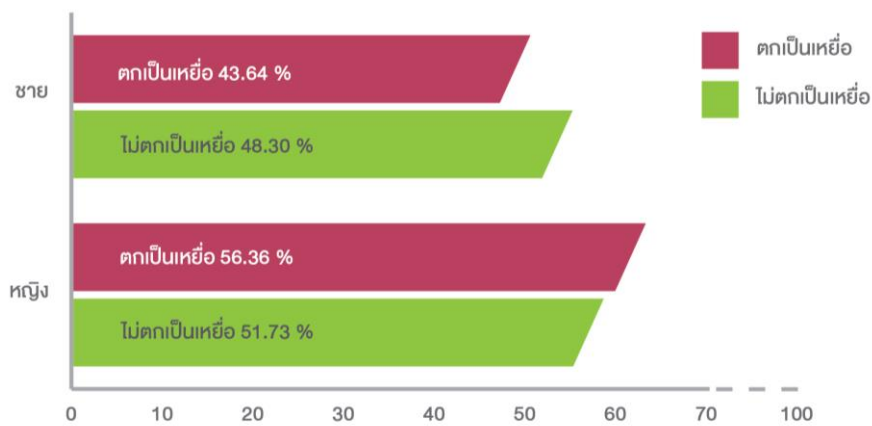


สัดส่วนของผู้สูงอายุที่ตระหนักรู้ว่าตนเองตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยในปี 2565 มีผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง 440 คน จากทั้งหมด 2,000 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 6.00 (ปี 2564 มีผู้สูงอายุตระหนักรู้ว่าตนเองตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อจำนวน 320 คน หรือ ร้อยละ 16.0)

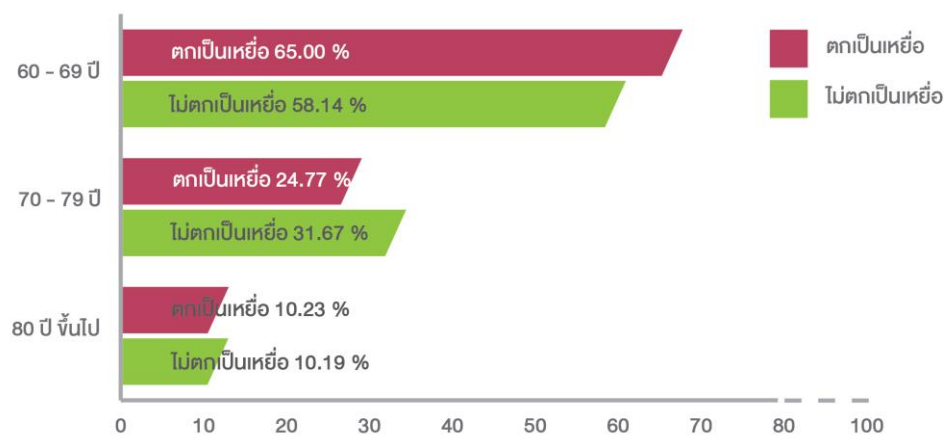
ภาพที่ 3-2 เปรียบเทียบผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อในแต่ละภูมิภาค



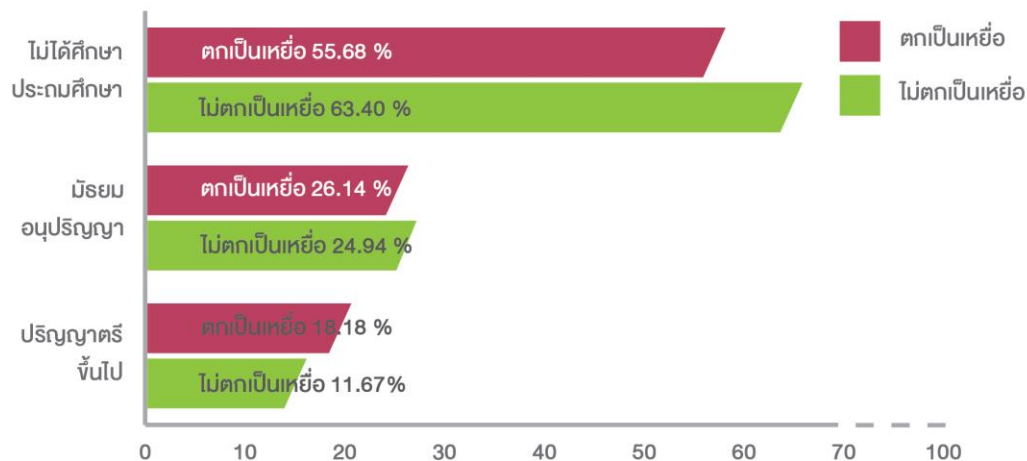
ภาพที่ 3-3 เปรียบเทียบผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อเพศชายและเพศหญิง



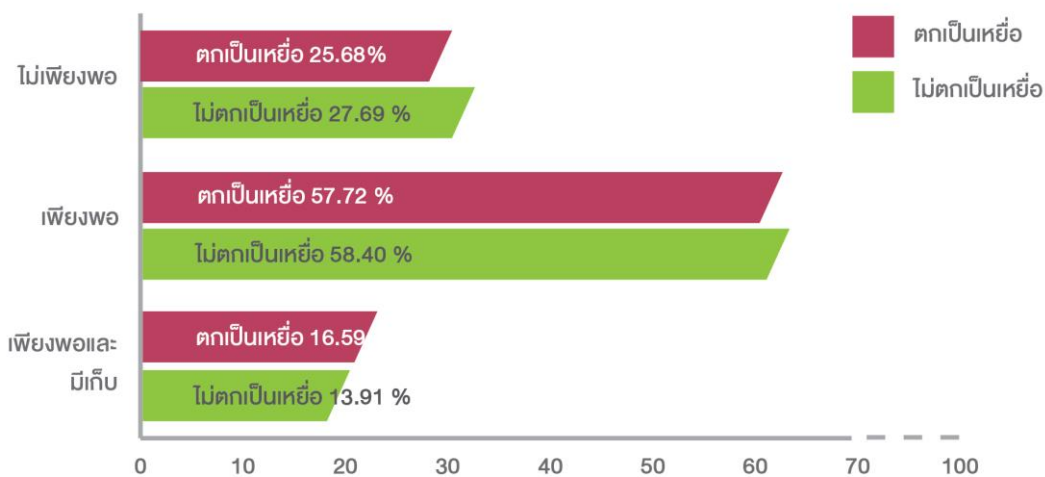
ภาพที่ 3-4 เปรียบเทียบผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อในแต่ละช่วงอายุ



ภาพที่ 3-5 เปรียบเทียบผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อในแต่ละระดับการศึกษา



ภาพที่ 3-6 เปรียบเทียบผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อในแต่ละสถานะการเงิน



คุณลักษณะผู้สูงอายุที่พบว่าถูกละเมิดจากสื่อ จากข้อมูลทางสถิติ พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อมีสัดส่วนเพศหญิง (ร้อยละ 56.36) สูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 43.64) มีอายุอยู่ระหว่าง 60-69 ปี (ร้อยละ 65.00) มากที่สุด ซึ่งถือว่ามีส่วนแตกต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุที่มีช่วงอายุระดับกลาง (อายุ 70-79 ปี และระดับมาก (อายุ 80 ปีขึ้นไป) อย่างมาก ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีการศึกษาในระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) (ร้อยละ 55.68) และมีสถานะการเงินปานกลาง คือ มีรายได้เพียงพอต่อรายจ่าย (ร้อยละ 57.72) สำหรับภูมิสำเนาของผู้สูงอายุ พบว่ามีความแตกต่างกันบ้างแต่ไม่ชัดเจนโดดเด่นเหมือน ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสถานะการเงิน โดยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีภูมิสำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือตกเป็นเหยื่อการถูกละเมิดผ่านสื่อมากกว่าผู้สูงอายุที่มีภูมิสำเนาอยู่ในภาคใต้ และภาคกลางและตะวันออก

ส่วนที่ 2 ความเสี่ยงที่จะถูกหลอกลวงจากการเปิดรับสื่อ

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อที่มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อจากการหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ คณะผู้วิจัยใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ความแตกต่างในการเปิดรับสื่อหลักประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล (สื่อบุคคลที่สามารถโต้ตอบกับผู้สูงอายุได้ เช่น การได้พบปะพูดคุยกับลูกหลาน เพื่อนบ้าน แม่ค้า หรือบุคคลที่พบเจอ หรือการพูดคุยกันผ่านโทรศัพท์ เป็นต้น) โทรศัพท์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ (การสื่อสารผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ) และการเปิดรับสื่อในประเด็นต่างๆ ได้แก่ สุขภาพ ธรรมะ อาหาร เกษตรกรรม อาชีพการงาน ข่าวดังทั่วไป การเมือง การลงทุน บันเทิง กีฬา และความเชื่อ ระหว่างกลุ่มที่ตกเป็นเหยื่อ และกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อ ผลการวิเคราะห์ได้ข้อค้นพบ ดังนี้

ภาพที่ 3-7 เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อในปี 2565



หมายเหตุ ★ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

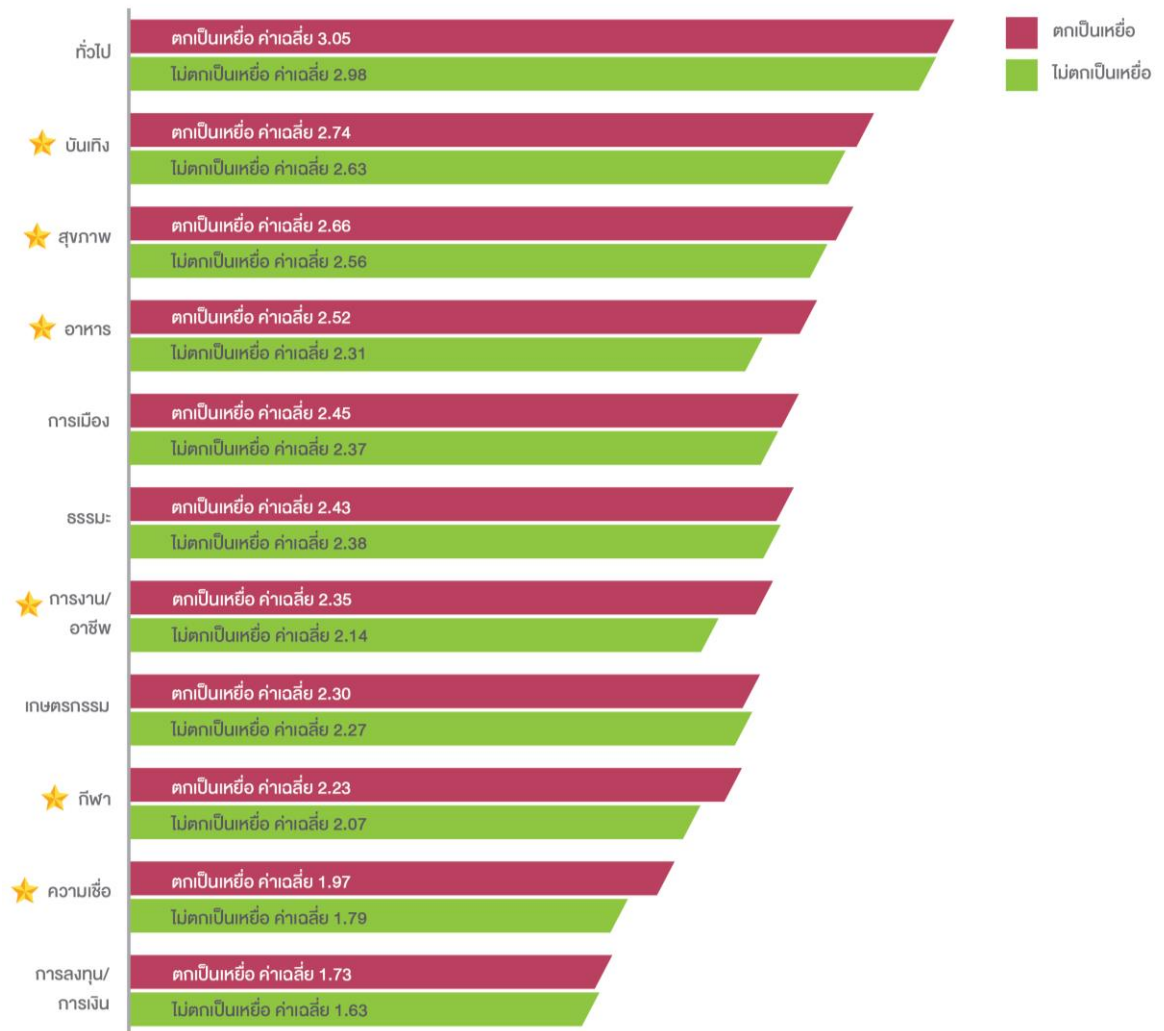
การเปิดรับสื่อที่มีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวง ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย = 2.78) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.64) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.002*

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย = 2.34) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.11) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.000*

ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง กลุ่มผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อ และไม่ตกเป็นเหยื่อในการเปิดรับโทรศัพท์ และวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาพที่ 3-8 เปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับสื่อของผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อและไม่ตกเป็นเหยื่อในปี 2565



หมายเหตุ ★ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ประเด็นการเปิดรับสื่อที่มีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวง ได้แก่ บันทึกลง สุขภาพ อาหาร การงาน กีฬา และ ความเชื่อ

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อด้านสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย = 2.66) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.56) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.000*

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อด้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย = 2.52) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.31) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.000*

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อด้านอาชีพการงาน (ค่าเฉลี่ย = 2.35) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.14) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.000*

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อด้านบันเทิง (ค่าเฉลี่ย = 2.74) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.63) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.023*

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อด้านกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 2.23) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 2.07) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.001*

ผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อเปิดรับสื่อด้านความเชื่อ (ค่าเฉลี่ย = 1.97) มากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อ (ค่าเฉลี่ย = 1.79) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า P-Value จากสถิติ t-test = 0.000*

ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่าง กลุ่มผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อ และไม่ตกเป็นเหยื่อในการเปิดรับสื่อด้านศาสนา เกษตรกรรม ข่าวดังทั่วไป การเมือง การลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 3 เรื่องที่ผู้สูงอายุไทยมักถูกหลอกลวงผ่านสื่อ

การสำรวจเรื่องที่ผู้สูงอายุไทยมักถูกหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ คณะผู้วิจัยได้สอบถามในประเด็นที่มักพบเห็นผู้สูงอายุถูกหลอกลวง 5 เรื่อง ได้แก่ การซื้อของที่ไม่มีคุณภาพหรือราคาเกินจริง การทำบุญและการช่วยเหลือมนุษยและสัตว์ การใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธี การหลอกลวงให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และการหลอกลวงให้ลงทุน ผลการวิเคราะห์ได้ข้อค้นพบ ดังนี้

ตารางที่ 3-1 แสดงความถี่ของเรื่องที่ผู้สูงอายุไทยถูกหลอกลวงและตกเป็นเหยื่อ 5 อันดับแรก

เรื่องที่ตกเป็นเหยื่อ	การเปลี่ยนแปลง	ปี 2565		ปี 2564	
		จำนวน (%)	อันดับ	จำนวน (%)	อันดับ
การซื้อของ	↑	46.14	1	41.88	1
การทำบุญและการช่วยเหลือมนุษยและสัตว์	↑	43.86	2	34.06	2
ยาและการดูแลสุขภาพ	↑	30.23	3	29.06	3
การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล	↑	13.86	4	3.75	5
การลงทุน	↓	9.32	5	20.31	4

เรื่องที่ผู้สูงอายุไทยตกเป็นเหยื่อจากการหลอกลวงผ่านสื่อมากที่สุด 5 อันดับแรก ในปี 2565 ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ การซื้อของที่ไม่มีคุณภาพหรือราคาเกินจริง ร้อยละ 46.14 อันดับที่ 2 คือ การทำบุญและการ

ช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์ ร้อยละ 43.86 อันดับที่ 3 คือ การใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธี ร้อยละ 30.23 อันดับที่ 4 คือ การลอบให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 13.86 และอันดับที่ 5 คือ การลอบให้ลงทุน ร้อยละ 9.32

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนของผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อระหว่างปี 2564 กับ 2565 พบข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

สัดส่วนเรื่องที่ถูกผู้สูงอายุถูกหลอกเพิ่มขึ้นมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด คือ ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 13.86 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่าปี 2564 เกือบ 4 เท่าตัว (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 3.75 และปี 2565 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 13.86)

ผู้สูงอายุถูกหลอกในเรื่องการทำบุญช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์เพิ่มขึ้นจากปี 2564 อย่างชัดเจน (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการทำบุญช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์ ร้อยละ 34.06 และปี 2565 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการทำบุญช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์ ร้อยละ 43.86)

ผู้สูงอายุถูกหลอกในเรื่องการใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธีเพิ่มขึ้นจากปี 2564 เล็กน้อย (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธี ร้อยละ 29.06 และปี 2565 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธี ร้อยละ 30.23)

ถึงแม้ว่าผู้สูงอายุในปี 2565 จะมีสัดส่วนผู้ตกเป็นเหยื่อเพิ่มขึ้นเกือบทุกเรื่อง แต่การตกเป็นเหยื่อในเรื่องลงทุน มีสัดส่วนลดลงจากปี 2564 ค่อนข้างมาก (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการลงทุน ร้อยละ 20.31 และปี 2565 มีผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการลงทุนเพียง ร้อยละ 9.32)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ สรุปได้ว่าผู้สูงอายุไทยตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาทั้งที่มีการเปิดรับสื่อลดลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า “ข่าวลวง” ยังคงเป็นภัยคุกคามต่อผู้สูงอายุไทย และยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยคุณลักษณะของผู้สูงอายุที่มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อข่าวลวง คือ ผู้สูงอายุเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 60-69 ปี นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีการศึกษาในระดับต้น และมีสถานะการเงินปานกลาง ก็มีความเสี่ยงที่อาจตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ ได้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ นอกจากนั้น ยังพบว่าผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือจะมีประสบการณ์ตกเป็นเหยื่อมากกว่าภาคอื่นๆ ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้นจึงถือเป็นกลุ่มเสี่ยงที่ตัวผู้สูงอายุเองจะต้องตระหนักรู้ และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับตนเองมากยิ่งขึ้น

ข้อค้นพบต่อมาคือ สื่อที่เป็นช่องทางสื่อสารความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของผู้สูงอายุ ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์ ที่สามารถเข้ามาามีอิทธิพล และกลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุไทยมากขึ้นทุกวัน สำหรับประเด็นที่ความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเหยื่อมีหลายประเด็น ได้แก่ บันเทิง

สุขภาพ อาหาร การงาน กีฬา และความเชื่อ ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุไทยที่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ มีปริมาณการเปิดรับประเด็นดังกล่าวสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อ นอกจากนั้น ยังพบว่าประเด็นที่ผู้สูงอายุไทยมักตกเป็นเหยื่อจากการถูกหลอกลวงมาก ได้แก่ การซื้อของ การทำบุญ ยาและสุขภาพ การให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และการลงทุน

ข้อค้นพบในครั้งนี้ จึงไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่า การเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ ทั้งประเภทสื่อ และประเด็นที่เปิดรับ ไม่มีผลต่อความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อของผู้สูงอายุไทยจากการหลอกลวง ถึงแม้ว่าผลการสำรวจผลกระทบการใช้สื่อจะชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อโดยรวมแล้วจะส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุในหลายด้านด้วยกัน แต่ก็พึงระวังต่อสิ่งที่รับรู้ผ่านสื่อต่างๆ เนื่องจากมีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวงด้วยเช่นกัน ดังนั้น นอกจากตัวผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องตระหนักรู้ในประเด็นดังกล่าว จึงเป็นหน้าที่ของครอบครัวและสังคม ที่พึงช่วยกันออกแบบกลไกเพื่อเฝ้าระวังภัยร้ายอันเกิดจากข่าวลวงเข้ามาโจมตีผู้สูงอายุผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงเป็นความท้าทายต่อภารกิจของเครือข่ายด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งรวมถึงศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล ที่จะร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อ และเผยแพร่ไปสู่ผู้สูงอายุไทยในภาคส่วนต่างๆ ต่อไป