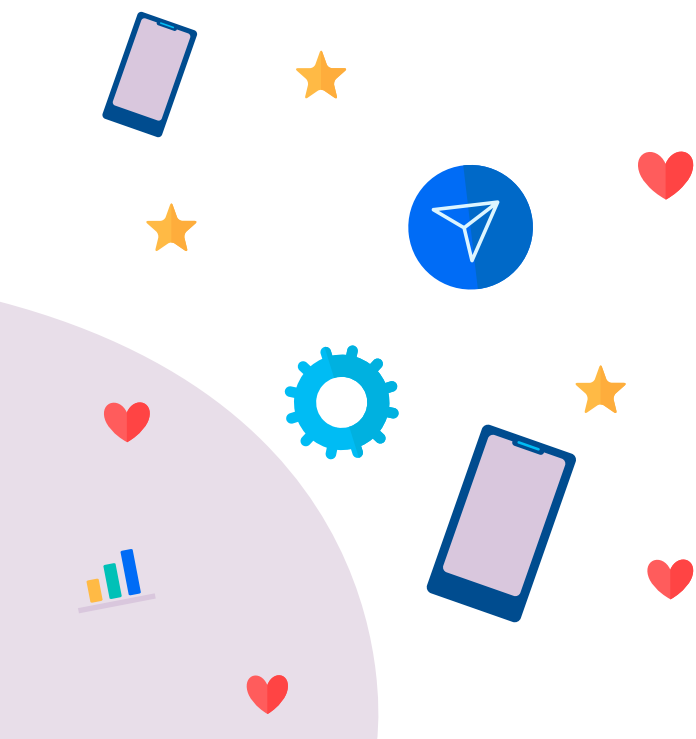




การพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการ ด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย

Developing an Intelligence Center for
Thai Elderly Media Literacy



รายงานโครงการฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย

Developing an Intelligence Center for Thai Elderly Media Literacy

โดย

รองศาสตราจารย์ ดวงพร คำณวนวัฒน์ (ที่ปรึกษาโครงการ)

รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ (หัวหน้าโครงการ)

รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์ (นักวิจัย)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงษ์ บุญรักษา (นักวิจัย)

อาจารย์ ดร.สิรินทร์ พิบูลพานุวัฒน์ (นักวิจัย)

อาจารย์ วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ (นักวิจัย)

กลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

กุมภาพันธ์ 2566

Final Report

Developing an Intelligence Center for Thai Elderly Media Literacy

BY

Associate Professor Duangporn Kamnoonwatana (Project Consultant)

Associate Professor Dr. Nuntiya Doungphummes (Principle Investigator)

Associate Professor Dr. Kwanchit Sasiwongsaroj (Researcher)

Assistant Professor Dr. Theeraphong Boonrugsu (Researcher)

Dr. Sirintorn Bhibulbhanuvat (Researcher)

Miss Waraporn Suebwongsuwan (Researcher)

Communication for Development Research Cluster

Research Institute for Languages and Cultures of Asia

Mahidol University

This research project was funded by

Thai Health Promotion Foundation (Thai Health)

February 2023

กิตติกรรมประกาศ

โครงการการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย นับเป็นการดำเนินโครงการเพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุไทยในระยะที่ 4 ซึ่งเน้นการดำเนินงานด้านวิชาการในการเก็บรวบรวมและสังเคราะห์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุเป็นครั้งที่ 2 เพื่อติดตามความเปลี่ยนแปลงเปรียบเทียบกับผลสำรวจครั้งที่ 1 (ปี 2564) และสื่อสารผ่านช่องทางของศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ หรือ ICEM ซึ่งมีทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊กเพจ และ E-Bulletin ในขณะเดียวกันได้สนับสนุนการขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อในพื้นที่และผลิตเกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ เป็นชุดที่ 2

โครงการในปีนี้ ขอขอบคุณ เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย ที่ให้ความสนใจหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้โอกาสคณะผู้วิจัยไปขยายผลในพื้นที่ และเป็นโอกาสให้สถานีโทรทัศน์ NHK ของประเทศญี่ปุ่นได้มาถ่ายทำการอบรมเป็นส่วนหนึ่งของสารคดีที่เผยแพร่อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ เทศบาลตำบลเชียงรากน้อยยังแสดงความจำนงขอเป็นพื้นที่เครือข่ายของโครงการอย่างต่อเนื่อง ขอขอบคุณโครงการ “สองวัยเข้าใจสื่อ” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันธิดา จันทรางศุ ที่ได้นำเอาเนื้อหาของหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อไปเป็นส่วนหนึ่งของโครงการให้เยาวชนได้ถ่ายทอดให้กับผู้สูงอายุ ขอขอบคุณเครือข่ายสำคัญอย่าง ทำมาปิ่น ในการเชิญให้ร่วมเป็นวิทยากรอบรมหลักสูตรสูงวัยรู้ทันสื่อ ให้กับโครงการ CU-VIP และได้ร่วมมือกันเป็นคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสำหรับผู้สูงอายุให้กับกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) นอกจากนี้ โครงการฯ ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.มธุรส ทิพยมงคลกุล ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการสร้างแบบสำรวจและขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิอีกหลายท่านที่ช่วยติชมผลงานที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ www.iceml.org

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่สนับสนุนทุนอย่างต่อเนื่อง

ที่สุด ขอกราบขอบพระคุณผู้สูงอายุทุกท่านที่มีส่วนร่วมกับโครงการฯ ผู้สูงอายุเปรียบเสมือนเพชรที่ผ่านการเจียรนัยด้วยประสบการณ์มาตลอดชีวิต คณะผู้วิจัยจึงมุ่งมั่นดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุเพื่อให้เพชรยังคงเปล่งประกายในสังคมผู้สูงอายุอย่างสวยงามล้ำค่าตลอดไป

คำนำ

การพัฒนาศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (Intelligence Center for Elderly Media Literacy - ICEM) ให้ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการ (knowledge hub) ที่น่าเชื่อถือและอ้างอิงได้ ด้วยการสื่อสารข้อมูลวิชาการในรูปแบบบทความและจุลสารอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาแบบวัดมาตรฐานเพื่อสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ การนำเสนอผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2565 การขยายผลการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุโดยนักสื่อสารสุขภาวะวัยเพชร ครู ก การสร้างนักสื่อสารสุขภาวะวัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 และการพัฒนานวัตกรรมเกมออนไลน์ หยุต คิตถาม ทำ (STAAS) ชุดที่ 2 เป็นผลการดำเนินงานที่สำคัญภายใต้โครงการการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย โดยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

โครงการในปี 2565 นี้เป็นหมุดหมายสำคัญในการใช้บทบาททางวิชาการที่เข้มแข็งของคณะผู้วิจัยจากกลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มาช่วยหนุนเสริมการขับเคลื่อนงานด้านการรู้เท่าทันสื่อของไทย ด้วยการสังเคราะห์ห้องค์ความรู้ที่มีอยู่ ผลิตรายการความรู้ใหม่ สกัดความรู้และประสบการณ์จากการทำงานขับเคลื่อนการสร้างการรู้เท่าทันสื่อในพื้นที่ และผลิตนวัตกรรมเกมออนไลน์ชุดที่ 2 เพื่อฝึกทักษะการรู้เท่าทันสื่อด้วยตนเองของผู้สูงอายุ

ถึงแม้ว่าการดำเนินบทบาทด้านวิชาการ การปฏิบัติการขับเคลื่อนงาน และการสื่อสารงานวิชาการให้เข้าถึงผู้คนในวงกว้างและอย่างต่อเนื่อง จะเป็นสิ่งที่มีความท้าทาย แต่ก็เกื้อหนุนกันและกัน ทำให้ศาสตร์และศิลป์ในด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง เป็นรูปธรรม และที่สำคัญคือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

คณะผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ข้อมูลที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้ จะเป็นแรงสนับสนุนให้มีการต่อยอดขยายผลการดำเนินงานด้านการรู้เท่าทันสื่อเพื่อประโยชน์ของผู้สูงอายุและสังคมสูงวัยไทยที่เข้มแข็งต่อไป

คณะผู้วิจัย

กุมภาพันธ์ 2566

สรุปความเห็นผู้บริหาร

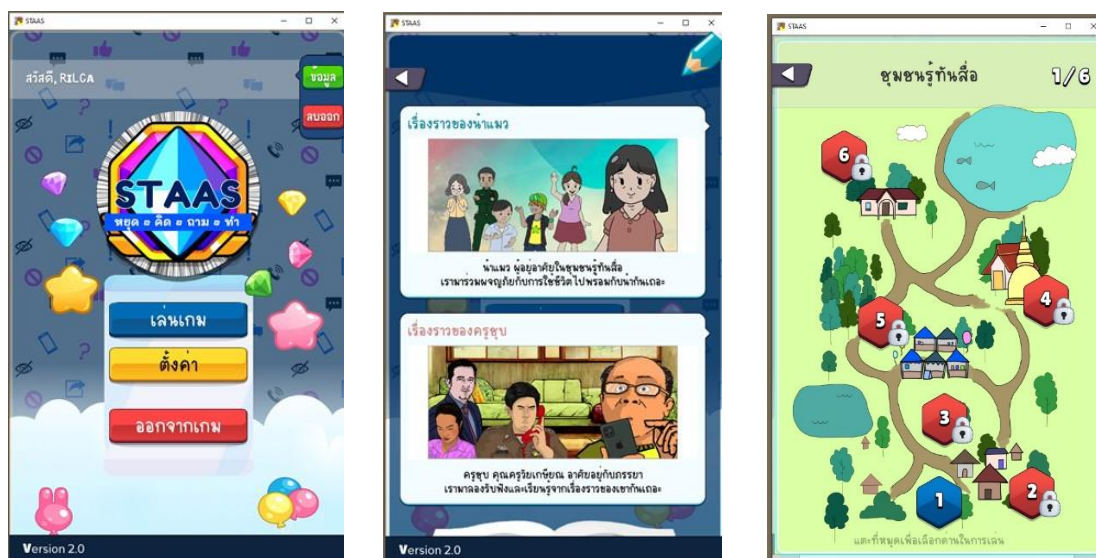
โครงการการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ 2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย และ 3) เพื่อสื่อสารข้อมูลที่นำไปสู่การขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคมด้านผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อ มีระยะเวลาดำเนินโครงการ 9 กุมภาพันธ์ 2565 – 28 กุมภาพันธ์ 2566 ผลการดำเนินการที่สำคัญในแต่ละวัตถุประสงค์ มีดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1 ได้พัฒนาศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (Intelligence Center for Elderly Media Literacy – ICEM) ดำเนินการผ่านเว็บไซต์ <https://www.iceml.org/> ให้เป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยได้ผลิตและสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการ ได้แก่ บทความที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุที่เกิดจากการทบทวนและสังเคราะห์งานวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 30 บทความ จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ นำเสนอ 20 บทความ นอกจากนี้ ยังได้สร้างแบบสำรวจมาตรฐานสำหรับประเมินสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย 1 ชุด และสื่อสารข้อมูลที่ดำเนินการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยปี 2565 ผ่านการแถลงข่าวและเว็บไซต์ของศูนย์ฯ ที่มีผู้เข้าใช้กว่า 15,000 คน

วัตถุประสงค์ข้อ 2 การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ โดยนสส. วัยเพชร ครู ก ในพื้นที่นำร่อง 4 พื้นที่ และพื้นที่ใหม่ที่เข้าร่วมโครงการปีนี้ 1 พื้นที่ ให้ผู้สูงอายุจำนวน 458 คน โดยเนื้อหาของหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อยังคงเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย และผู้สอนสามารถปรับวิธีการถ่ายทอดให้กระชับได้โดยไม่ต้องไม่ทิ้งวิธีการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่สนุกสนานต้นตัว อีกทั้งยังตอกย้ำว่า นสส. วัยเพชร ครู ก เป็นพลังและกลไกสำคัญในการขยายความรู้ด้านการรู้ทันสื่อไปยังผู้สูงอายุอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังได้สร้าง นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 จำนวน 69 คน โดยได้จัดทำฐานข้อมูลของครู ก ทั้งหมด จำนวน 118 คน เพื่อประโยชน์ต่อการขยายผลหลักสูตรฯ ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม มีข้อค้นพบสำคัญเกี่ยวกับ นสส. วัยเพชร ครู ก ว่า ถึงแม้จะมีความเข้าใจแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” แต่ยังคงขาดทักษะถ่ายทอดแนวคิดดังกล่าวไปสู่ผู้สูงอายุอื่น ๆ เช่น ทักษะการสอน ทักษะการนำกิจกรรม ทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหาสาระเข้ากับกิจกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่า จำนวน นสส.วัยเพชร ครู ก ที่มีอยู่ลดลง ด้วยเหตุของอายุที่มากขึ้น มีความเสื่อมทางร่างกายเพิ่มขึ้นและเข้าสู่ภาวะพึ่งพิงที่ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองอย่างสะดวก ดังนั้น จึงควรสร้าง นสส.วัยเพชร ครู ก เพิ่มขึ้น และเปิดโอกาสให้ผู้ที่อยู่ในวัยก่อนสูงอายุ (pre-aging) ได้เข้ารับการอบรมด้วย

การสร้างนวัตกรรมเกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” หรือ STAAS (สตาซ) ชุดที่ 2 ยังคงช่วยให้ผู้สูงอายุรับมือกับ Fake news และการหลอกลวงของมิจฉาชีพรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้สูงอายุ เกมชุดที่ 2 นี้ ได้เพิ่มสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุมีโอกาสตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดีอีก 6 เรื่อง ได้แก่ ไปทำงานเมืองนอก เลี้ยงเปิดเอ็นเอฟที ตำรวจตรวจบ้าน งานบุญ คาสีโนออนไลน์ และ จิตอาสา นำเสนอผ่านชีวิต “น้ำแมว” สาวใหญ่วัยเพ็งเกษียณ ซึ่งเมื่อรวมกับเรื่องราวของครูชุปจากเกมชุดแรกทำให้ผู้เล่นมีสถานการณ์จำลองให้ฝึกทักษะการรู้เท่าทันสื่ออย่างหลากหลายถึง 10 สถานการณ์ เกม STAAS หยุด คิด ถาม ทำ ยังคงอำนวยความสะดวกให้ผู้เล่นผ่านสมาร์ทโฟน ทั้ง android และ iOS ด้วยการพิมพ์คำว่า STAAS จาก Apple store หรือ Google play อย่างไรก็ตาม การเล่นเกมนี้ยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการฯ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเครื่องมือ (โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต) และการเข้าถึงสัญญาณ wifi

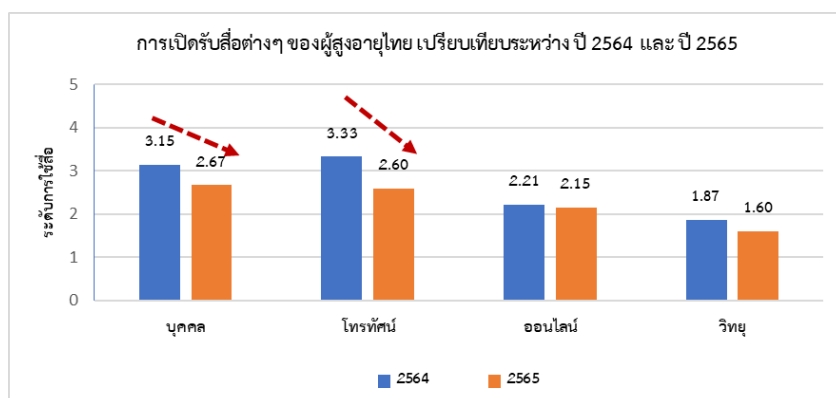


เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ (STAAS)

วัตถุประสงค์ข้อ 3 การสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการอย่างต่อเนื่อง เป็นช่องทางในการกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายนโยบาย ฝ่ายปฏิบัติ ฝ่ายวิชาการ สื่อมวลชน และผู้คนในสังคมตระหนักว่าการรู้ทันสื่อของผู้สูงอายุเป็นประเด็นที่สังคมต้องให้ความสำคัญและช่วยกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม โดยผลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสื่อสาร อาทิ มืองค์กร/ หน่วยงานติดต่อขอความร่วมมือทางวิชาการ กรมกิจการผู้สูงอายุมองเห็นการทำงานและนำไปสู่การกำหนดแนวทางความร่วมมือในการพัฒนาต่อยอดหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ให้เป็นหลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ เพื่อใช้เป็นหลักสูตรแกนกลางสำหรับโรงเรียนผู้สูงอายุกว่า 2,000 โรงเรียนทั่วประเทศ

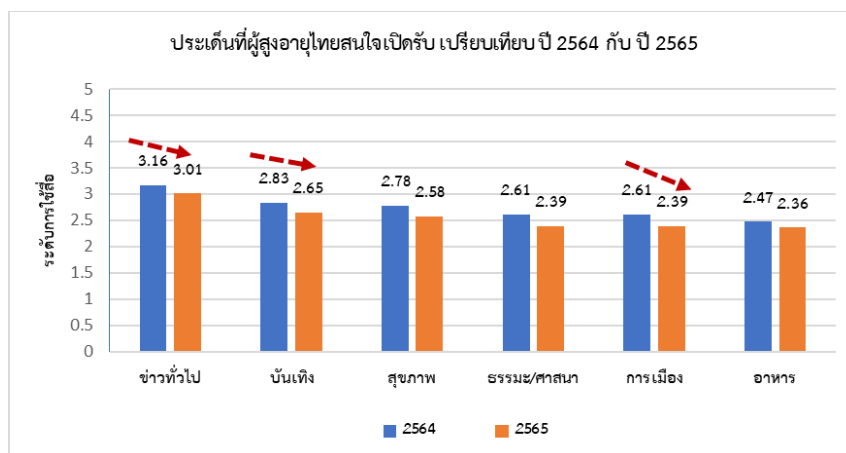
นอกจากบทความสั้น (30 บทความ) และจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) (4 ฉบับ 20 บทความ) แล้ว ยังจัดแถลงข่าวควบคู่กับการนำเสนอผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อต่อการเปลี่ยนแปลงสุขภาพของผู้สูงอายุไทยในปี 2565 ที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจำนวน 2,000 คนทั่วประเทศ ผ่านเว็บไซต์ของศูนย์ฯ ในรูปแบบรายงานผลฉบับย่อ 1 ฉบับ และ 3 บทความ โดยประเด็นข้อค้นพบสำคัญ ได้แก่

สถานการณ์การใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย ปี 2565 พบว่า ผู้สูงอายุถึง 50.80% เปิดรับสื่อมากกว่าวันละ 4 ชั่วโมง และ 31.50% ใช้สื่อบริเวณ 3-4 ชั่วโมง โดยเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 คือ โทรทัศน์ และอันดับที่ 3 คือ สื่อออนไลน์ ซึ่งแตกต่างจากปี 2564 ที่ผู้สูงอายุเปิดรับชมโทรทัศน์มากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ โทรทัศน์ และ สื่อออนไลน์



หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 1.75 แปลว่า เปิดรับสื่อน้อยมาก (ไม่เปิดรับ-น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน)
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.76 ถึง 2.50 แปลว่า เปิดรับสื่อน้อย (1-2 ชั่วโมง/วัน)
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51 ถึง 3.25 แปลว่า เปิดรับสื่อปานกลาง (3-4 ชั่วโมง/วัน)
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.26 ถึง 4.00 แปลว่า เปิดรับสื่อมาก (มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป/วัน)

ส่วนประเด็นที่สนใจเปิดรับจากสื่อมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ข่าวทั่วไป 2) รายการบันเทิง 3) รายการเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ 4) รายการด้านศาสนา และ 5) รายการหรือข่าวด้านการเมือง เช่นเดียวกับผลการสำรวจในปี 2564 แต่มีปริมาณความถี่ในการเปิดรับที่น้อยลง

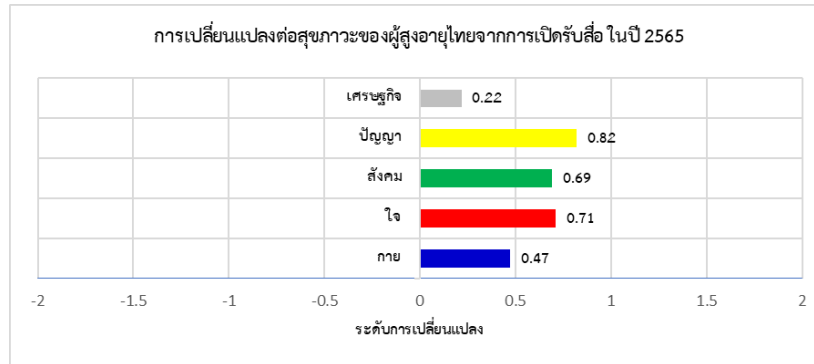


หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 ถึง 1.75 แปลว่า เปิดรับสื่อน้อยมาก (ไม่เปิดรับ-เปิดรับนานๆ ครั้ง/เดือน)
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.76 ถึง 2.50 แปลว่า เปิดรับสื่อน้อย (1-2 ครั้ง/สัปดาห์)
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51 ถึง 3.25 แปลว่า เปิดรับสื่อปานกลาง (3-4 ครั้ง/สัปดาห์)
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.26 ถึง 4.00 แปลว่า เปิดรับสื่อมาก (มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์)

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการเปิดรับสื่อกับเพศ พบว่า ผู้สูงอายุเพศหญิงจะเปิดรับสื่อมากกว่าเพศชายเกือบทุกประเด็น โดยในประเด็น “บันเทิง” “สุขภาพ” “ศาสนา” “การลงทุน” และ “อาหาร” มีการเปิดรับมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศชายเปิดรับสื่อมากกว่าเพศหญิงเพียง 2 ประเด็นเท่านั้น คือ “การเมือง” และ “กีฬา” แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการเปิดรับสื่อแต่ละประเด็น กับช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสถานะการเงินของผู้สูงอายุไทย ดังตารางด้านล่าง

ประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ	ช่วงอายุ	ระดับการศึกษา	สถานะการเงิน
■ รวม	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์เชิงบวก การศึกษาสูงจะเปิดรับมาก การศึกษาระดับต้นจะเปิดรับน้อย	↑ ความสัมพันธ์เชิงบวก สถานะการเงินสูงจะเปิดรับมาก สถานะการเงินต่ำจะเปิดรับน้อยกว่า
■ บันเทิง	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
■ สุขภาพ	↓ ความสัมพันธ์เชิงลบ อายุมากขึ้นจะเปิดรับน้อยลง	↑ ความสัมพันธ์เชิงบวก การศึกษาสูงจะเปิดรับมาก การศึกษาระดับต้นจะเปิดรับน้อย	↑ ความสัมพันธ์เชิงบวก สถานะการเงินสูงจะเปิดรับมาก สถานะการเงินต่ำจะเปิดรับน้อยกว่า
■ ศาสนา	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	↓ ความสัมพันธ์เชิงลบ การศึกษาระดับต้นเปิดรับมาก การศึกษาสูงเปิดรับน้อย	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
■ การเมือง	☑ ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์เชิงบวก การศึกษาสูงจะเปิดรับมาก การศึกษาระดับต้นจะเปิดรับน้อย	↑ ความสัมพันธ์เชิงบวก สถานะการเงินสูงจะเปิดรับมาก สถานะการเงินต่ำจะเปิดรับน้อยกว่า

ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุไทย พบว่า การเปิดรับสื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสุขภาวะในทางบวกเกือบทุกด้าน คือ ด้านปัญญา จิตใจ สังคม ร่างกาย แต่ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

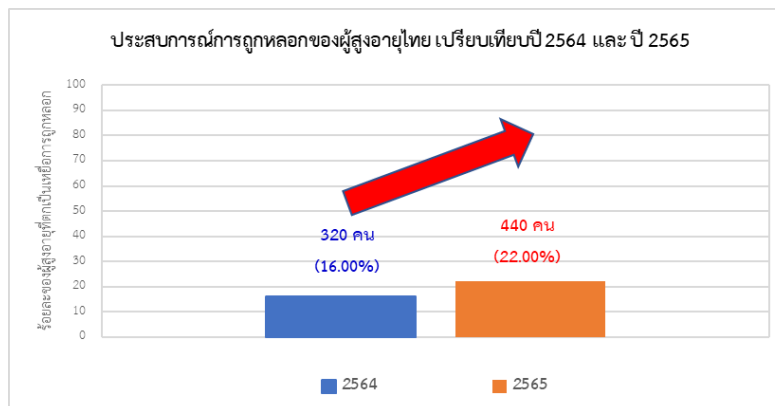


หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง -2.00 ถึง -1.20 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงลบอย่างมากต่อสุขภาวะ
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง -1.21 ถึง -0.60 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อสุขภาวะ
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง -0.61 ถึง 0.40 แปลว่า ไม่เกิดผลกระทบ
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.41 ถึง 1.20 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.21 ถึง 2.00 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงบวกอย่างมากต่อสุขภาวะ

- 😊 **การเปลี่ยนแปลงด้านปัญญา** การรับสื่อช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะด้านปัญญาที่ดีขึ้นมากที่สุด คือ ช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าใจชีวิต ใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่ามากขึ้น
- 😊 **การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ** การรับสื่อช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะด้านจิตใจที่ดีขึ้นเป็นลำดับที่สอง คือ ช่วยเปลี่ยนแปลงจิตใจให้เกิดความเสียสละเพื่อผู้อื่น ความภาคภูมิใจในตนเอง
- 😊 **การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม** การรับสื่อช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะด้านสังคมที่ดีขึ้นเป็นลำดับที่สาม คือ ช่วยทำให้ความสัมพันธ์กับผู้อื่นดีขึ้น ผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเองมากขึ้น
- 😊 **การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย** การรับสื่อช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะด้านร่างกายที่ดีขึ้นเป็นลำดับที่สี่ คือ ช่วยทำให้ผู้สูงอายุมีการบริหารร่างกายตามวัย มีการดูแลเหงือกและฟันมากขึ้น
- 😞 **การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ** สื่อไม่มีส่วนสร้างความเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจต่อผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นด้านรายได้ การออม การวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน หรือการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน

การเปิดรับสื่อ	กระทบกาย	กระทบใจ	กระทบสังคม	กระทบปัญญา	กระทบเศรษฐกิจ	กระทบองค์รวม
สื่อบุคคล	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น
โทรทัศน์	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น
วิทยุ	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ
สื่อออนไลน์	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น	☒ ไม่พบ ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ	↑ ความสัมพันธ์ เชิงบวก รับสื่อมาก เปลี่ยนแปลงดีขึ้น

ประสบการณ์การถูกละเมิดจากสื่อของผู้สูงอายุไทย พบว่า สัดส่วนของผู้สูงอายุที่ตระหนักว่าตนเองตก
เป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อต่าง ๆ เพิ่มขึ้น โดยในปี 2565 มีผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง 440 คน
จากทั้งหมด 2,000 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 6.00



ทั้งนี้ คุณลักษณะของผู้สูงอายุที่พบว่าถูกละเมิดจากสื่อ ได้แก่ เพศหญิง อายุ 60-69 ปี การศึกษาระดับต้น ฐานะ
ปานกลาง และมีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ โดยการเปิดรับสื่อที่มีความเสี่ยงต่อการถูก
หลอกลวง ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์ ส่วนเรื่องที่คุณสูงอายุไทยตกเป็นเหยื่อจากการหลอกลวงผ่านสื่อมาก
ที่สุด 3 อันดับแรก ยังคงเป็นเรื่องเดียวกับที่พบในปี 2564 แต่มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น คือ 1) การถูกละเมิดให้ซื้อของที่
ไม่ได้คุณภาพ ร้อยละ 46.14 2) ถูกละเมิดให้ทำบุญ ช่วยเหลือคนช่วยเหลือสัตว์ ร้อยละ 43.06 และ 3) ถูกละเมิด

ให้ซื้อยาและการดูแลสุขภาพ ร้อยละ 30.23 ทั้งนี้ ยังพบว่า ผู้สูงอายุถูกหลอกให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด คือ ร้อยละ 13.86 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่าปี 2564 (ร้อยละ 3.75) อย่างชัดเจน ในปี 2564 ส่วนการถูกหลอกให้ลงทุนมีสัดส่วนลดลง

เรื่องที่ถูกหลอก	การเปลี่ยนแปลง	ปี 2565		ปี 2564	
		จำนวน (%)	อันดับ	จำนวน (%)	อันดับ
การซื้อของ		203 คน (46.14%)	①	134 คน (41.88%)	①
การทำบุญช่วยเหลือคนและสัตว์		193 คน (43.86%)	②	109 คน (34.06%)	②
ยาและการดูแลสุขภาพ		133 คน (30.23%)	③	93 คน (29.06%)	③
การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล		61 คน (13.86%)	④	12 คน (3.75%)	⑤
การลงทุน		41 คน (9.32%)	⑤	65 คน (20.31%)	④

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
คำนำ	ข
สรุปความเห็นผู้บริหาร	ช
ความเป็นมา/หลักการและเหตุผล/ความสำคัญของปัญหา	1
กรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์ (Conceptual framework)	4
1) กรอบแนวคิด	4
1.1) การเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (Knowledge hub)	4
1.2) การพัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและนวัตกรรมเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ	4
1.3) การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคม	5
2) ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน	5
2.1) การเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (Knowledge hub)	6
2.2) การศึกษาสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศ	7
2.3) การพัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและนวัตกรรมเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ	15
2.4) การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคม	16
ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน	17
ผลการดำเนินการ	17
1) สืบค้นงานวิชาการไทยและต่างประเทศ	17
2) การสำรวจพฤติกรรมและสถานการณ์ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศ	19
(20 จังหวัด)	

	หน้า
3) จัดทำจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ “หยุด คิด ถาม ทำ”	106
4) การขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ”	107
5) ลงพื้นที่ติดตามการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ”	111
6) พัฒนาเกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ ชุดที่ 2	113
7) จัดอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ	115
8) เวทีเสวนาวิชาการในรูปแบบ Hybrid	117
9) จัดทำฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก	119
10) ถอดบทเรียนและประเมินผล	126
ตัวชี้วัด	132
ผลลัพธ์	135
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	138
แนวทางการนำผลที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ หรือการขยายผล	139
ปัญหาอุปสรรคพร้อมแนวทางแก้ไข	141
คำค้น	142
สรุปผลงาน	142
บรรณานุกรม	146
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อศึกษาสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย	152
ภาคผนวก ข กิจกรรมลงพื้นที่	160
ภาคผนวก ค เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ STAAS ชุดที่2	174

ภาคผนวก ง ผลงานเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM)	176
ภาคผนวก จ งานเสวนาและแถลงข่าว “ผู้สูงอายุ (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเฟคนิวส์”	179

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแยกตามภูมิภาคและจังหวัด	13
ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม และคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกายของผู้สูงอายุ	32
ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม และคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจของผู้สูงอายุ	33
ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม และคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญาของผู้สูงอายุ	34
ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม และคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ	35
ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และความเที่ยงแบบสอดคล้องภายใน (α) และแบบแบ่งครึ่ง (Split) พฤติกรรมการใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อจำแนกตามองค์ประกอบ	36
ตารางที่ 7 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองและเกณฑ์การประเมินผล (Hair et al., 2010)	37
ตารางที่ 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (L) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) สถิติทดสอบที (t) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (λ) ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ	38
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามเพศ	43
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามเพศ ทั้ง 4 ภูมิภาค	43
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามช่วงอายุ	44
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามช่วงอายุ ทั้ง 4 ภูมิภาค	44
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามสถานภาพสมรส	45
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสถานภาพสมรส ทั้ง 4 ภูมิภาค	45
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระดับการศึกษา ทั้ง 4 ภูมิภาค	46
ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามสถานภาพการทำงานในปัจจุบัน	47
ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่ยังทำงานอยู่ในปัจจุบัน แบ่งตามอาชีพ	47
ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอาชีพที่ทำก่อนอายุ 60 ปี	48

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสถานะการเงิน	48
ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามแหล่งรายได้	49
ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบุคคลที่พักอาศัยอยู่กับกลุ่มตัวอย่าง	50
ตารางที่ 23 แสดงจำนวนสมาชิกที่พักอาศัยอยู่กับกลุ่มตัวอย่าง	51
ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับสุขภาพในปัจจุบัน	51
ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง	52
ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามภูมิภาค	52
ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ	53
ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอายุ	53
ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามการศึกษา	54
ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสถานะการเงิน	54
ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ โดยภาพรวม	55
ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามภูมิภาค และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคแตกต่างกัน	56
ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาค เป็นรายคู่	57
ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามเพศ และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน	58
ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามช่วงอายุ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	59
ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละช่วงอายุเป็นรายคู่	60
ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	61
ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละระดับการศึกษาเป็นรายคู่	62
ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามสถานะการเงิน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน	63

	หน้า
ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละสถานะการเงินเป็นรายคู่	64
ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม	65
ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามภูมิภาค และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาค แตกต่างกัน	66
ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่	66
ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามเพศ และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน	70
ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามช่วงอายุ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	71
ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละช่วงอายุเป็นรายคู่	71
ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามระดับ การศึกษา และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกัน	74
ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละระดับการศึกษาเป็นรายคู่	75
ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามสถานะ การเงิน และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงิน แตกต่างกัน	77
ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละสถานะการเงินเป็นรายคู่	78
ตารางที่ 51 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ P-Value ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสถานะการเงินของผู้สูงอายุไทย	81
ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะ ในภาพรวม	84
ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางกาย	85

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางใจ	85
ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางสังคม	86
ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางปัญญา	86
ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อเศรษฐกิจ	86
ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามภูมิภาค และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในภูมิภาคแตกต่างกัน	87
ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่	87
ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามเพศ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน	89
ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามช่วงอายุ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	90
ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุเป็นรายคู่	90
ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามระดับการศึกษา และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	92
ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับการศึกษาเป็นรายคู่	92
ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามสถานะการเงิน และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน	94
ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานะการเงินเป็นรายคู่	94
ตารางที่ 67 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ P-Value ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการเปลี่ยนแปลงในสุขภาวะของผู้สูงอายุไทย	96
ตารางที่ 68 แสดงความถี่และร้อยละของประสบการณ์การถูกหลอกผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง	99

	หน้า
ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตกเป็นเหยื่อกับกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง แบ่งตามคุณลักษณะทางประชากร	100
ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตกเป็นเหยื่อกับกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง แบ่งตามพฤติกรรมการใช้สื่อ	101
ตารางที่ 71 แสดงความถี่และร้อยละของเรื่องที่ถูกหลอกลวงผ่านสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง	103
ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามคุณลักษณะทางประชากร	104

รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย

Developing an Intelligence Center for Thai Elderly Media Literacy

ข้อตกลงเลขที่ 65-00-0160 รหัสโครงการ 65-00214

1. ความเป็นมา/หลักการและเหตุผล/ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสถานการณ์การใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมากมาย ตามข้อมูลการใช้สื่อในช่วงปี 2563-2564 ซึ่งเป็นช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus) หรือ โควิด (COVID-19) พบว่า ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลงสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล (InfoQuest, 2021) และคนไทยเปิดรับข่าวจากสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอันดับหนึ่งของโลก (กรุงเทพธุรกิจ, 2564) ผู้สูงอายุเปิดรับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เป็นอันดับ 3 รองจากสื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล ชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตโดยรวมเพิ่มขึ้นถึง 25% โดยกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Baby boomer (ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489–2507) เฉลี่ยใช้อินเทอร์เน็ตวันละกว่า 8 ชั่วโมง (ETDA, 2564) การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อเช่นนี้ส่งผลให้สื่อมีพลังอำนาจในการเข้าถึงและกำหนดวิถีชีวิตของผู้สูงอายุได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น (Gómez Galán, 2015)

ในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ได้เกิดการแพร่กระจายข้อมูล (Infodemic) ที่มีทั้งข้อมูลเท็จ (disinformation) และข้อมูลที่บิดเบือน (misinformation) โดยผู้ไม่หวังดีจะใช้เทคโนโลยีปลอมแปลงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อหลอกลวงผู้ใช้สื่อให้หลงเชื่อตามที่ปรากฏเป็นข่าวในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการรับรู้ในทางลบของประชาชนในวงกว้าง โดยผู้สูงอายุเป็นกลุ่มประชาชนเปราะบางกลุ่มหนึ่งที่เป็นเหยื่อของข้อมูลเท็จเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหลอกลวงเรื่องสูตรอาหารป้องกันโควิด-19 จนเป็นเหตุให้เจ็บป่วย การหลอกลวงให้เสียเงินเพื่อประกันความเสี่ยงต่าง ๆ จากการระบาดของโควิด-19 การหลอกลวงเรื่องความน่าเชื่อถือของวัคซีนโควิด-19 จนทำให้สับสนและกลัวการรับวัคซีน เป็นต้น จากการสำรวจผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2564 สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพที่ใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการหลอกให้เสียทรัพย์ เสียสุขภาพ และเกิดอคติ (นันทิยา ดวงภูมิเมศและคณะ, 2564)

ดังนั้น การเสริมสร้างสมรรถนะด้านการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันการระบาดของข้อมูลเท็จหรือบิดเบือน จึงนับเป็นสิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง การมีหน่วยงานที่ศึกษาข้อมูลพัฒนางานวิจัย และสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับการสร้างเสริมสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นเพื่อเป็นการจัดการความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ และสื่อสารให้สังคมไทยได้ตระหนักว่าผู้สูงอายุไทยมีความเสี่ยงต่อการเปิดรับสื่ออย่างไร มีแนวทางในการป้องกันความเสี่ยงได้อย่างไร รวมถึงการเสริมสร้างความเข้าใจในการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุได้

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุเริ่มได้รับความสนใจจากหน่วยงานที่มีการศึกษาข้อมูลผู้สูงอายุ เช่น กรมกิจการผู้สูงอายุ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย ศูนย์วิจัยสังคมผู้สูงอายุ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอีกหลายหน่วยงาน โดยข้อมูลเริ่มปรากฏชัดในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งต่างจากองค์ความรู้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชากรกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีการศึกษาวิจัยมาเกือบ 4 ทศวรรษ (Langer and Dounghummes, 2009; วิโรจน์ สุทธิสีมา พิมพ์พรรณ ไชยนันท์ ศศิธร ยุวโกศล, 2563) ทำให้ข้อมูลด้านการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุยังมีอยู่อย่างจำกัด กระจัดกระจาย และอาจเข้าถึงได้ยากเนื่องจากไม่มีการรวบรวมและจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจน จะปรากฏอยู่ในรูปแบบสถิติตัวเลข บทความวิชาการ ผลการวิจัย หัวข้อเสวนา ชื่อหนังสือ หรือหัวข้อการอบรม ข้อมูลเรื่องการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อเป็นเพียงข้อมูลส่วนหนึ่งในหลาย ๆ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เช่น ข้อมูลสถานการณ์ทั่วไป ข้อมูลด้านสุขภาพ ด้านการดำเนินชีวิต ด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น การเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการนำมาวิเคราะห์เพื่อต่อยอดไปยังการพัฒนาหลักสูตรและสร้างนวัตกรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย

กลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ให้ดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 โดยระยะแรก โครงการ “สูงวัยไม่เสเพลสื่ออย่างรู้เท่าทัน : สร้างนักสื่อสารสุขภาวะที่รู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ” เป็นโครงการอบรมให้ความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้สูงอายุในพื้นที่นำร่อง 5 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ (เชียงใหม่) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สกลนคร) ภาคกลาง (สุพรรณบุรี) ภาคใต้ (นครศรีธรรมราช) และกรุงเทพมหานคร และเสริมทักษะด้านการสื่อสารให้ผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมการรู้เท่าทันสื่อได้ขยายผลด้วยการสื่อสารเรื่องการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุคนอื่นในชุมชน ผลจากโครงการในระยะแรกพบว่า ผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่มีวิธีการสื่อสารความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน จึงนำมาสู่โครงการในระยะที่ 2 ในปี 2563 “โครงการผู้สูงอายุรู้ทันสื่อ : สร้างหลักสูตรและขยายเครือข่ายนักสื่อสารสุขภาวะ” เป็นการสร้างหลักสูตรที่เป็นมาตรฐาน จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศ ผ่าน

การพิจารณาและได้รับข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันได้แก่ นักวิชาการด้านการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุจากกรมกิจการผู้สูงอายุ และผู้บริหารโรงเรียนผู้สูงอายุ ทำให้เกิดเป็น “หลักสูตรวัยเพชร รู้ทันสื่อ” ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำไปใช้อบรมผู้สูงอายุได้ทันที แต่เนื่องจากในปี 2563 เป็นปีที่มีการระบาดของโควิด-19 จึงทำให้การขยายเครือข่ายในพื้นที่เป็นไปได้ยาก โครงการฯ จึงทำความร่วมมือเชิงนโยบาย กับกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และ สสส. ในการร่วมกันผลักดันให้เกิดการใช้ “หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ” ในโรงเรียนผู้สูงอายุทั่วประเทศ

ในปี 2564 เป็นโครงการในระยะที่ 3 “โครงการการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและการสำรวจ สถานการณ์ผลกระทบการบริโภคสื่อ” ต้องการเน้นการขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และ สำรวจ สถานการณ์ผลกระทบอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในช่วงการระบาดของโควิด-19 โดยในช่วงต้น ของโครงการ (มีนาคม 2564) มีการขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อกับกลุ่มผู้สูงอายุในสังกัดกรมกิจการ ผู้สูงอายุอีก 3 พื้นที่ คือ พิษณุโลก ยโสธร และกระบี่ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์โควิด-19 ยังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้คณะผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ขยายผลการใช้หลักสูตรได้มากนัก คณะผู้วิจัยจึงพัฒนาเกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” เพื่อเผยแพร่ให้ผู้สูงอายุสามารถเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อได้ด้วยตนเอง เกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” เป็นเกมในโทรศัพท์มือถือที่ผู้สูงอายุสามารถเรียนรู้ทักษะการพิจารณาข้อมูลข่าวสารจากสื่อก่อนที่จะเชื่อและ ดำเนินการใด ๆ ลงไป นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการสำรวจผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้ ผลสำรวจในภาพรวมพบว่า ผู้สูงอายุมีการใช้สื่อออนไลน์มากเป็นลำดับ 3 รองจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล และใช้สื่อออนไลน์ในการส่งต่อข้อมูลเป็นอันดับแรก การเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสุขภาวะของผู้สูงอายุทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในเชิงบวกพบว่า การเปิดรับสื่อช่วยให้ เกิดสุขภาวะทางปัญญา เช่น เกิดสติ ไม่ใช่ชีวิตอย่างประมาท เกิดสุขภาวะทางจิตใจ เช่น การลดความเครียด อย่างไรก็ตาม การเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทยก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสุขภาวะในเชิงลบด้วย เช่น ทำให้เสีย ทรัพย์สิน เกิดปัญหาสุขภาพ เกิดอคติ เป็นต้น

จากการทำงานด้านผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่อง ทำให้คณะผู้วิจัยได้เห็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ การใช้สื่อของผู้สูงอายุหลากหลายมิติที่จะสามารถรวบรวมและสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ได้ ทั้งองค์ความรู้ด้านการ รู้เท่าทันสื่อที่มีพัฒนาการจากสื่อเก่าเรื่อยมาจนถึงสื่อดิจิทัลในปัจจุบัน องค์ความรู้ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อและ ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ องค์ความรู้ด้านนวัตกรรมเพื่อการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุทั้งจากการ สร้างสรรค์ของผู้สูงอายุเองและจากนักวิชาการ องค์ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้มีที่มาจากบทความ ตำรา และเนื้อหาที่ เผยแพร่โดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และจากผลการดำเนินงานโครงการที่ผ่านมา คณะผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญของการรวบรวมและจัดการองค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างสังคม

สูงอายุของไทยให้เข้มแข็งและปลอดภัย ด้วยการเป็นแหล่งอ้างอิงเชิงวิชาการที่เชื่อถือได้ สร้างหลักสูตรและนวัตกรรมเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุ และสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักให้สังคมส่วนรวมได้มีความรู้ความเข้าใจด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุอย่างถูกต้องชัดเจน

การดำเนินโครงการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2565 จึงเป็นการยกระดับการทำงานภายใต้โครงการพัฒนาและปฏิบัติการ เพื่อเติมเต็มและขับเคลื่อนงานด้านการรู้เท่าทันสื่อกับผู้สูงอายุในสังคมไทยให้เกิดผลในวงกว้างอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายหลักคือ การเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อกับผู้สูงอายุของประเทศไทย ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในประเด็นสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง รวบรวมข้อมูลทุกมิติทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาตรฐาน พัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและนวัตกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรมของผู้สูงอายุ และสื่อสารข้อมูลวิชาการเพื่อขับเคลื่อนให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปกำหนดนโยบายสนับสนุนประเด็นรู้เท่าทันสื่อกับผู้สูงอายุต่อไป

2. กรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์ (Conceptual framework)

2.1 กรอบแนวคิด

จากเป้าหมายหลักของโครงการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย ที่มุ่งเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการและดำเนินงานด้านการสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุของประเทศไทย สามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังต่อไปนี้

2.1.1 การเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (Knowledge hub) โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผ่านเว็บท่าของศูนย์วิชาการฯ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ทั้งที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพที่ได้จากการดำเนินงานของศูนย์วิชาการฯ ได้แก่ ผลการวิจัยสำรวจในประเด็นสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และเครื่องมือที่ใช้ในวัดหรือประเมินที่เกี่ยวข้อง
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ที่รวบรวมจากงานวิเคราะห์และถอดบทเรียนเชิงวิชาการทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อและผู้สูงอายุ ทั้งที่เป็นเชิงแนวคิดและแนวปฏิบัติ

2.1.2 การพัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและนวัตกรรมเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ โดยเน้นนำข้อมูลจากการนำหลักสูตรไปขยายผลในพื้นที่ต่าง ๆ มาเป็นข้อมูลป้อนเข้า (input) ในการปรับปรุงหลักสูตรวัยเพชรรู้ทัน

สื่อให้เป็นหลักสูตรที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ และผู้ที่ทำงานด้านการสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุสามารถนำไปใช้ได้ทั่วประเทศ โดยมีการดำเนินงาน คือ

- 1) การขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่ออย่างจริงจัง และประเมินผลการใช้เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ โดยเน้นให้โรงเรียนผู้สูงอายุนำร่อง 5 โรงเรียนที่มีผู้สอน (นสส. วัยเพชร ครู ก) นำหลักสูตรไปใช้ขยายผลในสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ พร้อมกับการใช้ “เกมออนไลน์ หยุต คิด ถาม ทำ” เป็นสื่อในการสอนและการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อก่อน-หลังเรียน
- 2) การสร้างนวัตกรรมเกมออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อภายใต้แนวคิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการพัฒนา “เกมออนไลน์ หยุต คิด ถาม ทำ” อย่างต่อเนื่อง โดยสร้างสรรค์เนื้อหาจากเหตุการณ์ที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับผลกระทบเชิงลบของสื่อต่อผู้สูงอายุที่เกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตประจำวัน ด้วยรูปแบบของเกมที่ตั้งดูและเข้าถึงผู้เล่นสูงอายุที่มีภูมิหลังทางการศึกษาที่แตกต่างกันหลากหลาย

2.1.3 การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคม โดยเน้นการสื่อสารผ่านเว็บท่าของศูนย์ฯ ได้แก่

- 1) การนำเสนอข้อมูลทางวิชาการทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในรูปแบบต่าง ๆ ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติการสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุ เช่น กิจกรรมขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ เป็นต้น
- 2) การสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการอย่างต่อเนื่อง และการสร้างเครือข่ายการทำงานกับภาครัฐและภาคประชาชน เพื่อเป็นกลไกในการสร้างความตระหนักและขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคมที่เกี่ยวกับการสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุ

2.2 ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน

โครงการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย นำกรอบแนวคิดทั้ง 3 ข้อข้างต้นมาใช้เป็นยุทธศาสตร์ที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย ในลักษณะของการใช้งานเชิงวิชาการ เชิงปฏิบัติ และเชิงเครือข่ายสนับสนุนซึ่งกันและกัน ดังแผนภาพยุทธศาสตร์ ด้านล่าง



แผนภาพที่ 1 ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน

3. ขั้นตอนการทำงาน/ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

3.1 ขั้นตอนการทำงานแบ่งออกเป็น 4 กิจกรรมหลัก ที่ดำเนินการคู่ขนานกัน ได้แก่

- การเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (Knowledge hub)
- การศึกษาสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศ
- การพัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและนวัตกรรมเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ
- การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคม

โดยมีรายละเอียดขั้นตอนของแต่ละกิจกรรมดังต่อไปนี้

3.1.1 การเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (Knowledge hub)

- 1) การสืบค้นงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสกัดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานด้านการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อและผู้สูงอายุ
 - ข้อมูลภายในประเทศ - มีหลายหน่วยงานศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุ เช่น กรมกิจการผู้สูงอายุ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย ศูนย์วิจัยสังคมผู้สูงอายุ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมีหน่วยงานปฏิบัติการอบรมเสริมศักยภาพผู้สูงอายุกับการใช้สื่อ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล โรงเรียนผู้สูงอายุมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และอีกหลายหน่วยงาน ได้มีการศึกษาวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุไทย รวมทั้งได้รับการอ้างอิงเชิงวิชาการมากมาย แต่หน่วยงานที่กล่าวมาเหล่านี้ให้ความสำคัญกับข้อมูลผู้สูงอายุหลากหลายมิติ เช่น สถิติ สถานการณ์ปัจจุบัน

โดยทั่วไป ความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ การดำเนินชีวิตหลังเกษียณ สุขภาพ และมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น โครงการฯ จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของผู้สูงอายุที่มีการเผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ มาจัดเป็นหมวดหมู่ นำเสนอเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่เข้าถึงได้สะดวกมากขึ้น

- ข้อมูลต่างประเทศ - การรู้เท่าทันสื่อในผู้สูงอายุเป็นเรื่องที่เป็นสากล หลายประเทศให้ความสนใจทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา บริบทของสังคมและการเมืองแต่ละประเทศอาจทำให้การรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน โครงการฯ จะสืบค้นข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในต่างประเทศมารวบรวมไว้เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่สะดวกแก่การสืบค้นและนำไปประยุกต์ใช้

- 2) การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในข้อ 1) เพื่อจัดทำบทความสำหรับเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของศูนย์วิชาการอย่างต่อเนื่อง

3.1.2 การศึกษาสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศ

- 1) การสำรวจพฤติกรรมและสถานการณ์ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศแต่ละปี เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นปัจจุบันและสามารถบ่งชี้ถึงแนวโน้มผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุได้ โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (qualitative research approach) ดังรายละเอียดด้านล่าง
- 2) การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในข้อ 1) เพื่อจัดทำบทความสำหรับเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของศูนย์วิชาการ และเป็นข้อมูลนำเข้า (Input) ในการปรับปรุงหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ
- 3) การวิเคราะห์เครื่องมือเก็บข้อมูลในข้อ 1) เพื่อสร้างเป็นแบบสำรวจมาตรฐาน

สำหรับขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสำรวจพฤติกรรมและสถานการณ์ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศในข้อ 1) มีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้สูงอายุสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ทั่วประเทศไทย ที่มีการใช้สื่อต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อดั้งเดิม (วิทยุ โทรทัศน์) และสื่อใหม่ (สื่อสังคมออนไลน์) ซึ่งผู้สูงอายุทั่วประเทศไทย 77 จังหวัดมีจำนวน 12,170,864 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, สถิติ ณ 31 มกราคม 2565) โดยออกเป็น 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก และภาคใต้ ดังนี้

ภาคเหนือ จำนวน 2,501,468 คน (17 จังหวัด)

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
1	เชียงใหม่	163,268	203,809	367,077
2	ลำพูน	45,199	55,772	100,971
3	ลำปาง	85,562	100,399	185,961
4	อุตรดิตถ์	46,221	57,149	103,370
5	แพร่	47,986	61,720	109,706
6	น่าน	49,563	54,089	103,652
7	พะเยา	50,627	59,169	109,796
8	เชียงราย	115,611	135,060	250,671
9	แม่ฮ่องสอน	17,546	18,602	36,148
10	นครสวรรค์	99,467	127,696	227,163
11	อุทัยธานี	30,778	38,932	69,710
12	กำแพงเพชร	62,122	75,392	137,514
13	ตาก	38,698	44,823	83,521
14	สุโขทัย	56,371	73,452	129,823
15	พิษณุโลก	77,827	97,314	175,141
16	พิจิตร	51,831	66,511	118,342
17	เพชรบูรณ์	86,229	106,673	192,902
รวมจำนวนผู้สูงอายุภาคเหนือ		1,124,906	1,376,562	2,501,468

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3,852,519 คน (20 จังหวัด)

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
1	นครราชสีมา	221,559	274,226	495,785
2	บุรีรัมย์	123,560	148,818	272,378
3	สุรินทร์	109,166	134,139	243,305
4	ศรีสะเกษ	115,075	138,229	253,304
5	อุบลราชธานี	139,076	163,314	302,390
6	ยโสธร	45,253	53,633	98,886

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
7	ชัยภูมิ	100,519	120,175	220,694
8	อำนาจเจริญ	29,942	35,519	65,461
9	บึงกาฬ	29,589	33,573	63,162
10	หนองบัวลำภู	38,943	45,482	84,425
11	ขอนแก่น	153,880	186,552	340,432
12	อุดรธานี	116,484	141,174	257,658
13	เลย	58,288	63,398	121,686
14	หนองคาย	40,868	48,473	89,341
15	มหาสารคาม	80,529	97,793	178,322
16	ร้อยเอ็ด	109,032	133,351	242,383
17	กาฬสินธุ์	77,090	94,920	172,010
18	สกลนคร	81,685	99,333	181,018
19	นครพนม	51,138	63,161	114,299
20	มุกดาหาร	25,653	29,927	55,580
รวมจำนวนผู้สูงอายุภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		1,747,329	2,105,190	3,852,519

ภาคกลางและตะวันออก จำนวน 4,311,168 คน (26 จังหวัด)

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
1	กรุงเทพมหานคร	478,640	677,338	1,155,978
2	สมุทรปราการ	95,439	129,686	225,125
3	นนทบุรี	109,802	149,061	258,863
4	ปทุมธานี	80,080	106,293	186,373
5	พระนครศรีอยุธยา	68,450	92,960	161,410
6	อ่างทอง	26,849	37,539	64,388
7	ลพบุรี	68,215	85,301	153,516
8	สิงห์บุรี	21,365	30,208	51,573
9	ชัยนาท	33,030	44,803	77,833
10	สระบุรี	50,672	66,821	117,493

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
11	ชลบุรี	97,546	131,837	229,383
12	ระยอง	45,723	59,480	105,203
13	จันทบุรี	46,741	57,805	104,546
14	ตราด	19,692	23,380	43,072
15	ฉะเชิงเทรา	57,832	74,558	132,390
16	ปราจีนบุรี	38,237	49,665	87,902
17	นครนายก	23,698	30,957	54,655
18	สระแก้ว	41,772	49,084	90,856
19	ราชบุรี	73,975	99,693	173,668
20	กาญจนบุรี	64,929	79,412	144,341
21	สุพรรณบุรี	78,038	104,238	182,276
22	นครปฐม	72,802	99,699	172,501
23	สมุทรสาคร	41,268	54,380	95,648
24	สมุทรสงคราม	18,971	26,831	45,802
25	เพชรบุรี	41,883	56,329	98,212
26	ประจวบคีรีขันธ์	43,442	54,719	98,161
รวมจำนวนผู้สูงอายุภาคกลางและตะวันออก		1,839,091	2,472,077	4,311,168

ภาคใต้ จำนวน 1,505,709 คน (14 จังหวัด)

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
1	นครศรีธรรมราช	125,301	162,822	288,123
2	กระบี่	28,789	34,362	63,151
3	พังงา	22,192	26,000	48,192
4	ภูเก็ต	22,560	29,118	51,678
5	สุราษฎร์ธานี	76,889	96,297	173,186
6	ระนอง	14,022	15,733	29,755
7	ชุมพร	43,074	52,962	96,036
8	สงขลา	103,774	136,135	239,909
9	สตูล	20,359	24,497	44,856

ลำดับ	จังหวัด	ชาย	หญิง	รวมทั้งหมด
10	ตรัง	48,067	62,791	110,858
11	พัทลุง	44,626	59,194	103,820
12	ปัตตานี	38,637	52,060	90,697
13	ยะลา	30,443	37,474	67,917
14	นราธิวาส	42,731	54,800	97,531
รวมจำนวนผู้สูงอายุภาคใต้		661,464	844,245	1,505,709

กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้การสำรวจมีความครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศที่มีความแตกต่างกันทางภูมิประเทศ ภูมิอากาศ สิ่งแวดล้อม ทรัพยากร และวัฒนธรรม ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมและผลกระทบในการรับและการใช้สื่อได้ จากประชากรข้างต้น ผู้วิจัยใช้วิธีคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ศึกษาโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : p.717) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรอย่างชัดเจน โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ร้อยละ 5 โดยใช้สูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N = จำนวนประชากร
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 5% หรือ 0.05
 n = จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างภาคเหนือ

เมื่อ N = จำนวนประชากรผู้สูงอายุภาคเหนือ = 2,501,468 คน
 e² = (0.05)² = 0.0025

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{2,501,468}{1 + (2,501,468)(0.0025)}$$

$$n = 399.94$$

จำนวนตัวอย่างสำหรับภาคเหนือขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า 400 คน

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

$$\begin{aligned}\text{เมื่อ } N &= \text{จำนวนประชากรผู้สูงอายุภาคตะวันออกเฉียงเหนือ} = 3,852,519 \text{ คน} \\ e^2 &= (0.05)^2 = 0.0025\end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{3,852,519}{1 + (3,852,519)(0.0025)}$$

$$n = 399.96$$

จำนวนตัวอย่างสำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า คือ 400 คน

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างภาคกลางและตะวันออก

$$\begin{aligned}\text{เมื่อ } N &= \text{จำนวนประชากรผู้สูงอายุภาคกลางและตะวันออก} = 4,311,168 \text{ คน} \\ e^2 &= (0.05)^2 = 0.0025\end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{4,311,168}{1 + (4,311,168)(0.0025)}$$

$$n = 399.96$$

จำนวนตัวอย่างสำหรับภาคกลางและตะวันออกขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า คือ 400 คน

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างภาคใต้

$$\begin{aligned}\text{เมื่อ } N &= \text{จำนวนประชากรผู้สูงอายุภาคใต้} = 1,505,709 \text{ คน} \\ e^2 &= (0.05)^2 = 0.0025\end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{1,505,709}{1 + (1,505,709)(0.0025)}$$

$$n = 399.89$$

จำนวนตัวอย่างสำหรับภาคใต้ขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่า คือ 400 คน

จากการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำในแต่ละภูมิภาค โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% กลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ควรมีไม่น้อยกว่าภูมิภาคละ 400 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการเป็นตัวแทนของผู้สูงอายุไทยมากขึ้น การสำรวจครั้งนี้จึงเก็บข้อมูลเพิ่มขึ้นอีก ร้อยละ 25 หรือ เพิ่มขึ้นอีกภูมิภาคละ 100 คน เป็นภูมิภาคละ 500 คน ดังนั้น การเก็บข้อมูลรวม 4 ภูมิภาค จะมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,000 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multistage random sampling) ดังนี้

- 1) การสุ่มระดับภาค: แบ่งประชากรออกตามพื้นที่ จำนวน 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก และภาคใต้ ตามกรอบพื้นที่ของกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งมีการกิจหลักในการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทย
- 2) การสุ่มระดับจังหวัด: สุ่มเลือกจังหวัดที่จะเก็บข้อมูล ภาคละ 5 จังหวัด เพื่อให้ทุกจังหวัดในแต่ละภูมิภาค มีสิทธิ์เป็นตัวแทนในการคัดเลือกอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่กำหนดเลือกจังหวัดที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงมาเป็นเกณฑ์ ทั้งนี้เพื่อให้สะท้อนสถานการณ์การใช้สื่อที่หลากหลายตามสัดส่วนผู้สูงอายุที่เป็นจริง ซึ่งมีความมากมายแตกต่างกันไป การวิจัยครั้งนี้จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยใช้การจับสลากเลือก จาก 4 ภาค รวม 20 จังหวัด โดยจังหวัดที่ได้รับการสุ่มมีรายละเอียดแสดงไว้ในตารางต่อไปนี้
- 3) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง: กลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัดจะใช้การสุ่มเลือกตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้แบบตามสะดวก (convenience sampling) หรือการยินยอมให้การให้ความร่วมมือ และความพร้อมในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดจำนวนแบบโควต้า (quota Sampling) จังหวัดละ 100 คน แยกเป็นเพศชาย และเพศหญิง โดยแบ่งตามโควต้าเท่า ๆ กัน คือ เพศชาย 50 คน และเพศหญิง 50 คน เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึงความแตกต่างด้านเพศ ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรม และผลกระทบในการใช้สื่อ ซึ่งรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างได้แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแยกตามภูมิภาคและจังหวัด

ภาค	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)			
		จังหวัดที่ได้รับเลือก	ชาย	หญิง	รวม
เหนือ	2,501,468	เชียงราย	50	50	100
		น่าน	50	50	100
		พะเยา	50	50	100
		พิษณุโลก	50	50	100
		นครสวรรค์	50	50	100

ภาค	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)			
		จังหวัดที่ได้รับเลือก	ชาย	หญิง	รวม
ตะวันออกเฉียงเหนือ	3,852,519	เลย	50	50	100
		ยโสธร	50	50	100
		อุบลราชธานี	50	50	100
		มหาสารคาม	50	50	100
		บุรีรัมย์	50	50	100
กลางและตะวันออกเฉียง	4,311,168	กรุงเทพฯ	50	50	100
		นนทบุรี	50	50	100
		ระยอง	50	50	100
		เพชรบุรี	50	50	100
		จันทบุรี	50	50	100
ใต้	1,505,709	นครศรีธรรมราช	50	50	100
		สุราษฎร์ธานี	50	50	100
		กระบี่	50	50	100
		พัทลุง	50	50	100
		ตรัง	50	50	100
รวมทั้งหมด	12,170,864		1,000	1,000	2,000

เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ที่ได้สร้างขึ้นในการเก็บข้อมูลในปี 2565 เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้เปรียบเทียบและบ่งบอกแนวโน้มของสถานการณ์ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ติดต่อกับเครือข่ายผู้เก็บข้อมูลในแต่ละชุมชนตามพื้นที่เป้าหมาย
- 2) ประชุมเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และขออนุญาตชุมชนในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่
- 3) ชี้แจง และให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูลแก่ผู้ช่วยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แล้วบันทึกลงในแบบสอบถาม
- 4) เก็บข้อมูลเข้าเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่กำหนด คณะผู้วิจัยติดตามสอบถามปัญหา และให้คำแนะนำในการดำเนินการแก้ไข
- 5) เมื่อได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ คณะผู้วิจัยตรวจสอบแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายจำนวน สัดส่วนของข้อมูลที่เก็บรวบรวม และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test, One Way ANOVA (f-test) เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณลักษณะ หรือพฤติกรรม的开ปรับสื่อที่แตกต่างกัน และสหสัมพันธ์เพื่อกันหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกี่ยวกับคุณลักษณะ พฤติกรรม的开ปรับสื่อ รวมถึงผลกระทบจากการใช้สื่อ

การเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา การสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย สามารถชี้ให้เห็นถึงปัญหาของการใช้สื่ออย่างไม่รู้เท่าทันของผู้สูงอายุ พฤติกรรม的开ปรับสื่อ ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย รวมถึงประสบการณ์ของผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อ แล้วเกิดการสูญเสีย ซึ่งสามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการส่งเสริมสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อให้แก่ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเสี่ยงภายใต้สถานการณ์การใช้สื่อที่เป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ ผลการสำรวจนี้ยังช่วยให้มองเห็นถึงโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาสุขภาวะของผู้สูงอายุผ่านการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ด้วย นำไปสู่การนำเสนอแนวทางการใช้สื่ออย่างรู้เท่าทัน เพื่อพัฒนาสุขภาวะให้แก่ผู้สูงอายุในสังคมไทยในอนาคต

3.1.3 การพัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและนวัตกรรมการเกมออนไลน์

การพัฒนาหลักสูตรในโครงการนี้ มุ่งใช้ข้อมูลที่ได้จากการถอดบทเรียนการปฏิบัติการของ นสส.วัยเพชร ครู ก ซึ่งถือเป็นการทำงานเชิงปฏิบัติการควบคู่กับการพัฒนางานวิชาการเพื่อเป็นต้นแบบที่สามารถนำไปขยายผลการทำงานในกลุ่มอื่น ๆ ได้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (นสส.วัยเพชร ครู ก เดิม) ขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ” เป็นสื่อในการสอนและการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อก่อน-หลังเรียน ในพื้นที่นำร่อง 5 พื้นที่ ได้จำนวนผู้สูงอายุในพื้นที่ที่มีความเข้าใจเรื่องการใช้สื่อเพิ่มขึ้น พื้นที่ละ 50 คน (รวมเป็น 250 คน)
- 2) ติดตาม วิเคราะห์ และประเมินผล ข้อมูลจากการใช้หลักสูตรฯ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ” เพื่อสกัดประเด็นในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรฯ
- 3) สังเคราะห์ประเด็นสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรฯ จากข้อมูลในข้อ 2) ร่วมกับผลการวิจัยสำรวจสถานการณ์ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย
- 4) พัฒนา “เกมออนไลน์หยุด คิด ถาม ทำ” ชุดที่ 2 ที่สอดคล้องกับสถานการณ์จากการใช้สื่อของผู้สูงอายุที่เป็นปัจจุบัน ถือเป็นการต่อยอดนวัตกรรมการเรียนรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยเกมจะมีเนื้อหาที่หลากหลายและรูปแบบที่กระตุ้นการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

- 5) อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (นสส วัยเพชร ครู ก ใหม่) จากกลุ่มผู้สูงอายุที่ผ่านหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อในข้อ 1) โดย นสส. วัยเพชร ครู ก เดิม เป็นผู้คัดเลือกผู้สูงอายุที่มีศักยภาพในการเป็นผู้สอนหลักสูตรฯ พื้นที่ละ 10 คน (รวมเป็น 50 คน)

3.1.4 การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคม

การสื่อสารถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความตระหนักในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย และขับเคลื่อนให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายเชิงสังคมในด้านผู้สูงอายุ สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อเห็นถึงความจำเป็นในการจัดทำนโยบายด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยศูนย์วิชาการฯ มุ่งการปฏิบัติการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- 1) สื่อสารความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุที่ได้มาจากการดำเนินงานในข้อ 11.1.1 และ 11.1.2 ในรูปแบบบทความที่เข้าใจง่าย ผ่านจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (Online Bulletin) “หยุด คิด ถาม ทำ” ทุกไตรมาส ทางเว็บไซต์ของศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย
- 2) สื่อสารข้อมูลและกิจกรรมการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (นสส วัยเพชร ครู ก) ในข้อ 11.1.3 ผ่านเว็บไซต์ของศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย
- 3) จัดเวทีเสวนาวิชาการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีบทบาทในการผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและ การรู้เท่าทันสื่อ พร้อมกับสื่อสารสาระณะข้อมูลการเสวนาดังกล่าวผ่านสื่อต่าง ๆ
- 4) จัดทำฐานข้อมูล นสส วัยเพชรครู ก เพื่อเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย
- 5) สื่อสารข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อผ่านเครือข่ายการทำงาน อาทิ กรมกิจการผู้สูงอายุ โรงเรียนผู้สูงอายุ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

4. ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน

☒ ตามแผน ☐ ไม่ตามแผน ☐ ปรับเปลี่ยนแผน

5. ผลการดำเนินการ (กิจกรรม)

5.1 สืบค้นงานวิชาการไทยและต่างประเทศ (กิจกรรมที่1)

ผลของการสืบค้นข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้จัดทำเป็นบทความสั้นเผยแพร่บนเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM) <https://www.iceml.org/> ในเมนูคลังความรู้ - รู้ทันสื่อ รู้ทันโลก ทั้งหมด 30 เรื่อง โดยแบ่งเป็น บทความภาษาไทยที่คณะผู้วิจัยและเครือข่ายเป็นผู้เขียน 22 เรื่อง บทความสั้นที่สรุปจากบทความภาษาอังกฤษ 6 เรื่อง (บทความที่ 13-18) และบทความไทยที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ 2 บทความ (บทความที่ 5 และ 7) ซึ่งเป็นบทความเฉพาะที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุไทย ส่วนบทความที่เขียนจากการบูรณาการข้อมูลของต่างประเทศ จะไม่มีการแปลเป็นภาษาอังกฤษ เพราะมีแหล่งอ้างอิงที่ผู้สนใจสามารถสืบค้นต่อได้ด้วยตนเอง

บทความที่ 1 การรับมือกับข่าวสารโควิด-19 ในโลกออนไลน์ของผู้สูงอายุ...ตนเอง ครอบครัว เพื่อน

บทความที่ 2 ผลการวิจัยชี้เทคโนโลยีเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงวัยกับคนต่างวัย

บทความที่ 3 ห้องแห่งเสียงสะท้อน” ปรากฏการณ์บนโลกออนไลน์ที่แก้ไขได้ด้วย “ความเข้าใจ”

บทความที่ 4 เกษตรกรสูงวัยไทยกับการใช้เทคโนโลยีสื่อสารในการเพิ่มผลผลิต

บทความที่ 5 Elderly Thai Farmers and Using Communication Technology to Increase Productivity

บทความที่ 6 บทบาทของผู้สูงวัยและชุมชนในการจัดการขยะ

บทความที่ 7 Role of elderly and community in waste management

บทความที่ 8 “ตุ๊กตาวูดู” กับ “โลกที่เราอยากเห็น”: การกรองด้วยตะแกรงแห่ง “สติ”

บทความที่ 9 เฟซบุ๊กกับผู้สูงวัย

บทความที่ 10 สื่อเก่ากับสื่อดิจิทัล: บทบาทที่ต่างกันสำหรับผู้สูงวัยเฟซบุ๊กกับผู้สูงวัย

บทความที่ 11 ผู้สูงวัยกับการใช้อินสตาแกรม

บทความที่ 12 MUSEP 05: ผู้สูงวัยรู้เท่าทันสื่อ

บทความที่ 13 ผู้สูงอายุกับผลกระทบเชิงบวกของสื่อสังคมออนไลน์

บทความที่ 14 การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอันตรายต่อสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างไร

- บทความที่ 15 พฤติกรรมการใช้ Social Media ของผู้สูงอายุ
- บทความที่ 16 Digital literacy กับสังคมผู้สูงอายุ
- บทความที่ 17 สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบหรือผลลบต่อผู้สูงวัย?
- บทความที่ 18 เราจะเปลี่ยนการนำเสนอภาพผู้สูงอายุในรายงานข่าวได้อย่างไร
- บทความที่ 19 การดูโทรทัศน์ของผู้สูงวัยสัมพันธ์กับภาวะสมองเสื่อมอย่างไร
- บทความที่ 20 ผู้สูงวัยกับประโยชน์จากการใช้ไลน์
- บทความที่ 21 ผู้สูงวัยกับการดูโทรทัศน์
- บทความที่ 22 ผู้สูงวัยกับละครโทรทัศน์
- บทความที่ 23 การออกแบบเทคโนโลยีของเครื่องมือสื่อสารเพื่อผู้สูงอายุ
- บทความที่ 24 ปัจจัยด้านจิตใจและแรงผลักดันกับการออกแบบเทคโนโลยีเพื่อผู้สูงอายุ
- บทความที่ 25 การสื่อสารกับผู้สูงวัย: ความเข้าใจและไม่ตัดสิน
- บทความที่ 26 สิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อการสื่อสารกับผู้สูงวัยเมื่อไปพบแพทย์
- บทความที่ 27 อคติต่อช่วงวัย กำแพงขวางกั้นการสื่อสารระหว่างคนต่างวัย
- บทความที่ 28 ผู้สูงวัยชอบปิงออนไลน์
- บทความที่ 29 ความเชื่อในเรื่องโชคลางในช่วงสถานการณ์โควิด-19: ผลกระทบต่อผู้สูงวัย
- บทความที่ 30 ผู้สูงวัยกับการใช้คอลเซ็นเตอร์

5.2 การสำรวจพฤติกรรมและสถานการณ์ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศ (20 จังหวัด) (กิจกรรมที่ 2)

5.2.1 การสร้างแบบสำรวจมาตรฐาน

โครงการฯ ได้ดำเนินการสร้าง “แบบสำรวจมาตรฐาน” สำหรับใช้ในการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั่วประเทศ ที่สามารถสะท้อนภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นอย่างแม่นยำ และเหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มีพื้นฐานการศึกษาและบริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลาย โดยดำเนินการ 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสำรวจจากวรรณกรรมและขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำแบบประเมินมาตรฐาน 2) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการใช้สื่อ 3) จัดโครงสร้าง-องค์ประกอบหลักของแบบประเมิน โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล และจัดทำนิยามศัพท์ในแต่ละองค์ประกอบ 4) ประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณายืนยันนิยามศัพท์และชุดคำสำคัญ 5) ปรับนิยามศัพท์และคำสำคัญ (keywords) ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ 6) ออกแบบข้อคำถามเพื่อวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ พร้อมจัดทำ (ร่าง) แบบสำรวจ 7) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 8) ตรวจสอบ

ความสอดคล้องของโมเดลผลกระทบจากการใช้สื่อ ด้วยการทดสอบนำร่อง 400 ชุด 9) ปรับแบบสำรวจตามผลการตรวจสอบ และขอแนะนำจากผู้เก็บแบบสอบถามนำร่อง รายละเอียดในแต่ละขั้นตอน มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสำรวจจากวรรณกรรม และขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำแบบประเมินมาตรฐาน

นอกจากการศึกษาวิธีการสร้างแบบสำรวจจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้ว เพื่อให้มั่นใจต่อกระบวนการจัดทำแบบประเมินให้เป็นมาตรฐาน สามารถนำไปใช้ประเมินผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยทุกคน คณะผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการจัดทำแบบวัดมาตรฐานด้านสาธารณสุข คือ รองศาสตราจารย์ ดร. มธุรส ทิพยมงคลกุล จากคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มาเป็นที่ปรึกษาในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือนี้ และได้มาบรรยายแนวทางการสร้างเครื่องมือมาตรฐานให้แก่คณะผู้วิจัย ในวันที่ 5 พฤษภาคม 2565 เวลา 9.00 – 16.00 น. ณ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล จากนั้นคณะผู้วิจัยนำคำแนะนำมาออกแบบกระบวนการ และจัดทำแผนการดำเนินการในการสร้างแบบประเมินมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการใช้สื่อ

คณะผู้วิจัยดำเนินทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการบริโภคสื่อของผู้สูงอายุ ทั้งงานวิจัยและงานวิชาการของไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสุขภาวะในมิติต่าง ๆ โดยเน้นศึกษาประเด็นผลกระทบทางกาย ผลกระทบทางใจ ผลกระทบทางสังคม ผลกระทบทางปัญญา และผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยผลการทบทวนวรรณกรรมส่วนมากจะพบผลกระทบจากการใช้สื่อของประชาชนทั่วไปมากกว่าของผู้สูงอายุ แต่ก็มีบางงานที่มีความเกี่ยวข้อง และสามารถนำมาใช้เป็นฐานคิดในการพัฒนาแบบสำรวจมาตรฐานได้ดังนี้

วรรณกรรมไทย

กชกร ธีวดีกิตติฤกษ์, ณัฐพันธ์ แก้วสุรพล, และ ธรรมมน เพ็งหมาน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมืองสงขลา.

วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 12(1), 65-82.

กรมสุขภาพจิต. (2550). แบบสัมภาษณ์ดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทยฉบับสั้น. สืบค้นวันที่ 8 มิถุนายน 2565 จาก

https://dmh.go.th/test/download/files/TMHI15_thai.pdf

กรมอนามัย. (2563). *คู่มือแนวทางการส่งเสริมสุขภาพดี ชะลอชรา ชีวียืนยาว สำหรับผู้สูงอายุ*. กระทรวงสาธารณสุข.

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และณนนาท อนุพงศ์พัฒน์. (2560). *สุขภาพทางปัญญา: จิตวิญญาณ ศาสนา และความ เป็นมนุษย์*. สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ.

ชารวี บุตรบำรุง. (2554). *การจัดการเงินและความต้องการความรู้ด้านกฎหมายกับการอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในเทศบาลตำบลศาลายา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. <http://ssruir.ssru.ac.th/handle/ssruir/471>

ชุตินา มาลัย, รุ่งทิพย์ ไชโยยิ่งยงค์, เพ็ญภา แดงด้อมยุทธ์, และ ศรีสกุล เฉียบแหลม. (2562). ปัจจัยที่มี
 ความสัมพันธ์ต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลสงขลานครินทร์*, 39(3), 67-76.

ณัฏฐนนท ทวีสิน และ ธรรมพงศ์ วงษ์สวัสดิ์. (2563). บทบาทการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุยุคใหม่
 ในเขตชุมชนทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 6(1), 115-128.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *สำรวจความมั่งคั่ง ผ่านการตรวจสอบสุขภาพทางการเงิน*.
<https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/video/83-money-health-check>

ธรากร กมลเปรมปิยะกุล และณัฐนา ตระกลธนาภส. (2564). *หัวใจที่รับรู้*. พิมพ์ครั้งที่ 3. สำนักพิมพ์ SOOK Publishing.

นวรัตน์ ไชยมณูม, รัตติกรณ บัญทัศน์, และนภาฯ สิงห์วีระธรรม. (2562). การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ.
วารสารเครือข่ายวิทยาลัยการพยาบาลและสาธารณสุขภาคใต้, 6(2), 262-269.

นันทพร ไม้ทองดี และ นาทยา แฝงศรีสาร. (2562). พฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อการกุศลของผู้สูงอายุ ในอำเภอ
 เมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(2), 107-118.

พระครูภาวนาสังวรกิจ วิ.(สุวิทย์ คำมูล). (2561). *การพัฒนาสุขภาวะองค์กรสำหรับผู้สูงวัยตามแนวพุทธจิตวิทยา*.
 ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2562). *สุขภาวะองค์กรตามแนวพุทธ*. พิมพ์ครั้งที่ 35. วัดญาณเวศกวัน.

พระไพศาล วิสาโล. (2552). *สุขแท้ด้วยปัญญา: วิธีสู่สุขภาวะทางปัญญา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปาปิรุส พับลิเคชั่น.

พระมหาสากล สุภเมธี (เดินชาบัน). (2558). การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมตามแนวพุทธปรัชญา. *วารสาร
 มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอรัญญิก*, 4(2), 351-358.

พิณนภา แสงสาคร, อรุณพันธ์ ชูชม, และ พรณี บุญประกอบ. (2555). การสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาวะ
 ทางจิตวิญญาณในบริบทของสังคมไทย. *วารสารพุทธปริทัศน์*, 18(1), 84-94.

วรวิทย์ เฟื่องพันธ์. (2559). จิตตปัญญาศึกษากับภาวะธรรมทัศน์ในวัยสูงอายุ. *วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม*,
 12(2), 7-19.

วิชัย โชควิวัฒน์. (2552). การศึกษาว่าด้วยมิติทั้ง 4 ของสุขภาพ. *วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข สถาบันวิจัยระบบ
 สาธารณสุข*, 3(1). 323-335.

วิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2561). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี.
Veridian E-Journal (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ), 11(1), 3061-3074.

- ศศิชา มีเย็น และ ปริญญา หุ่นโพธิ์. (2560). การใช้ชีวิตอย่างมีความสุขของผู้สูงอายุที่มาใช้บริการสวนหลวงราชินี 19 ไร่ หัวหิน. ใน *ราชชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9* (น.1123-1129).
<http://repository.rmutr.ac.th/123456789/752>
- สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ. (2545). สุขภาพทางจิตวิญญาณ: สุขภาพทางปัญญา รวมความรู้ มุมมอง และความเห็นของปราชญ์แห่งสังคมไทย. สืบค้นวันที่ 8 มิถุนายน 2565 จาก
<http://www.openbase.in.th/files/9281-A-W3.pdf>
- สุดารัตน์ ทิพาพงศ์. (2564). แนวทางการวางแผนทางการเงินเพื่อคุณภาพชีวิตวัยเกษียณอายุ. *วารสารการบริหาร นิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(5), 353-365.
- สุนิสา คำขึ้น, หลุยส์ กงมหา, และ วิจิตร แผ่นทอง. (2563). ภาวะสุขภาพจิตและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในผู้สูงอายุ. *วารสารวิจัยสุขภาพและการพยาบาล*. 36(3), 150-163.
- สุภมาส อังศุโชติ และ กาญจน์ กังวานพรศิริ. (2558). แนวทางและมาตรการส่งเสริมการออมของผู้สูงอายุ ตาม หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(14), 146-158.
- สุนา บุปผา, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์, และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของ ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 7(3), 115-124.
- อภิชัย มงคล , ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ , ทวี ตั้งเสรี , วัชนี หัตถพนม , ไพรวลัย รมชัย, และ วรวรรณ จุฑา. (2552). รายงานการวิจัย การพัฒนาและทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทย (Version 2007), กรม สุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- อรพินท์ ชูชม, พรรณี บุญประกอบ, มนัส บุญประกอบ, อุษา ศรีจินดารัตน์, และ สุชาดา สุธรรมรักษ์. (2563). การพัฒนาแบบวัดสุขภาวะทางจิตสำหรับผู้สูงอายุไทย. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 12(23), 112-124.
- อรรถกร เฉยทิม, นวลฉวี ประเสริฐสุข, และ อรุณีย์ เกิดในมงคล. (2561). ความสุขของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 5(1), 85-108.
- อังศรา ประเสริฐสิน, ทัชชา สุริโย, และ ปพน ญัฒเมธาวิณ. (2561). สุขภาวะของผู้สูงอายุ: แนวคิดและปัจจัยที่ เกี่ยวข้อง. *วารสารสุขศึกษา*, 41(1). 1-15.
- อำนวย ปาอ้าย. (2561). ภาวะหนี้สินและการจัดการการเงินของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏ เชียงใหม่*, 19(1), 5-13.
- อิสริย์ ศิริวรรณกุลธร, กนกพร ภิญโญพรพาณิชย์, ชัยสิริ อังกระวรรณนท์, อัศวิน โรจนสุมาพงศ์, ชลอวัฒน์ อินปา, และ นพคุณ นันทศุภวัฒน์. (2564). ความสุขของภาวะซึมเศร้าและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในผู้สูงอายุคลินิก

ผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัว โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่. *วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย* 29(1), 1-11.

วรรณกรรมต่างประเทศ

Chaput, J. P., Dutil, C., & Sampasa-Kanyinga, H. (2018). Sleeping hours: what is the ideal number and how does age impact this?. *Nature and science of sleep*, 10, 421–430.
<https://doi.org/10.2147/NSS.S1630715>

Comfort Keepers. (2015). Seniors and the positive impact of social media. Retrieved June 10, 2022, from <https://www.comfortkeepers.com/articles/info-center/senior-health-and-wellbeing/seniors-and-the-positive-impact-of-social-media>

Dawson-Townsend, K. (2019). Social participation patterns and their associations with health and wellbeing for older adults. *SSM - Population Health*, 8, 100424.
<https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2019.100424>

Fu, L., & Xie, Y. (2021). The effects of social media use on the health of older adults: an empirical analysis based on 2017 Chinese general social survey. *Healthcare*, 9(9), 1143.
<https://doi.org/10.3390/healthcare9091143>

Galderisi, S., Heinz, A., Kastrup, M., Beezhold, J., & Saetorius, N. (2017). A proposed new definition of mental health. *Psychiatr. Pol.* 51(3): 407–411.

Goodyear, V. A., Wood, G., Skinner, B., & Thompson, J. L. (2021). The effect of social media interventions on physical activity and dietary behaviours in young people and adults: a systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18(72). <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01138-3>

Gouveia, O.M.R., Matos.A.D., & Schouten, M.J. (2016). Social networks and quality of life of elderly persons: a review and critical analysis of literature. *Social networks and quality of life of older people*, 19(6), 1030-1040. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-22562016019.160017>

Hea, T., Huang, C., Lib, M., Zhou, Y., and Lid, S. (2020). Social participation of the elderly in China: The roles of conventional media, digital access and social media engagement. *Telematics and Informatics*, 48, 101347.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101347>

Hirshkowitz, M., Whiton, K., Albert, S. M., Alessi, C., Bruni, O., DonCarlos, L., Hazen, N.,

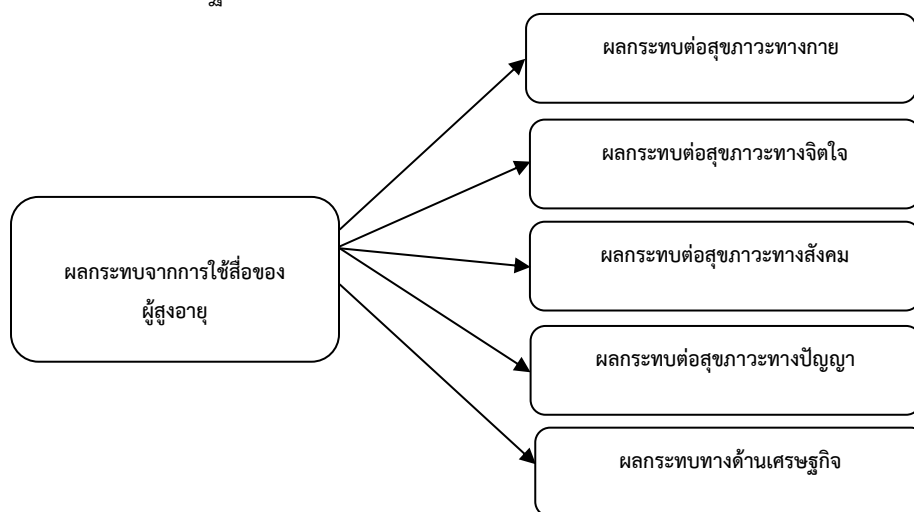
- Herman, J., Katz, E. S., Kheirandish-Goza, L., Neubauer, D. N., O'Donnell, A. E., Ohayon, M., Peever, J., Rawding, R., Sachdeva, R. C., Setters, B., Vitiello, M. V., Ware, J. C., & Adams Hillard, P. J. (2015). National Sleep Foundation's sleep time duration recommendations: methodology and results summary. *Sleep health*, 1(1), 40–43.
<https://doi.org/10.1016/j.sleh.2014.12.010>
- Jiang, J., & Song, J. (2022). Health consequences of online social capital among middle-aged and older adults in China. *Applied Research in Quality of Life*.
<https://doi.org/10.1007/s11482-021-10033-9>
- Leist, A.K. (2013). Psychological, physical, and social health needs of the aging society and post-pandemic recommendations on gerontology. *European Journal of Environment and Public Health*, 5(2). 1-8. <http://doi.org/10.21601/ejeph/11055>
- Lindeman, R. D., Romero, L. J., Liang, H. C., Baumgartner, R. N., Koehler, K. M., & Garry, P. J. (2000). Do Elderly Persons Need to Be Encouraged to Drink More Fluids?. *The Journals of Gerontology: Series A*, 55(7), 361-365. <https://doi.org/10.1093/gerona/55.7.M361>
- MedlinePlus. (2020). *Healthy sleep*. Retrieved June 10, 2022, from
<https://medlineplus.gov/healthysleep.html>
- Pan, H., De Donder, L., Dury, S., Wang, R., De Witte, N., and Verté, D. (2019) Social participation among older adults in Belgium's Flanders region: Exploring the roles of both new and old media usage, *Information, Communication & Society*, 22(13), 1956-1972. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1473460>
- Russell, R. M., Rasmussen, H., & Lichtenstein, A. H. (1999). Modified food guide pyramid for people over seventy years of age. *The Journal of Nutrition*, 129(3), 751–753.
<https://doi.org/10.1093/jn/129.3.751J> Nutr. 129:751-753.
- Schimmele, C., Fonberg, J., & Schellenberg, G. (2021). Canadians' assessments of social media in their lives. *Economic and Social Reports*, 1(3), The Minister responsible for Statistics Canada. <https://doi.org/10.25318/36280001202100300004-eng>
- Stephoe, A. (2019). Investing in happiness: the gerontological perspective. *Gerontology*, 65, 634–639. <http://doi.org/10.1159/000501124>

- Toquero, C.M.D. (2021). Psychological, Physical, and Social Health Needs of the Aging Society and Post-Pandemic Recommendations on Gerontology. *European Journal of Environment and Public Health*, 5(2). 1-8. <http://doi.org/10.21601/ejeph/11055>
- Valkenburg, P.M. (2022). Social media use and well-being: What we know and what we need to know. *Current Opinion in Psychology*, 45. 1-8. <http://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.006>
- Wadsworth, L. A., & Johnson, C. P. (2008). Mass media and healthy aging. *Journal of Nutrition for the Elderly*, 27(3-4), 319-331. <https://doi.org/10.1080/01639360802265863>
- Wang, J., Liang, C., & Li, K. (2020). Impact of internet use on elderly health: empirical study based on Chinese general social survey (CGSS) data. *Healthcare*, 8(4), 482. <http://dx.doi.org/10.3390/healthcare8040482>

นอกจากการทบทวนวรรณกรรมนี้ คณะผู้วิจัยยังได้สืบค้นรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากสื่อเพิ่มเติมหลังจากได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องต้นถึงความสำเร็จของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 จัดโครงสร้าง-องค์ประกอบหลักของแบบสำรวจ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล และจัดทำนิยามศัพท์ในแต่ละองค์ประกอบ

คณะผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม นำมากำหนดโมเดลโครงสร้างผลกระทบจากการใช้สื่อ โดยให้มุ่งไปที่ผลกระทบต่อสุขภาพของผู้สูงอายุ แบ่งออกเป็น 5 มิติ คือ ผลกระทบต่อสุขภาพทางกาย ผลกระทบต่อสุขภาพทางจิตใจ ผลกระทบต่อสุขภาพทางสังคม ผลกระทบต่อสุขภาพทางปัญญา และผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย

จากนั้น คณะผู้วิจัยได้นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องและกำหนดคำสำคัญในแต่ละองค์ประกอบของผลกระทบ ดังนี้

- **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ** หมายถึง สภาวะทางกาย ใจ สังคม ปัญญา และเศรษฐกิจ ของผู้สูงอายุที่เกิดจากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ
- **ความสุข** หมายถึง ความสามารถของผู้สูงอายุในการดูแลตัวเองให้มีสมรรถภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ตามสภาพที่เป็นอยู่ ได้อย่างสมดุลในการดำรงชีวิตที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อตนเองและผู้อื่น
- **สภาวะในการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ** หมายถึง ความสุขด้านกาย ใจ สังคม ปัญญา และเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ ที่เกิดจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ

สำหรับนิยามศัพท์และคำสำคัญในผลกระทบจากการใช้สื่อทั้ง 5 ด้าน มีดังนี้

- **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสภาวะทางกายของผู้สูงอายุ**
 - หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตและการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับร่างกายของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อ ได้แก่ การบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย การทำกิจกรรมในชีวิตประจำวัน การพักผ่อน และการดูแลสุขภาพ
 - คำสำคัญ - การบริโภคอาหาร/การออกกำลังกาย/การพักผ่อน/การดูแลสุขภาพ
- **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสภาวะทางจิตใจของผู้สูงอายุ**
 - หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาวะทางความรู้สึก อารมณ์ ความมั่นคงทางจิตใจ และการปรับสภาพจิตใจของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อ
 - คำสำคัญ - ความรู้สึก/อารมณ์/ความมั่นคงทางจิตใจ/การปรับสภาพจิตใจ
- **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสภาวะทางสังคมของผู้สูงอายุ**
 - หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านความสัมพันธ์กับบุคคลรอบตัว และด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อ
 - คำสำคัญ - ความสัมพันธ์/การมีส่วนร่วม
- **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสภาวะทางปัญญา**
 - หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความเข้าใจและยอมรับความเป็นไปของชีวิตและโลกของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อ
 - คำสำคัญ - ความเข้าใจและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงของชีวิต/ความเข้าใจและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก/การใช้ชีวิตอย่างเท่าทัน
- **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสภาวะทางเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ**
 - หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการทางการเงินเพื่อเลี้ยงชีพของผู้สูงอายุที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อ

- คำสำคัญ – การสร้างรายได้/การจัดการทรัพย์สิน

ขั้นตอนที่ 4 ประชุมผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณายืนยันนิยามศัพท์และชุดคำสำคัญ

จัดประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณายืนยันนิยามศัพท์และชุดคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของสื่อต่อสุขภาวะผู้สูงอายุสำหรับนำมาใช้ในการสร้างข้อคำถามในแบบสำรวจ โดยจัดการประชุมเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2565 เวลา 10.00 – 12.00 น. ผ่านทางโปรแกรมประชุม Webex มีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 ท่าน ได้แก่

- รองศาสตราจารย์ นพ.ปัญญา ไข่มุก กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- รองศาสตราจารย์ ดร.พนม คลีฉายา หัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รองศาสตราจารย์ ดร.มธุรส ทิพยมงคลกุล หัวหน้าภาควิชาระบาดวิทยา คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- อาจารย์ ดร.โชติอนันต์ เชาวนัสสุจิริ อาจารย์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
- รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล แจ่มจันทร์ อาจารย์สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล
- คุณศิริลักษณ์ มีมาก ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ
- คุณธีระพล เต็มอุดม ผู้อำนวยการธนาคารจิตอาสาและความสุขประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 5 ปรับนิยามศัพท์และคำสำคัญ (keywords) ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

คณะผู้วิจัยได้หารือกันเพื่อปรับปรุงนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง และกำหนด คำสำคัญ และคำในองค์ประกอบย่อย ในแต่ละองค์ประกอบของผลกระทบอีกครั้ง ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

ผลกระทบด้าน	นิยาม/คำสำคัญ/คำในองค์ประกอบย่อย	
ผลจากการใช้สื่อต่อสุขภาวะทางกายของผู้สูงอายุ	หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตและการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับร่างกายของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ได้แก่ การบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย การพักผ่อน และการดูแลสุขภาพ	
	คำสำคัญ	
	การบริโภคอาหาร	อาหารหลัก 5 หมู่ อาหารเสริม การดื่มน้ำ
	การออกกำลังกาย	กิจกรรมทางกาย เช่น การเคลื่อนไหวมากขึ้น
	การพักผ่อน	การนอน

ผลกระทบด้าน	นิยาม/คำสำคัญ/คำในองค์ประกอบย่อย	
		อากาศ
	การดูแลสุขภาพ	การดูแลสุขภาพช่องปาก การควบคุมน้ำหนัก การลด/ละพฤติกรรมเสี่ยง (ลด ละ เลิกบุหรี่ เหล้า)
ผลจากการใช้สื่อต่อสุข ภาวะทางจิตใจของ ผู้สูงอายุ	หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาวะทางอารมณ์ความรู้สึก ความมั่นคงทางจิตใจ และการปรับสภาพ จิตใจของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	
	คำสำคัญ	
	อารมณ์ความรู้สึก	พอใจ -ไม่พอใจ สุข - ทุกข์ คิดบวก - คิดลบ ผ่องใส - เศร้าหมอง ปลอดภัย - เครียด/วิตกกังวล/กลัว สับสน
	ความมั่นคงทางจิตใจ	มุ่งมั่น - ท้อถอย จดจ่อ - ฟุ้งซ่าน อดทนพยายาม - ท้อแท้ ภาคภูมิใจ - (คับ)ข้องใจ กล้าหาญ - กลัว อิสระ - พึ่งพิง สำเร็จ - ล้มเหลว
ผลจากการใช้สื่อต่อสุข ภาวะทางสังคมของ ผู้สูงอายุ	การปรับสภาพจิตใจ	พร้อมเรียนรู้ (Growth Mindset) ยืดหยุ่น (resilience) มีเมตตา - อาฆาตแค้น มุ่งทำร้าย มีความเสียสละ - เห็นแก่ตัว รู้จักพอ - โลภ มีความหวัง มองโลกในแง่ดี ยอมรับความสามารถของตัวเอง
	หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านความสัมพันธ์กับบุคคล กลุ่มบุคคล เครือข่ายทางสังคม และด้านการ มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	
	คำสำคัญ	
	ด้านความสัมพันธ์	พึ่งพาหรือประโยชน์ร่วมกัน เกื้อกูล

ผลกระทบด้าน	นิยาม/คำสำคัญ/คำในองค์ประกอบย่อย	
		ความใกล้ชิด
	ด้านการมีส่วนร่วม	กิจกรรมนันทนาการ-ท่องเที่ยว กิจกรรมจิตอาสา การถ่ายทอดความรู้-ประสบการณ์-ภูมิปัญญา กิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมทางสังคม (โรงเรียนผู้สูงอายุ/ชมรมผู้สูงอายุ)
ผลจากการใช้สื่อต่อสุขภาวะทางปัญญาของผู้สูงอายุ	หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความเข้าใจและยอมรับความเป็นไปของชีวิตและโลกของผู้สูงอายุ ที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	
	คำสำคัญ	
	ความเข้าใจและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงของชีวิต	สถานภาพ ความเสื่อมของร่างกาย สถานะทางเศรษฐกิจ การสูญเสียสิ่งอันเป็นที่รัก บทบาท/สถานะทางสังคม
	ความเข้าใจและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก	เทคโนโลยี วัฒนธรรม/วิถีชีวิต new normal วัยที่ต่างกัน
	การใช้ชีวิตอย่างเท่าทัน	รู้ผิด ชอบ ชั่ว ดี รู้คุณค่า รู้โทษ ไม่ประมาท
ผลจากการใช้สื่อต่อสุขภาวะทางเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ	หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในการสร้างรายได้และการจัดการทรัพย์สินของผู้สูงอายุที่ได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	
	คำสำคัญ	
	การสร้างรายได้	เพิ่มช่องทางการสร้างรายได้
	การจัดการทรัพย์สิน	การออม ค่าใช้จ่าย หนี้สิน การลงทุน บริจาค/ทำบุญ

ขั้นตอนที่ 6 ออกแบบข้อคำถามเพื่อวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ พร้อมจัดทำ (ร่าง)

แบบสำรวจ

คณะผู้วิจัยนำโมเดล นิยามศัพท์ และคำสำคัญจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องมาร่างข้อคำถาม เพื่อวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุในแต่ละด้านทั้ง 5 ด้าน

ขั้นตอนที่ 7 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากที่ได้ร่างข้อคำถามเสร็จแล้ว คณะผู้วิจัยได้ขอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่านประเมินความ สอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์ และโมเดลผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย รวมถึงให้คำแนะนำ เพื่อปรับปรุงภาษาของข้อคำถาม คณะผู้วิจัยได้นำผลการตรวจสอบ IOC เฉพาะข้อคำถามที่มีค่า 0.50 ขึ้นไป และ คำแนะนำดังกล่าวมาปรับปรุงชุดข้อคำถาม ได้ดังนี้

ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย ประกอบด้วย 11 คำถาม ดังนี้

ข้อ	คำถามด้านร่างกาย
1	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การกินอาหารรสจัด (หวาน มัน เค็ม) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
2	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การดื่มน้ำเปล่าเพียงพอ (วันละประมาณ 2 ลิตร) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
3	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การกินอาหารที่เหมาะสมกับวัย (อาหารที่เคี้ยวง่าย ย่อยง่าย ปริมาณพอเหมาะ ไม่ร้อนจัด-เย็นจัด) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
4	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การกินอาหารเสริม (เช่น วิตามิน แคลเซียม คอลลาเจน งาดำ โสมสกัด สมุนไพร) ของ ท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
5	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การเคลื่อนไหวร่างกาย (ลุกเดิน หยิบจับ ทำโน่นนี่ฯ) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
6	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การบริหารร่างกายตามวัย (การแกว่งแขน การยืดเหยียด การเดิน) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
7	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การสูบบุหรี่หรือดื่มเหล้า ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
8	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การดูแล เหนือและฟัน ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
9	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การควบคุมน้ำหนักไม่ให้อ้วน หรือผอมเกินไป ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
10	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การนอนหลับอย่างเพียงพอในแต่ละคืน (ประมาณ 7-8 ชั่วโมง) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
11	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การจัดการที่อยู่อาศัยให้ปลอดภัยจากอุบัติเหตุ (บาดเจ็บ พลัดตกหกล้ม) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ ประกอบด้วย 14 คำถาม ดังนี้

ข้อ	คำถามด้านจิตใจ
1	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ความเศร้าหมอง ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
2	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ความวิตกกังวล ของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร

ข้อ	คำถามด้านจิตใจ
3	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความรู้สึกเป็นทุกข์</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
4	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความพึงพอใจในชีวิต</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
5	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความมุ่งมั่นต่อการทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จ</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
6	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความอดทนเมื่อเผชิญกับปัญหา</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
7	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การเป็นตัวของตัวเอง</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
8	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความภาคภูมิใจต่อตนเอง</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
9	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความกล้าตัดสินใจทำในสิ่งที่ท้าทาย</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
10	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การมองโลกในแง่ดี</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
11	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความอยากมีอยากเป็นเหมือนคนอื่น</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
12	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การยอมรับในความสามารถของตนเอง</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
13	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความมีเมตตาต่อเพื่อนมนุษย์</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
14	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความเสียสละเพื่อผู้อื่น</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม ประกอบด้วย 10 คำถาม ดังนี้

ข้อ	คำถามด้านสังคม
1	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความใกล้ชิดกับคนในครอบครัวของท่าน</u> เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
2	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การให้ความช่วยเหลือผู้อื่น</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
3	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
4	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การพูดคุยกับเพื่อนบ้าน</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
5	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความสัมพันธ์ของท่านกับผู้อื่น</u> (การพูดคุย การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
6	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง</u> (การเข้าชมรม/โรงเรียนผู้สูงอายุ) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
7	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การไปท่องเที่ยวกับผู้อื่น</u> (ครอบครัว เพื่อนๆ) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
8	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
9	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การถ่ายทอดหรือบอกต่อ ประสบการณ์/ความรู้/ความเชี่ยวชาญ</u> ของท่านต่อผู้อื่นเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
10	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือชุมชน</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร

ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา ประกอบด้วย 9 คำถาม ดังนี้

ข้อ	คำถามด้านปัญญา
1	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>ความเข้าใจชีวิต</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
2	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ <u>การยอมรับความเสื่อมถอยของร่างกาย</u> ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ข้อ	คำถามด้านปัญญา
3	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การยอมรับความจริงจากการสูญเสียสิ่งที่รัก ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
4	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การยอมรับและเข้าใจเทคโนโลยีสมัยใหม่ ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
5	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การยอมรับความเห็นที่แตกต่างกันของคนแต่ละวัย ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
6	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การรู้เท่าทันข่าวลวง ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
7	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
8	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ความประมาทในการใช้ชีวิต ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
9	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การรู้ผิด ชอบ ชั่ว ดี ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

ผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจประกอบด้วย 11 คำถาม ดังนี้

ข้อ	คำถามด้านเศรษฐกิจ
1	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้รายได้ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
2	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
3	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การออมของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
4	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ความฟุ่มเฟือยของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
5	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้รายจ่ายของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
6	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้หนี้สินของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร
7	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุนของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
8	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลและหวย ของท่านเปลี่ยนแปลงอย่างไร
9	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การบริจาค/ทำบุญโดยไม่รู้ที่มาที่ไป ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
10	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้การเสียทรัพย์สินเพราะถูกหลอกจากผู้อื่น ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
11	การเปิดรับข้อมูลจากสื่อ ทำให้ความระมัดระวังในการใช้ทรัพย์สิน (ที่ดิน อสังหาฯ ทองคำ เงินเก็บ) ของท่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

โดยได้กำหนดระดับเป็นช่วง 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เกิดการเปลี่ยนแปลง (ต่อสุขภาพ) เพิ่มขึ้นมาก
- 4 หมายถึง เกิดการเปลี่ยนแปลง (ต่อสุขภาพ) เพิ่มขึ้นบ้าง
- 3 หมายถึง ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง (ต่อสุขภาพ)
- 2 หมายถึง เกิดการเปลี่ยนแปลง (ต่อสุขภาพ) ลดลงบ้าง
- 1 หมายถึง เกิดการเปลี่ยนแปลง (ต่อสุขภาพ) ลดลงอย่างมาก

ขั้นตอนที่ 8 ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลผลกระทบจากการใช้สื่อ ด้วยการทดสอบนำ

ร่อง 400 ชุด

คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ร่างมาไปทดสอบนำร่องจำนวน 400 ชุด กับกลุ่มผู้สูงอายุไทยในภูมิภาคต่าง ๆ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้หลักไม่ต่ำกว่า 100 คน และสัดส่วน 20 : 1 ของจำนวนพารามิเตอร์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ มี 5 พารามิเตอร์ ได้แก่ ผลกระทบจากการใช้สื่อทางกาย ผลกระทบจากการใช้สื่อทางใจ ผลกระทบจากการใช้สื่อทางสังคม ผลกระทบจากการใช้สื่อทางปัญญา และผลกระทบจากการใช้สื่อทางเศรษฐกิจ จึงต้องกำหนดขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 200 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้มีความครอบคลุม และเพิ่มความเข้มแข็งในการเป็นตัวแทนของผู้สูงอายุไทยทั่วประเทศ งานวิจัยนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน และกระจายการเก็บข้อมูลเป็น 10 จังหวัด จังหวัดละ 40 คน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย คือ การจับสลากเลือก 10 จังหวัดจาก 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย ได้แก่ เชียงใหม่ พะเยา แพร่ สกลนคร สุรินทร์ กรุงเทพฯ สุพรรณบุรี นครปฐม ตรารัต และประจวบคีรีขันธ์ โดยมีการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน ตลอดจนสอบถามความเข้าใจต่อข้อคำถามด้วย ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดล ด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง ทำให้ได้ข้อคำถามผลกระทบในแต่ละด้าน 4 ข้อ ซึ่งเลือกมาจากข้อที่มีค่า ITC สูงที่สุด 4 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ

เพื่อพิจารณาผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา และผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจ โดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกายของผู้สูงอายุ

ผลกระทบจากการใช้สื่อด้านร่างกาย	M	SD	ITC (20)
1. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านกินอาหารที่เหมาะสมกับวัย	3.75	0.86	0.49
2. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านบริหารร่างกายตามวัย (การแกว่งแขน การยืดเหยียด การเดิน)	3.87	0.82	0.48
3. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านดูแลเหงือกและฟัน	3.66	0.81	0.52
4. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านควบคุมน้ำหนักไม่ให้อ้วน หรือผอมเกินไป	3.43	0.82	0.51
รวม	3.68	0.60	

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบผลกระทบจากสื่อด้านร่างกายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59) ซึ่งอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.43 ถึง 3.87 โดยทุก

ข้อนี้ขึ้นอยู่กับระดับปานกลางถึงสูง ทั้งนี้ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ข้อ 2) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านบริหารร่างกายตามวัย (การแกว่งแขน การยืดเหยียด การเดิน) (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ ข้อ 1) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านกินอาหารที่เหมาะสมกับวัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) และเมื่อตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวม พบว่า มีค่าระหว่าง 0.49 ถึง 0.56 ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อคำถามที่ใช้วัดในองค์ประกอบดังกล่าวนี้มีประสิทธิภาพดีและมีความเหมาะสมในการวัดเป็นอย่างดี

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจของผู้สูงอายุ

ผลกระทบจากการใช้สื่อด้านจิตใจ	M	SD	ITC (20)
1. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านภาคภูมิใจต่อตนเอง	3.82	0.78	0.58
2. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านกล้าตัดสินใจทำในสิ่งที่ท้าทาย	3.64	0.78	0.65
3. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านยอมรับในความสามารถของตนเอง	3.66	0.76	0.54
4. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านเสียสละเพื่อผู้อื่น	3.91	0.72	0.53
รวม	3.76	0.58	

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58) ซึ่งอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.64 ถึง 3.91 โดยทุกข้อนี้ขึ้นอยู่กับระดับสูง ทั้งนี้ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้อ 4) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านเสียสละเพื่อผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือข้อ 1) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านภาคภูมิใจต่อตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.82) และเมื่อตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวมพบว่ามีค่าระหว่าง 0.53 ถึง 0.65 ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อคำถามที่ใช้วัดในองค์ประกอบดังกล่าวนี้มีประสิทธิภาพดีและมีความเหมาะสมในการวัดเป็นอย่างดี

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านสังคมของผู้สูงอายุ

ผลกระทบจากการใช้สื่อด้านสังคม	M	SD	ITC (20)
1. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านมีความสัมพันธ์ของท่านกับผู้อื่น (การพูดคุย การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น)	3.81	0.76	0.62

ผลกระทบจากการใช้สื่อด้านสังคม	M	SD	ITC (20)
2. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง (การเข้าชมรม/โรงเรียนผู้สูงอายุ)	3.80	0.89	0.72
3. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา	3.62	0.89	0.75
4. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือชุมชน	3.75	0.86	0.72
รวม	3.74	0.71	

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบผลกระทบจากสื่อด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71) ซึ่งอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยระหว่าง 3.62 ถึง 3.81 โดยทุกข้อนั้นอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้อ 1) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านมีความสัมพันธ์ของท่านกับผู้อื่น (การพูดคุย การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น) (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือ ข้อ 2) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง (การเข้าชมรม/โรงเรียนผู้สูงอายุ) (ค่าเฉลี่ย 3.80) และเมื่อตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวมพบว่ามีค่าระหว่าง 0.62 ถึง 0.75 ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อคำถามที่ใช้วัดในองค์ประกอบดังกล่าวนี้มีประสิทธิภาพดีและมีความเหมาะสมในการวัดเป็นอย่างดี

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญาของผู้สูงอายุ

ผลกระทบจากการใช้สื่อด้านปัญญา	M	SD	ITC (20)
1. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านเกิดความเข้าใจชีวิต	3.88	0.75	0.64
2. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านยอมรับความเสื่อมถอยของร่างกาย	3.73	0.87	0.67
3. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านยอมรับความจริงจากการสูญเสียสิ่งที่รัก	3.73	0.87	0.60
4. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า	4.01	0.75	0.45
รวม	3.83	0.63	

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบผลกระทบจากสื่อด้านปัญญามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63) ซึ่งอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความเฉลี่ยระหว่าง 3.73 ถึง 4.01 โดยทุก

ข้อนี้อยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้อ 4. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือ ข้อ 1) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านเกิดความเข้าใจชีวิต (ค่าเฉลี่ย 3.88) และเมื่อตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวมพบว่ามีค่าระหว่าง 0.45 ถึง 0.67 ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อคำถามที่ใช้วัดในองค์ประกอบดังกล่าวนี้มีประสิทธิภาพดีและมีความเหมาะสมในการวัดเป็นอย่างดี

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวม (item-total Correlation: ITC) ผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจของผู้สูงอายุ

ผลกระทบจากการใช้สื่อด้านเศรษฐกิจ	M	SD	ITC
1. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้รายได้ของท่านเปลี่ยนแปลง	3.27	0.71	0.43
2. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของตนเอง	3.58	0.83	0.43
3. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้การออมของท่านเปลี่ยนแปลง	3.43	0.84	0.52
4. การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านหาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน	3.32	0.95	0.31
รวม	3.40	0.58	

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.27 ถึง 3.58 โดยทุกข้อนี้อยู่ในระดับปานกลาง - สูง ทั้งนี้ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้อ 2) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้ท่านวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือข้อ 3) การเปิดรับข้อมูลจากสื่อทำให้การออมของท่านเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.43) และเมื่อตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามและคะแนนรวมพบว่ามีค่าระหว่าง 0.31 ถึง 0.52 ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อคำถามที่ใช้วัดในองค์ประกอบดังกล่าวนี้มีประสิทธิภาพดีและมีความเหมาะสมในการวัดเป็นอย่างดี และควรมีการวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบวัดเพื่อพิจารณาคุณภาพของเครื่องมือต่อไป

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย (M) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และความเที่ยงแบบสอดคล้องภายใน (α) และแบบแบ่งครึ่ง (Split) พฤติกรรมการใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อจำแนกตามองค์ประกอบ

ผลกระทบจากการใช้สื่อ	M	SD	ความเที่ยง	
			α	Split
1. ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย	3.68	0.61	0.71	0.70
2. ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ	3.76	0.58	0.77	0.77
3. ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม	3.74	0.71	0.86	0.80
4. ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา	3.84	0.63	0.78	0.81
5. ผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจ	3.40	0.58	0.63	0.58
	3.68	0.46	0.89	0.83
ผลกระทบจากการใช้สื่อรวม			0.91	0.84

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการใช้สื่อในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46) ซึ่งอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายองค์ประกอบพบว่ามีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.40 ถึง 3.84 โดยเกือบทุกองค์ประกอบนั้นอยู่ในระดับสูง ยกเว้นองค์ประกอบผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจที่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ทั้งนี้องค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และเมื่อตรวจสอบค่าความเที่ยงของแบบวัดดังกล่าวพบว่าแบบวัดพฤติกรรมการใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อมีความเที่ยงแบบสอดคล้องภายใน (Internal consistency reliability) เท่ากับ 0.89 และมีความเที่ยงแบบแบ่งครึ่งฉบับ (Split-half reliability) เท่ากับ 0.83 และเมื่อตรวจสอบความเที่ยงรายองค์ประกอบพบว่ามีค่าความเที่ยงแบบสอดคล้องภายในระหว่าง 0.63 ถึง 0.86 และมีความเที่ยงแบบแบ่งครึ่งฉบับระหว่าง 0.58 ถึง 0.81 ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวบ่งชี้ว่าแบบวัดผลกระทบจากการใช้สื่อมีความเที่ยงสูงและควรมีการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างต่อไป

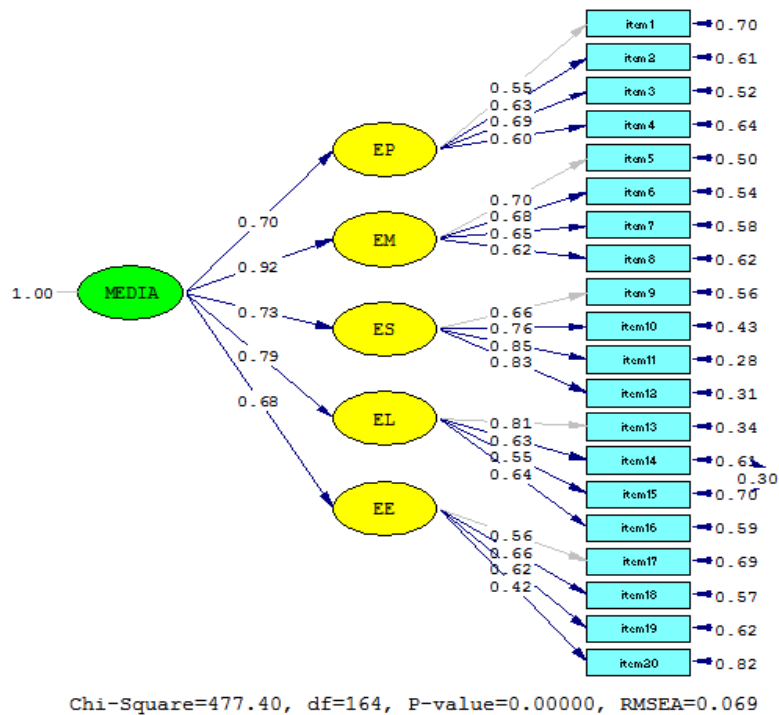
ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนคือ ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองและเกณฑ์การประเมินผล (Hair et al., 2010)

ดัชนี	เกณฑ์	โมเดลตาม สมมติฐาน	ผลประเมิน	โมเดล หลังปรับ	ผลประเมิน
χ^2 (df)	-	546 (165)		477 (164)	-
χ^2/df	≤ 3.00	3.03	ไม่ผ่าน	2.91	ผ่าน
CFI	> 0.92	0.95	ผ่าน	0.96	ผ่าน
SRMR	≤ 0.08	0.065	ผ่าน	0.059	ผ่าน
RMSEA	< 0.07	0.076	ไม่ผ่าน	0.069	ผ่าน

ส่วนที่ 1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองจากตารางที่ข้างต้น พบว่า รูปแบบการวัดตามสมมติฐานการวิจัยนั้นยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าดัชนีวัดความสอดคล้องแต่ละตัวมีรายละเอียดดังนี้ ค่าไคแอสควร์มีค่าเท่ากับ 546 ค่าองศาอิสระเท่ากับ 165 อัตราส่วนระหว่างค่าไคแอสควร์กับค่าองศาอิสระมีค่าเท่ากับ 3.03 เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติพบว่ามีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.01 ซึ่งหมายความว่าโมเดลการวัดตามสมมติฐานนั้นแตกต่างจากข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาถึงผลการวิเคราะห์ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.95 ดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.065 และดัชนีกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.076 ซึ่งเป็นการยืนยันว่าโมเดลดังกล่าวนี้ยังขาดความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และต้องทำการปรับแก้โมเดล

หลังจากเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนของการวัดระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล และผลการตรวจสอบรูปโมเดลการวัดอีกครั้งพบว่า โมเดลการวัดตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลประจักษ์เป็นอย่างดี โดยดัชนีวัดความสอดคล้องดังนี้ $\chi^2=477$ ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 164 โดยผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<.01$) ซึ่งการมีนัยสำคัญทางสถิติไคกำลังสองสามารถพบได้กับโมเดลที่มีความสอดคล้องในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 คนและมีตัวแปรสังเกตได้มากกว่า 12 ตัวขึ้นไป (Hair et al., 2010) อัตราส่วนระหว่างค่า χ^2 และองศาอิสระเท่ากับ 2.91 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) 0.96 ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนแบบปรับแก้ (RMSEA) เท่ากับ 0.069 ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.059 ซึ่งเป็นการยืนยันว่าโมเดลตามสมมติฐานการวิจัยนั้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีแสดงดังภาพที่ 2 และสามารถตรวจสอบค่าพารามิเตอร์ในโมเดลการวัดของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในส่วนถัดไป



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองตัวแปรแฝงผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุด้วยค่าสัมประสิทธิ์สมการโครงสร้างมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองตัวแปรแฝงผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุจากโมเดลการวัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ (MEDIA) โดยมีองค์ประกอบลำดับที่หนึ่งประกอบด้วยผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย (EP) ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ (EM) ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม (ES) ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา (EL) ผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจ (EE) โดยมีผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองดังนี้

ตารางที่ 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (L) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) สถิติทดสอบที (t) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (λ) ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ

ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ	L	SE	t	λ	R ²
ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย	0.70	0.08	8.41	0.70	0.49
Item 1	0.47	--	--	0.55	0.30
Item 2	0.51	0.06	8.37	0.63	0.39
Item 3	0.56	0.06	8.75	0.69	0.48
Item 4	0.49	0.06	8.14	0.60	0.36
ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ	0.92	0.07	13.30	0.92	0.85

ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ	L	SE	t	λ	R ²
Item 5	0.55	--	--	0.70	0.50
Item 6	0.53	0.05	11.72	0.68	0.46
Item 7	0.49	0.04	11.30	0.65	0.42
Item 8	0.44	0.04	10.76	0.62	0.38
ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม	0.73	0.07	10.97	0.73	0.54
Item 9	0.50	--	--	0.66	0.44
Item 10	0.67	0.05	12.94	0.76	0.57
Item 11	0.75	0.05	14.05	0.85	0.72
Item 12	0.72	0.05	13.89	0.83	0.69
ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา	0.79	0.06	13.23	0.79	0.63
Item 13	0.61	--	--	0.81	0.66
Item 14	0.55	0.05	11.28	0.63	0.39
Item 15	0.48	0.05	9.86	0.55	0.30
Item 16	0.48	0.04	11.57	0.64	0.41
ผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจ	0.68	0.08	8.04	0.68	0.46
Item 17	0.39	--	--	0.56	0.31
Item 18	0.55	0.07	8.15	0.66	0.43
Item 19	0.52	0.07	7.95	0.62	0.38
Item 20	0.40	0.06	6.22	0.42	0.17
$\chi^2=477$, df=164, p<0.01, χ^2 /df ratio= 2.91 CFI=0.96, RMSEA=0.069, SRMR=0.059					

จากตารางข้างต้น ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง พบว่า ตัวแปรแฝงลำดับที่หนึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา และผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจ และมีผลการวิเคราะห์องค์ประกอบลำดับที่หนึ่ง ดังนี้

- ตัวแปรแฝงผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย (EP) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร (Item1 – Item4) โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (L) มีค่าระหว่าง 0.47 ถึง 0.56 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (λ) มีค่าระหว่าง 0.55 ถึง 0.69 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 0.30 ถึง 0.48 และมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Composite reliability: ρ_c) เท่ากับ 0.71 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average variance extracted: AVE) เท่ากับ 0.38

- ตัวแปรแฝงผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ (EM) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร (Item5 – Item8) โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าระหว่าง 0.44 ถึง 0.55 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าระหว่าง 0.62 ถึง 0.70 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 0.38 ถึง 0.50 และมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.76 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยเท่ากับ 0.44
- ตัวแปรแฝงผลกระทบจากสื่อด้านสังคม (ES) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร (Item9 – Item12) โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าระหว่าง 0.50 ถึง 0.75 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าระหว่าง 0.66 ถึง 0.85 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 0.44 ถึง 0.72 และมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.86 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยเท่ากับ 0.61
- ตัวแปรแฝงผลกระทบจากสื่อด้านปัญญา (EL) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร (Item13 – Item16) โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าระหว่าง 0.48 ถึง 0.61 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าระหว่าง 0.55 ถึง 0.81 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 0.30 ถึง 0.66 และมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.76 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยเท่ากับ 0.44
- ตัวแปรแฝงผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร (Item17 – Item20) โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่าระหว่าง 0.39 ถึง 0.55 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าระหว่าง 0.42 ถึง 0.66 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 0.17 ถึง 0.43 และมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.66 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยเท่ากับ 0.33 และพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบลำดับที่สองต่อไป

ตัวแปรแฝงลำดับที่สองหรือตัวแปรแฝงผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ วัดได้จาก 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลกระทบจากสื่อด้านร่างกาย ผลกระทบจากสื่อด้านจิตใจ ผลกระทบจากสื่อด้านสังคม ผลกระทบจากสื่อด้านปัญญาและผลกระทบจากสื่อด้านเศรษฐกิจ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบลำดับที่สองระหว่าง 0.68 ถึง 0.92 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบลำดับที่สองมาตรฐานระหว่าง 0.68 และ 0.92 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบลำดับที่สองทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงลำดับที่หนึ่งระหว่าง 0.46 ถึง 0.85 และมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงเท่ากับ 0.88 และมีความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ยเท่ากับ 0.59 จากผลการวิเคราะห์

ดังกล่าวบ่งชี้ว่าผลการวัดจากเครื่องมือผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุมีความเที่ยงสูง และมีความตรงเชิงโครงสร้างเป็นอย่างดีและเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการใช้เป็นเครื่องมือวัดมาตรฐานต่อไป

ขั้นตอนที่ 9 ปรับแบบสำรวจตามผลการตรวจสอบ

คณะผู้วิจัยปรับปรุงแบบสำรวจตามผลการตรวจสอบและข้อเสนอแนะของผู้เก็บแบบสอบถามนำร่อง เพื่อให้เป็นแบบสำรวจมาตรฐานที่ใช้วัดผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย รวม 20 ข้อ โดยแบ่งเป็น

- การวัดผลกระทบจากการใช้สื่อทางกาย จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 1-4)
- การวัดผลกระทบจากการใช้สื่อทางใจ จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 5-8)
- การวัดผลกระทบจากการใช้สื่อทางสังคม จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 9-12)
- การวัดผลกระทบจากการใช้สื่อทางปัญญา จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 13-16)
- การวัดผลกระทบจากการใช้สื่อทางเศรษฐกิจ จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 17-20)

ข้อ	ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา	เพิ่มขึ้น มาก	เพิ่มขึ้น บ้าง	ไม่เปลี่ยน แปลง	ลดลง บ้าง	ลดลง มาก
1	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การกินอาหารที่เหมาะสมกับวัย (อาหารที่เคี้ยว ง่าย ย่อยง่าย ปริมาณพอเหมาะ ไม่ร้อนจัด-เย็นจัด) ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
2	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การบริหารร่างกายตามวัย (การแกว่งแขน การ ยืดเหยียด การเดิน) ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
3	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การดูแลเหงือกและฟัน ของท่าน เปลี่ยนแปลง ไปอย่างไร					
4	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การควบคุมน้ำหนักไม่ให้อ้วน หรือผอมเกินไป ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
5	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความภาคภูมิใจต่อตนเอง ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
6	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความกล้าตัดสินใจทำในสิ่งที่ท้าทาย ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
7	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การยอมรับในความสามารถของตนเอง ของ ท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
8	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความเสียสละเพื่อผู้อื่น ของท่าน เปลี่ยนแปลง ไปอย่างไร					
9	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความสัมพันธ์ของท่านกับผู้อื่น (การพูดคุย การ ใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น) เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					

ข้อ	ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา	เพิ่มขึ้น มาก	เพิ่มขึ้น บ้าง	ไม่เปลี่ยน แปลง	ลดลง บ้าง	ลดลง มาก
10	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง (การเข้าชมรม/โรงเรียนผู้สูงอายุ) ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
11	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
12	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือชุมชน ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
13	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความเข้าใจชีวิต ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
14	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การยอมรับความเสื่อมถอยของร่างกาย ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
15	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การยอมรับความจริงจากการสูญเสียสิ่งที่รัก ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
16	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
17	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้รายได้ ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
18	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
19	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การออม ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
20	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					

5.2.2 ผลการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย ปี 2565

การสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย เป็นการสำรวจแบบตัวขวาง โดยการใช้แบบสำรวจมาตรฐานที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2,000 คน ซึ่งเป็นตัวแทนผู้สูงอายุทั่วประเทศไทย จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจาก 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและตะวันออก และภาคใต้ และจับสลากเพื่อหาตัวแทน 5 จังหวัดจากทุกภูมิภาค โดยกำหนดโควตาจังหวัดละ 100 คน ดังนั้น ในแต่ละภูมิภาคจึงมีตัวแทนผู้สูงอายุจำนวน 500 คน เก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2565

ผลการวิเคราะห์ แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่าง 2) สถานการณ์การใช้สื่อของผู้สูงอายุ 3) ผลกระทบจากการใช้สื่อ และ 4) ประสพการณ์การโดนหลอกลวงจากสื่อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในปี 2565 ประกอบด้วยคุณลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สถานะการทำงานในปัจจุบันและในอดีตก่อนอายุ 60 ปี รายได้ แหล่งรายได้ การอยู่อาศัย และภาวะสุขภาพ มีรายละเอียดดังนี้

เพศ

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 1 และ 2 โดยตารางที่ 1 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม ได้แก่ จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2,000 คน และตารางที่ 2 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกตามภูมิภาคทั้ง 4 ภูมิภาค

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามเพศ

ชาย		หญิง		รวม	
จำนวน (คน)	%	จำนวน (คน)	%	จำนวน (คน)	%
945	47.30	1,055	52.70	2,000	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย คือ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 1,055 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเป็นเพศชายจำนวน 945 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามเพศ ทั้ง 4 ภูมิภาค

เพศ	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ชาย	197	49.25	199	49.75	189	47.25	200	50.00
หญิง	203	50.75	201	50.25	211	52.75	200	50.00
รวมทั้งหมด	400	100.00	400	100.00	400	100.00	400	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงถึงจำนวน และร้อยละของคุณลักษณะด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามภูมิภาค ซึ่งจากข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 3 ใน 4 ภูมิภาค เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แต่มีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้ ที่พบว่ามีจำนวนเพศชายกับเพศหญิงเท่ากัน

อายุ

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 11 และ 12 โดยตารางที่ 11 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม ได้แก่ จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2,000 คน ส่วนตารางที่ 12 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกตามภูมิภาคทั้ง 4 ภูมิภาค

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	%
อายุ 60-69 ปี	1,193	59.65
อายุ 70-79 ปี	603	30.15
อายุ 80 ปีขึ้นไป	204	10.20
รวม	2,000	100.00

จากตารางที่ 11 ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุในช่วงระหว่าง 60–69 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.65 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 70–79 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.15 และกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.20 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามช่วงอายุ ทั้ง 4 ภูมิภาค

ช่วงอายุ	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
อายุ 60-69	300	60.00	296	59.20	305	61.00	292	58.40
อายุ 70-79	150	30.00	153	30.60	144	28.80	156	31.20
อายุ 80 ปีขึ้นไป	50	10.00	51	10.20	51	10.20	52	10.40
รวม	500	100.00	500	100.00	500	100.00	500	100.00

จากตารางที่ 12 เมื่อพิจารณาสัดส่วนช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามภูมิภาค พบว่าทุกภูมิภาค มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 60–69 ปี มากที่สุด รองลงไปคือ อยู่ในช่วง 70–79 ปี และน้อยที่สุด คือ อายุ 80 ปี ขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนในภาพรวม

สถานภาพสมรส

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางด้านสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 13 และ 14 โดยตารางที่ 13 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม ได้แก่ จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2,000 คน ส่วนตารางที่ 14 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกตามภูมิภาคทั้ง 4 ภูมิภาค

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	%
สมรส	1,256	62.80
หม้าย	499	25.00
หย่า/แยกกันอยู่	127	6.30
โสด	118	5.90
รวม	2,000	100.00

จากตารางที่ 13 ในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสมากที่สุด คือ 1,256 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 รองลงไปคือ เป็นหม้าย จำนวน 499 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนสถานภาพหย่าร้าง/แยกกัน และโสดอยู่นั้น มีจำนวนไม่มากนัก และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ มีจำนวน 127 คน และ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และเป็นร้อยละ 5.90 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสถานภาพสมรส ทั้ง 4 ภูมิภาค

สถานภาพสมรส	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
โสด	28	5.60	27	5.40	34	6.80	29	5.80
สมรส	310	62.00	329	65.80	295	59.00	322	64.40
หย่า/แยกกันอยู่	43	8.60	22	4.40	33	6.60	29	5.80
หม้าย	119	23.80	122	24.40	138	27.60	120	24.00
รวม	500	100.00	500	100.00	500	100.00	500	100.00

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาสัดส่วนสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามภูมิภาค พบว่า ทุกภูมิภาค มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มากที่สุด รองลงไปคือ หม้าย สำหรับสถานภาพหย่า/แยกกันอยู่ และสถานภาพโสด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนในภาพรวม

ระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 15 และ 16 โดยตารางที่ 15 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2,000 คน ส่วนตารางที่ 16 เป็นการแสดงคุณลักษณะด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) ระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุปริญญา) และระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	%
ระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา)	1,234	61.70
ระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุปริญญา)	504	25.20
ระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)	262	13.10
รวม	2,000	100.00

จากตารางที่ 15 ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) จำนวน 1,234 คน คิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมา คือ กลุ่มที่จบการศึกษาในระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุปริญญา) จำนวน 504 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ส่วนกลุ่มที่น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่จบการศึกษาในระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป) มีจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระดับการศึกษา ทั้ง 4 ภูมิภาค

ระดับการศึกษา	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่ได้ศึกษา-ประถม	310	62.00	300	60.00	313	62.60	311	62.20
มัธยม-อนุปริญญา	124	24.80	114	22.80	134	26.80	132	26.40
ปริญญาตรีขึ้นไป	66	13.20	86	17.20	53	10.60	57	11.40
รวม	500	100.00	500	100.00	500	100.00	500	100.00

จากตารางที่ 16 เมื่อพิจารณาสัดส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามภูมิภาค พบว่าทุกภูมิภาค มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาในระดับต้นมีจำนวนและสัดส่วนมากที่สุด รองลงมา กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับกลาง และกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดในทุกภูมิภาค คือ กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนในภาพรวม

สถานะการทำงาน

ผลการวิเคราะห์สถานะการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่ 17, 18 และ 19 โดยตารางที่ 17 เป็นการแสดงสถานะการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม ได้แก่ จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2,000 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มที่ทำงานอยู่ และกลุ่มที่ไม่ได้ทำงานแล้วในปัจจุบัน ตารางที่ 18 เป็นการแสดงจำนวนและร้อยละอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะทำงานอยู่ในปัจจุบัน และตารางที่ 19 เป็นการแสดงจำนวนและร้อยละอาชีพที่ทำมาก่อนอายุ 60 ปีของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม แบ่งตามสถานภาพการทำงานในปัจจุบัน

สถานะการทำงานในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	%
ไม่ได้ทำแล้ว	1,016	50.80
ทำงานอยู่	984	49.20
รวม	2,000	100.00

จากตารางที่ 17 ในภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ทำงานแล้ว จำนวน 1,016 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีกลุ่มที่ยังทำงานอยู่ มีจำนวน 984 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 ซึ่งถือได้ว่าเป็นสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่ยังทำงานอยู่ในปัจจุบัน แบ่งตามอาชีพ

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	401	40.96
ค้าขาย	212	21.65
รับจ้างทั่วไป	178	18.18
ธุรกิจส่วนตัว	159	16.24
พนักงานบริษัทเอกชน	10	1.02
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	9	0.92
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	0.51
อื่นๆ	5	0.51
รวม	979	100.00

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณาอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ยังทำงานอยู่ในปัจจุบัน พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด คือ การทำเกษตรกรรม ซึ่งครอบคลุมถึง การเกษตร ปศุสัตว์ และประมง จำนวน 401 คน คิดเป็นร้อยละ 40.96 รองลงไป คืออาชีพค้าขาย มีจำนวน 212 คน รับจ้างทั่วไป จำนวน 178 คน และธุรกิจ

ส่วนตัว 159 คน คิดเป็นร้อยละ 21.65, 18.18 และ 16.24 ของกลุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังทำงานอยู่ทั้งหมดตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับราชการ/เป็นพนักงานรัฐ และพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวนน้อยมาก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอาชีพที่ทำก่อนอายุ 60 ปี

อาชีพก่อนอายุ 60 ปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	662	33.00
รับจ้างทั่วไป	322	16.10
ค้าขาย	313	15.70
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	285	14.20
ธุรกิจส่วนตัว	179	9.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	102	5.10
พนักงานบริษัทเอกชน	75	3.80
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	2.90
อื่นๆ	5	0.40
รวม	1,048	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า อาชีพที่กลุ่มตัวอย่างทำก่อนอายุ 60 ปี มากที่สุด คือ เกษตรกร จำนวน 662 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงไปคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 322 คน ค้าขาย จำนวน 313 คน และข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10, 15.70 และ 14.20 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่น ๆ จะมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10.00 ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว พ่อบ้าน/แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ

สถานะการเงิน

การวิเคราะห์สถานะการเงินจากความเพียงพอของรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีสถานะการเงินต่ำ คือ รายได้ “ไม่เพียงพอ” กลุ่มที่มีสถานะการเงินปานกลาง คือ มีรายได้ “เพียงพอ” และกลุ่มที่มีสถานะการเงินสูง คือ มีรายได้ “เพียงพอและเหลือเก็บ” ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสถานะการเงิน

สถานะการเงิน	จำนวน (คน)	%
สถานะการเงินปานกลาง (รายได้เพียงพอ)	1,185	58.20
สถานะการเงินต่ำ (รายได้ไม่เพียงพอ)	545	27.30
สถานะการเงินสูง (รายได้เพียงพอและเหลือเก็บ)	290	14.50

สถานะการเงิน	จำนวน (คน)	%
รวม	2,000	100.00

จากตารางที่ 20 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อประเด็นสถานะทางการเงินที่ประเมินจากความเพียงพอของรายได้ของตน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,185 คน เห็นว่าตนเองมีสถานะการเงินปานกลาง (รายได้ของตนในปัจจุบันมีเพียงพอ) คิดเป็นร้อยละ 58.20 กลุ่มที่เห็นว่าตนเองมีสถานะการเงินต่ำ (รายได้ของตนไม่เพียงพอ) มีจำนวน 545 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 คน ส่วนกลุ่มที่เห็นว่าตนเองมีสถานะการเงินสูง (รายได้ของตนมีเพียงพอและยังเหลือเก็บด้วย) มีจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

แหล่งรายได้

ผลการวิเคราะห์แหล่งรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ ซึ่งแบ่งออกเป็น 10 แหล่งรายได้ ได้แก่ รายได้จากตนเอง คู่สมรส ลูก ญาติ เบี้ยผู้สูงอายุ บำนาญ ดอกเบี้ย เงินปันผล รายได้จากแหล่งอื่น ๆ และไม่มีรายได้ ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามแหล่งรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งรายได้	จำนวน (คน)	%
เบี้ยผู้สูงอายุ	1,602	80.10
หามาด้วยตนเอง	1,022	51.10
รายได้จากลูก	960	48.00
บำนาญ	258	12.90
รายได้จากคู่สมรส	216	10.80
เงินปันผล	105	5.30
รายได้จากญาติ	81	4.10
ดอกเบี้ย	81	4.10
อื่น ๆ	38	1.90
ไม่มีรายได้	14	0.70

จากตารางที่ 21 ผลการสำรวจแหล่งรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างหลายคนที่มีแหล่งรายได้มากกว่า 1 แหล่ง โดยพบว่า ลำดับที่หนึ่ง คือ เบี้ยผู้สูงอายุ มีจำนวน 1,602 คน คิดเป็นร้อยละ 80.10 มากที่สุด ลำดับที่สอง ได้แก่ หารายได้ด้วยตนเอง จำนวน 1,022 คิดเป็นร้อยละ 51.10 และลำดับที่สาม ได้แก่ รายได้จากลูก จำนวน 960 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

บุคคลที่พักอาศัยอยู่กับผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านการอยู่อาศัยร่วมกับผู้อื่นของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ ซึ่งเป็นการให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตัวเลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก ตามความเป็นจริง เพราะพบว่าผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างหลายรายที่อาศัยอยู่ร่วมกับผู้อื่นหลายคน ได้แก่ อยู่กับคู่สมรส ลูก หลาน ญาติ เพื่อน อยู่กับคนอื่น ๆ และอยู่คนเดียว ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบุคคลที่พักอาศัยอยู่กับกลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทบุคคลที่อาศัยอยู่กับผู้สูงอายุ	จำนวน (คน)	%
อยู่กับลูก	1,377	68.90
อยู่กับคู่สมรส	1,167	58.40
อยู่กับหลาน	891	44.60
อยู่กับญาติ	150	7.50
อยู่คนเดียว	116	5.80
อยู่กับเพื่อน	4	0.20
อื่น ๆ	43	2.20

จากตารางที่ 22 เนื่องจากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างหลายรายที่มีการพักอาศัยอยู่กับบุคคลอื่น ๆ หลายคน บางรายเป็นครอบครัวใหญ่ คำตอบจึงมีความหลากหลาย การนำเสนอข้อมูลในครั้งนี้ จึงขอนำเสนอข้อมูลการอยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าในปัจจุบันอาศัยอยู่กับบุคคลใดบ้าง หรืออยู่เพียงลำพัง โดยแบ่งออกตามบทบาทในครอบครัวและสังคม ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่กับลูกมากที่สุด 1,377 คน คิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงไปที่อาศัยอยู่กับคู่สมรส จำนวน 1,167 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 และอยู่กับหลาน จำนวน 891 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนผู้สูงอายุที่อยู่กับญาติ อยู่คนเดียว และอยู่กับเพื่อนมีสัดส่วนน้อย

จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยอยู่กับผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนสมาชิกที่พักอาศัยกับผู้สูงอายุ หรืออยู่ในครัวเรือนเดียวกันกับผู้สูงอายุ ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนสมาชิกที่พักอาศัยอยู่กับกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยกับผู้สูงอายุ	จำนวน (คน)	%
อยู่คนเดียว	116	5.80
อยู่กับบุคคลอื่น 1 คน	357	17.85
อยู่กับบุคคลอื่น 2 คน	393	19.65
อยู่กับบุคคลอื่น 3 คน	436	21.80
อยู่กับบุคคลอื่น 4 คน	385	19.25
อยู่กับบุคคลอื่น 5 คน	182	9.10
อยู่กับบุคคลอื่นตั้งแต่ 6 – 11 คน	131	6.55

จากตารางที่ 23 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุอยู่รวมกันกับสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 3 คนมากที่สุด มีจำนวน 436 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.80 รองลงไป คือ มีสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกับผู้สูงอายุ 2 คน จำนวน 393 คน คิดเป็นร้อยละ 19.65 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสมาชิกพักอาศัยอยู่ด้วย 4 คน จำนวน 385 คิดเป็นร้อยละ 19.25 ตามลำดับ โดยพบว่าผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวมีจำนวนไม่มากนัก คือ จำนวน 116 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.80 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่านั้น

สุขภาพในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์การรับรู้สุขภาพของตนในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ การรับรู้สุขภาพของตนอยู่ในระดับ “ดีมาก” ระดับ “ดี” ระดับ “ปานกลาง” ระดับ “ไม่ดี” และ ระดับ “ไม่ดีอย่างมาก” ทั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง 49 คน ที่ไม่สะดวกตอบคำถามนี้ ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับสุขภาพในปัจจุบัน

ระดับสุขภาพ	ดีมาก		ดี		ปานกลาง		ไม่ดี		ไม่ดีอย่างมาก	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	61	3.10	587	29.30	1,037	51.90	266	13.20	49	2.50

จากตารางที่ 24 ผลการสำรวจความคิดเห็นต่อสุขภาพของตนเองในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่ง คือ จำนวน 1,037 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.90 เห็นว่าสุขภาพของตนอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ เห็นว่าสุขภาพของตนอยู่ในระดับที่ดี มีจำนวน 587 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด อย่างไรก็ตาม พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวนไม่น้อย คือ 266 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ที่มีความเห็นว่าสุขภาพของตนไม่ดี

ส่วนที่ 2 สถานการณ์การใช้สื่อของผู้สูงอายุ

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย ประกอบด้วยการวิเคราะห์ระยะเวลาโดยรวมที่ผู้สูงอายุเปิดรับสื่อต่อวัน ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ และประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุไทยสนใจเปิดรับในชีวิตประจำวัน โดยมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบเป็นรายภูมิภาค เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และฐานะการเงิน มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ระยะเวลาเปิดรับสื่อต่อวัน

ผลการวิเคราะห์ระยะเวลาการเปิดรับสื่อต่อวันของผู้สูงอายุไทย เป็นการสะท้อนถึงปริมาณการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของผู้สูงอายุว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยตารางที่ 25 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ต่อวันของผู้สูงอายุไทยในภาพรวม และมีการวิเคราะห์ระยะเวลาการเปิดรับสื่อต่อวันของผู้สูงอายุเชิงเปรียบเทียบความแตกต่าง ในด้านภูมิภาค เพศ อายุ ช่วงอายุ การศึกษา และฐานะการเงิน ในตารางที่ 25-29

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลา เปิดรับสื่อ	ไม่เปิดรับ		1-2 ชั่วโมง/วัน		3-4 ชั่วโมง/วัน		มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	4	0.20	349	17.50	630	31.50	1,017	50.80

จากตารางที่ 25 ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุไทยร้อยละ 50.80 เปิดรับสื่อมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน รองลงไปคือ เปิดรับ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 31.50 และ เปิดรับ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 17.50 ตามลำดับ และมีเพียงร้อยละ 0.20 เท่านั้น ที่ไม่เปิดรับสื่อเลย

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามภูมิภาค

ระยะเวลาเปิดรับสื่อ แบ่งตามภูมิภาค	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่เปิดรับ	-	-	-	-	3	0.60	1	0.20
1-2 ชั่วโมง/วัน	47	9.40	105	21.00	113	22.60	84	16.80

3-4 ชั่วโมง/วัน	152	30.40	146	29.20	164	32.80	168	33.60
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	301	60.20	249	49.80	220	44.00	247	49.40
รวม	500	100.00	500	100.00	500	100.00	500	100.00

จากตารางที่ 26 เมื่อพิจารณาสัดส่วนการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามภูมิภาค พบว่า ทุกภูมิภาค มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน มากที่สุด รองลงมา กลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน และกลุ่มที่เปิดรับสื่อ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดในทุกภูมิภาค คือ กลุ่มที่ไม่เปิดรับสื่อเลย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ

ระยะเวลาเปิดรับสื่อ แบ่งตามเพศ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่เปิดรับ	2	0.20	2	0.20
1-2 ชั่วโมง/วัน	179	18.90	170	16.10
3-4 ชั่วโมง/วัน	333	35.30	297	28.20
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	431	45.60	586	55.50
รวม	945	100.0	1,055	100.0

จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาสัดส่วนการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามเพศ พบว่า เพศหญิงมีสัดส่วนผู้ที่เปิดรับสื่อวันละมากกว่า 4 ชั่วโมง มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีสัดส่วนกลุ่มที่เปิดรับสื่อ 3-4 ชั่วโมงต่อวันมากกว่าเพศหญิง ส่วนกลุ่มที่เปิดรับสื่อ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน และกลุ่มที่ไม่เปิดรับ เพศหญิงและเพศชายมีจำนวนและสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอายุ

ระยะเวลาเปิดรับสื่อ แบ่งตามอายุ	อายุ 60-69 ปี		อายุ 70-79 ปี		อายุ 80 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่เปิดรับ	3	0.30	-	-	98	13.98
1-2 ชั่วโมง/วัน	204	17.10	98	16.30	203	28.96
3-4 ชั่วโมง/วัน	363	30.40	203	33.70	302	43.08
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	623	52.20	302	50.00	98	13.98
รวม	1,193	59.65	603	30.15	701	100.00

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาสัดส่วนการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามช่วงอายุ พบว่ามีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยกลุ่มอายุ 60-69 ปี และกลุ่มอายุ 70-79 ปี มีสัดส่วนผู้ที่เปิดรับสื่อมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด เช่นเดียวกัน รองลงไปคือ กลุ่มที่เปิดรับสื่อ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน และกลุ่มที่ไม่เปิดรับเลย ซึ่งมีสัดส่วนน้อยมาก แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป ที่มีกลุ่มที่เปิดสื่อ 3-4 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด รองลงไป คือ เปิดรับสื่อ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน กลุ่มที่เปิดรับสื่อมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน และกลุ่มที่ไม่เปิดรับสื่อมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด และเท่ากัน

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามการศึกษา

ระยะเวลาเปิดรับสื่อ แบ่งตามการศึกษา	ระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา)		ระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุปริญญา)		ระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่เปิดรับ	4	0.30	-	-	-	-
1-2 ชั่วโมง/วัน	223	18.10	86	17.10	40	15.30
3-4 ชั่วโมง/วัน	423	34.30	152	30.20	55	21.00
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	584	47.30	266	52.70	167	63.70
รวม	1,234	100.0	504	100.0	262	100.0

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาสัดส่วนการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามระดับการศึกษา พบว่าทุกระดับการศึกษา มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน มากที่สุด รองลงมา กลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน และกลุ่มที่เปิดรับสื่อ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดในทุกระดับการศึกษา คือ กลุ่มที่ไม่เปิดรับสื่อเลย

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสถานะการเงิน

ระยะเวลาเปิดรับสื่อแบ่ง ตามสถานะการเงิน	สถานะการเงินต่ำ (ไม่เพียงพอ)		สถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)		สถานะการเงินสูง (เพียงพอและมีเก็บ)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่เปิดรับ	2	0.40	2	0.20	-	-
1-2 ชั่วโมง/วัน	105	19.30	200	17.20	44	15.20
3-4 ชั่วโมง/วัน	184	33.70	372	31.90	74	25.50
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	254	46.60	591	50.70	172	59.30
รวม	545	100.00	1165	100.00	290	100.00

เมื่อพิจารณาสัดส่วนการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามสถานะการเงิน พบว่า ทุกระดับสถานะการเงิน มีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน มากที่สุด รองลงมา กลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน และกลุ่มที่เปิดรับสื่อ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดในทุกระดับสถานะการเงิน คือ กลุ่มที่ไม่เปิดรับสื่อเลย

ประเภทสื่อที่เปิดรับ

ผลการวิเคราะห์ประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ วิทย์ และหนังสือพิมพ์ ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 23-32 ทั้งนี้ มีเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ได้แก่

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.75 แปลว่า เปิดรับสื่อน้อยมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.76-2.50 แปลว่า เปิดรับสื่อน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51-3.25 แปลว่า เปิดรับสื่อปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.26-4.00 แปลว่า เปิดรับสื่อมาก

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ โดยภาพรวม

ประเภทสื่อที่เปิดรับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
บุคคล	2.67	0.88	เปิดรับปานกลาง
โทรทัศน์	2.60	0.84	เปิดรับปานกลาง
วิทย์	1.60	0.84	เปิดรับน้อยมาก
สื่อออนไลน์	2.15	1.07	เปิดรับน้อย

จากตารางที่ 31 ผลการสำรวจประเภทสื่อที่ผู้สูงอายุไทยเปิดรับในปี 2565 ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ “สื่อบุคคล” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เข้ามาติดต่อกับผู้สูงอายุ และสามารถสนทนาหรือสื่อสารโต้ตอบกันได้ ครอบคลุมทั้งการสนทนากับผู้คนที่อาศัยอยู่ในบ้าน การพูดคุยกับเพื่อนบ้าน หรือคนที่มาหาที่บ้าน เช่น พนักงานขายสินค้า เจ้าหน้าที่ หรือผู้ที่ผู้สูงอายุเดินทางไปติดต่อกับ เช่น แพทย์ พยาบาล หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นต้น รวมถึงบุคคลที่โทรศัพท์เข้ามาติดต่อกับตัวผู้สูงอายุ เช่น การแจ้งข่าว การให้ข้อมูล การข่มขู่ เป็นต้น รองลงมาคือ เปิดรับ “โทรทัศน์” มีการเปิดรับในระดับปานกลาง ลำดับที่สาม คือ “สื่อออนไลน์” ซึ่งค่าเฉลี่ยยังแสดงให้เห็นว่ามีการเปิดรับอยู่ในระดับน้อย ส่วนสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับน้อยมาก ได้แก่ “วิทย์”

ประเภทสื่อที่เปิดรับแบ่งตามภูมิภาค

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกันเปิดรับด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับสื่อทั้ง 5 ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 32-33

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามภูมิภาค และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคแตกต่างกัน

ประเภทสื่อที่เปิดรับ แบ่งตามภูมิภาค	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
บุคคล	2.75	0.81	2.47	0.87	2.69	0.91	2.78	0.89	0.00*
โทรทัศน์	2.61	0.83	2.57	0.86	2.62	0.82	2.58	0.84	0.75
วิทยุ	1.71	0.85	1.53	0.79	1.57	0.85	1.58	0.86	0.04*
ออนไลน์	2.17	1.07	2.22	1.10	2.10	1.07	2.14	1.05	0.33

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 32 เมื่อนำค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคมาเปรียบเทียบกัน พบว่า 3 ใน 4 ภูมิภาค ยกเว้นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังมีอันดับของการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างไปจากภาพรวม และสอดคล้องกันทุกภูมิภาค คือ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ “สื่อบุคคล” มากที่สุด รองลงมาคือ “โทรทัศน์” “สื่อออนไลน์” และ “สื่อวิทยุ” ส่วนผู้สูงอายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น แตกต่างตรงที่มีการเปิดรับ “โทรทัศน์” เป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือ “สื่อบุคคล”

มีข้อสังเกตว่า ผู้สูงอายุมีการเปิดรับสื่อทุกประเภทในปริมาณที่น้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับผลการสำรวจการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2564 ซึ่งขณะนั้นอยู่ในภาวะการแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้หลายครอบครัวอาจต้องมีการเว้นระยะห่าง และไม่ออกจากบ้านในกรณีที่ไม่จำเป็น ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้เปิดรับสื่อต่าง ๆ ได้มากกว่าภาวะปกติ

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภูมิภาคแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ สื่อบุคคล วิทยุ และสื่อออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างน้อย 1 คู่ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของภูมิภาคใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาค เป็นรายคู่

ภูมิภาค	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลางและตะวันออก	ใต้
บุคคล: ค่าเฉลี่ย	2.75	2.47	2.69	2.78
เหนือ	-	.000*	.828	.944
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	.001*	.000*
กลางและตะวันออก			-	.488
ใต้				-
โทรทัศน์: ค่าเฉลี่ย	2.61	2.57	2.62	2.78
เหนือ	-	.916	.995	.971
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	.811	.997
กลางและตะวันออก			-	.904
ใต้				-
วิทยุ: ค่าเฉลี่ย	1.71	1.53	1.57	1.58
เหนือ	-	.008*	.059	.092
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	.915	.843
กลางและตะวันออก			-	.998
ใต้				-
ออนไลน์: ค่าเฉลี่ย	2.17	2.22	2.10	2.14
เหนือ	-	.927	.755	.963
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	.372	.691
กลางและตะวันออก			-	.957
ใต้				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่ ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับ “สื่อบุคคล” พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเปิดรับสื่อบุคคลน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในอื่น ๆ อันได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลางและตะวันออก และภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อโทรทัศน์” ไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคต่าง ๆ

- การเปิดรับ “สื่อวิทยุ” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเปิดรับวิทยุน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อออนไลน์” ไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคต่าง ๆ

ประเภทสื่อที่เปิดรับแบ่งตามเพศ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ด้วยสถิติ t-test ดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามเพศและวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน

ประเภทสื่อที่เปิดรับ แบ่งตามภูมิภาค	ชาย		หญิง		Sig. (2-tailed)
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
บุคคล	2.65	0.87	2.69	0.89	0.386
โทรทัศน์	2.56	0.83	2.63	0.85	0.044*
วิทยุ	1.61	0.86	1.59	0.82	0.632
ออนไลน์	2.08	1.07	2.23	1.07	0.001*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 34 เมื่อนำค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมาเปรียบเทียบกัน พบว่า มีสัดส่วนและอันดับของการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างไปจากภาพรวม และสอดคล้องกันทั้งสองเพศ คือ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ “สื่อบุคคล” มากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ “โทรทัศน์” มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วน “สื่อออนไลน์” มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับในระดับน้อย และ “วิทยุ” ที่มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับน้อยมาก

อย่างไรก็ตาม ค่าสถิติ t-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภทระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ระบุว่า มีความแตกต่างกันในการเปิดรับ “โทรทัศน์” และ “สื่อออนไลน์” โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อทั้งสองประเภทสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเภทสื่อที่เปิดรับแบ่งตามช่วงอายุ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันเปิดรับ ด้วยค่า One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับสื่อทั้ง 5 ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 35-36

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามช่วงอายุ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ประเภทสื่อที่เปิดรับ แบ่งตามช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี		อายุ 70 – 79 ปี		อายุ 80 ปีขึ้นไป		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.	S.D.	Sig.
บุคคล	2.70	0.87	2.69	0.90	2.46	0.83	0.001*
โทรทัศน์	2.59	0.83	2.63	0.84	2.55	0.88	0.506
วิทยุ	1.60	0.84	1.57	0.79	1.71	0.94	0.136
ออนไลน์	2.26	1.09	2.15	1.02	1.64	0.94	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 35 เมื่อนำค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุมาเปรียบเทียบกัน พบว่า 2 ใน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุ 60-69 ปี และกลุ่มอายุ 70-79 ปี ยังมีอันดับของการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างไปจากภาพรวม คือ เปิดรับ “สื่อบุคคล” มากที่สุด รองลงมาคือ “โทรทัศน์” “สื่อออนไลน์” “สื่อวิทยุ” เป็นอันดับสุดท้าย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไปนั้น มีความแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ ในเรื่องลำดับการเปิดรับสื่อ คือ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับ “สื่อโทรทัศน์” มากที่สุด และรองลงมาคือ “สื่อบุคคล” “วิทยุ” และ “สื่อออนไลน์” เป็นอันดับสุดท้าย

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ สื่อบุคคล วิทยุ และสื่อออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างน้อย 1 คู่ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของช่วงอายุใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 36

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุเป็นรายคู่

ช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี	อายุ 70 – 79 ปี	อายุ 80 ปีขึ้นไป
บุคคล: ค่าเฉลี่ย	2.70	2.69	2.46
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.985	0.001*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.004*
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
โทรทัศน์: ค่าเฉลี่ย	2.59	2.63	2.55
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.669	0.869
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.557
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
วิทยุ: ค่าเฉลี่ย	1.60	1.57	1.71
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.869	0.213
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.143
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
ออนไลน์: ค่าเฉลี่ย	2.26	2.15	1.64
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.128	0.000*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.000*
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับ “สื่อบุคคล” พบว่า มีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป จะเปิดรับสื่อบุคคลน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 70-79 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อโทรทัศน์” ไม่พบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน
- การเปิดรับ “สื่อวิทยุ” ไม่พบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

- การเปิดรับ “สื่อออนไลน์” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป จะเปิดรับสื่อออนไลน์น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 70-79 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเภทสื่อที่เปิดรับแบ่งตามระดับการศึกษา

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเปิดรับด้วยค่า One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับสื่อทั้ง 5 ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 37-38

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ประเภทสื่อที่เปิดรับ แบ่งตามการศึกษา	ระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา)		ระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุปริญญา)		ระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.	S.D.	Sig.
บุคคล	2.77	0.88	2.52	0.91	2.52	0.78	0.000*
โทรทัศน์	2.64	0.83	2.52	0.87	2.54	0.85	0.014*
วิทยุ	1.67	0.87	1.49	0.82	1.46	0.69	0.000*
ออนไลน์	1.83	0.98	2.54	0.97	2.97	1.05	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 37 เมื่อนำค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมาเปรียบเทียบกัน พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับต้น มีการเปิดรับสื่อสอดคล้องกับภาพรวม คือ เปิดรับ “สื่อบุคคล” มากที่สุด รองลงไป คือ “โทรทัศน์” “สื่อออนไลน์” และ “วิทยุ” ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับกลาง แต่มีการเปิดรับ “สื่อบุคคล” และ “โทรทัศน์” เท่ากัน ถัดไป คือ “สื่อออนไลน์” และ “วิทยุ” ส่วนกลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูง เปิดรับ “สื่อออนไลน์” สูงที่สุด รองลงไป คือ “โทรทัศน์” และ “สื่อบุคคล” ส่วน “วิทยุ” เปิดรับน้อยที่สุด

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ สื่อบุคคล วิทยุ และสื่อออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างน้อย 1 คู่ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ระดับต้น	ระดับกลาง	ระดับสูง
บุคคล: ค่าเฉลี่ย	2.77	2.52	2.52
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.999
ระดับสูง			-
โทรทัศน์: ค่าเฉลี่ย	2.64	2.52	2.54
ระดับต้น	-	0.028*	0.212
ระดับกลาง		-	0.960
ระดับสูง			-
วิทยุ: ค่าเฉลี่ย	1.67	1.49	1.46
ระดับต้น	-	0.000*	0.001*
ระดับกลาง		-	0.880
ระดับสูง			-
ออนไลน์: ค่าเฉลี่ย	1.83	2.54	2.97
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.000*
ระดับสูง			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 38 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับ “สื่อบุคคล” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อโทรทัศน์” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง จะเปิดรับโทรทัศน์น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อวิทยุ” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะเปิดรับวิทยุมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- การเปิดรับ “สื่อออนไลน์” พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะเปิดรับสื่อออนไลน์น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปานกลาง ก็เปิดรับสื่อออนไลน์น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกด้วย

ประเภทสื่อที่เปิดรับแบ่งตามสถานะการเงิน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีฐานะการเงินแตกต่างกันเปิดรับด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับสื่อทั้ง 5 ประเภทที่กลุ่มตัวอย่างที่มีฐานะการเงินแตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 39-40

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ จำแนกตามสถานะการเงิน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน

ประเภทสื่อที่เปิดรับ แบ่งตามการศึกษา	สถานะการเงินต่ำ (ไม่เพียงพอ)		สถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)		สถานะการเงินสูง (เพียงพอและมีเก็บ)		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.	S.D.	Sig.
บุคคล	2.65	0.83	2.63	0.89	2.89	0.91	0.000*
โทรทัศน์	2.48	0.84	2.63	0.85	2.69	0.78	0.000*
วิทยุ	1.70	0.87	1.55	0.81	1.62	0.84	0.001*
ออนไลน์	2.02	1.10	2.18	1.04	2.32	1.10	0.000*

* $p < 0.05$

เมื่อนำค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกันมาเปรียบเทียบกัน พบว่า แต่ละกลุ่มมีการเปิดรับสื่อสอดคล้องกับภาพรวม คือ เปิดรับ “สื่อบุคคล” มากที่สุด รองลงไป คือ “โทรทัศน์” “สื่อออนไลน์” และ “วิทยุ” แต่มีข้อสังเกตว่า กลุ่มที่มีฐานะปานกลาง มีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับ “สื่อบุคคล” และ “โทรทัศน์” เท่ากัน

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ สื่อบุคคล วิทยุ และสื่อออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างน้อย 1 คู่ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของสถานะการเงินใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานะการเงินเป็นรายคู่

ภูมิภาค	สถานะการเงินต่ำ	สถานะการเงินปานกลาง	สถานะการเงินสูง
บุคคล: ค่าเฉลี่ย	2.65	2.63	2.89
สถานะการเงินต่ำ	-	0.852	0.001*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.000*
สถานะการเงินสูง			-
โทรทัศน์: ค่าเฉลี่ย	2.48	2.63	2.69
สถานะการเงินต่ำ	-	0.003*	0.002*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.517
สถานะการเงินสูง			-
วิทยุ: ค่าเฉลี่ย	1.70	1.55	1.62
สถานะการเงินต่ำ	-	0.002*	0.449
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.353
สถานะการเงินสูง			-
ออนไลน์: ค่าเฉลี่ย	2.02	2.18	2.32
สถานะการเงินต่ำ	-	0.018*	0.001*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.152
สถานะการเงินสูง			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับ “สื่อบุคคล” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ และสถานะการเงินปานกลาง จะเปิดรับสื่อบุคคลน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อโทรทัศน์” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ จะเปิดรับโทรทัศน์น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง และสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับ “สื่อวิทยุ” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ จะเปิดรับสื่อวิทยุน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- การเปิดรับ “สื่อออนไลน์” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ จะเปิดรับสื่อออนไลน์น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง และสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ซึ่งได้แก่ ข่าวก้าวไป บ้านเทิง สุขภาพ ธรรมะ การเมือง อาหาร เกษตรกรรม การงาน/อาชีพ กีฬา ความเชื่อ การลงทุน/การเงิน ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 41-50

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ประเด็นการเปิดรับสื่อ	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
ข่าวทั่วไป	3.00	0.81	เปิดรับปานกลาง
บ้านเทิง	2.65	0.99	เปิดรับปานกลาง
สุขภาพ	2.58	0.84	เปิดรับปานกลาง
ธรรมะ/ศาสนา	2.39	0.94	เปิดรับน้อย
การเมือง	2.39	0.96	เปิดรับน้อย
อาหาร	2.36	0.90	เปิดรับน้อย
เกษตรกรรม	2.28	0.92	เปิดรับน้อย
การงาน/อาชีพ	2.19	0.91	เปิดรับน้อย
กีฬา	2.10	0.95	เปิดรับน้อย
ความเชื่อ	1.83	0.89	เปิดรับน้อยมาก
การลงทุน/การเงิน	1.69	0.85	เปิดรับน้อยมาก

จากตารางที่ 41 ผลการสำรวจการเปิดรับประเด็นต่าง ๆ จากสื่อของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจเปิดรับสื่อในประเด็นข่าวทั่วไปสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง รองลงไป คือ บ้านเทิง และสุขภาพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ถัดไป คือ ประเด็นศาสนา การเมือง อาหาร เกษตรกรรม การงานและอาชีพ และกีฬา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ส่วนการเปิดรับสื่อในประเด็นความเชื่อ และการลงทุน เป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยมาก

ประเด็นที่เปิดรับจากสื่อแบ่งตามภูมิภาค

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกันเปิดรับด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือ

เรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 43-44

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามภูมิภาค และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคแตกต่างกัน

ประเด็นที่เปิดรับ แบ่งตามภูมิภาค	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
ข่าวทั่วไป	3.12	0.78	3.04	0.78	2.93	0.83	2.90	0.83	0.000*
บันเทิง	2.74	0.95	2.62	1.00	2.65	1.06	2.59	0.96	0.076
สุขภาพ	2.47	0.90	2.64	0.80	2.60	0.83	2.62	0.81	0.008*
ศาสนา	2.42	0.91	2.42	0.94	2.37	0.95	2.35	0.96	0.583
การเมือง	2.40	0.93	2.53	0.95	2.32	0.98	2.31	0.95	0.001*
อาหาร	2.22	0.90	2.32	0.85	2.45	0.91	2.45	0.91	0.000*
เกษตรกรรม	2.19	0.88	2.37	0.94	2.30	0.93	2.26	0.92	0.022*
การงาน/อาชีพ	2.07	0.91	2.12	0.89	2.27	0.89	2.30	0.91	0.000*
กีฬา	2.18	0.94	2.20	0.97	1.99	0.92	2.04	0.94	0.000*
ความเชื่อ	1.94	0.90	1.83	0.91	1.70	0.85	1.84	0.89	0.001*
การลงทุน/การเงิน	1.55	0.79	1.54	0.78	1.83	0.89	1.86	0.87	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภูมิภาคแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เกือบทุกประเด็น ยกเว้นเพียง ด้านบันเทิง และศาสนาเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของภูมิภาคใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 43

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่

ภูมิภาค	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลางและตะวันออก	ใต้
สุขภาพ: ค่าเฉลี่ย	2.47	2.64	2.60	2.62
เหนือ	-	0.020*	0.119	0.066
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.915	0.977

ภูมิภาค	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลางและตะวันออก	ใต้
กลางและตะวันออก			-	0.995
ใต้				-
ศาสนา: ค่าเฉลี่ย	2.42	2.42	2.37	2.35
เหนือ	-	1.000	0.871	0.780
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.843	0.745
กลางและตะวันออก			-	0.998
ใต้				-
อาหาร: ค่าเฉลี่ย	2.22	2.32	2.45	2.45
เหนือ	-	0.337	0.001*	0.001*
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.187	0.187
กลางและตะวันออก			-	1.000
ใต้				-
เกษตรกรรม: ค่าเฉลี่ย	2.19	2.37	2.30	2.26
เหนือ	-	0.027*	0.343	0.712
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.693	0.326
กลางและตะวันออก			-	0.934
ใต้				-
งาน/อาชีพ: ค่าเฉลี่ย	2.07	2.12	2.27	2.30
เหนือ	-	0.856	0.005*	0.001*
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.063	0.015*
กลางและตะวันออก			-	0.964
ใต้				-
ข่าวทั่วไป: ค่าเฉลี่ย	3.12	3.04	2.93	2.90
เหนือ	-	0.569	0.004*	0.000*
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.168	0.041*
กลางและตะวันออก			-	0.941
ใต้				-
การเมือง: ค่าเฉลี่ย	2.40	2.53	2.32	2.31
เหนือ	-	0.201	0.625	0.548
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.007*	0.005*
กลางและตะวันออก			-	0.999
ใต้				-
การลงทุน: ค่าเฉลี่ย	1.55	1.54	1.83	1.86

ภูมิภาค	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลางและตะวันออก	ใต้
เหนือ	-	0.995	0.000*	0.000*
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.000*	0.000*
กลางและตะวันออก			-	0.956
ใต้				-
บันทึก: ค่าเฉลี่ย	2.74	2.62	2.65	2.59
เหนือ	-	0.303	0.562	0.097
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.973	0.947
กลางและตะวันออก			-	0.760
ใต้				-
กีฬา: ค่าเฉลี่ย	2.18	2.20	1.99	2.04
เหนือ	-	0.987	0.014*	0.157
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.004*	0.071
กลางและตะวันออก			-	0.814
ใต้				-
ความเชื่อ: ค่าเฉลี่ย	1.94	1.83	1.70	1.84
เหนือ	-	0.345	0.001*	0.401
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.136	1.000
กลางและตะวันออก			-	0.109
ใต้				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับสื่อในประเด็น “สุขภาพ” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือมีการเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “อาหาร” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ เปิดรับสื่อในประเด็นอาหาร น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “เกษตรกรรม” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือมีการเปิดรับสื่อในประเด็นเกษตรกรรมน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “การงาน/อาชีพ”** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการงาน/อาชีพ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเปิดรับสื่อด้านนี้น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยเช่นกัน
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “ข่าวทั่วไป”** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีการเปิดรับข่าวทั่วไป มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเปิดรับสื่อด้านนี้ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยเช่นกัน
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “การเมือง”** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงใต้ มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการเมืองมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “การลงทุน”** พบว่ามีความแตกต่าง 4 คู่ คือกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการลงทุน น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการเปิดรับสื่อด้านนี้น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยเช่นกัน
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “กีฬา”** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก มีการเปิดรับสื่อในประเด็นความกีฬาน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “ความเชื่อ”** พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีการเปิดรับสื่อในประเด็นความเชื่อสูงกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเด็นที่เปิดรับจากสื่อแบ่งตามเพศ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ด้วยสถิติ t-test ดังตารางที่ 44

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามเพศ และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน

ประเด็นที่เปิดรับ แบ่งตามเพศ	ชาย		หญิง		Sig. (2-tailed)
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
ข่าวทั่วไป	2.97	0.80	3.02	0.81	0.179
บันเทิง	2.55	0.99	2.74	0.99	0.000*
สุขภาพ	2.50	0.85	2.66	0.82	0.000*
ศาสนา	2.31	0.95	2.46	0.92	0.000*
การเมือง	2.42	0.97	2.36	0.95	0.177
อาหาร	2.27	0.90	2.44	0.89	0.000*
เกษตรกรรม	2.30	0.94	2.26	0.90	0.413
การงาน/อาชีพ	2.16	0.89	2.22	0.91	0.156
กีฬา	2.12	0.98	2.07	0.91	0.135
ความเชื่อ	1.75	0.85	1.90	0.92	0.000*
การลงทุน/การเงิน	1.62	0.81	1.75	0.88	0.004*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 44 ค่าสถิติ t-test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อในประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง ระบุว่า มีความแตกต่างกันในบางประเด็น ได้แก่ บันเทิง สุขภาพ ศาสนา อาหาร ความเชื่อ และการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเปิดรับมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ประเภทสื่อที่เปิดรับจากสื่อแบ่งตามช่วงอายุ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันเปิดรับ ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 45-46

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามช่วงอายุ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ประเด็นที่เปิดรับ แบ่งตามช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี		อายุ 70 – 79 ปี		อายุ 80 ปีขึ้นไป		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.	S.D.	Sig.
ข่าวทั่วไป	3.00	0.80	3.03	0.81	2.86	0.83	0.036*
บันเทิง	2.64	0.99	2.66	0.99	2.70	0.98	0.734
สุขภาพ	2.62	0.84	2.56	0.82	2.43	0.85	0.007*
ศาสนา	2.39	0.94	2.36	0.92	2.47	0.97	0.347
การเมือง	2.40	0.97	2.39	0.93	2.31	0.96	0.437
อาหาร	2.38	0.91	2.37	0.90	2.17	0.80	0.007*
เกษตรกรรม	2.34	0.93	2.22	0.89	2.09	0.90	0.000*
การงาน/อาชีพ	2.25	0.95	2.14	0.84	1.95	0.79	0.000*
กีฬา	2.16	0.95	2.07	0.94	1.89	0.90	0.001*
ความเชื่อ	1.81	0.87	1.83	0.89	1.89	1.00	0.499
การลงทุน/การเงิน	1.73	0.87	1.66	0.81	1.58	0.77	0.022*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในบางประเด็น ได้แก่ ข่าวทั่วไป สุขภาพ อาหาร เกษตรกรรม การงาน/อาชีพ กีฬา และการลงทุน ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของช่วงอายุใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 46

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ เป็นรายคู่

ช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี	อายุ 70 – 79 ปี	อายุ 80 ปีขึ้นไป
สุขภาพ: ค่าเฉลี่ย	2.62	2.56	2.43
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.380	0.009*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.134
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
ศาสนา: ค่าเฉลี่ย	2.39	2.36	2.47
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.816	0.525

ช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี	อายุ 70 – 79 ปี	อายุ 80 ปีขึ้นไป
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.347
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
อาหาร: ค่าเฉลี่ย	2.38	2.37	2.17
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.952	0.008*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.024
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
เกษตรกรรม: ค่าเฉลี่ย	2.34	2.22	2.09
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.027*	0.002*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.238
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
งาน/อาชีพ: ค่าเฉลี่ย	2.25	2.14	1.95
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.059	0.000*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.025*
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
ชาวทั่วไป: ค่าเฉลี่ย	3.00	3.03	2.86
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.837	0.068
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.040*
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
การเมือง: ค่าเฉลี่ย	2.40	2.39	2.31
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.957	0.437
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.594
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
การลงทุน: ค่าเฉลี่ย	1.73	1.66	1.58
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.179	0.054
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.535
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
บันเทิง: ค่าเฉลี่ย	2.64	2.66	2.70
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.966	0.737
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.850
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
กีฬา: ค่าเฉลี่ย	2.16	2.07	1.89
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.153	0.001*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.074

ช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี	อายุ 70 – 79 ปี	อายุ 80 ปีขึ้นไป
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
ความเชื่อ: ค่าเฉลี่ย	1.81	1.83	1.89
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.901	0.509
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.723
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 46 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับสื่อในประเด็น “สุขภาพ” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 80 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “อาหาร” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 80 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับสื่อในประเด็นอาหารน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “เกษตรกรรม” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 60-69 มีการเปิดรับสื่อในประเด็นเกษตรกรรม มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 70-79 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “การงาน/อาชีพ” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 80 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการงาน/อาชีพ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 70-79 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “ข่าวทั่วไป” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 80 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวทั่วไปน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 70-79 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “กีฬา” พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 80 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับสื่อในประเด็นกีฬาน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเด็นที่เปิดรับจากสื่อแบ่งตามระดับการศึกษา

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเปิดรับด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 47-48

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามระดับการศึกษา และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ประเด็นที่เปิดรับ แบ่งตามการศึกษา	ระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา)		ระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุสัญญา)		ระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.	S.D.	Sig.
ข่าวทั่วไป	2.95	0.81	3.02	0.76	3.18	0.82	0.000*
บันเทิง	2.63	0.99	2.68	0.99	2.68	1.01	0.580
สุขภาพ	2.46	0.83	2.75	0.81	2.84	0.83	0.000*
ศาสนา	2.43	0.93	2.32	0.94	2.34	0.99	0.052
การเมือง	2.29	0.92	2.40	0.97	2.84	1.00	0.000*
อาหาร	2.25	0.88	2.51	0.92	2.56	0.85	0.000*
เกษตรกรรม	2.26	0.91	2.28	0.93	2.37	0.96	0.251
การงาน/อาชีพ	2.10	0.87	2.30	0.93	2.42	0.93	0.000*
กีฬา	1.95	0.90	2.30	0.98	2.47	0.93	0.000*
ความเชื่อ	1.91	0.90	1.66	0.82	1.75	0.90	0.000*
การลงทุน/การเงิน	1.60	0.79	1.74	0.86	2.06	0.96	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 47 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เกือบทุกประเด็น ยกเว้นด้านบันเทิง ศาสนา และเกษตรกรรม ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 48

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ระดับต้น	ระดับกลาง	ระดับสูง
สุขภาพ: ค่าเฉลี่ย	2.46	2.75	2.84
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.392
ระดับสูง			-
ศาสนา: ค่าเฉลี่ย	2.43	2.32	2.34
ระดับต้น	-	0.074	0.411
ระดับกลาง		-	0.926
ระดับสูง			-
อาหาร: ค่าเฉลี่ย	2.25	2.51	2.56
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.799
ระดับสูง			-
เกษตรกรรม: ค่าเฉลี่ย	2.26	2.28	2.37
ระดับต้น	-	0.964	0.252
ระดับกลาง		-	0.433
ระดับสูง			-
การงาน/อาชีพ: ค่าเฉลี่ย	2.10	2.30	2.42
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.212
ระดับสูง			-
ข่าวทั่วไป: ค่าเฉลี่ย	2.95	3.02	3.18
ระดับต้น	-	0.297	0.000*
ระดับกลาง		-	0.024*
ระดับสูง			-
การเมือง: ค่าเฉลี่ย	2.29	2.40	2.84
ระดับต้น	-	0.097	0.000*
ระดับกลาง		-	0.000*
ระดับสูง			-
การลงทุน: ค่าเฉลี่ย	1.60	1.74	2.06
ระดับต้น	-	0.008*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.000*

การศึกษา	ระดับต้น	ระดับกลาง	ระดับสูง
ระดับสูง			-
บันทึก: ค่าเฉลี่ย	2.63	2.68	2.68
ระดับต้น	-	0.650	0.796
ระดับกลาง		-	0.999
ระดับสูง			-
กีฬา: ค่าเฉลี่ย	1.95	2.30	2.47
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.047*
ระดับสูง			-
ความเชื่อ: ค่าเฉลี่ย	1.91	1.66	1.75
ระดับต้น	-	0.000*	0.030*
ระดับกลาง		-	0.431
ระดับสูง			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ดังนี้

- การเปิดรับสื่อในประเด็น “สุขภาพ” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น มีการเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “อาหาร” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น มีการเปิดรับสื่อในประเด็นอาหารน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “การงาน/อาชีพ” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการงาน/อาชีพน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- การเปิดรับสื่อในประเด็น “ข่าวทั่วไป” พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับกลาง มีการเปิดรับข่าวทั่วไปน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “การเมือง”** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น และกลุ่มที่มีการศึกษาระดับกลาง มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการเมืองน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “การลงทุน”** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น มีการเปิดรับสื่อในประเด็นการลงทุนน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง ก็เปิดรับสื่อในประเด็นนี้น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกด้วย
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “กีฬา”** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น มีการเปิดรับสื่อในประเด็นกีฬาน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง ก็เปิดรับสื่อในประเด็นนี้น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกด้วย
- **การเปิดรับสื่อในประเด็น “ความเชื่อ”** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น มีการเปิดรับสื่อในประเด็นความเชื่อมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประเด็นที่เปิดรับจากสื่อแบ่งตามสถานะการเงิน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างที่มีฐานะการเงินแตกต่างกันเปิดรับด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการนำเสนอความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีฐานะการเงินแตกต่างกันมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 49-50

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อ จำแนกตามสถานะการเงิน และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบประเด็นที่เปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน

ประเด็นที่เปิดรับแบ่งตามสถานะการเงิน	สถานะการเงินต่ำ (ไม่เพียงพอ)		สถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)		สถานะการเงินสูง (เพียงพอและมีเก็บ)		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.	S.D.	Sig.
ข่าวทั่วไป	2.90	0.82	3.02	0.80	3.11	0.79	0.001*
บันเทิง	2.67	0.99	2.62	0.99	2.76	1.01	0.103
สุขภาพ	2.46	0.85	2.62	0.82	2.69	0.85	0.000*

ศาสนา	2.41	0.98	2.37	0.92	2.42	0.93	0.673
การเมือง	2.28	0.95	2.44	0.97	2.37	0.90	0.006*
อาหาร	2.29	0.93	2.36	0.89	2.49	0.86	0.011*
เกษตรกรรม	2.14	0.92	2.30	0.91	2.48	0.91	0.000*
การงาน/อาชีพ	2.12	0.88	2.17	0.89	2.38	0.98	0.000*
กีฬา	2.10	1.01	2.12	0.93	2.04	0.88	0.384
ความเชื่อ	1.94	0.93	1.79	0.87	1.76	0.87	0.002*
การลงทุน/การเงิน	1.67	0.84	1.65	0.81	1.89	0.97	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่าของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน มีการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เกือบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นบันเทิง ศาสนา และกีฬา ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของสถานะการเงินใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe วิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 50

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของประเด็นที่เปิดรับจากสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานะการเงินเป็นรายคู่

สถานะการเงิน	สถานะการเงินต่ำ	สถานะการเงินปานกลาง	สถานะการเงินสูง
สุขภาพ: ค่าเฉลี่ย	2.46	2.62	2.69
สถานะการเงินต่ำ	-	0.001*	0.001*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.451
สถานะการเงินสูง			-
ธรรมะ: ค่าเฉลี่ย	2.41	2.37	2.42
สถานะการเงินต่ำ	-	0.785	0.990
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.777
สถานะการเงินสูง			-
อาหาร: ค่าเฉลี่ย	2.29	2.36	2.49
สถานะการเงินต่ำ	-	0.344	0.011*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.093
สถานะการเงินสูง			-
เกษตรกรรม: ค่าเฉลี่ย	2.14	2.30	2.48

สถานะการเงิน	สถานะการเงินต่ำ	สถานะการเงินปานกลาง	สถานะการเงินสูง
สถานะการเงินต่ำ	-	0.003*	0.000*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.008*
สถานะการเงินสูง			-
การงาน/อาชีพ: ค่าเฉลี่ย	2.12	2.17	2.38
สถานะการเงินต่ำ	-	0.628	0.001*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.002*
สถานะการเงินสูง			-
ข่าวทั่วไป: ค่าเฉลี่ย	2.90	3.02	3.11
สถานะการเงินต่ำ	-	0.015*	0.001*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.204
สถานะการเงินสูง			-
การเมือง: ค่าเฉลี่ย	2.28	2.44	2.37
สถานะการเงินต่ำ	-	0.006*	0.434
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.541
สถานะการเงินสูง			-
การลงทุน: ค่าเฉลี่ย	1.67	1.65	1.89
สถานะการเงินต่ำ	-	0.915	0.002*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.000*
สถานะการเงินสูง			-
บันเทิง: ค่าเฉลี่ย	2.67	2.62	2.76
สถานะการเงินต่ำ	-	0.637	0.482
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.113
สถานะการเงินสูง			-
กีฬา: ค่าเฉลี่ย	2.10	2.12	2.04
สถานะการเงินต่ำ	-	0.856	0.705
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.393
สถานะการเงินสูง			-
ความเชื่อ: ค่าเฉลี่ย	1.94	1.79	1.76
สถานะการเงินต่ำ	-	0.004*	0.019*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.887
สถานะการเงินสูง			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับประเด็นหรือเรื่องราวต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- [illegible]

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและคุณลักษณะของผู้สูงอายุบางประการ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ซึ่งได้แก่ การเปิดรับสื่อบุคคล โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ รวมถึงประเด็นที่ผู้สูงอายุไทยเปิดรับมากที่สุด 5 ประเด็น ได้แก่ ขาวทั่วไป บ้านเทิง สุขภาพ ศาสนา และการเมือง กับคุณลักษณะของผู้สูงอายุ ได้แก่ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และฐานะการเงิน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ Spearman ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 51

ตารางที่ 51 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ P-Value ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับช่วงอายุ ระดับการศึกษา และฐานะการเงินของผู้สูงอายุไทย

การเปิดรับสื่อ	ช่วงอายุ	ระดับการศึกษา	ฐานะการเงิน
สื่อบุคคล	-0.044*	-0.137**	0.057*
โทรทัศน์	0.007	-0.067**	0.087**
วิทยุ	0.016	-0.120**	-0.054*
สื่อออนไลน์	-0.135**	0.406**	0.097**
ขาวทั่วไป	-0.025	0.085**	0.082**
บ้านเทิง	0.010	0.021	0.017
สุขภาพ	-0.068**	0.178**	0.097**
ศาสนา	0.007	-0.063**	0.180**
การเมือง	-0.023	0.154**	0.046*

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ มีดังนี้

- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อ บุคคลต่อวันกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับช่วงอายุ ($r = -0.044^*$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีอายุสูงขึ้น จะเปิดรับสื่อบุคคลในปริมาณที่น้อยลง มีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = -0.137^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง จะเปิดรับสื่อบุคคลในปริมาณที่น้อยลง แต่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับฐานะการเงิน ($r = -0.057^*$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูง ก็ยังเปิดรับสื่อบุคคลในปริมาณที่สูงขึ้น
- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับโทรทัศน์ต่อวันกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมี

นัยสำคัญกับช่วงอายุ แต่พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = -0.067^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง จะเปิดรับโทรทัศน์ในปริมาณที่น้อยลง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับสถานะการเงิน ($r = -0.087^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูง ก็ยังเปิดรับโทรทัศน์ในปริมาณที่สูงขึ้น

- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อออนไลน์ต่อวันกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับช่วงอายุ ($r = -0.135^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีอายุสูงขึ้น จะเปิดรับสื่อออนไลน์ในปริมาณที่น้อยลง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = -0.406^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง จะยังเปิดรับสื่อออนไลน์ในปริมาณที่สูงขึ้น และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับสถานะการเงิน ($r = -0.097^{*}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูง ก็ยังเปิดรับสื่อออนไลน์ในปริมาณที่สูงขึ้น
- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับวิทยุต่อวันกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญกับช่วงอายุ แต่พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = -0.120^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง จะเปิดรับวิทยุในปริมาณที่น้อยลง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับสถานะการเงิน ($r = -0.054^{*}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูง ก็ยังเปิดรับวิทยุน้อยลง
- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาในการเปิดรับข่าวทั่วไปกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวทั่วไปกับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบว่าการเปิดรับข่าวทั่วไปมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = 0.085^{**}$) และสถานะการเงินของผู้สูงอายุ ($r = 0.082^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง และผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูงขึ้น ก็เปิดรับข่าวสารทั่วไปสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาในการเปิดรับสื่อในประเด็นบันเทิงกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ไม่พบว่าการเปิดรับสื่อในประเด็นบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญกับช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสถานะการเงิน สะท้อนให้เห็นว่าผู้สูงอายุไทยเปิดรับสื่อรับในประเด็นบันเทิงโดยไม่ขึ้นกับคุณลักษณะด้านอายุ ระดับการศึกษา และสถานะการเงิน
- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระหว่างการเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพกับช่วงอายุ ($r = -0.068^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีอายุมากขึ้น จะเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพน้อยลงเรื่อย มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = 0.178^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง จะยิ่งเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับสถานะการเงิน ($r = 0.097^{**}$) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูง ก็จะมีเปิดรับสื่อในประเด็นสุขภาพมากขึ้นนั่นเอง
- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อในประเด็นศาสนาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อในประเด็นศาสนากับช่วงอายุ และสถานะการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบว่าการเปิดรับสื่อในประเด็นศาสนามีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = 0.063^{**}$) ซึ่งหมายถึง ยิ่งผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงมากเท่าไร ก็จะเปิดรับสื่อในประเด็นศาสนาน้อยลงเท่านั้น
- การทดสอบหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อในประเด็นด้านการเมืองกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อในประเด็นการเมืองกับช่วงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบว่าการเปิดรับสื่อในประเด็นศาสนามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับระดับการศึกษา ($r = 0.063^{**}$) หมายถึง ยิ่งผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงมากเท่าไร ก็จะเปิดรับสื่อในประเด็นการเมืองสูงขึ้นเท่านั้น และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับสถานะการเงินของผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้สูงอายุที่มีสถานะการเงินสูง จะเปิดรับสื่อในประเด็นการเมืองสูงตามไปด้วย

ส่วนที่ 3 ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ

การสำรวจผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ คือ การสอบถามถึงการเปลี่ยนแปลงในสุขภาวะของผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างที่เกิดจากการเปิดรับสื่อและได้รับข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ที่ตนเปิดรับในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ “ผลกระทบด้านสุขภาพกาย” คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านการดูแลสุขภาพของตนเอง “ผลกระทบด้านจิตใจ” คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านสุขภาพจิตของตนเอง “ผลกระทบด้านสังคม” คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น และการเข้าร่วมกิจกรรมในสังคมเพื่อพัฒนาตนเอง “ผลกระทบด้านปัญญา” คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านการเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลงของชีวิต และ “ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ” คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านรายได้ เงินออม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย ประกอบด้วย การนำเสนอด้วยค่าความถี่และร้อยละของผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในสุขภาวะของผู้สูงอายุไทยในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อันได้แก่ กาย จิตใจ สังคม ปัญญา และเศรษฐกิจ ซึ่งแสดงในตารางที่ 52 การแสดงผลกระทบเป็นรายด้านจะแสดงไว้ในตารางที่ 53-57 และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุไทยทั้ง 5 ด้าน กับ ภูมิภาค เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และฐานะการเงินของผู้สูงอายุ โดยการหาค่า t-test และ One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 58-66

ทั้งนี้ การแปลผลค่าเฉลี่ย คือ

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง -2.00 ถึง -1.20 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงลบอย่างมากต่อสุขภาวะ

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง -1.21 ถึง -0.60 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อสุขภาวะ

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง -0.61 ถึง 0.40 แปลว่า ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.41 ถึง 1.20 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.21 ถึง 2.00 แปลว่า เกิดผลกระทบในเชิงบวกอย่างมากต่อสุขภาวะ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะในภาพรวม

การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
กาย	0.47	0.58	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
จิตใจ	0.71	0.61	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
สังคม	0.69	0.65	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
ปัญญา	0.82	0.61	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

เศรษฐกิจ	0.22	0.63	ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ
สุขภาวะองค์รวม	0.59	0.45	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

จากตารางที่ 52 ผลการสำรวจผลกระทบจากการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อในด้านบวกเกือบทั้งหมด ด้านที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ด้านปัญญา รองลงไป คือ ด้านจิตใจ สังคม และร่างกาย ตามลำดับ ส่วนด้านเศรษฐกิจ พบว่า การเปิดรับสื่อไม่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจของผู้สูงอายุไทยในปี 2565

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางกาย

การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะทางกาย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
การบริหารร่างกายตามวัย	0.68	0.77	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การดูแลเหงือกและฟัน	0.59	0.77	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การควบคุมน้ำหนักไม่ให้อ้วน หรือผอมเกินไป	0.41	0.81	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การกินอาหารที่เหมาะสมกับวัย	0.19	0.94	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสุขภาวะ
สุขภาวะทางกายโดยรวม	0.47	0.58	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

จากตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย พบว่า การเปิดรับสื่อมีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การบริหารร่างกายตามวัย การดูแลเหงือกและฟัน และการควบคุมน้ำหนัก ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางใจ

การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะทางใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ความเสียสละเพื่อผู้อื่น	0.79	0.73	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
ความภาคภูมิใจต่อตนเอง	0.74	0.74	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การยอมรับในความสามารถของตนเอง	0.68	0.72	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การกล้าตัดสินใจทำในสิ่งที่ทำหาย	0.63	0.77	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
สุขภาวะทางใจโดยรวม	0.71	0.61	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

จากตารางที่ 54 เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ พบว่า การเปิดรับสื่อมีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดคือ ความเสียสละเพื่อผู้อื่น ความภาคภูมิใจต่อตนเอง และการยอมรับในความสามารถของตนเอง ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางสังคม

การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะทางสังคม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ความสัมพันธ์ของท่านกับผู้อื่น	0.83	0.80	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง	0.74	0.78	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือชุมชน	0.74	0.80	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา	0.46	0.91	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
สุขภาวะทางสังคมโดยรวม	0.69	0.65	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

จากตารางที่ 55 เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม พบว่า การเปิดรับสื่อมีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ความสัมพันธ์กับผู้อื่น การร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อสุขภาวะทางปัญญา

การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะทางปัญญา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ความเข้าใจชีวิต	0.84	0.70	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า	0.84	0.77	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การยอมรับความเสื่อมถอยของร่างกาย	0.81	0.80	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
การยอมรับความจริงจากการสูญเสียสิ่งที่รัก	0.77	0.83	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ
สุขภาวะทางปัญญาโดยรวม	0.82	0.61	เกิดผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาวะ

จากตารางที่ 56 เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านปัญญา พบว่า การเปิดรับสื่อมีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงด้านปัญญาในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การเข้าใจชีวิต การใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า การยอมรับความเสื่อมถอยของร่างกาย ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่อเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
การออม	0.36	0.82	ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ
รายได้	0.23	0.80	ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ
การวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน	0.16	0.82	ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ
การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน	0.13	0.96	ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ
ผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวม	0.22	0.63	ไม่เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ

จากตารางที่ 57 เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ พบว่า การเปิดรับสื่อยังไม่มีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจได้ในทุกข้อคำถาม

ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อแบ่งตามภูมิภาค

การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ แบ่งออกตามภูมิภาค ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงในตารางที่ 50-51

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามภูมิภาค และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในภูมิภาคแตกต่างกัน

ผลกระทบจากสื่อ แบ่งตามภูมิภาค	เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		กลางและตะวันออก		ใต้		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
กาย	0.40	0.57	0.46	0.55	0.47	0.59	0.53	0.61	0.006*
ใจ	0.57	0.59	0.77	0.51	0.71	0.67	0.78	0.61	0.000*
สังคม	0.60	0.59	0.86	0.61	0.61	0.71	0.69	0.66	0.000*
ปัญญา	0.73	0.62	0.88	0.56	0.83	0.61	0.83	0.65	0.002*
เศรษฐกิจ	0.23	0.60	0.28	0.56	0.10	0.66	0.27	0.68	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 58 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ ที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภูมิภาคแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่ต่างกัน มีผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกมิติ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาคใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 59

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่

ภูมิภาค	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลางและตะวันออก	ใต้
กาย: ค่าเฉลี่ย	0.40	0.46	0.47	0.53
เหนือ	-	0.519	0.333	0.007*
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.990	0.263
กลางและตะวันออก			-	0.434
ใต้				-
ใจ: ค่าเฉลี่ย	0.57	0.77	0.71	0.78

ภูมิภาค	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลางและตะวันออก	ใต้
เหนือ	-	0.000*	0.008*	0.000*
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.298	0.997
กลางและตะวันออก			-	0.408
ใต้				-
สังคม: ค่าเฉลี่ย	0.60	0.86	0.61	0.69
เหนือ	-	0.000*	0.974	0.208
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.000*	0.044*
กลางและตะวันออก			-	0.428
ใต้				-
ปัญญา: ค่าเฉลี่ย	0.73	0.88	0.83	0.83
เหนือ	-	0.002*	0.101	0.119
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.635	0.589
กลางและตะวันออก			-	1.000
ใต้				-
เศรษฐกิจ: ค่าเฉลี่ย	0.23	0.28	0.10	0.27
เหนือ	-	0.710	0.015*	0.802
ตะวันออกเฉียงเหนือ		-	0.000*	0.999
กลางและตะวันออก			-	0.000*
ใต้				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 59 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาคเป็นรายคู่ ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- **ผลกระทบทางกาย** พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีผลกระทบทางกายเชิงบวกน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางจิตใจ** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีผลกระทบทางจิตใจเชิงบวกน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางสังคม** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีผลกระทบทางสังคมเชิงบวกมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลกระทบทาง

สังคมเชิงบวกมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออก และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ผลกระทบทางปัญญา** พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ มีผลกระทบทางปัญญาเชิงบวกน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางเศรษฐกิจ** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ มีผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงบวกมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภาคกลางและตะวันออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อแบ่งตามเพศ

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ แบ่งออกเพศ ด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 60

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามเพศและวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน

ผลกระทบจากสื่อ แบ่งตามเพศ	ชาย		หญิง		Sig. (2-tailed)
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
กาย	0.44	0.57	0.49	0.59	0.027*
ใจ	0.69	0.58	0.72	0.63	0.227
สังคม	0.69	0.66	0.69	0.65	0.866
ปัญญา	0.78	0.59	0.85	0.63	0.019*
เศรษฐกิจ	0.22	0.61	0.22	0.64	0.985

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 60 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน ด้วยสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า เพศหญิงมีการเปลี่ยนแปลงทางกาย และทางปัญญาสูงกว่า เพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อแบ่งตามช่วงอายุ

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ แบ่งออกตามภูมิภาค ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 61-62

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามช่วงอายุ และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ผลกระทบจากสื่อ แบ่งตามช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี		อายุ 70 – 79 ปี		อายุ 80 ปีขึ้นไป		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
กาย	0.48	0.61	0.44	0.54	0.49	0.52	0.435
ใจ	0.73	0.62	0.69	0.58	0.62	0.53	0.023*
สังคม	0.73	0.68	0.65	0.62	0.63	0.60	0.020*
ปัญญา	0.82	0.62	0.84	0.60	0.74	0.63	0.104
เศรษฐกิจ	0.27	0.66	0.13	0.56	0.17	0.57	0.000*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 61 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ ที่กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 3 ด้าน ได้แก่ จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของช่วงอายุใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 62

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุเป็นรายคู่

ช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี	อายุ 70 – 79 ปี	อายุ 80 ปีขึ้นไป
กาย: ค่าเฉลี่ย	0.48	0.44	0.49
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.511	0.957
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.611
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
ใจ: ค่าเฉลี่ย	0.73	0.69	0.62
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.352	0.034*
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.307
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
สังคม: ค่าเฉลี่ย	0.73	0.65	0.63

ช่วงอายุ	อายุ 60 – 69 ปี	อายุ 70 – 79 ปี	อายุ 80 ปีขึ้นไป
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.072	0.119
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.875
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
ปัญญา: ค่าเฉลี่ย	0.82	0.84	0.74
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.696	0.230
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.104
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-
เศรษฐกิจ: ค่าเฉลี่ย	0.27	0.13	0.17
อายุ 60 – 69 ปี	-	0.000*	0.087
อายุ 70 – 79 ปี		-	0.824
อายุ 80 ปีขึ้นไป			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 62 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เป็นรายคู่ ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- **ผลกระทบทางกาย** ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
- **ผลกระทบทางจิตใจ** พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 80 ปีขึ้นไป จะมีผลกระทบทางจิตใจเชิงบวกน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60-69 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางสังคม** ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
- **ผลกระทบทางปัญญา** ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
- **ผลกระทบทางเศรษฐกิจ** พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 60-69 ปี จะมีผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงบวกมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 70-79 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อแบ่งตามระดับการศึกษา

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ แบ่งออกตามระดับการศึกษา ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 63-64

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามระดับการศึกษา และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ผลกระทบจากสื่อ แบ่งตามการศึกษา	ระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา)		ระดับกลาง (มัธยมศึกษา- อนุปริญญา)		ระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
กาย	0.41	0.56	0.54	0.62	0.59	0.58	0.000*
ใจ	0.63	0.57	0.80	0.63	0.88	0.64	0.000*
สังคม	0.64	0.64	0.73	0.67	0.87	0.65	0.000*
ปัญญา	0.76	0.61	0.88	0.61	0.98	0.57	0.000*
เศรษฐกิจ	0.19	0.58	0.24	0.72	0.32	0.65	0.007*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 63 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของระดับการศึกษาใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 64

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับการศึกษาเป็นรายคู่

การศึกษา	ระดับต้น	ระดับกลาง	ระดับสูง
กาย: ค่าเฉลี่ย	0.41	0.54	0.59
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.507
ระดับสูง			-
ใจ: ค่าเฉลี่ย	0.63	0.80	0.88
ระดับต้น	-	0.000*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.302*
ระดับสูง			-
สังคม: ค่าเฉลี่ย	0.64	0.73	0.87
ระดับต้น	-	0.003*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.360
ระดับสูง			-

การศึกษา	ระดับต้น	ระดับกลาง	ระดับสูง
ปัญญา: ค่าเฉลี่ย	0.76	0.88	0.98
ระดับต้น	-	0.001*	0.000*
ระดับกลาง		-	0.070
ระดับสูง			-
เศรษฐกิจ: ค่าเฉลี่ย	0.19	0.24	0.32
ระดับต้น	-	0.353	0.009*
ระดับกลาง		-	0.218
ระดับสูง			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 64 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน เป็นรายคู่ ด้วยสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปได้ดังนี้

- **ผลกระทบทางกาย** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะมีผลกระทบเชิงบวกทางกายน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางจิตใจ** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะมีผลกระทบเชิงบวกทางจิตใจน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง ก็มีผลกระทบเชิงบวกในด้านนี้น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางสังคม** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะมีผลกระทบเชิงบวกทางสังคมน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางปัญญา** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะมีผลกระทบเชิงบวกทางปัญญาน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางเศรษฐกิจ** พบว่ามีความแตกต่าง 1 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต้น จะมีผลกระทบทางเศรษฐกิจน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อแบ่งตามสถานะการเงิน

การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ แบ่งออกตามฐานะการเงิน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 รายละเอียดแสดงใน ตารางที่ 65-66

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ จำแนกตามสถานะการเงิน และวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน

ผลกระทบจากสื่อ แบ่งตามสถานะ การเงิน	สถานะการเงินต่ำ (ไม่เพียงพอ)		สถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)		สถานะการเงินสูง (เพียงพอและมีเก็บ)		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
กาย	0.33	0.59	0.50	0.57	0.60	0.56	0.000*
ใจ	0.60	0.59	0.75	0.60	0.74	0.62	0.000*
สังคม	0.55	0.61	0.74	0.66	0.76	0.66	0.000*
ปัญญา	0.63	0.65	0.88	0.59	0.92	0.54	0.000*
เศรษฐกิจ	0.19	0.64	0.21	0.60	0.29	0.71	0.092

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 65 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน ด้วย One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน มีผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยของฐานะการเงินใดบ้างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงได้ใช้สถิติ Scheffe ในการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 66

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานะการเงินเป็นรายคู่

สถานะการเงิน	สถานะการเงินต่ำ	สถานะการเงินปานกลาง	สถานะการเงินสูง
กาย: ค่าเฉลี่ย	0.33	0.50	0.60
สถานะการเงินต่ำ	-	0.000*	0.000*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.024*
สถานะการเงินสูง			-
ใจ: ค่าเฉลี่ย	0.60	0.75	0.74
สถานะการเงินต่ำ	-	0.000*	0.014*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.895

สถานะการเงิน	สถานะการเงินต่ำ	สถานะการเงินปานกลาง	สถานะการเงินสูง
สถานะการเงินสูง			-
สังคม: ค่าเฉลี่ย	0.55	0.74	0.76
สถานะการเงินต่ำ	-	0.000*	0.002*
สถานะการเงินปานกลาง		-	1.000
สถานะการเงินสูง			-
ปัญญา: ค่าเฉลี่ย	0.63	0.88	0.92
สถานะการเงินต่ำ	-	0.000*	0.000*
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.602
สถานะการเงินสูง			-
เศรษฐกิจ: ค่าเฉลี่ย	0.19	0.21	0.29
สถานะการเงินต่ำ	-	0.849	0.106
สถานะการเงินปานกลาง		-	0.165
สถานะการเงินสูง			-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 66 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินแตกต่างกัน เป็นรายคู่ ด้วย สถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

- **ผลกระทบทางกาย** พบว่ามีความแตกต่าง 3 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ จะมีผลกระทบเชิงบวกทางกายน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง ยังมีผลกระทบเชิงบวกทางกายน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางจิตใจ** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ มีผลกระทบเชิงบวกทางจิตใจน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางสังคม** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ มีผลกระทบเชิงบวกทางสังคมน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- **ผลกระทบทางปัญญา** พบว่ามีความแตกต่าง 2 คู่ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินต่ำ มีผลกระทบเชิงบวกทางปัญญาน้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะการเงินสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับผลกระทบจากการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ซึ่งได้แก่ การเปิดรับสื่อบุคคล โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ รวมถึงประเด็นที่ผู้สูงอายุไทยเปิดรับมากที่สุด 5 ประเด็น ได้แก่ ข่าวด่วนไป บันทึกลง สุขภาพ ศาสนา และการเมือง กับการเปลี่ยนแปลงในสุขภาวะทั้ง 5 ด้านของผู้สูงอายุไทย ได้แก่ กาย จิตใจ สังคม ปัญญา และเศรษฐกิจ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ Spearman ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 67

ตารางที่ 67 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ P-Value ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการเปลี่ยนแปลงในสุขภาวะของผู้สูงอายุไทย

การเปิดรับสื่อ	กระทบกาย	กระทบใจ	กระทบสังคม	กระทบปัญญา	กระทบเศรษฐกิจ
สื่อบุคคล	0.059**	0.028	0.020	0.073**	-0.001
โทรทัศน์	0.098**	0.057*	0.050*	0.048*	-0.036
วิทยุ	0.052*	-0.031	0.014	0.053*	0.022
สื่อออนไลน์	0.137**	0.198**	0.107**	0.089**	0.058*
ข่าวด่วนไป	0.074**	0.088**	0.099**	0.086**	0.033
บันทึกลง	0.076**	0.057**	0.040	0.020	0.027
สุขภาพ	0.204**	0.215**	0.211**	0.238**	0.085**
ศาสนา	0.181**	0.099**	0.193**	0.158**	0.078**
การเมือง	0.105**	0.153**	0.126**	0.037	0.064**

จากตารางที่ 67 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ มีดังนี้

- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อบุคคลต่อวันกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบด้านร่างกาย (P Value = 0.059**) และปัญญา (P Value = 0.073**) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับสื่อบุคคลมาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะทางร่างกายและปัญญา แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อบุคคลกับผลกระทบด้านอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ
- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับโทรทัศน์ต่อวันกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบด้านร่างกาย (P Value = 0.098**) และ

มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับผลกระทบด้านจิตใจ (P Value = 0.057*) สังคม (P Value = 0.050*) และปัญญา (P Value = 0.048*) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับโทรทัศน์มาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะทางร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญญา แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับโทรทัศน์กับผลกระทบด้านเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ

- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับวิทยุต่อวันกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับผลกระทบด้านร่างกาย (P Value = 0.052*) และปัญญา (P Value = 0.053*) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับวิทยุมาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะทางร่างกาย และปัญญา แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับวิทยุกับผลกระทบด้านอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ
- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างระยะเวลาการเปิดรับสื่อออนไลน์ต่อวันกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบทุกด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย (P Value = 0.137**) จิตใจ (P Value = 0.198**) สังคม (P Value = 0.107*) ปัญญา (P Value = 0.089**) และเศรษฐกิจ (P Value = 0.058**) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับสื่อออนไลน์มาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุทุกด้านทั้งทางร่างกาย จิตใจ สังคม ปัญญา และเศรษฐกิจ
- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างการเปิดรับข่าวทั่วไปกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบในเกือบทุกด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย (P Value = 0.074**) จิตใจ (P Value = 0.088**) สังคม (P Value = 0.099**) และปัญญา (P Value = 0.086**) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับข่าวทั่วไปมาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะทางร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญญา แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวทั่วไปกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างการเปิดรับสื่อด้านบันเทิงกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบด้านร่างกาย (P Value = 0.076**) และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับผลกระทบด้านจิตใจ (P Value = 0.057*) แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อด้านบันเทิงกับผลกระทบด้านสังคม ปัญญา และเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ
- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างการเปิดรับสื่อด้านสุขภาพกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำและต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย (P Value = 0.204**) จิตใจ (P Value = 0.215**) สังคม (P Value = 0.211**) ปัญญา (P Value = 0.238**) และ เศรษฐกิจ (P Value = 0.085*) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับสื่อด้านสุขภาพมาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะทุกด้าน ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ สังคม ปัญญา และรวมถึงเศรษฐกิจด้วย
- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างการเปิดรับสื่อด้านศาสนากับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำและต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย (P Value = 0.181**) จิตใจ (P Value = 0.099**) สังคม (P Value = 0.193**) ปัญญา (P Value = 0.158**) และ เศรษฐกิจ (P Value = 0.078*) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับสื่อด้านศาสนามาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะทุกด้าน ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ สังคม ปัญญา และรวมถึงเศรษฐกิจด้วย
- การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ Spearman ระหว่างการเปิดรับสื่อด้านการเมืองกับผลกระทบต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุ พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำและต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับผลกระทบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย (P Value = 0.105**) จิตใจ (P Value = 0.153**) สังคม (P Value = 0.126**) และ เศรษฐกิจ (P Value = 0.064*) ซึ่งหมายถึง ผู้สูงอายุที่เปิดรับสื่อด้านการเมืองมาก มีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลง

ในทางที่ดีขึ้นต่อสุขภาวะด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อด้านการเมืองกับผลกระทบด้านปัญญา อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 4 ประสพการณ์การถูกลอกหลวงจากสื่อของผู้สูงอายุไทย ในปี 2565

การสำรวจประสพการณ์การถูกลอกหลวงจากสื่อของผู้สูงอายุและมีการสูญเสียเกิดขึ้น ประกอบด้วย การสำรวจจำนวนของผู้สูงอายุไทยที่เคยมีประสพการณ์ถูกลอกและเกิดความสูญเสียตามมา แสดงในตารางที่ 68 การวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรระหว่างกลุ่มที่ตกเป็นเหยื่อและกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อ แสดงในตารางที่ 69 การวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตกเป็นเหยื่อและกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อ แสดงในตารางที่ 70 ผลการวิเคราะห์เรื่องที่ถูกผู้สูงอายุไทยถูกลอก แสดงในตารางที่ 71 และผลการวิเคราะห์เรื่องที่ถูกหลอกแยกตามคุณลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุไทย แสดงในตารางที่ 72

ประสพการณ์การถูกลอกของผู้สูงอายุไทยในรอบ 1 ปี

การสำรวจผู้สูงอายุไทยที่มีประสพการณ์ถูกลอกหลวงผ่านสื่อต่าง ๆ ในปี 2565 คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุไทยที่ตระหนักรู้ตัวว่าถูกลอกหลวง และตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงนั้น คือได้รับความสูญเสียในด้านใดด้านหนึ่ง หรือเกิดผลในทางลบต่อตัวผู้สูงอายุ หรือคนรอบข้างของผู้สูงอายุ เช่น ถูกลอกหลวงแล้วทำให้เสียเงิน เสียทรัพย์สิน ได้รับข้อมูลที่บิดเบือนโดยแฝงอคติแล้วทำให้ทะเลาะกับคนรู้จัก หรือเกลียดชังกลุ่มคนที่มีความเห็นไม่ตรงกับตนเอง ได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงทำให้หลงเชื่อในสรรพคุณของสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือถูกข่มขู่ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เป็นต้น ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 68 แสดงความถี่และร้อยละของประสพการณ์การถูกลอกผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ประสพการณ์การถูกลอกผ่านสื่อต่าง ๆ ในปี 2565	ความถี่	ร้อยละ
เคยถูกลอกในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	440	22.00
ไม่ถูกลอกในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา	1,560	78.00

จากตารางที่ 68 ผลการสำรวจพบว่าในปี 2565 ผู้สูงอายุไทย ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงถึง ร้อยละ 22 จึงอาจกล่าวได้ว่า มีผู้สูงอายุประมาณ 1 ใน 5 ของประชากรผู้สูงอายุทั้งหมด ที่ได้รับความสูญเสียจากสื่อหลวง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงร้อยละ 16 ในปี 2564 ที่ผ่านมา พบว่ามีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6

ประสบการณ์การถูกหลอกของผู้สูงอายุไทยในรอบ 1 ปี แบ่งตามคุณลักษณะทางประชากร

การวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อข่าวลวง และเปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรระหว่างผู้ที่ตกเป็นเหยื่อและผู้ที่ไม่ตกเป็นเหยื่อ จะช่วยแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 69

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตกเป็นเหยื่อกับกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อ การหลอกลวง แบ่งตามคุณลักษณะทางประชากร

คุณลักษณะทางประชากร	ถูกหลอก		ไม่ถูกหลอก	
	จำนวน	%	จำนวน	%
ภูมิภาค				
เหนือ 🚩	123	27.95	377	24.17
ตะวันออกเฉียงเหนือ 🚩	124	28.18	376	24.10
กลางและตะวันออก	95	21.59	405	25.96
ใต้	98	22.27	402	25.77
เพศ				
ชาย	192	43.64	753	48.30
หญิง 🚩	248	56.36	807	51.73
ช่วงอายุ				
อายุ 60-69 ปี 🚩	286	65.00	907	58.14
อายุ 70-79 ปี	109	24.77	494	31.67
อายุ 80 ปี ขึ้นไป	45	10.23	159	10.19
ระดับการศึกษา				
ระดับต้น 🚩	245	55.68	989	63.40
ระดับกลาง	115	26.14	389	24.94
ระดับสูง	80	18.18	182	11.67
สถานะทางการเงิน				
สถานะการเงินต่ำ	113	25.68	432	27.69
สถานะการเงินปานกลาง 🚩	254	57.72	911	58.40
สถานะการเงินสูง	73	16.59	217	13.91

จากตารางที่ 69 คุณลักษณะผู้สูงอายุที่พบว่าถูกหลอกลวงจากสื่อ พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อมีสัดส่วนเพศหญิง (ร้อยละ 56.36) สูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 43.64) มีอายุอยู่ระหว่าง 60-69 ปี (ร้อยละ 65.00)

มากที่สุด ซึ่งถือว่ามีสัดส่วนแตกต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุที่มีช่วงอายุระดับกลาง (อายุ 70-79 ปี และระดับมาก (อายุ 80 ปีขึ้นไป) อย่างมาก ส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีการศึกษาในระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) (ร้อยละ 55.68) และมีสถานะการเงินปานกลาง คือ มีรายได้เพียงพอต่อรายจ่าย (ร้อยละ 57.72) สำหรับภูมิลำเนาของผู้สูงอายุ พบว่ามีความแตกต่างกันบ้างแต่ไม่ชัดเจนโดดเด่นเหมือนกับช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสถานะการเงิน โดยพบว่าผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อมากกว่าผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ และภาคกลางและตะวันออก

ประสบการณ์การถูกหลอกของผู้สูงอายุไทยในรอบ 1 ปี แบ่งตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ

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

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตกเป็นเหยื่อกับกลุ่มที่ไม่ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง แบ่งตามพฤติกรรมการใช้สื่อ

พฤติกรรมการใช้สื่อ	ถูกหลอก		ไม่ถูกหลอก		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
สื่อที่เปิดรับในแต่ละวัน					
บุคคล ★	2.78	0.87	2.64	0.88	0.002*
โทรศัพท์	2.65	0.84	2.58	0.84	0.157
วิทยุ	1.59	0.76	1.60	0.86	0.702
สื่อออนไลน์ ★	2.34	1.10	2.11	1.06	0.000*
ประเด็นที่เปิดรับสื่อในรอบสัปดาห์					
สุขภาพ ★	2.66	0.73	2.56	0.86	0.018*
ธรรมะ	2.43	0.83	2.38	0.97	0.265
อาหาร ★	2.52	0.92	2.31	0.89	0.000*
เกษตรกรรม	2.30	0.87	2.27	0.93	0.638
การงาน/อาชีพ ★	2.35	0.92	2.14	0.90	0.000*
ข่าวทั่วไป	3.05	0.75	2.98	0.82	0.074

พฤติกรรมการใช้สื่อ	ถูกหลอก		ไม่ถูกหลอก		P-Value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Sig.
การเมือง	2.45	0.91	2.37	0.97	0.128
การลงทุน/การเงิน	1.73	0.86	1.68	0.84	0.289
บันเทิง ☆	2.74	0.94	2.63	1.01	0.023*
กีฬา ☆	2.23	0.92	2.07	0.95	0.001*

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 70 ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

- 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 และไม่ตกเป็นเหยื่อในการเปิดรับโทรทัศน์ และวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
- ประเด็นการเปิดรับสื่อที่มีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวง ได้แก่ บันเทิง สุขภาพ อาหาร การงาน กีฬา และความเชื่อ
 - 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 ขาวทั่วไป การเมือง การลงทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เรื่องที่ถูกละเมิดผู้สูงอายุถูกละเมิดผ่านสื่อต่าง ๆ ในปี 2565

ผลการวิเคราะห์เรื่องที่ทำให้ผู้สูงอายุไทยถูกละเมิดจนเกิดความสูญเสีย เป็นการสอบถามถึงเรื่องราวที่ทำให้ “กลุ่มผู้สูงอายุที่ถูกละเมิดจนเกิดความสูญเสีย” ตกเป็นเหยื่อการหลอกลวง ประกอบด้วย ประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การซื้อของ ยา/การดูแลสุขภาพ การลงทุน การทำบุญ การช่วยเหลือคนและสัตว์ และการขอให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว โดยรายละเอียดแสดงในตารางที่ 71

ตารางที่ 71 แสดงความถี่และร้อยละของเรื่องที่ถูกละเมิดผ่านสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

ประสบการณ์การถูกละเมิดผ่านสื่อต่างๆ ในปี 2565	ความถี่	ร้อยละ
การซื้อของ	203	46.14
การทำบุญ ช่วยเหลือคน/สัตว์	193	43.86
ยา/การดูแลสุขภาพ	133	30.23
ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว	61	13.86
ทำให้เข้าใจผู้อื่นผิด	51	11.59
การลงทุน	41	9.32
อื่นๆ (เช่น หลอกว่าถูกรางวัล)	36	8.18

หมายเหตุ: คำนวณร้อยละจากผู้ที่มีประสบการณ์ถูกละเมิด จำนวน 440 คน

จากตารางที่ 71 ผลการวิเคราะห์ พบว่า

- เรื่องที่ผู้สูงอายุไทยตกเป็นเหยื่อจากการหลอกลวงผ่านสื่อมากที่สุด 5 อันดับแรก ในปี 2565 ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ การซื้อของที่ไม่มีคุณภาพหรือราคาเกินจริง ร้อยละ 46.14 อันดับที่ 2 คือ การทำบุญ และการช่วยเหลือมนุษยและสัตว์ ร้อยละ 43.86 อันดับที่ 3 คือ การใช้ยาที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธี ร้อยละ 30.23 อันดับที่ 4 คือ การหลอกให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ร้อยละ 13.86 และอันดับที่ 5 คือ การหลอกให้ลงทุน ร้อยละ 9.32

- เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนของผู้สูงอายุที่ตกเป็นเหยื่อระหว่างปี 2564 กับ 2565 พบข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้
 - สัดส่วนเรื่องที่ถูกผู้สูงอายุถูกละเมิดเพิ่มขึ้นมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด คือ ให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลร้อยละ 13.86 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่าปี 2564 เกือบ 4 เท่าตัว (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลร้อยละ 3.75 และปี 2565 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลร้อยละ 13.86)
 - ผู้สูงอายุถูกละเมิดในเรื่องการทำความช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์เพิ่มขึ้นจากปี 2564 อย่างชัดเจน (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการทำความช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์ร้อยละ 34.06 และปี 2565 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการทำความช่วยเหลือมนุษย์และสัตว์ร้อยละ 43.86)
 - ผู้สูงอายุถูกละเมิดในเรื่องการใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธีเพิ่มขึ้นจากปี 2564 เล็กน้อย (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธีร้อยละ 29.06 และปี 2565 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการใช้จ่ายที่ไม่มีสรรพคุณและการดูแลสุขภาพที่ผิดวิธีร้อยละ 30.23)
 - ถึงแม้ว่าผู้สูงอายุในปี 2565 จะมีสัดส่วนผู้ตกเป็นเหยื่อเพิ่มขึ้นเกือบทุกเรื่อง แต่การตกเป็นเหยื่อในเรื่องลงทุน มีสัดส่วนลดลงจากปี 2564 ค่อนข้างมาก (ปี 2564 มีสัดส่วนผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการลงทุน ร้อยละ 20.31 และปี 2565 มีผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อเรื่องการลงทุนเพียง ร้อยละ 9.32)

ประสบการณ์การถูกละเมิดของผู้สูงอายุไทยในรอบ 1 ปี แบ่งตามคุณลักษณะทางประชากร

การวิเคราะห์ประสบการณ์การถูกละเมิดของผู้สูงอายุ แยกตามคุณลักษณะทางประชากร ดังตารางที่ 72

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามคุณลักษณะทางประชากร

คุณลักษณะทางประชากร	ชื่อของ		ทำบุญ		ยา/สุขภาพ		เปิดเผยข้อมูล		เข้าใจผิดผู้อื่น	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ภูมิภาค										
เหนือ	68	33.50	53	12.05	43	32.33	8	13.11	15	29.41
ตะวันออกเฉียงเหนือ	46	22.66	55	12.50	45	33.83	10	16.39	6	11.76
กลางและตะวันออก	44	21.67	47	10.68	21	15.80	24	39.34	17	33.33
ใต้	45	22.17	38	8.64	24	18.05	19	31.15	13	25.49
เพศ										
ชาย	86	42.36	78	17.73	55	41.35	19	31.1	14	27.45

คุณลักษณะทางประชากร	ชื่อของ		ทำบุญ		ยา/สุขภาพ		เปิดเผยข้อมูล		เข้าใจผิดผู้อื่น	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
หญิง	117	57.64	115	26.14	78	58.65	42	68.9	37	72.55
ช่วงอายุ										
อายุ 60-69 ปี	135	66.50	121	27.50	85	63.91	56	91.80	41	80.39
อายุ 70-79 ปี	54	26.60	42	9.55	32	24.06	5	8.20	5	9.80
อายุ 80 ปี ขึ้นไป	14	6.90	30	6.82	16	12.03	-	-	5	9.80
ระดับการศึกษา										
ระดับต้น	99	48.77	107	24.32	75	56.39	24	39.34	19	37.25
ระดับกลาง	65	32.02	45	10.23	30	22.56	28	45.90	20	39.21
ระดับสูง	39	19.21	41	9.32	28	21.05	9	14.75	12	23.53
สถานะทางการเงิน										
สถานะการเงินต่ำ	45	22.17	66	15.00	33	24.81	12	19.67	9	17.65
สถานะการเงินปานกลาง	117	57.64	103	23.41	77	57.89	27	44.26	21	41.18
สถานะการเงินสูง	41	20.20	24	5.45	23	17.29	22	36.07	21	41.18

จากตารางที่ 72 ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

- การถูกหลอกให้ซื้อของไม่มีคุณภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเสี่ยงมากที่สุด อาศัยอยู่ภาคเหนือ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 60-69 ปี มีการศึกษาระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) และมีสถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)
- การถูกหลอกให้ทำบุญ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเสี่ยงมากที่สุด อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 60-69 ปี มีการศึกษาระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) และมีสถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)
- การถูกหลอกให้เชื่อเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ/การใช้ยา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเสี่ยงมากที่สุด อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 60-69 ปี มีการศึกษาระดับต้น (ไม่ได้ศึกษา-ประถมศึกษา) และมีสถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)
- การถูกหลอกให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเสี่ยงมากที่สุด อาศัยอยู่ภาคกลางและตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 60-69 ปี มีการศึกษาระดับกลาง (มัธยมศึกษา-อนุปริญญา) และมีสถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ)
- การถูกหลอกให้หลงเข้าใจผิดผู้อื่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเสี่ยงมากที่สุด อาศัยอยู่ภาคกลางและตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 60-69 ปี มีการศึกษาระดับกลาง มัธยมศึกษา-

อนุปริญญา) และมีสถานะการเงินปานกลาง (เพียงพอ) และสถานะการเงินสูง (เพียงพอและมีเก็บ)
มีสัดส่วนเท่ากัน

5.3 จัดทำจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ “หยุด คิด ถาม ทำ” (กิจกรรมที่ 4 และ 13)

คณะผู้วิจัยได้ประชุมหารือเพื่อกำหนด theme ของจุลสารอิเล็กทรอนิกส์แต่ละฉบับ โดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการสืบค้นข้อมูล (กิจกรรมที่ 1 และ 2) ร่วมกับการพิจารณาให้สอดคล้องสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบันหรือกำลังได้รับความสนใจในสังคมไทยหรือสังคมโลก เพื่อนำเสนอข้อมูลและมุมมองที่เกี่ยวข้องกับสื่อและการรู้เท่าทันสื่อสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยได้มีการจัดทำจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ “หยุด คิด ถาม ทำ” หรือ ICEM E-Bulletin กำหนดออกทุก 3 เดือน เริ่มต้นจากเดือนเมษายน 2565 ถึงมกราคม 2566 รวม 4 ฉบับ ดังนี้

จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 1 ประจำเดือนเมษายน 2565 และเผยแพร่สู่สาธารณะบนเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ในวันที่ 30 เมษายน 2565 ในหัวข้อ “สงคราม...สื่อ ผู้สูงอายุ” โดยนักวิจัยเขียนบทความในฉบับที่ 1 ทั้งหมด 4 เรื่อง ดังนี้

- 1) สังคมสูงอายุไทยกับนิเวศสื่อดิจิทัล...ปรากฏการณ์คู่ขนานสมรภูมิแห่งการบริโภคนิยม
- 2) สื่อหลอกสื่อลวง สงครามใกล้ตัวก่อความสูญเสียในสังคมสูงอายุไทย
- 3) บุพนิมิตแห่งมรรค: หลักธรรมเพื่อสร้างเกราะคุ้มกันภัยของผู้สูงอายุรู้ทันสื่อ
- 4) แนวรบด้านการรู้ทันสื่อ...เหตุการณ์เริ่มเปลี่ยนแปลง

จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม 2565 และเผยแพร่สู่สาธารณะบนเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ในวันที่ 31 กรกฎาคม 2565 ในหัวข้อ “เปรียบเทียบวัฒนธรรมการใช้สื่อของไทยและต่างประเทศ” โดยนักวิจัยเขียนบทความในฉบับที่ 2 ทั้งหมด 6 เรื่อง ดังนี้

- 1) การให้ความช่วยเหลือและบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้สูงอายุในสหราชอาณาจักรและสเปน
- 2) ความสามารถในการใช้สื่อและการเข้าถึงการศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุออสเตรเลีย
- 3) แอฟริกัน เท่าทันข่าวลวง
- 4) ซีรีส์เกาหลี soft power ในสังคมผู้สูงอายุ
- 5) ผู้สูงอายุญี่ปุ่น เขาส่งสวัสดิ์วันจันทร์กันไหมนะ
- 6) "กาลามสูตร" ศาสตร์แห่งการรู้ทันสื่อจากชมพูทวีป

จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 3 ประจำเดือนตุลาคม 2565 และเผยแพร่สู่สาธารณะบนเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ในวันที่ 31 ตุลาคม 2565 ในหัวข้อ “สูงวัยกับธรรมชาติและ การรู้ทันสื่อ” โดยนักวิจัยเขียนบทความในฉบับที่ 3 ทั้งหมด 5 เรื่อง ดังนี้

- 1) ลดโลกร้อนด้วย “เศรษฐกิจพอเพียง” ปรัชญาการดำเนินชีวิตบนฐานของการรู้เท่าทันธรรมชาติและตนเอง

- 2) ความเชื่อและความจริงเรื่อง “ดิน น้ำ ลม ไฟ” ในสื่อที่ผู้สูงวัยต้องเท่าทัน
- 3) น้ำท่วม แผ่นดินไหว ภัยธรรมชาติ ผู้สูงอายุอย่างเรา รับมือกับข่าวอย่างไรให้ปลอดภัย : เรียนรู้จากผู้สูงอายุญี่ปุ่น
- 4) สูงวัยกับธรรมชาติ : รู้ทันสถานการณ์ เท่าทัน Fake News
- 5) เกษียณสดใส ท่องเที่ยวไปอย่างเท่าทัน

จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 4 ประจำเดือนมกราคม 2566 และเผยแพร่สู่สาธารณะบนเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ในวันที่ 31 กรกฎาคม 2565 ในหัวข้อ “มูเตลู การเท่าทันสื่อ” โดยนักวิจัยเขียนบทความในฉบับที่ 4 ทั้งหมด 5 เรื่อง ดังนี้

- 1) “สายมู” กับการรู้เท่าทันสื่อ ความเชื่อหรือเหตุผล?
- 2) ไม่เชื่ออย่าลบหลู่...สู่สายมูเชิงพาณิชย์
- 3) สูงวัยสายมู เรื่องน่ารู้ ก่อนจะมูต้องคิดให้ดี
- 4) ถามอะไรตอบได้ ดูแม่นยังกับตาเห็น...แท้จริงคือปรากฏการณ์ทางจิตวิทยา
- 5) “หยุด คิด ถาม ทำ” คาถาแก้กรรม ที่พิสูจน์ได้ด้วยตนเอง

5.4 สนับสนุน นสส. วัยเพชร ครู ก แต่ละพื้นที่ในการขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ” (กิจกรรมที่ 5)

จากการสนับสนุน นสส. วัยเพชร ครู ก แต่ละพื้นที่ในการขยายผลการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ” รายละเอียดการขยายผลการใช้หลักสูตรฯ มีดังนี้

พื้นที่	จำนวนครั้งที่อบรม	สถานที่อบรม	จำนวนผู้สูงอายุที่เข้าอบรม
สกลนคร	ทางพื้นที่ที่มีการจัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 2 ครั้ง ดังนี้		
	ครั้งที่1 วันที่ 29 มีนาคม 2565	1) โรงเรียนผู้สูงอายุบ้านมะขามป้อม	20 คน
	ครั้งที่2 วันที่ 29 มิถุนายน 2565	2) กลุ่มอาสาสมัครพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ	100 คน

พื้นที่	จำนวนครั้งที่อบรม	สถานที่อบรม	จำนวนผู้สูงอายุที่เข้าอบรม
		มนุษย์ (เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ) (อพมส.)	
กรุงเทพมหานคร	ทางพื้นที่ที่มีการจัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 3 ครั้ง ดังนี้	โรงเรียนผู้สูงอายุ ยานนาวา	50 คน
	ครั้งที่1 วันที่ 3 มิถุนายน 2565		
	ครั้งที่2 วันที่ 17 มิถุนายน 2565		
	ครั้งที่3 วันที่ 30 มิถุนายน 2565		
สุพรรณบุรี	ทางพื้นที่ที่มีการจัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 2 ครั้ง ดังนี้		
	ครั้งที่1 วันที่ 30 พฤษภาคม 2565	โรงเรียนผู้สูงอายุ เฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี	25 คน
	ครั้งที่2 วันที่ 3 สิงหาคม 2565	โรงเรียนผู้สูงอายุ เฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ	28 คน

พื้นที่	จำนวนครั้งที่อบรม	สถานที่อบรม	จำนวนผู้สูงอายุที่เข้าอบรม
		สยามบรมราชกุมารี	
นครศรีธรรมราช	ทางพื้นที่ที่มีการจัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 3 ครั้ง ดังนี้		
	ครั้งที่1 วันที่ 26 สิงหาคม 2565	รีสอร์ทผู้สูงอายุเทศบาลตำบลชะมาย	30 คน
	ครั้งที่2 วันที่ 2 กันยายน 2565		
	ครั้งที่3 วันที่ 23 กันยายน 2565		
พระนครศรีอยุธยา	คณะผู้วิจัยมีการลงพื้นที่จัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 1 ครั้ง ในวันที่ 28 กันยายน 2565	เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย	15 คน
	ทางพื้นที่ที่มีการจัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 2 ครั้ง ดังนี้		
	ครั้งที่1 วันที่ 30 มิถุนายน-1กรกฎาคม 2565	องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านป้อม	20
	ครั้งที่2 3-4 สิงหาคม 2565	เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย	50
	ครั้งที่2 วันที่ 15 ธันวาคม 2565	เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย	50
อ่างทอง	เป็นการจัดอบรมตามการร้องขอของพื้นที่ โดยได้นำ นสส.วัยเพชรครู ก จากยานนาวา ร่วมเป็นวิทยากรขยายผล โดยคณะผู้วิจัยมีการลงพื้นที่จัดอบรมหลักสูตรฯ ทั้งหมด 2 ครั้ง ดังนี้		

พื้นที่	จำนวนครั้งที่อบรม	สถานที่อบรม	จำนวนผู้สูงอายุที่เข้าอบรม
	ครั้งที่1 วันที่ 16-17 มกราคม 2566	อบต.จำปาหล่อ	40 คน
	ครั้งที่2 วันที่ 18-19 มกราคม 2566	อบต.คลองขนาก	30 คน
ปัจจุบัน นสส. วัยเพชร ครู ก และคณะผู้วิจัย ได้ขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่ที่เสร็จสิ้นแล้ว รวมทั้งหมด 458 คน			

จากข้อมูลข้างต้น ไม่มีการดำเนินการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อในพื้นที่ ต.แม่ปูกา อ.สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารท้องถิ่น จึงยังไม่พร้อมดำเนินงาน

อย่างไรก็ตาม ทางโครงการฯ ได้ริเริ่มสร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี และมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ทั้งสองมหาวิทยาลัยนำเอาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อไปปรับใช้ในการทำงานด้านผู้สูงอายุให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่ของตน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้มีการประชุมร่วมกันกับผู้บริหารของมหาวิทยาลัย คณะพยาบาลศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ 2 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 ในวันที่ 21 เมษายน 2565 เป็นการประชุมหารือ ประเด็นการร่วมทำงานเป็นเครือข่ายในการขับเคลื่อนงานด้านการรู้เท่าทันสื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้สูงอายุในท้องถิ่น และครั้งที่ 2 ในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 เป็นการนำเสนอและแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุ และการแนะนำเว็บทำศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยผลจากการประชุม ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี พร้อมทั้งจะนำแนวคิดหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และอุปกรณ์การสอนต่าง ๆ ไปปรับใช้และบูรณาการให้เข้ากับโครงการที่ทางมหาวิทยาลัยมีอยู่แล้ว เช่น การสอนนักศึกษาพยาบาล การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีการดำเนินการ คือ ครั้งที่ 1 ในวันที่ 22 เมษายน 2565 เป็นการประชุมหารือในการดำเนินการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุในท้องถิ่นหรือโรงเรียนผู้สูงอายุที่เป็นเครือข่ายของทางมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และครั้งที่ 2 ในวันที่ 30 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2565 คณะผู้วิจัยได้จัดอบรมหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้กับผู้สูงอายุของโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลบ้านป้อม จำนวน 20 คน องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านป้อม โดยมีคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาร่วมเรียนรู้วิธีการสอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและเป็นผู้ช่วยวิทยากรกระบวนการ ซึ่งเมื่อเสร็จสิ้นการอบรม นอกจากผู้สูงอายุจะมีความรู้และทักษะการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นแล้ว บุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ยังได้แสดงความสนใจใน

การนำหลักสูตรไปปรับใช้ในการสร้างเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุที่อยู่ในเครือข่ายของมหาวิทยาลัยฯ อีกด้วย

5.5 ลงพื้นที่ติดตามการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุต คิต ถาม ทำ” (กิจกรรมที่ 6)

จากการติดตามการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้ “เกมออนไลน์ หยุต คิต ถาม ทำ” ด้วยวิธีการลงพื้นที่และติดตามในรูปแบบออนไลน์ ในพื้นที่ที่ นสส. วัยเพชร ครู ก ได้ดำเนินการขยายผลเสร็จสิ้นแล้ว มีข้อค้นพบเบื้องต้น ดังนี้

1) โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลนครสกลนคร พบว่า นสส. วัยเพชร ครู ก ได้สอนเนื้อหาตามหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อทั้ง 5 บทและได้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ของแต่ละบท อย่างไรก็ตาม จากการติดตามและสังเกตการสอนในพื้นที่ พบว่า วิทยากรหลักบางบทยังไม่สามารถสรุปประเด็นการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียนได้อย่างชัดเจน ส่วนกิจกรรมการเรียนรู้ที่ นสส. วัยเพชร ครู ก ได้มีการวางแผนและปรับปรุงแบบสื่อและกิจกรรมตามความถนัดและบริบทของตน โดยมีการใช้กิจกรรมละครและบทบาทสมมติ (role play) แทนการใช้คลิปตัวอย่าง และยังไม่เห็นถึงการนำเอา “เกมออนไลน์ หยุต คิต ถาม ทำ” มาใช้ประกอบการอบรม

2) โรงเรียนผู้สูงอายุยานนาวา เป็นการติดตามผ่านการพูดคุยกับแกนนำ นสส. วัยเพชร ครู ก ที่เป็นผู้สอนหลักบางคนทางไลน์ พบว่า ได้ปรับเวลาในการสอน 5 บทเรียน ให้เหลือเพียง 4 ชั่วโมง ซึ่งทำให้ผู้เรียนสูงอายุมีเวลาในการคิดน้อยเกินไป อีกทั้งพี่เลี้ยงกลุ่มก็ยังมีจุดอ่อนในการกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมแสดงในกิจกรรม นอกจากนี้ ยังได้ตั้งข้อสังเกตว่า ผู้เรียนสูงอายุไม่ชอบให้ถูกซักถามมากเกินไป ดังนั้น ควรเน้นเรื่องคาถารู้ทันสื่อ หยุต คิต ถาม ทำ เป็นหลัก เพราะสั้น จำง่าย และสามารถนำติดตัวไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เกมออนไลน์ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินหลังจบบทเรียน พบว่า ผู้สูงอายุมีความเข้าใจเรื่องการรู้ทันสื่อสามารถเลือกสถานการณ์ในเกมได้อย่างปลอดภัย

3) โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ อบต.พลับพลาไชย อ.อุทอง สุพรรณบุรี มีการขยายผลกับผู้สูงอายุในชุมชนโดยชักชวนผู้สูงอายุในหมู่บ้าน หมู่ละ 3-4 คน รวมได้ 2 กลุ่ม กลุ่มละ 25 คนแล้วจัดรถรับส่งมายังโรงเรียนผู้สูงอายุ การสอนใช้เวลากลุ่มละ 1 วันเนื่องจากผู้สูงอายุไม่สะดวกมาเรียน 2 วันตามที่หลักสูตรกำหนด จึงปรับให้กระชับขึ้น เกมออนไลน์เป็นปัญหาเนื่องจากผู้สูงอายุไม่ได้ใช้โทรศัพท์ที่มีสัญญาณ WIFI กันทุกคน จึงไม่มีการใช้เกมออนไลน์ในการขยายผลการเรียนรู้ในครั้งนี้ โดยรวมพบว่าทีม นสส. ครู ก ของพื้นที่พลับพลาไชย ใช้ความเข้าใจหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและพูดคุยอธิบายประเด็นต่าง ๆ ให้กับผู้สูงอายุได้ดีพอสมควร

4) รีสอร์ทผู้สูงอายุเทศบาล ต.ชะมาย อ.ทุ่งสง นครศรีธรรมราช ขยายผลไปยังกลุ่มผู้สูงอายุที่หลากหลาย เช่น กลุ่มออกกำลังกาย กลุ่มที่ติดบ้าน กลุ่มติดสังคม กลุ่มที่ยังทำงาน โดยชักชวนให้มาเข้าอบรมหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อที่รีสอร์ทผู้สูงอายุที่เทศบาลชะมาย ขั้นตอนการอบรมใช้เวลา 2 วัน วันละ 4 ชั่วโมง นสส.วัยเพชรครู ก

สามารถอธิบายประเด็นสำคัญของแต่ละบทได้ถูกต้อง มีการประเมินความเข้าใจด้วยการพูดคุยซักถามเมื่อเรียนจบ ไม่มีการใช้เกมออนไลน์ในการอบรม แต่มีการชักชวนให้ผู้สูงอายุที่มีโทรศัพท์และเข้าถึงสัญญาณ WIFI ได้ให้กลับไปเล่นเกมที่บ้านเพื่อทดสอบความเข้าใจ

5.6 ประชุม(ออนไลน์) ร่วมกับโรงเรียนผู้สูงอายุเพื่อวิเคราะห์ประเมินผล และสังเคราะห์ข้อมูลจากการใช้หลักสูตรฯ และเกมออนไลน์ฯ ร่วมกับผลการสำรวจฯ และประชุมทีม(ออฟไลน์) เพื่อสรุปผลข้อมูลจากการประชุมทั้งหมด

การประชุมออนไลน์จัดขึ้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2565 โดยเป็นการประชุมผ่านแอปพลิเคชันไลน์ มีผู้เข้าร่วมประชุมจาก 3 พื้นที่ ได้แก่ พลับพลาไชย สกลนคร ยานนาวา และมีการประชุมออนไลน์กับพื้นที่ชะมาย ในวันที่ 2 กันยายน 2565 โดยมีการวิเคราะห์และสังเคราะห์ประเด็นการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ดังนี้

ความเข้าใจของผู้สอน (นสส. วัยเพชร ครู ก)

- ผู้สอนของโรงเรียนผู้สูงอายุนานนาวา และโรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ พลับพลาไชย เข้าใจจุดมุ่งหมายของแต่ละบทอย่างดี
- ผู้สอนของโรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลสกลนคร ยังไม่แสดงให้เห็นว่าเข้าใจจุดมุ่งหมายของแต่ละบท
- ผู้สอนรีสอร์ทสูงอายุชะมายมีความเข้าใจแก่นของหลักสูตร แต่เมื่อลงไปแต่ละบทยังแยกได้ไม่ชัดเจน

วิธีการสอน

- โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลสกลนคร สอนคนจำนวนมากเกินกำหนด ทำให้ได้ความเข้าใจไม่ทั่วถึง แต่ผู้สอนสามารถใช้ความสนุกสนานดึงความสนใจและการมีส่วนร่วม
- โรงเรียนผู้สูงอายุนานนาวา สอนตามขั้นตอนที่กำหนด แต่ปรับกระชับเวลาให้เร็วขึ้น และตั้งสติก่อนสาร์ท 2 ครั้ง ก่อนบทที่ 1 และ ก่อนบทที่ 4
- โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ พลับพลาไชย สอนตามขั้นตอนที่กำหนด มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินกิจกรรมบางบทให้เข้ากับบริบทผู้เรียนในพื้นที่
- รีสอร์ทสูงอายุชะมาย ขยายเวลาการสอนเป็น 4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 บท ครั้งสุดท้าย 2 บท และเน้นความสนุกสนานทุกครั้ง

สื่อการสอน

- โรงเรียนผู้สูงอายุนานนาวา ใช้สื่อตามที่จัดให้ และใช้เกมออนไลน์ในการประเมินหลังการอบรม
- โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ พลับพลาไชย ใช้สื่อบางส่วน สร้างใหม่บางส่วนให้เข้ากับบริบทพื้นที่

- โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลสกลนคร ไม่ใช่สื่อที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ แต่ปรับเปลี่ยนเป็นการเล่นบทบาทสมมติ
- รีสอร์ทสูงอายุชะมายใช้สื่อตามหลักสูตร แต่ไม่ใช่เกมออนไลน์

การประเมินความเข้าใจผู้เรียน

- ทุกพื้นที่ประเมินด้วยการสังเกตการมีส่วนร่วม พบว่า ผู้เรียนยังไม่รวมออกความเห็นเท่าที่ควร
- โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ พลับพลาไชย แจ้งว่า ผู้สูงอายุไม่กล้าแสดงออก
- โรงเรียนผู้สูงอายุยานนาวา แจ้งว่า ผู้สูงอายุใช้เวลาคิดนาน แต่กิจกรรมต้องกระชับเวลา
- โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลสกลนคร ไม่มีปัญหาเรื่องการมีส่วนร่วม สามารถใช้กิจกรรมกลุ่มได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะจากพื้นที่

- หลักสูตร 5 บท กำหนดให้ใช้เวลาที่ 1.5 วัน ทุกพื้นที่เห็นว่านานเกินไป ควรจัดให้กระชับอยู่ใน 1 วัน หรือ ครึ่งวัน
- บางพื้นที่มีความเห็นว่าการให้ผู้สูงอายุรับความรู้จากบุคคลภายนอก (ทีมมหิดล) จะน่าเชื่อถือกว่าการสอนกันเอง
- นสส. วัยเพชร ครู ก มีความเห็นตรงกันว่าเมื่อต้องมาสอนเองอีกครั้ง ทำให้เกิดความเข้าใจบทเรียนชัดเจนมากขึ้น

จากผลการประชุมสามารถสรุปได้ว่า “หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ” ที่มีการกำหนดเนื้อหาและกิจกรรมรวมถึงสื่อการสอนอย่างละเอียดจำนวน 5 บทนั้น นสส. วัยเพชร ครู ก ของแต่ละพื้นที่มีความเข้าใจเนื้อหาและสามารถถ่ายทอดให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่ได้เรียนรู้ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อได้ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าทุกพื้นที่มีการปรับประยุกต์ เปลี่ยนวิธีการ เปลี่ยนสื่อ กระชับหรือขยายเวลา ตามแต่บริบทของผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่จะเอื้ออำนวย และเกมออนไลน์ หยุค คิด ถาม ทำ ไม่ได้รับความสนใจจากผู้สูงอายุในพื้นที่ต่างจังหวัดมากนัก

คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า นสส.วัยเพชร ครู ก ของแต่ละพื้นที่คือกลไกสำคัญของการขยายผลการถ่ายทอดความรู้เรื่องการรู้ทันสื่อให้กับผู้สูงอายุ เห็นได้จากการที่ทีมครู ก ของแต่ละพื้นที่สามารถปรับประยุกต์การถ่ายทอดความรู้ให้เหมาะกับบริบทได้อย่างดี แสดงให้เห็นว่า ครู ก เป็นกลุ่มคนที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจและเห็นความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้น การเสริมพลังและทักษะการถ่ายทอดให้กับ ครู ก จึงเป็นสิ่งจำเป็นในโอกาสต่อไป

5.7 ประชุมหาแนวทางพัฒนาเกมออนไลน์ชุดที่ 2 (กิจกรรมที่ 8) และพัฒนาเกมออนไลน์ชุดที่ 2 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์จากการใช้สื่อของผู้สูงอายุที่เป็นปัจจุบัน (กิจกรรมที่ 9)

หลังจากได้เผยแพร่เกม STAAS หยุค คิด ถาม ทำ ชุดที่ 1 ซึ่งเป็นเรื่องราวของ “ลุงซุบ” จำนวน 4 ตอน คณะผู้วิจัยติดตามสังเกตการณ์และสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน ประกอบกับข้อมูลจากการถอดบทเรียนโครงการที่ผ่านมา

และข้อเสนอแนะของท่านผู้ทรงคุณวุฒิในงานเปิดตัวศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในปี 2565 สามารถสรุปได้ว่า เกม STAAS มีความน่าสนใจในระดับหนึ่ง และยังมีช่องว่างให้ปรับปรุงในเรื่องของภาพ เสียง และความกระชับของเรื่องราวในแต่ละตอน คณะผู้วิจัยและทีมผลิตเกมจึงเริ่มประชุมเพื่อหาแนวทางพัฒนาเกมในชุดที่ 2 โดยตั้งเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนเรื่องในเกมให้มากขึ้น โดยให้มีความสั้นกระชับ ใช้ภาพและเสียงที่เหมาะสมกับเรื่องราวและยุคสมัยยิ่งขึ้น

เกม STAAS หยุด คิด ถาม ทำ ในชุดที่ 2 นี้ จะเป็นเรื่องราวของ “น้าแมว” เป็นสตรีวัยเกษียณตอนต้น (60-65 ปี) ที่จะได้พบกับเรื่องราวที่ต้องใช้ทักษะการรู้ทันสื่อในสถานการณ์ต่าง ๆ จำนวน 6 เรื่อง สถานการณ์จะเกิดขึ้นที่บ้าน และสถานที่ต่าง ๆ ในชุมชน สื่อที่เข้ามาถึงน้าแมวจะมีทั้งจากสื่อบุคคลและสื่อออนไลน์ ภาพตัวละครทุกตัวจะปรับให้ทันสมัยมากขึ้นและสามารถเคลื่อนไหวได้บางส่วน ในส่วนของผู้เล่นเกม การฝึกทักษะ หยุด คิด ถาม ทำ จะใช้ข้อมูลและคำถามที่สั้นกระชับขึ้น โดยผู้เล่นจะไม่ต้องเสียเวลาในการอ่านหรือฟังข้อมูลที่ยาวเกินไป และการประเมินความรู้จะมีสัญลักษณ์เป็นรูปเพชรที่ผู้เล่นจะต้องเก็บสะสมให้ครบทั้ง 4 เม็ด แทนทักษะ หยุด คิด ถาม ทำ

เรื่องราวใหม่ของเกมชุดที่ 2 นี้ ได้เพิ่มสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุมีโอกาสตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดีอีก 6 เรื่อง ได้แก่

1) ไปทำงานเมืองนอก เป็นสถานการณ์ที่หลานชายสนใจข้อความโฆษณาเชิญชวนไปทำงานต่างประเทศแล้วมาบริษัชน้าแมว ซึ่งหากไม่ตรวจสอบให้ดีหลานอาจโดนหลอกไปทำงาน call center

2) เลี้ยงเปิดเอ็นเอฟที เป็นเรื่องที่น้าแมวได้รับข้อความจากเพื่อนให้ลองเล่นเกมออนไลน์ซึ่งต้องมีการโอนเงินจริงเพื่อซื้อของในเกม หากไม่ตรวจสอบอาจเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพออนไลน์หลอกให้โอนเงินจนหมดตัวได้

3) ตำรวจตรวจบ้าน เป็นสถานการณ์ที่มีชายแต่งกายเป็นตำรวจมาขอข้อมูลส่วนตัวถึงหน้าบ้านน้าแมว หากยอมให้ข้อมูลเพราะกลัวเครื่องแบบโดยไม่ตรวจสอบก่อนอาจถูกหลอกเอาข้อมูลไปสร้างความเสียหายได้

4) งานบุญ น้าแมวมาทำบุญที่วัดแล้วพบกับเด็กสาวร้องขอให้ช่วยโดยอ้างว่าพ่อป่วยหนักต้องสร้างพระจึงจะคลี่คลาย น้าแมวอาจถูกหลอกได้หากไม่ตรวจสอบกับผู้เกี่ยวข้องเรื่องการสร้างพระให้ชัดเจนเสียก่อน

5) คาสีโนออนไลน์ เหตุการณ์ในตลาดที่มีคนรุ่มล้อมฟังเรื่องราวของแม่ค้าคนหนึ่งที่ว่ารวยจากการเล่นคาสีโนออนไลน์ น้าแมวจะคล้อยตามแม่ค้าคนนี้หรือไม่

6) จิตอาสา เป็นเหตุการณ์ที่ใช้ความเป็นคนมีน้ำใจดีของน้าแมวมาชวนให้ไปทำงานจิตอาสาโดยต้องกรอกข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสมัครเป็นจิตอาสา หากไม่มีการตรวจสอบน้าแมวอาจถูกผู้ไม่หวังดีเอาข้อมูลไปสร้างความเสียหายได้

เนื่องจากการพัฒนาเกมมีขั้นตอนที่ต้องใช้เวลานาน ทำให้เกมออนไลน์ชุดที่ 2 ออกมาให้เล่นได้จริงในช่วงปลายปี 2565 เป็นเวอร์ชันแรกที่ยังต้องมีการปรับ จนกระทั่งสมบูรณ์ในเวอร์ชัน 2.0.1 สามารถดาวน์โหลดได้ทั้ง

ระบบ android และ iOS ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2566 และคณะผู้วิจัยจะติดตามประเมินการใช้เกมออนไลน์ชุดที่ 2 ต่อไป

5.8 ประชุมออกแบบการอบรมผู้สอน (นสส. วัยเพชร ครู) หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (กิจกรรมที่ 10) จัดอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (กิจกรรมที่ 11) และประชุมวิเคราะห์และประเมินผลการอบรม (กิจกรรมที่ 12)

5.8.1 ประชุมออกแบบการอบรมผู้สอน : จากการประชุมวิเคราะห์ประเด็นการขยายผล (ข้อ 5.7) แล้ว คณะผู้วิจัยหารือสรุปประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณาการพัฒนาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ดังนี้

- 1) เนื้อหา – เนื้อหาหลักสูตรคงเดิมได้ ไม่เป็นปัญหา
- 2) ระยะเวลา - เป็นปัญหาใหญ่ เนื่องจากผู้สูงอายุไม่ใช้เวลากับเรื่องใดนาน และมีภาระประจำวันที่ต้องกังวล /ควรพิจารณาปัญหาจากมุมมองผู้สอนด้วยที่อาจไม่สะดวกในการสอน 2 วันติดกัน / โรงเรียนส่วนใหญ่จะมาเรียนสัปดาห์ละ 1 วัน หรือ 2 วันแบบไม่ต่อกัน
- 3) วิธีการ - ปัญหาบทบาทของวิทยากรหลักและพี่เลี้ยงกลุ่ม วิทยากรหลักและพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม ต้องเข้าใจเนื้อหาและเป้าหมายการเรียนรู้ของแต่ละบทเท่ากัน เพียงแต่ทำหน้าที่ต่างกัน
- 4) สื่อ - ไม่เป็นปัญหา สามารถใช้บทบาทสมมติช่วยในกรณีที่ไม่มีเครื่องมือ
- 5) ความเข้าใจ/การมีส่วนร่วมของผู้เรียน – เป็นปัญหาที่ต้องเสริมทักษะให้ผู้สอนสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนกล้าแสดงความคิดเห็น

ดังนั้น สิ่งที่ต้องมีในการอบรมผู้สอนชุดใหม่

- 1) เนื้อหา 5 บทคงเดิม (อาจมีพิจารณาปรับจากหลักสูตร MIL ของ UNESCO 2021 และเพิ่มเติมเรื่องการเฝ้าระวัง)
- 2) พิจารณาปรับระยะเวลาให้สั้นลง - โดยแบ่งแนวคิดของหลักสูตรเป็น 2 ส่วน คือ บทที่ 1-2-3 เป็นส่วนของ “อันตรายจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ” และบทที่ 4-5 เป็นส่วนของ “เครื่องมือป้องกันอันตราย” โดยให้น้ำหนัก 2 ส่วน เท่ากับ 40 : 60
- 3) เสนอแนวการถ่ายทอดแบบย่อ โดยใช้คาถา “หยุด คิด ถาม ทำ” เป็นกรอบการสอน อธิบายด้วยความเข้าใจจากบทที่ 1 – 4
- 4) ผู้สอนทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจทุกบทเท่ากัน แล้วจึงแยกไปเป็นวิทยากรหลักและพี่เลี้ยงประจำกลุ่ม และต้องมีหลักการดึงการมีส่วนร่วมที่ผู้สอนทุกคนจะสามารถเอาไปใช้ได้จริง

5.8.2 การจัดอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2) พร้อมทั้งเสริมทักษะผู้สอนให้กับ นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 1 ซึ่งเป็นผู้ที่สมัครใจและพร้อมที่จะทำหน้าที่เป็นผู้สอนของแต่ละพื้นที่ ดังนี้

พื้นที่เดิม 4 พื้นที่ ได้แก่

- โรงเรียนผู้สูงอายุยานนาวา กรุงเทพมหานคร จัดอบรมเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2565 โดยมีผู้เข้ารับการอบรมรวมทั้งหมด 21 คน แบ่งเป็นนสส. วัยเพชรครู ก รุ่นที่ 1 จำนวน 12 คน และ นสส.วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 จำนวน 9 คน
- โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลสกลนคร สกลนคร จัดอบรมเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2565 โดยมีผู้เข้ารับการอบรมรวมทั้งหมด 23 คน แบ่งเป็นนสส. วัยเพชรครู ก รุ่นที่ 1 จำนวน 7 คน และ นสส.วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 จำนวน 16 คน
- โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ พลับพลาไชย สุพรรณบุรี จัดอบรมเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2565 โดยมีผู้เข้ารับการอบรมรวมทั้งหมด 32 คน แบ่งเป็นนสส. วัยเพชรครู ก รุ่นที่ 1 จำนวน 14 คน และ นสส.วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 จำนวน 18 คน
- รีสอร์ทสูงอายุชะมาย นครศรีธรรมราช จัดอบรมเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2565 โดยมีผู้เข้ารับการอบรมรวมทั้งหมด 23 คน แบ่งเป็นนสส. วัยเพชรครู ก รุ่นที่ 1 จำนวน 12 คน และ นสส.วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 จำนวน 11 คน

พื้นที่ใหม่ 1 พื้นที่ คือ โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลตำบลเชียงรากน้อย พระนครศรีอยุธยา จัดอบรมเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2565 โดยมีผู้เข้ารับการอบรมรวมทั้งหมด 15 คน
ดังนั้น มีจำนวนผู้สูงอายุที่ได้รับการอบรมเป็นผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2) รวมทั้งหมด 69 คน และ นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 1 รวมทั้งหมด 45 คน

5.8.3 ประชุมวิเคราะห์และประเมินผลการอบรม

หลังจากการลงพื้นที่อบรมผู้สอนในแนวทางใหม่ พบว่า นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 1 และ 2 ให้ความสนใจและรู้สึกสบายใจขึ้นที่ได้มีทางเลือกให้การสอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การปรับวิธีการสอนตามที่คณะผู้วิจัยนำเสนอในครั้งนี้จะใช้ได้ดีกับ ครู ก เดิม (รุ่นที่ 1) ที่มีความเข้าใจหลักสูตรฉบับเต็มเป็นพื้นฐานอย่างดี แต่สำหรับผู้สอนรุ่นใหม่ในแต่ละพื้นที่คัดกรองเข้ามาอบรมในครั้งนี้ ควรต้องมีความเข้าใจหลักสูตรฉบับเต็ม ได้ฝึกฝนการถ่ายทอดเต็มรูปแบบทั้ง 5 บท แล้วจึงนำแนวคิดจากการอบรมครั้งนี้ไปปรับใช้ต่อไป

5.9 เวทีเสวนาวิชาการในรูปแบบ Hybrid (กิจกรรมที่ 14)

การจัดเสวนา “ทิศทางการขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อผู้สูงอายุไทยอย่างยั่งยืน” เป็นการเสวนาที่จัดขึ้นพร้อมกับงานแถลงข่าวภายใต้หัวข้อ “ผู้สูงวัย (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเฟคนิวส์” ในวันที่ 27 มกราคม 2566 ณ โรงแรมสยาม@สยาม ได้เชิญเครือข่ายการทำงานที่ผ่านมาเข้ามาร่วมสะท้อนความคิดเห็นการขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ เครือข่ายมีฝ่ายปฏิบัติและฝ่ายสนับสนุน ได้สะท้อนมุมมองและให้ข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

ฝ่ายปฏิบัติการ ได้แก่ ผู้แทนจากพื้นที่ดำเนินโครงการ ได้แก่

- 1) นายลิขิต ลิ้มสรวย ผู้จัดการโรงเรียนผู้สูงอายุเขตนานนา กรุงเทพมหานคร
 - 2) นางสาวศิริลักษณ์ ศรีส่าง เลขานุการโรงเรียนผู้สูงอายุเขตนานนา กรุงเทพมหานคร
 - 3) นายพิรศักดิ์ มาตรศรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อ.อุทอง สุพรรณบุรี
 - 4) นางสุพัตรา มาตรศรี เลขานุการโรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ อบต.พลับพลาไชย อ.อุทอง สุพรรณบุรี
 - 5) นายสมชาย แก้วกำยาน นักพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ รีสอร์ผู้สูงอายุเทศบาล ต.ชะมาย อ.ทุ่งสง นครศรีธรรมราช
 - 6) นายนครินทร์ กะจันทิพย์ นักพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ รีสอร์ผู้สูงอายุเทศบาล ต.ชะมาย อ.ทุ่งสง นครศรีธรรมราช
 - 7) นายเอกลักษณ์ นวลรัตน์ นักพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาล ต.เชียงรากน้อย อ.บางปะอินพระนครศรีอยุธยา
- นายอนุพงศ์ ทองจันทร์ ผู้ช่วยบรรณารักษ์ โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาล ต.เชียงรากน้อย อ.บางปะอินพระนครศรีอยุธยา

โดยได้มีการแลกเปลี่ยนในประเด็นต่อไปนี้

- การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ พบว่า ผู้แทนจากโรงเรียนผู้สูงอายุข้างต้นสะท้อนว่า ผู้สูงอายุตระหนักถึงการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด มีความระวังตัวมากขึ้นเมื่อได้รับข่าวสาร มีการเฝ้าระวัง เตือนกันเอง และ แשר น้อยลง “ถาม” มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การใช้คาถา “หยุด คิด ถาม ทำ” ถูกปลูกฝังในความรู้สึก ของนสส.วัยเพชร ครู ก
- นสส.วัยเพชร ครู ก มีความภาคภูมิใจในความเป็นผู้สอน ที่มีลูกประจำคาถารู้ทันสื่อ เข้มกวดและสื่อแสดงถึงความเป็น นสส. วัยเพชร ครู ก ซึ่งจะใช้สัญลักษณ์เหล่านี้ทุกครั้งที่ในการส่งต่อความรู้ในชุมชน
- ความต้องการด้านการเสริมพลัง พบว่า การเสริมศักยภาพ “นสส. วัยเพชร ครู ก” เป็นประเด็นสำคัญของทุกพื้นที่ เนื่องจาก ครู ก เดิมมีอายุมากขึ้นจึงต้องการให้มีการสร้าง ครู ก รุ่นใหม่

เพิ่มขึ้น โดยต้องการให้เสริมทักษะด้านการเป็นวิทยากร ด้านการถ่ายทอดเนื้อหา ต้องการแรงกระตุ้นเสริมความภาคภูมิใจให้ครู ก. ที่ได้สร้างประโยชน์แก่ผู้สูงอายุในชุมชน

- ผู้แทนฯ ได้สะท้อนว่า ผู้สูงอายุในชนบทมีความแตกต่างกับผู้สูงอายุในเมือง โดยเฉพาะทักษะการใช้สื่อ จึงต้องการเสริมพลังในประเด็นการป้องกันและเฝ้าระวัง (ซึ่งทางโครงการฯ จะเพิ่มเนื้อหาเรื่องการเฝ้าระวังในการปรับปรุงหลักสูตรต่อไป)
- เครือข่ายทั้งหมดยังยินดีร่วมดำเนินงานในโครงการฯ โดยได้บรรจุหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อไว้ในนโยบายระดับท้องถิ่น หรือหลักสูตรของโรงเรียนผู้สูงอายุที่ดูแล และพร้อมที่จะหางบประมาณสนับสนุนกิจกรรมตามบริบทของแต่ละพื้นที่ต่อไป

ฝ่ายสนับสนุนการขับเคลื่อนงาน ได้แก่ ผู้แทนจากกรมกิจการผู้สูงอายุ บริษัททำมาปิ่น และสำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้แก่

- 1) นางสาวอาภา รัตนพิทักษ์ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมสวัสดิการและคุ้มครองสิทธิผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ
- 2) นางสาวอารมย์ ชื่นคล้าย ผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารองค์กร กรมกิจการผู้สูงอายุ
- 3) นางสาวนาดยา แจ้งอุบล นักสังคมสงเคราะห์ชำนาญการ กรมกิจการผู้สูงอายุ
- 4) นางสาวปาริชาติ สุวรรณราช นักพัฒนาสังคมชำนาญการ กรมกิจการผู้สูงอายุ
- 5) นายกฤตณ พรหมเสน กรรมการเลขานุการ บริษัททำมาปิ่น
- 6) นางสาวยุวดี งามวิทย์โรจน์ นักวิเคราะห์และบริหารโครงการ สำนักสร้างเสริมระบบสื่อและสุขภาวะทางปัญญา และฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้แก่ นางสาวจิตติพร โยทพัทธ์ นางสาวณิชากัทร อินทรกล่อม นางสาวศศิพิมพ์ภาม ไสกันธิก และ นายสรายุทธ ยมราช

โดยผู้เข้าร่วมเสวนาทั้งหมดให้ข้อมูลในการสนับสนุนการขับเคลื่อนงาน ดังนี้

- กรมกิจการผู้สูงอายุ มีจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MoU) กับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล โดยจะบรรจุเรื่องหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ ในปีงบประมาณ 2567 ส่วนในปี 2566 นี้ มีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการสร้าง “หลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ” ที่ได้แต่งตั้งให้คณะผู้วิจัยเป็นคณะอนุกรรมการดำเนินงานพัฒนาหลักสูตรดังกล่าว โดยขอให้เน้นเป็นหลักสูตรที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงง่าย
- ทำมาปิ่น จะเป็นฝ่ายสนับสนุนการขยายผลการใช้หลักสูตรที่ปรับปรุงใหม่ในพื้นที่ที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ

- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สนับสนุนทุนในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยมองเห็นความเชื่อมโยงประสานพลัง 3 ฝ่ายอย่างชัดเจน ได้แก่ (1) ฝ่ายวิชาการ โดยคณะผู้วิจัยของศูนย์ ICEM (2) ฝ่ายพื้นที่ ได้แก่ ทำมาปิ่น สามารถผลักดันให้เกิดงานในระดับจังหวัดได้ และ (3) ฝ่ายนโยบาย ก็ได้เชื่อมกับกรมกิจการผู้สูงอายุซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายผู้สูงอายุระดับชาติ ทั้งนี้ ผู้แทนจาก สสส. ให้ข้อสังเกตว่า ควรยกระดับ นสส.วัยเพชร ครู ก ให้เป็นเครือข่ายเฝ้าระวัง โดยควรมี ครู ก ที่ไม่ใช่ผู้สูงอายุร่วมด้วย

บทสรุปจากงานเสวนา “ผู้สูงวัย (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเฟคนิวส์” พบว่า การสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุในสังคมไทยเป็นงานสำคัญที่ “หยุดไม่ได้” โดยมี ครู ก เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญกับการเสริมศักยภาพ ครู ก ให้มีความพร้อมในทุกด้านในอันที่จะผลักดันให้ผู้สูงอายุในสังคมไทยอยู่ได้อย่างมีสติและปลอดภัย

5.10 จัดทำฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก (กิจกรรมที่ 15)

การจัดทำฐานข้อมูล นสส.วัยเพชร ครู ก เป็นการรวบรวมข้อมูลผู้ที่ผ่านการอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และมีความเป็นไปได้ในการเป็นผู้ถ่ายทอดบทเรียนให้กับผู้สูงอายุท่านอื่น ๆ ในพื้นที่ โดย นสส.ครู ก ที่มีรายชื่อในฐานข้อมูลจะได้รับการพัฒนาทักษะการสอนจากโครงการอย่างต่อเนื่อง ข้อมูล ครู ก ในปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

1) ฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก โรงเรียนผู้สูงอายุยานนาวา กรุงเทพมหานคร

ลำดับ	คำนำหน้า	ชื่อ	นามสกุล	บทบาท	การศึกษา	ศาสนา
1	นาย	ลิขิต	ลิ้มสรวย	ผู้จัดการโรงเรียน	ปริญญาตรี	พุทธ
2	นางสาว	ศิริลักษณ์	ศรีสล่าง	เลขาผู้จัดการโรงเรียน	ปริญญาตรี	พุทธ
3	นางสาว	สุวรรณา	สอนกระต่าย	พี่เลี้ยงนสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
4	นางสาว	สุวิมล	พิรพัฒน์ดิษฐ์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
5	ร้อยตรี	ชัชวาลย์	รังสิกรณ์	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษาตอนต้น	พุทธ
6	นาง	สุจิตรา	ทิพย์สุข	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
7	นางสาว	รัตนา	ศิริวัฒน์โยธิน	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	พุทธ

8	นาย	วิทยา	ปิยะวิโรจน์	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
9	นางสาว	บุญรื้อ	รักธงไทย	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
10	นางสาว	คณินนิตย์	เจริญศิริ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
11	นางสาว	จิตานันท์	เอื้อสุขกุล	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	พุทธ
12	นางสาว	กัลยา	มั่งทวิพงษ์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
13	นาง	พรรณวดี	พรหมโสภี	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	คริสต์
14	นางสาว	กุสุมา	ไพล่ไพบุลย์	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
15	นาง	ทิพวรรณ	พุทธชาติเสวี	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
16	นางสาว	บุปผา	คงธนสุนทร	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
17	นาย	ประพันธ์	เกษรสังข์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
18	นาย	พิพัฒน์พร	บุญสอน	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
19	นางสาว	ยุพิน	พานงเหลื่อม	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
20	นางสาว	กัลยากร	พานิชวรพันธ์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
21	นางสาว	วิริยา	ภูทอง	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ
22	นาย	กิตติ	ลิมปกาญจน์เวช	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
23	จ.ส.ต.หญิง	ฉัฐชนก	ปานรสทิพย์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
24	นาง	ชนัญญัก	ดีหลกเจริญ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	พุทธ
25	นาง	สุพรรณิ	แซ่ก	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
26	นาง	จรัสพร	สิทธิบุตร	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
27	นาง	สุวิมล	สุนทรเอกจิต	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	คริสต์

28	นาง	พิมพ์	แดงผ่องศรี	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
29	นาง	ฉวีวรรณ	วานิชย์รัตนา	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ

2) **ฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลตำบลเชียงรากน้อย จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา**

ลำดับ	คำนำหน้า	ชื่อ	นามสกุล	บทบาท	การศึกษา	ศาสนา
1	นาย	เอกลักษณ์	นวลรัตน์	นักพัฒนาชุมชน ปฏิบัติการ/ผู้ ประสานงาน	ปริญญาโท	พุทธ
2	นาง	อัมพร	บุญเรือง	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
3	นาย	ทองพูน	บุญจันทร์	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
4	นาง	นันท์นิธิ	แก้วสวัสดิ์	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
5	นาง	สุชิน	นัยรัมย์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
6	นาง	อารีรัตน์	งานเนียม	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
7	นาง	นันทวรรณ	ลออวิไล	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	พุทธ
8	นาง	นวพร	คลังทอง	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
9	นาง	วีณา	มันคง	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	พุทธ
10	นาง	กฤตยาภัทร	รุจิเมธ	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ

11	นาง	อรทัย	ขวัญเพชร	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
12	นางสาว	ญาณตา	เลี้ยงสุข	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ
13	นาง	นพวรรณ	ภารสาร	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
14	นาง	กานต์รวี	จรรยาพิรุณ	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
15	นาง	สมใจ	เครือนาถ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
16	นาง	ภาวิมล	พันธุ์รา	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ

3) ฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา จังหวัดสุพรรณบุรี

ลำดับ	คำนำหน้า	ชื่อ	นามสกุล	บทบาท	การศึกษา	ศาสนา
1	นาย	พิระศักดิ์	มาตรศรี	นายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลพลับ พลาไชย	ปริญญาตรี	พุทธ
2	นาง	สุภัทรา	มาตรศรี	เลขานายกฯ/พี่เลี้ยง นสส.วัยเพชร	ปริญญาตรี	พุทธ
3	นาง	ภัสสรศศิริ	เพิ่มทองคำ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
4	นาย	บุญเกื้อ	พุกยงค์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
5	นาย	ภวัต	ชมยินดี	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
6	นาย	เข้ม	บวบมี	นสส.วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
7	นาย	พยนต์	อ่อนกลิ่น	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	พุทธ
8	นาง	ปอหลุน	สร้อยระย้า	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
9	นาง	กุลรภัส	ขุนเศรษฐี	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
10	นาง	จิมลิ้ม	ปิยะวัฒนานนท์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
11	นาง	นภาลัย	บวบมี	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ

12	นาง	เฉลิมพร	เสาร์เพ็ชร	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
13	นางสาว	ปถมภรณ์	สุขสะอาด	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
14	นางสาว	ณัชพิมพ์	ขวัญเพิ่มทองคำ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
15	นาง	นวลจันทร์	อ่อนกลิ่น	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
16	นาง	เลียง	พันธุ์สวรรค์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
17	นาย	บุญพริ้ง	นาควงษ์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
18	นาง	สวรรค์	บุญมาดี	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
19	นาง	นารี	วงศ์ละคร	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
20	นาย	สิงหาญ	ลิขันโต	นสส.วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
21	นาง	ชญาณ์พิมพ์	หงษ์เวียงจันทร์	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ
22	นาง	สุธารา	จันทร์โชติ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
23	นาง	ประนอม	โพธิ์ตระกูล	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ

4) **ฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก โรงเรียนผู้สูงเทสบาลนครสกลนคร จังหวัดสกลนคร**

ลำดับ	คำนำหน้า	ชื่อ	นามสกุล	บทบาท	การศึกษา	ศาสนา
1	นางสาว	ภัทริยากร	คะอังกู	ผอ.กองสวัสดิการ สังคม/พี่เลี้ยง นสส. วัยเพชร	ปริญญาโท	พุทธ
2	นางสาว	นิตยา	ทีคองอิน	พี่เลี้ยง นสส.วัยเพชร	ปริญญาตรี	พุทธ
3	นาง	รินทนา	ผลวิเชียร	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
4	นาง	กาญจนา	สอนคะ	นสส.วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
5	นางสาว	เตือนใจ	จันทร์สันเทียะ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
6	นาง	อุ้นเรือน	เผือกพงษ์	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
7	นางสาว	ศิริลักษณ์	กูบกระโทก	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	พุทธ
8	นาง	ศรินญา	กุศลเฉลิมวิทย์	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
9	นาง	กุหลาบทอง	ปัญญาสาร	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ

10	นาง	กัญญชูลีกุล	บุญมาก	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	พุทธ
11	นาง	ประพันธ์ศรี	ไชยโพธิ์	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
12	นาง	พนมวรรณ	ทองแสง	นสส. วัยเพชร ครู ก	อนุปริญญา	พุทธ
13	นาง	กรรณิกา	องอาจ	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
14	นาง	กิตติยา	ภักดีสุวรรณ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ
15	นาง	อุไรวรรณ	กฤษณะเศรณี	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร ผู้ช่วยพยาบาล	พุทธ
16	นาง	สุวรรณี	วิรงค์	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
17	นาง	มาลินี	สาขามูละ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
18	นาง	อุไรวรรณ	บุญตาท้าว	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
19	นาย	บุญส่ง	จิตรรัมย์	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
20	นาง	ภัทรพร	พงษ์เสือ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ
21	นางสาว	กิ่งแก้ว	การวรรณธง	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
22	นางสาว	นัยนา	ทองสอดแสง	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	พุทธ
23	นาง	ศรีสมร	พรมดอนก่อ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
24	นาย	วีระพงษ์	หารธงไชย	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ
25	นาง	นิตยา	สีการัง	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
26	นาง	สมคิด	มูลตรีสา	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
27	นาง	อุลาวัน	ด้วงคำจันทร์	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
28	นางสาว	ธันย์สิตา	พิพัฒน์ธนภัค	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ

29	ร.ต.	ประยงค์	ปัสสาคำ	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนต้น	พุทธ
30	นางสาว	ศุกลรัตน์	ใจอ่อน	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
31	นางสาว	จุไรรัตน์	มาชานันท์	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
32	นางสาว	วิภาพร	อรรัฐ	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
33	นาง	อัจฉรา	ละคร	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	พุทธ
34	นาง	นิญดา	มูลทองคำ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาโท	พุทธ

5) ฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก รีสอร์ทผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ลำดับ	คำนำหน้า	ชื่อ	นามสกุล	บทบาท	การศึกษา	ศาสนา
1	นาย	นครินทร์	กลิ่นทิพย์	พี่เลี้ยงนสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
2	นาย	อนิวัต	ชูสิทธิ์	พี่เลี้ยงนสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
3	นาย	สุจินต์	แสงเงิน	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
4	นาย	อำพล	พุทธศาสน์	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
5	นาง	สงวนศรี	แสงเงิน	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	พุทธ
6	นาง	สมบุญ	ศรีพัฒนพิบูล	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
7	นาง	อำไพ	เรืองจรัส	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
8	นาง	ประคอง	คงขาว	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
9	นางสาว	ณภัทร	ทองคำชุม	นสส. วัยเพชร ครู ก	ปริญญาตรี	พุทธ
10	นางสาว	ยาใจ	พิกุลงาม	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
11	นาง	อารีย์	นาคสีทอง	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ

12	นาง	วนิดา	มณีโชติ	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประกาศนียบัตร ครู	พุทธ
13	นาง	สุดารัตน์	สิงห์คีประภา	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
14	นาง	ฤดีมาศ	ไชยสร	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
15	นาง	มาลัย	ดวงทอง	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
16	นาง	ประทุมทิพย์	คำแหง	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
17	นาย	สาโรจน์	เพชรสีทอง	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
18	นาง	จวน	เกื้อภักดี	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
19	นาง	สงบ	เทพนิช	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
20	นาง	ธรีณี	ไชยสร	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
21	นาง	ปราณี	รอดภัย	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
22	นาง	เสาวลักษณ์	ชาญอาวุธ	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ
23	นาง	รสสุคนธ์	สินเย็น	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
24	นาง	วีระ	หอมหวล	นสส. วัยเพชร ครู ก	ประถมศึกษา	พุทธ
25	นาง	สุรีย์	หอมละเียด	นสส. วัยเพชร ครู ก	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พุทธ

5.11 ถอดบทเรียนและประเมินผล (กิจกรรมที่ 16)

คณะผู้วิจัยได้ประชุมถอดบทเรียนและประเมินผลโครงการเมื่อวันที่ 29-31 มกราคม 2566 โดยมีประเด็นถอดบทเรียนครอบคลุมการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์โครงการในปีนี้ และการทำงานกับเครือข่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.11.1 การถอดบทเรียนและประเมินผลตามวัตถุประสงค์โครงการ

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยโครงการฯ ได้มีการดำเนินงานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ได้แก่

- 1) บทความเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ที่เกิดจากการทบทวนและสังเคราะห์งานวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 30 บทความ นำเสนอในเว็บท่าศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM) <https://www.iceml.org/> ภายใต้เมนู คลังความรู้ - รู้ทันสื่อ รู้ทันโลก
- 2) บทความสั้นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในสถานการณ์ปัจจุบัน จำนวนทั้งสิ้น 20 บทความ นำเสนอผ่านจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ เผยแพร่รายไตรมาส ผ่านทางเว็บท่าศูนย์วิชาการฯ <https://www.iceml.org/> ภายใต้เมนู คลังความรู้ - ICEM E-Bulletin
- 3) แบบสำรวจมาตรฐานสำหรับประเมินสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย
- 4) ผลการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยปี 2565
- 5) การนำเสนอผลการสำรวจฯ ในเวทีแถลงข่าว ผู้สูงวัย (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเพคนิวส์ฯ เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2566 และเผยแพร่ทางเว็บท่าศูนย์วิชาการฯ <https://www.iceml.org/> ภายใต้เมนู คลังความรู้ - หนังสือและบทความ

ทั้งนี้ จากการประเมินผลการดำเนินงานในการเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการของศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ พบว่า สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บท่า จำนวนกว่า 15,000 คน มีผู้อ่านบทความสั้นใน ICEM E-Bulletin แสดงความชื่นชมรวมถึงให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อทีมงาน นอกจากนี้ ผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ก็ได้ให้มุมมองที่แตกต่างจากผลการสำรวจในปี 2564 อย่างน่าสนใจ ซึ่งสาเหตุหนึ่งคือ สภาพสังคมในช่วงปี 2565 ผ่อนคลายจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ผู้สูงอายุมีการปฏิสัมพันธ์และใช้สื่อบุคคลมากเป็นอันดับแรก ดังนั้น คณะผู้วิจัยยังคงต้องติดตามเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างต่อเนื่องในปีต่อไป เพื่อสะท้อนถึงแนวโน้มสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อที่สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะทำให้ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ สื่อ และการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติสามารถวางแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนงานเชิงรุก ในลักษณะของการป้องกันหรือสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย ได้มีการดำเนินงานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ได้แก่

- 1) การสนับสนุนให้ นสส.วัยเพชร ครู ก ขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ซึ่งสามารถขยายผลเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อได้ทั้งสิ้น 458 คน โดยครู ก ส่วนใหญ่ใช้แนวทางการสอนรวมถึงอุปกรณ์การสอนตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และบางพื้นที่มีการปรับวิธีการสอนให้เหมาะกับบริบทของผู้เรียน เช่น การกระชับเวลา และการใช้สื่อการสอนที่เป็นไปได้ในพื้นที่
- 2) การประเมินผลการดำเนินงานของ นสส.วัยเพชร ครู ก พบว่า ทุกคนเข้าใจแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” แต่ในการถ่ายทอดแนวคิดดังกล่าวไปสู่ผู้สูงอายุอื่น ๆ ยังพบว่ามีช่องว่างที่ต้องการการพัฒนา เช่น ทักษะการสอน ทักษะการนำกิจกรรม ทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหาสาระเข้ากับกิจกรรม เป็นต้น ทำให้คณะผู้วิจัยเห็นประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาแก้ไขปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมยิ่งขึ้น
- 3) การออกแบบหลักสูตรเสริมทักษะการสอนให้ นสส.วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 โดยเน้นการทำความเข้าใจแนวคิดหลักของการรู้เท่าทันสื่อที่ปรากฏใน 5 บทเรียนของหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ เน้นให้เข้าใจการเชื่อมโยง และการกระชับเวลาในการสอนโดยไม่ทิ้งความสำคัญของแนวคิดการรู้ทันสื่อ
- 4) การพัฒนาเกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” (STAAS) ชุดที่ 2 จากสภาพสังคมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากขึ้น เกมชุดที่ 2 จึงเน้นให้ผู้เล่นได้พบกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวัน นอกเหนือจากข่าวปลอมที่ได้รับผ่านช่องทางออนไลน์หรือโทรศัพท์มือถือ แต่จากการประเมินผลการใช้เกมออนไลน์ประกอบการสอนหลักสูตรฯ พบว่า ครู ก ส่วนใหญ่ไม่ใช้เกมออนไลน์ในการสอนหรือการประเมินผู้เรียน จากการสอบถามพบว่าเกมออนไลน์มีข้อจำกัดในการเข้าถึง เนื่องจากผู้เล่นต้องมีทักษะในการใช้โทรศัพท์มือถือ ต้องมีสัญญาณ wifi ดังนั้น จึงพอจะสรุปได้ว่าการเล่นเกมออนไลน์ ไม่ใช่วิธีแบบการเรียนรู้ที่ใช้ได้กับผู้สูงอายุทุกคน แต่จะเหมาะกับผู้สูงอายุในเมืองและผู้สูงอายุที่มีความพร้อมในการเข้าถึงสัญญาณ wifi และชำนาญในการใช้สมาร์ทโฟน

จากการประเมินผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ต่อก็คือ ครู ก คือ กลไกสำคัญในการขยายความรู้ด้านการรู้ทันสื่อไปยังผู้สูงอายุอื่น ๆ ครู ก จึงต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการนำแนวคิดการรู้ทันสื่อไปเชื่อมโยงกับเนื้อหาและกิจกรรมในหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อได้ ต้องมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการนำกิจกรรม และการทำงานเป็นทีม ทั้งนี้ ครู ก เดิมที่มีอยู่ควรต้องได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อเนื่อง และควรมีการสร้าง ครู ก ใหม่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากครู ก ที่มีอยู่เดิมมีอายุเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ควรคำนึงถึงการสร้างครู ก จากผู้ที่อยู่ใน

วัยก่อนสูงอายุ (ต่ำกว่า 60 ปี) หรือ เน้นที่ผู้สูงอายุตอนต้น (60-69 ปี) เนื่องจากเป็นวัยที่ยังเรียนรู้ความซับซ้อนของเรื่องราวและเทคนิคขั้นตอนต่าง ๆ ได้สะดวกกว่าวัยสูงอายุ และที่สำคัญคือ การทำให้ครู ก มีตัวตน ได้รับการยกย่องและยอมรับในวงกว้าง มีความภาคภูมิใจในการทำหน้าที่ที่ได้ถ่ายทอดสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้สูงอายุ โดยอาจพิจารณาสร้างสัญลักษณ์บางอย่างให้กับ ครู ก เช่น การขึ้นทะเบียนเป็นวิทยากรหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ เข็มกลัด เสื้อ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อสื่อสารข้อมูลที่น่าไปสู่การขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคมด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ ได้มีการดำเนินงานเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ได้แก่

- 1) การสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการที่น่าเชื่อถือผ่านเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ <https://www.iceml.org> ที่มีผู้ชมกว่า 15,000 คน โดยมีผู้ติดต่อขอความร่วมมือทางวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อและสื่อกับผู้สูงอายุ เช่น เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม หน่วยปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น
- 2) จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับที่เผยแพร่เป็นรายไตรมาส ผ่านเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ <https://www.iceml.org> ได้แก่ จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 1 ประจำเดือนเมษายน 2565 หัวข้อ “สงคราม...สื่อผู้สูงอายุ” มีบทความทั้งหมด 4 เรื่อง/ จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม 2565 หัวข้อ “เปรียบเทียบวัฒนธรรมการใช้สื่อของไทยและต่างประเทศ” มีบทความทั้งหมด 6 เรื่อง/ จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 3 ประจำเดือนตุลาคม 2565 หัวข้อ “สูงวัยกับธรรมชาติและการรู้ทันสื่อ” มีบทความทั้งหมด 5 เรื่อง/ และจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับที่ 4 ประจำเดือนมกราคม 2566 หัวข้อ “มูเตลู การเท่าทันสื่อ” มีบทความทั้งหมด 5 เรื่อง
- 3) การจัดเวทีเสวนา ประเด็น “ทิศทางการขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อผู้สูงอายุไทยอย่างยั่งยืน” ระหว่างทีมจากศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมกับผู้แทนจากกรมกิจการผู้สูงอายุ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) บริษัททำมาปัน และพื้นที่นำร่องในการขยายผลงาน (โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ โรงเรียนผู้สูงอายุยาน

นาวา โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลตำบลเชียงรากน้อย และรีสอร์ทผู้สูงอายุเทศบาลตำบลชะมาย) จำนวน 27 คน

- 4) การแถลงข่าวในหัวข้อ “ผู้สูงวัย (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเฟคนิวส์” เป็นการนำเสนอผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยประจำปี 2565 และนวัตกรรมเกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” ชุดที่ 2 โดยมีสื่อมวลชนจากสำนักต่าง ๆ เข้าร่วม 6 สำนัก ได้แก่ 1) งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยมหิดล 2) COP’S Magazine 3) TNN 16 4) สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ 5) Thai PBS และ 6) Bangkok Post และข้อมูลได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อจำนวน 7 สื่อ ได้แก่ 1) บ้านเมือง 2) สำนักข่าว Hfocus 3) The balance 4) TNN News 5) ทวิตเตอร์ NNT News 6) TIKTOK anchonticha TNN News และ 7) เดลินิวส์

การประเมินผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ สรุปได้ว่าการสื่อสารข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นในการขับเคลื่อนสังคมสูงวัยให้รู้ทันสื่อ การจัดเวทีเสวนาทำให้ได้บทวนประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การแถลงข่าวประจำปีจะทำให้สื่อมวลชนตระหนักว่าการรู้ทันสื่อของผู้สูงอายุเป็นประเด็นที่สังคมต้องให้ความสำคัญและช่วยกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม

5.11.2 การทำงานกับเครือข่าย

การดำเนินงานที่ผ่านมาได้มีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นเครือข่ายขับเคลื่อนการทำงานด้านการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุ โดยมีการแบ่งเครือข่ายการขับเคลื่อนออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนปฏิบัติการ และส่วนสนับสนุน

- 1) เครือข่ายส่วนปฏิบัติการที่สำคัญคือ พื้นที่เครือข่ายของการดำเนินโครงการ ได้แก่ โรงเรียนผู้สูงอายุเขตนานาวา กรุงเทพมหานคร โรงเรียนผู้สูงอายุเฉลิมพระเกียรติฯ องค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อ.อุ้มทอง สุพรรณบุรี โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลนครสกลนคร (ติดภารกิจไม่ได้เข้าร่วมเสวนา) รีสอร์ทผู้สูงอายุเทศบาลตำบลชะมาย อ.ทุ่งสง นครศรีธรรมราช นอกจากนี้ ในปี 2565 ยังมีพื้นที่เครือข่ายเพิ่มขึ้นคือ โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลตำบลเชียงรากน้อย อ.บางปะอิน พระนครศรีอยุธยา เครือข่ายในส่วนปฏิบัติการนี้มีบทบาทเป็นพื้นที่นำร่องในการเสริมศักยภาพเรื่องการรู้ทันสื่อให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่ เป็นพื้นที่ร่วมพัฒนาและทดลองใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และหลักสูตรการสร้าง นสส.วัยเพชร ครู ก ลักษณะเด่นของพื้นที่เครือข่ายคือการสนับสนุนของผู้นำในพื้นที่ ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และผู้จัดการ

หรือผู้รับผิดชอบกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุ พื้นที่เครือข่ายเหล่านี้เห็นความสำคัญของการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรู้ทันสื่อ โดยบรรจุ “หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ” ไว้ในนโยบายและแผนการดำเนินงานของพื้นที่ ทำให้มีการจัดหางบประมาณสนับสนุนกิจกรรมของหลักสูตรเท่าที่ทำได้ ส่วนผู้นำในแต่ละพื้นที่ก็เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมอย่างจริงจัง เช่น การเป็นประธานเปิดการอบรมหรือการเข้าร่วมกิจกรรมด้วยตัวเอง ทำให้ผู้สูงอายุและผู้เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญและมีส่วนร่วมกับหลักสูตรเป็นอย่างดี

- 2) เครือข่ายส่วนสนับสนุนที่สำคัญคือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่มีความเข้าใจการขับเคลื่อนงานของคณะผู้วิจัย สนับสนุนบทบาทเชิงวิชาการของคณะผู้วิจัยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีเครือข่ายสำคัญระดับนโยบายชาติคือ กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) ที่เห็นความสำคัญของการทำงานเชิงวิชาการในการมอบหมายให้คณะผู้วิจัยพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสำหรับผู้สูงอายุไทย เพื่อบรรจุในหลักสูตรแกนกลางของโรงเรียนผู้สูงอายุที่กรมฯ รับผิดชอบดูแลอยู่กว่า 2,000 โรงเรียนทั่วประเทศ ทั้งนี้ ยังมีเครือข่ายสนับสนุนการขยายผลในพื้นที่ต่าง ๆ คือ มูลนิธิคนตัวD ในนามบริษัททำมาปิ่นจำกัด ซึ่งดำเนินงานอบรมประเด็นรู้ทันสื่อและการเฝ้าระวังสื่อให้กับผู้สูงอายุในหลายพื้นที่ เครือข่ายในส่วนสนับสนุนนี้จะช่วยขับเคลื่อนประเด็นการส่งเสริมการรู้ทันสื่อของผู้สูงอายุให้เป็น “วาระแห่งชาติ” ได้ต่อไป

ทั้งนี้ บทสรุปที่ได้จากการถอดบทเรียนและประเมินผลการดำเนินงานในปี 2565 นี้ ทำให้เห็นว่าการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้สูงอายุไทย เป็นงานที่มีความจำเป็นต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพราะสังคมมีความเปลี่ยนแปลงที่สลับซับซ้อนมากขึ้น โดยศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM) มีบทบาทในการเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการที่ต้องรวบรวมและสื่อสารความรู้ที่เป็นปัจจุบัน (updated knowledge and information) สร้างหลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสำหรับผู้สูงอายุไทยที่เน้นความสำคัญของการใช้สติไตร่ตรองข้อมูลต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจ รวมถึงการขยายผลการใช้หลักสูตรให้กระจายออกไปในวงกว้างด้วยการสร้างวิทยากรผู้สอนหลักสูตร (ครู ก) โดยคำนึงถึงการเสริมทักษะด้านการถ่ายทอดเนื้อหา การทำงานเป็นทีมวิทยากร การนำกิจกรรมและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทั้งนี้ การขับเคลื่อนงานในระยะต่อไปจำเป็นต้องร่วมมือกับเครือข่ายที่มีความถนัดเฉพาะด้าน เช่น การใช้ความเชี่ยวชาญของเครือข่ายส่วนปฏิบัติการนำหลักสูตรไปขยายผล และการใช้บทบาทเครือข่ายส่วนสนับสนุนในการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย เพื่อผลักดันให้ “การรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย” เป็นเรื่องที่สังคมไทยต้องให้ความสำคัญ

6. ตัวชี้วัด

วัตถุประสงค์ ข้อที่	ตัวชี้วัด	ประเภท	ผลการดำเนินการ
1	ข้อมูลสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยที่เป็นปัจจุบันในระดับประเทศ 1 ชุด	เชิงคุณภาพ	ผู้สูงอายุ 50.80% เปิดรับสื่อมากกว่าวันละ 4 ชั่วโมง โดยเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ส่วนด้านผลกระทบ พบว่า สื่อทำให้ผู้สูงอายุเกิดการเปลี่ยนแปลงสุขภาวะทางบวกในด้านปัญญามากที่สุด รองลงมาด้านจิตใจ สังคม ร่างกาย แต่สื่อไม่มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้สูงอายุที่ตระหนักว่าตนเองตกเป็นเหยื่อการหลอกลวงผ่านสื่อต่างๆ ถึง 22% ซึ่งมีเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึง 6% โดยจำนวนผู้สูงอายุที่ถูกหลอกให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด
1	ข้อมูลเชิงวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทยและต่างประเทศที่สกัดจาก 30 บทความไทยและต่างประเทศและผลการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ในรูปแบบจุลสารอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 4 ฉบับ	เชิงคุณภาพ	การสกัดข้อมูลวิชาการไทยและต่างประเทศเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อและผู้สูงอายุ และจัดทำเป็นบทความสั้นเผยแพร่บนเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM) 30 เรื่อง เป็นบทความภาษาไทยที่คณะผู้วิจัยและเครือข่ายเป็นผู้เขียน 22 เรื่อง บทความสั้นที่สรุปจากบทความภาษาอังกฤษ 6 เรื่อง และบทความไทยที่แปลเป็นอังกฤษ 2 บทความ นอกจากนี้ยังได้จัดทำจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ “หยุด คิด ถาม ทำ” (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ นำเสนอผ่าน theme ที่สอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบันและได้รับความสนใจในสังคมไทยหรือสังคมโลก

2	ข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตรวัยเพชร รู้ทันสื่อ 1 ชุด	เชิงคุณภาพ	เนื้อหาหลักสูตรยังใช้ได้และควรเพิ่มเติมเรื่อง การเฝ้าระวัง ปรับให้กระชับได้โดยใช้คาถา หยุด คิด ถาม ทำ เป็นกรอบการถ่ายทอด แนวคิด และต้องไม่ทิ้งกิจกรรมการเรียนรู้ที่มี ความสนุกสนานตื่นตัวอยู่เสมอ
2	ผู้สูงอายุ 250 คนมีความรู้ความเข้าใจที่จะ นำความรู้ไปปรับใช้ มีการตรวจสอบข่าว มากขึ้น ไม่ส่งต่อข่าวลวง หรือถูกหลอกลวง น้อยลง	เชิงคุณภาพ	ผู้สูงอายุ 458 คน มีความรู้เท่าทันสื่อที่ สามารถนำไปปรับใช้ในการเปิดรับสื่อ การ พิจารณาความน่าเชื่อถือของข่าวสาร และการ ส่งต่อข้อมูลอย่างระมัดระวัง
2	ผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อรุ่นใหม่ จำนวน 50 คนเป็นนักสื่อสารสุขภาวะแกน นำที่มีความสามารถในการถ่ายทอดขยาย ผลการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย	เชิงคุณภาพ	ผู้สอนรุ่นใหม่ 69 คนยังต้องได้รับการพัฒนา ศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ต้องมีเวทีให้ได้ฝึกการ ถ่ายทอดแนวคิดของหลักสูตร และเสริม ทักษะด้านการเป็นวิทยากร
2	เกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” ชุดที่ 2	เชิงคุณภาพ	เกมชุดที่สองเพิ่มสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุต้อง ตัดสินใจเมื่อได้รับข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ นอกเหนือไปจากการรับรู้ข้อความใน โทรศัพท์มือถือ โดยเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ได้จริงตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น หน้าบ้าน ในวัด ในตลาด เกมชุดที่ 2 ให้ตัวละครหลักเป็นหญิง และพัฒนาภาพการ์ตูนให้ขยับได้ น่าสนใจขึ้น การเล่นผ่านด่าน หยุด คิด ถาม ทำ จะได้ คะแนนเป็นเพชร ทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น แต่ ยังคงต้องติดตามผลการใช้งานต่อไป
3	ข้อมูลเชิงวิชาการได้รับการสื่อสารผ่านจุล สารอิเล็กทรอนิกส์ ทุก 3 เดือน	เชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงวิชาการได้รับการสื่อสารผ่านจุลสาร อิเล็กทรอนิกส์ หยุด คิด ถาม ทำ รวม 20 บทความ <u>ฉบับที่ 1 เดือนเมษายน 2565 “สงคราม...สื่อ</u> ผู้สูงอายุ” 4 บทความ

			ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม 2565 “เปรียบเทียบวัฒนธรรมการใช้สื่อของไทยและต่างประเทศ” 6 บทความ ฉบับที่ 3 เดือนตุลาคม 2565 “สูงวัยกับธรรมชาติและการรู้ทันสื่อ” 5 บทความ ฉบับที่ 4 เดือนมกราคม 2566 “มูเตลู การเท่าทันสื่อ” 5 บทความ
3	เวทีเสวนาวิชาการที่นำไปสู่การมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย	เชิงคุณภาพ	เวทีเสวนาประเด็น“ทิศทางการขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อผู้สูงอายุไทยอย่างยั่งยืน” สะท้อนความสำคัญและความเป็นไปได้ของการผสมพลัง 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายนโยบาย เพื่อสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทยในวงกว้าง รวมถึงบทบาทที่ชัดเจนของเครือข่ายในการร่วมพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสำหรับผู้สูงอายุไทยในปี 2566 เพื่อบรรจุในหลักสูตรแกนกลางของโรงเรียนผู้สูงอายุกว่า 2,000 โรงเรียนทั่วประเทศ
3	ฐานข้อมูล นสส. วัยเพชร ครู ก	เชิงคุณภาพ	รวบรวมข้อมูลผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และสามารถเป็นผู้ถ่ายทอดบทเรียนให้กับผู้สูงอายุอื่นในพื้นที่จำนวน 118 คน เป็นฐานข้อมูล นสส.วัยเพชรครู ก เพื่อประโยชน์ในการขยายงานการสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุในอนาคต
3	ผู้เข้าใช้เว็บท่าของศูนย์วิชาการฯ 200 คน (ศูนย์วิชาการฯ มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ปฏิบัติงาน นักวิชาการ นักวิจัยที่เกี่ยวข้องการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อผู้สูงอายุ)	เชิงคุณภาพ	ในปี 2565 มีผู้เข้าใช้เว็บท่ามากกว่า 15,000 คน ซึ่งเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้มาก และมีผู้ติดต่อขอความร่วมมือทางวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อและสื่อกับผู้สูงอายุ เช่น เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การองค์การพิพิธภัณฑสถานวิทยาาสตร์

			แห่งชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม หน่วยปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ด้านความรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่า ทันสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น
--	--	--	--

7. ผลลัพธ์

วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์เพื่อวัตถุประสงค์/ผลการดำเนินการ
วัตถุประสงค์ที่ 1 : เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ	ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ มีบทบาทเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ โดยมีผู้เข้าใช้เว็บไซต์ จำนวนกว่า 15,000 คน โดยผลิต 1) บทความเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ที่เกิดจากการทบทวนและสังเคราะห์งานวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 30 บทความ 2) จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ ประกอบด้วยบทความสั้นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในสถานการณ์ปัจจุบัน 20 บทความ 3) แบบสำรวจมาตรฐานสำหรับประเมินสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย 1 ชุด และ 4) ข้อมูลผลการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยปี 2565 โดยนำเสนอผ่านการแถลงข่าวและเว็บไซต์ของศูนย์
วัตถุประสงค์ที่ 2 : เพื่อพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย	1) เนื้อหาของหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อยังคงเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ แต่สามารถปรับวิธีการถ่ายทอดให้กระชับได้โดยไม่ต้องไม่ทิ้งวิธีการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่สนุกสนานตื่นตัว 2) นสส. วัยเพชร ครู ก เป็นกลไกสำคัญในการขยายความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อไปยังผู้สูงอายุอื่น ๆ โดย ครู ก ส่วนใหญ่ใช้แนวทางการสอนรวมถึงอุปกรณ์การสอนตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และบางพื้นที่มีการปรับวิธีการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน เช่น การกระชับเวลา และการใช้สื่อการสอนที่เป็นไปได้ในพื้นที่ 3) นสส. วัยเพชร ครู ก เข้าใจแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” แต่ยังมีช่องว่างในการถ่ายทอดแนวคิดดังกล่าวไปสู่ผู้สูงอายุอื่น ๆ เช่น ทักษะการสอน ทักษะการนำกิจกรรม ทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหาสาระเข้ากับกิจกรรม เป็นต้น

	4)เกมออนไลน์หยุด คิด ถาม ทำ เป็นนวัตกรรมที่ใช้ได้ดีในชุมชนเมืองที่ผู้สูงอายุมีเครื่องมือและสัญญาณ WIFI พร้อม โดยเกมชุดที่ 2 มีสถานการณ์ให้ฝึกทักษะอย่างหลากหลาย 6 สถานการณ์ เมื่อรวมกับชุดที่ 1 จึงทำให้มีสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุใช้ฝึกฝนได้ถึง 10 สถานการณ์
วัตถุประสงค์ที่ 3 : เพื่อสื่อสารข้อมูลที้นำไปสู่การขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคมด้านผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อ	การสื่อสารข้อมูลทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายนโยบาย ฝ่ายปฏิบัติ ฝ่ายวิชาการ สื่อมวลชน และผู้คนในสังคมตระหนักว่าการรู้ทันสื่อของผู้สูงอายุเป็นประเด็นที่สังคมต้องให้ความสำคัญและช่วยกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม โดยได้ดำเนินการ 1) สื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการที่น่าเชื่อถือผ่านเว็บท่าศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ https://www.iceml.org ในรูปแบบของบทความเชิงวิชาการ 30 บทความ จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ หยุด คิด ถาม ทำ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ (20 บทความ) โดยมีผู้ติดต่อขอความร่วมมือทางวิชาการ 6 ราย 2) เวทีเสวนาประเด็น “ทิศทางการขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อผู้สูงอายุไทยอย่างยั่งยืน” ที่มีตัวแทนจากฝ่ายนโยบาย ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปฏิบัติในท้องถิ่น ฝ่ายสนับสนุน เข้าร่วมแลกเปลี่ยนและช่วยกันกำหนดทิศทางการทำงาน และ 3) การแถลงข่าวในหัวข้อ “ผู้สูงวัย (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเฟคนิวส์” เป็นการนำเสนอผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยประจำปี 2565 และนวัตกรรมเกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” ชุดที่ 2 แก่สื่อมวลชนซึ่งสื่อมวลชนได้นำไปสื่อสารและเผยแพร่ต่อในรูปแบบต่าง ๆ
วัตถุประสงค์ที่ 4 : วัตถุประสงค์เพื่อโครงการ (Dummy) ดังนี้	ผลการดำเนินการ
ข้อมูลสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยที่เป็นปัจจุบัน	ข้อค้นพบสำคัญจากการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2565 ถูกนำเสนอให้สื่อมวลชนในการแถลงข่าวและสกัดเป็นบทความ 3 บทความ และบทสรุป 1 บทนำเสนอผ่านเว็บท่าของศูนย์ฯ
ข้อมูลเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ	สกัดข้อมูลเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุและนำเสนอเป็นบทความวิชาการ 30 บทความ และจุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ (20 บทความ)

ข้อมูลสำหรับการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการเรียนรู้ของหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ	หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อยังเป็นประโยชน์ในสถานการณ์ปัจจุบัน การปรับปรุงอาจเปลี่ยนตัวอย่างและเพิ่มแนวทางการเฝ้าระวังโดยเน้นการเสริมทักษะรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อในระดับปัจเจก ทั้งนี้ต้องสร้างการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่สนุกสนานตื่นตัว และเน้นการใช้คาถารู้ทันสื่อ หยุด คิด ถาม ทำ เป็นกรอบคิด
การสื่อสารสารข้อมูลเชิงวิชาการที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุผ่านจุลสารอิเล็กทรอนิกส์	จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ หยุด คิด ถาม ทำ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับที่เผยแพร่ทุก 3 เดือน นำเสนอรวม 20 บทความ เพื่อสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ ที่ช่วยสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุ	สถานการณ์ในเกมออนไลน์ STAAS หยุด คิด ถาม ทำ ชุดที่ 2 อีก 6 เรื่องจะช่วยให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้วิธีระมัดระวังตนเองเมื่อได้รับข้อมูลจากสื่อ ซึ่งควรส่งเสริมให้เกมเป็นที่รู้จักแพร่หลายในวงกว้าง เพื่อผู้สูงอายุจะได้ฝึกคิดเมื่อพบกับสถานการณ์จริง
แบบสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยเพื่อการประยุกต์ใช้	แบบสำรวจมาตรฐานที่จัดทำขึ้น สามารถนำไปใช้สำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยทุกปี เพื่อเปรียบเทียบและสะท้อนภาพแนวโน้มที่เกิดขึ้นในสังคมไทย
ผู้สูงอายุมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสามารถสอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อมีจำนวนเพิ่มขึ้น	ผู้สูงอายุจำนวน 458 คน เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการ หยุด คิด ถาม ทำ ในการเปิดรับสื่อ โดยในจำนวนนี้ มีผู้ที่เข้ารับการอบรมเป็นนสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 จำนวน 69 คน เพื่อเป็นผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้ผู้สูงอายุอื่น ๆ ในพื้นที่ ทั้งนี้ ครู ก ถือเป็นกลไกสำคัญของการขยายผลหลักสูตรฯ จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้อยู่ในวัยก่อนสูงอายุ (pre-aging) เข้ามารับการอบรมเป็นผู้สอนด้วย
แหล่งข้อมูลเชิงวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อกับผู้สูงอายุ เป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือและสื่อสารสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทยที่เป็นปัจจุบัน	ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ สื่อสารข้อมูลวิชาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อผ่านเว็บท่า https://www.iceml.org/ อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ โดยในปี 2565 มีผู้ใช้งานจำนวนกว่า 15,000 คน และมีผู้ติดต่อมาขอความร่วมมือเชิงวิชาการ 6 ราย
ผู้สูงอายุเป็นพลังในการขับเคลื่อนการถ่ายทอดความรู้และทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้สังคมสูงวัยของไทยเป็นสังคมที่เข้มแข็งและมีความสุข	นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 1 แสดงถึงความมุ่งมั่นและพลังในการช่วยถ่ายทอดความรู้และทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ ครู ก รุ่นที่ 2 ก็มีความพร้อมช่วยสานต่องานและขับเคลื่อนการสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้สังคมสูงวัยของไทยเป็นสังคมที่เข้มแข็งและมีความสุข

สังคมไทยตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรู้เท่าทันสื่อ	การสื่อสารข้อมูลอย่างต่อเนื่องของศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ และการสื่อสารผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุผ่านสื่อมวลชน 7 สำนัก และเว็บไซต์ของศูนย์ฯ มีส่วนช่วยทำให้ทุกภาคส่วนในสังคมไทยตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทยในปัจจุบัน
--	--

8. ผลลัพธ์หรือแนวทาง/วิธีการในการขยายผล/ผลที่คาดว่าจะได้รับ

8.1 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ผลการดำเนินการ
1. มีแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุที่น่าเชื่อถือและใช้อ้างอิง	ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ ดำเนินการสื่อสารข้อมูลวิชาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่อง ผ่านเว็บไซต์ https://www.iceml.org เป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ โดยในปี 2565 มีผู้ใช้งานจำนวนกว่า 15,000 คน
2. ผู้สูงอายุไทยตระหนักถึงผลกระทบของสื่อต่อการดำเนินชีวิตและต้นตวในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 458 คน เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อและการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” ในชีวิตประจำวัน
3. ผู้สูงอายุเป็นพลังในการขับเคลื่อนการถ่ายทอดความรู้และทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้สังคมสูงวัยของไทยเป็นสังคมที่เข้มแข็งและมีความสุข	นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 ที่สมัครใจเข้ารับการอบรมเป็นผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ เป็นพลังสำคัญในการสร้างสังคมสูงวัยที่รู้เท่าทันสื่อ
4. ข้อมูลสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยที่เป็นปัจจุบัน และข้อมูลเชิงวิชาการทั้งของไทยและต่างประเทศ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายทางสังคมที่คุ้มครองผู้สูงอายุ และใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้มีความทันสมัยเท่าทันความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในสังคมไทย	ข้อมูลสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยปี 2565 และข้อมูลวิชาการไทยและต่างประเทศ ทำให้เห็นแนวทางในการผสมผสานพลังฝ่ายวิชาการ ฝ่ายนโยบาย และฝ่ายปฏิบัติ ในการปรับหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ โดยเพิ่มประเด็นเนื้อหาสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุถูกสื่อหลอก และมิติการช่วยกัน

	เผื่อไว้สำหรับ เพื่อใช้เป็นหลักสูตรแกนกลางของ โรงเรียนผู้สูงอายุทั่วประเทศในปี 2566
5. เกิดเครือข่ายความร่วมมือในการขยายผลหลักสูตร วัยเพชรรู้ทันสื่อที่เพิ่มมากขึ้น	เกิดเครือข่ายใหม่ในขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ได้แก่ เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย และมหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระ นครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
6. โรงเรียนผู้สูงอายุสามารถนำคู่มือพัฒนาผู้สอน หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อไปใช้ในการสร้างผู้สอน หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อได้	การอบรมผู้สอนใหม่มีการแบ่งสัดส่วนหลักสูตรวัย เพชรรู้ทันสื่อใหม่ตามความสำคัญของเนื้อหา คือ บทที่ 1-2-3 คือ อันตรายจากการไม่รู้ทันสื่อ (40%) และ บท ที่ 4-5 คือ การป้องกันอันตรายจากสื่อ (60%) ให้ ผู้สอนง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้
7. ผู้สูงอายุสามารถเรียนรู้และสร้างทักษะการรู้เท่าทัน สื่อด้วยตนเองผ่านเกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ	เกมออนไลน์หยุด คิด ถาม ทำ เป็นนวัตกรรมที่ใช้ได้ดี ในชุมชนเมืองที่ผู้สูงอายุมีเครื่องมือและสัญญาณ WIFI พร้อม เกมที่มีอยู่ 2 ชุดนี้มีสถานการณ์ให้ฝึกทักษะ อย่างหลากหลาย ถึง 10 เรื่อง (ชุดที่ 2 ที่เพิ่มเข้ามา 6 เรื่อง) ดังนั้นควรส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักและใช้แพร่หลาย ต่อไป

8.2 แนวทางการนำผลที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ หรือการขยายผล

แนวทางการนำผลที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ หรือการขยายผล	ผลการดำเนินการ
1. ข้อมูลเชิงวิชาการที่สื่อสารผ่านเว็บท่าของศูนย์ วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ และข้อมูล สถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อ ของผู้สูงอายุไทยปี 2565 สามารถนำไปใช้ ประกอบการพัฒนาหลักสูตรและขับเคลื่อนงานด้าน การรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย	ข้อมูลสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อ ของผู้สูงอายุไทยปี 2565 และข้อมูลเชิงวิชาการทั้งของ ไทยและต่างประเทศ เป็นข้อมูลนำมาอ้างอิงในการ กำหนดแนวทางการปรับปรุงหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้มี ความทันสมัยสอดคล้องกับผลกระทบจากการใช้สื่อของ ผู้สูงอายุ และมีมิติของการเผื่อไว้เพิ่มขึ้น รวมถึงทำให้

แนวทางการนำผลที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ หรือการขยายผล	ผลการดำเนินการ
	มองเห็นเครือข่ายความร่วมมือที่จะทำให้หลักสูตรฯ ถูกนำไปใช้ในวงกว้าง
2. การประยุกต์ใช้แบบสำรวจมาตรฐานในประเด็นสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ เพื่อสะท้อนสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย	การนำแบบสำรวจมาตรฐานที่จัดทำขึ้นไปใช้สำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยในปี 2565 และจะใช้ในปีต่อ ๆ ไป เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบและภาพแนวโน้มผลกระทบจากสื่อต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุในสังคมไทย
3. การสร้างเกมออนไลน์ หยุต คิด ถาม ทำ ชุดที่ 2 ให้ผู้สูงอายุไทย	เกมออนไลน์หยุต คิด ถาม ทำ เป็นนวัตกรรมที่ใช้ได้ดีในชุมชนเมืองที่ผู้สูงอายุมีเครื่องมือและสัญญาณ WIFI พร้อม จึงทำให้การใช้งานยังคงค่อนข้างจำกัด
4. ผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ นสส วัยเพชร ครู ก ที่มีอยู่สามารถขยายผลสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุในพื้นที่ของตน	นสส วัยเพชร ครู ก ที่มีอยู่ในพื้นที่สกลนคร กรุงเทพมหานคร สุพรรณบุรี นครศรีธรรมราช และพระนครศรีอยุธยา ได้ขยายผลสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุในพื้นที่ของตน
5. การสร้างผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ นสส. วัยเพชร ครู ก รุ่น 2 เพิ่มขึ้น	การสร้าง นสส วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 2 ในพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 5 พื้นที่ ถือว่าเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้การขยายผลการสร้างการรู้เท่าทันสื่อในวงกว้าง
6. การสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการเพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นในการขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคมด้านผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อ	การสื่อสารข้อมูลอย่างต่อเนื่องผ่านเว็บไซต์ของศูนย์ฯ ผนวกกับการจัดแถลงข่าว ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายนโยบาย ฝ่ายปฏิบัติ ฝ่ายวิชาการ สื่อมวลชน และผู้คนในสังคมตระหนักว่าการรู้ทันสื่อของผู้สูงอายุเป็นประเด็นที่สังคมต้องให้ความสำคัญและช่วยกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม
7. เครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาและขับเคลื่อนการใช้หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อในระดับประเทศ	ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ บริษัททำมาบ้น และ สสส. ได้วางแผนร่วมกันในการพัฒนาหลักสูตรการรู้ทันและเฝ้าระวังสื่อ ต่อยอดจากหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ เพื่อบรรจุเป็นหลักสูตร

แนวทางการนำผลที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ หรือการขยายผล	ผลการดำเนินการ
	แกนกลางสำหรับโรงเรียนผู้สูงอายุทั่วประเทศ ซึ่งจะดำเนินการในปี 2566

9. ปัญหาอุปสรรคพร้อมแนวทางแก้ไข

9.1 ปัญหาอุปสรรค

- 1) การเก็บข้อมูลสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ไม่สามารถใช้วิธีการแบบออนไลน์ได้ เนื่องจากผู้สูงอายุในพื้นที่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดเรื่องการอ่านที่มาจากระดับการศึกษาที่จำกัดและความเสื่อมทางสายตา
- 2) ผู้สูงอายุบางส่วนไม่สามารถเข้ารับการอบรมหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อได้ครบถ้วนทุกบท เนื่องจากติดปัญหาเรื่องเวลาในการเข้าอบรม
- 3) การพัฒนาผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ซึ่งได้แก่ ผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและการอบรมเป็นผู้สอนหรือที่เรียกกันในโครงการว่า “นสส.วัยเพชร ครู ก” มีจำนวนจำกัดและลดลงทุกขณะ ด้วยเหตุของอายุที่มากขึ้น มีความเสื่อมทางร่างกายเพิ่มขึ้นและเข้าสู่ภาวะพึ่งพิงที่ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองอย่างสะดวกเหมือนแรกเป็น นสส.วัยเพชร เมื่อปี 2562 แม้ว่าโครงการฯ จะสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยสถานการณ์โควิด -19 ยึดเยื้อต่อเนื่องถึง 3 ปี ทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่เสริมพลัง ครู ก ได้อย่างเต็มที่ โรงเรียนผู้สูงอายุในพื้นที่ต้องงดจัดกิจกรรม การติดตามประเมินทักษะ ครู ก เป็นไปโดยลำบากและบางครั้งต้องใช้ระบบการติดตามออนไลน์ ซึ่งยังไม่ใช้ความเคยชินของผู้สูงอายุที่ไม่ได้อยู่ในสังคมเมือง
- 4) นวัตกรรมเกมออนไลน์ STAAS หยุค คิด ถาม ทำ ยังเป็นประโยชน์กับผู้สูงอายุที่มีความพร้อมในการใช้เครื่องมือ (โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต) และเข้าถึงสัญญาณ WIFI ได้อย่างดี จึงทำให้เกมออนไลน์ยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควรในกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในพื้นที่นาร่อง

9.2 แนวทางแก้ไข

- 1) การเก็บข้อมูลสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุ นอกจากจะใช้เครือข่ายในพื้นที่ที่ผ่านการอบรมวิธีการเก็บข้อมูลในลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นหลัก แต่จะเริ่มใช้วิธีการออนไลน์กับกลุ่มที่มีศักยภาพและความพร้อมอีกช่องทางหนึ่งด้วย

- 2) สร้างสรรค์นวัตกรรมหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อระยะสั้น เพื่อให้ผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านเวลาสามารถเข้าใจและมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้
- 3) เปิดโอกาสให้ผู้ที่อยู่ในวัยก่อนสูงอายุ (pre-aging) ได้เข้ารับการอบรมการเป็นผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ
- 4) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเกมออนไลน์ STAAS หยุด คิด ถาม ทำให้ลูกหลานของผู้สูงอายุได้รู้จักและชวนผู้สูงอายุเล่น
- 5) ส่งเสริมเกมออนไลน์ STAAS หยุด คิด ถาม ทำให้เป็นที่รู้จักและใช้แพร่หลายในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความพร้อมในด้านเครื่องมือและ WIFI ให้มากขึ้น

10. คำค้น

การรู้เท่าทันสื่อ ผลกระทบจากสื่อ สถานการณ์การใช้สื่อ ผู้สูงอายุ ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ หลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ เกมออนไลน์หยุด คิด ถาม ทำ STAAS

11. สรุปผลงาน

โครงการการพัฒนาศูนย์วิชาการและปฏิบัติการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุไทย มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ 2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย และ 3) เพื่อสื่อสารข้อมูลที่น่าสนใจไปสู่การขับเคลื่อนนโยบายเชิงสังคมด้านผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อ โดยมีระยะเวลาดำเนินโครงการ 9 กุมภาพันธ์ 2565 – 28 กุมภาพันธ์ 2566

ผลการดำเนินการที่สำคัญ มีดังนี้

- 1) การพัฒนาศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (Intelligence Center for Elderly Media Literacy – ICEM) ให้เป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยได้ผลิตและสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการ ได้แก่ บทความที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุที่เกิดจากการทบทวนและสังเคราะห์งานวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 30 บทความ จุลสารอิเล็กทรอนิกส์ (ICEM E-Bulletin) 4 ฉบับ นำเสนอ 20 บทความ นอกจากนี้ยังได้สร้างแบบสำรวจมาตรฐานสำหรับประเมินสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อ

ของผู้สูงอายุไทย 1 ชุด และดำเนินการสำรวจสถานการณ์การใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยปี 2565 ที่นำเสนอผ่านการแถลงข่าวและเว็บท่าของศูนย์ฯ <https://www.iceml.org/> โดยในช่วงปีที่ผ่านมามีผู้เข้าใช้เว็บท่าจำนวนกว่า 15,000 คน

- 2) การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ โดย นสส. วัยเพชร ครู ก ในพื้นที่นำร่อง 4 พื้นที่ และพื้นที่ใหม่ที่เข้าร่วมโครงการปีนี้ 1 พื้นที่ พบว่า เนื้อหาของหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อยังคงเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ และสามารถปรับวิธีการถ่ายทอดให้กระชับได้โดยไม่ต้องไม่ทิ้งวิธีการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่สนุกสนานต้นตัว อย่างไรก็ตาม อาจจะปรับกรณีศึกษาและตัวอย่างให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันให้มากขึ้น และอาจเพิ่มมิติการช่วยกันเฝ้าระวังเนื่องจากภัยที่มาจากสื่อมีเพิ่มขึ้นทั้งจำนวนและรูปแบบ การช่วยกันสอดส่องเฝ้าระวังจึงน่าจะเป็นกลไกที่ช่วยป้องกันผลกระทบเชิงลบจากสื่อในกลุ่มผู้สูงอายุได้มากขึ้น
- 3) นสส. วัยเพชร ครู ก เป็นพลังและกลไกสำคัญในการขยายความรู้ด้านการรู้ทันสื่อไปยังผู้สูงอายุอื่น ๆ โดย ครู ก ส่วนใหญ่ใช้แนวทางการสอนรวมถึงอุปกรณ์การสอนตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตร และบางพื้นที่มีการปรับวิธีการสอนให้เหมาะกับบริบทของผู้เรียน เช่น การกระชับเวลา และการใช้สื่อการสอนที่เป็นไปได้ในพื้นที่
- 4) นสส. วัยเพชร ครู ก เดิม และรุ่นที่ 2 ที่ได้ผลิตขึ้นภายใต้โครงการฯ นี้ มีความเข้าใจแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” แต่ยังมีช่องว่างในการถ่ายทอดแนวคิดดังกล่าวไปสู่ผู้สูงอายุอื่น ๆ เช่น ทักษะการสอน ทักษะการนำกิจกรรม ทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหาสาระเข้ากับกิจกรรม เป็นต้น
- 5) จำนวน นสส.วัยเพชร ครู ก ที่มีอยู่ลดลง ด้วยเหตุของอายุที่มากขึ้น มีความเสื่อมทางร่างกายเพิ่มขึ้น และเข้าสู่ภาวะพึ่งพิงที่ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองอย่างสะดวกเหมือนแรกเป็น นสส.วัยเพชร เมื่อปี 2562 แม้ว่าโครงการฯ จะสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยสถานการณ์โควิด -19 ยึดเยื้อต่อเนื่องถึง 3 ปี ทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่เสริมพลัง ครู ก ได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น การสร้าง นสส.วัยเพชร ครู ก เพิ่มขึ้น โดยเปิดโอกาสให้ผู้ที่อยู่ในวัยก่อนสูงอายุ (pre-aging) ได้เข้ารับการอบรมด้วยจึงน่าจะเป็นทางออกประการหนึ่ง
- 6) เกมออนไลน์หยุด คิด ถาม ทำ เป็นนวัตกรรมที่ใช้ได้ดีในชุมชนเมืองที่ผู้สูงอายุมีเครื่องมือและสัญญาณ WIFI พร้อม โดยเกมชุดที่ 2 มีสถานการณ์ให้ฝึกทักษะอย่างหลากหลาย 6 สถานการณ์ เมื่อรวมกับชุดที่แรก จึงทำให้มีสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุใช้ฝึกฝนทักษะการรู้ทันสื่อถึง 10 สถานการณ์ อย่างไรก็ตาม

เกมยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการฯ มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเครื่องมือ (โทรศัพท์มือถือ/แท็บเล็ต) และการเข้าถึงสัญญาณ WIFI

- 7) การสื่อสารข้อมูลเชิงวิชาการผ่านเว็บไซต์ของศูนย์ฯ อย่างต่อเนื่อง เป็นช่องทางในการกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายนโยบาย ฝ่ายปฏิบัติ ฝ่ายวิชาการ สื่อมวลชน และผู้คนในสังคมตระหนักว่าการรู้หนังสือของผู้สูงอายุเป็นประเด็นที่สังคมต้องให้ความสำคัญและช่วยกันขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม

จากผลการดำเนินโครงการฯ ทำให้มองเห็นถึงประเด็นที่เป็นจุดแข็งและประเด็นท้าทาย ดังนี้ เมื่อวิเคราะห์ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง

1. ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุเป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) ที่สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยมีผู้เข้าชมเว็บไซต์ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา จำนวนกว่า 15,000 คน มีผู้อ่านบทความที่น่าสนใจให้ข้อมูลสะท้อนกลับที่เป็นประโยชน์ รวมถึงมีหน่วยงานรัฐประสานขอความร่วมมือในการไปอบรมเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการทำงานกับผู้สูงอายุ
2. การอบรมเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อด้วยหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ และการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” ทำให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงการรู้เท่าทันสื่อ มีความระวังในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและมีการค้นคว้าข้อมูลเพื่อการตัดสินใจมากขึ้น เริ่มมีการเฝ้าระวัง ตักเตือนกันเอง และแชร์ข้อมูลน้อยลง
3. นักสื่อสารสุขภาวะ ครู ก เป็นกลไกสำคัญในการขยายความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อไปยังผู้สูงอายุในชุมชน
4. เครือข่ายท้องถิ่นในพื้นที่นำร่องมีความพร้อมร่วมดำเนินงานในโครงการต่อเนื่อง โดยได้บรรจุหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อไว้ในนโยบายระดับท้องถิ่น และพร้อมที่จะหางบประมาณสนับสนุนกิจกรรมตามบริบทของแต่ละพื้นที่ต่อไป
5. ข้อมูลผลการสำรวจสถานการณ์และผลกระทบการใช้สื่อของผู้สูงอายุในปี 2565 สะท้อนให้เห็นสถานการณ์ปัจจุบันของการใช้สื่อและผลกระทบจากการใช้สื่อที่เป็นปัจจุบัน โดยข้อค้นพบสำคัญที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลป้อนเข้า (input) ในการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อได้
6. ความพร้อมของเครือข่ายที่กำกับดูแลโรงเรียนผู้สูงอายุในพื้นที่ที่เข้าร่วมโครงการฯ และหน่วยงานสนับสนุนการขับเคลื่อนงาน ได้แก่ กรมกิจการผู้สูงอายุ ทอมาปัน สสส. และมหาวิทยาลัยมหิดล ในการร่วมผลักดันและบูรณาการขับเคลื่อนงานสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้ผู้สูงอายุไทย

ประเด็นท้าทาย

1. ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุต้องผลิตและสื่อสารงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง ทั้งงานที่รวบรวมและสกัดมาจากแหล่งต่าง ๆ และองค์ความรู้และนวัตกรรมที่ศูนย์ฯ เป็นผู้ผลิตเอง จึงจะสามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการ (knowledge hub) เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุสำหรับสังคมไทยได้
2. นักสื่อสารสุขภาวะ ครู ก เดิมมีอายุมากขึ้น ทำให้พลังในการทำงานลดน้อยถอยลง และบางคนก็ไม่สามารถทำหน้าที่ครู ก ต่อไปได้ จึงจำเป็นต้องสร้างครู ก เพิ่มขึ้น โดยเน้นผู้ที่อยู่ในวัยก่อนสูงอายุ (ต่ำกว่า 60 ปี) หรือเน้นที่ผู้สูงอายุตอนต้น (60-69 ปี)
3. แม้ว่านักสื่อสารสุขภาวะ ครู ก ทุกคนเข้าใจแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและการใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” แต่ยังมีช่องว่างในเรื่องทักษะการถ่ายทอด เช่น การนำกิจกรรมการเรียนรู้ การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าในการนำกิจกรรม การกระตุ้นผู้เรียน การเชื่อมโยงเนื้อหาสาระเข้ากับกิจกรรม การนำกรณีตัวอย่างที่ทันสมัย และการทำงานเป็นทีมที่ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทที่ต่างกัน
4. ผู้สูงอายุในพื้นที่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงเกมออนไลน์ “หยุด คิด ถาม ทำ” เนื่องจากไม่ได้ใช้สมาร์ทโฟน และไม่มีสัญญาณ WIFI ดังนั้นการเล่นเกมออนไลน์ ไม่ใช่รูปแบบการเรียนรู้ที่ใช้ได้กับผู้สูงอายุทุกคน แต่จะเหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มีความชำนาญในการใช้สมาร์ทโฟนและสามารถเข้าถึงสัญญาณ WIFI ได้
5. ผู้สูงอายุมีทักษะการใช้สื่อและการเข้าถึงสื่อที่แตกต่างกัน จึงต้องพัฒนาหลักสูตรที่มีเนื้อหาและวิธีการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีทักษะการใช้สื่อแตกต่างกัน อีกทั้งเนื้อหาหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ยังขาดมิติของการเฝ้าระวังสื่อที่ถือเป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุท่ามกลางการแพร่ระบาดของข่าวลวงและกลโกงของมิจฉาชีพที่อาศัยสื่อเป็นช่องทางในการหลอกลวงผู้สูงอายุในปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- กชกร ธวัชกิตติคุณ, ญัฐพันธ์ แก้วสุรพล, และ หรรษมน เพ็งหามาน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมืองสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(1), 65-82.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564, 7 มีนาคม). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563. กรมกิจการผู้สูงอายุ. <https://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/335>
- กรมอนามัย. (2563). *คู่มือแนวทางการส่งเสริมสุขภาพดี ชะลอชรา ชีววัยยืนยาว สำหรับผู้สูงอายุ*. กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมสุขภาพจิต. (2550). แบบสัมภาษณ์ดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทยฉบับสั้น. สืบค้นวันที่ 8 มิถุนายน 2565 จาก https://dmh.go.th/test/download/files/TMH15_thai.pdf
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564, 3 กันยายน). เปิดสถิติ! คนไทยใช้ 'โซเชียลมีเดีย' อันดับ 1 ของโลก. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/958161>
- โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และนันทา อนุพงศ์พัฒน์. (2560). สุขภาพทางปัญญา: จิตวิญญาณ ศาสนา และความเป็นมนุษย์. สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ.
- ชารวี บุตรบำรุง. (2554). *การจัดการเงินและความต้องการความรู้ด้านกฎหมายกับการอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในเทศบาลตำบลศาลายา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. <http://ssruir.ssru.ac.th/handle/ssruir/471>
- ชุดิมา มาลัย, รุ่งทิพย์ ไชยโยียงยงค์, เพ็ญนิภา แดงด้อมยุทธ์, และ ศรีสกุล เฉียบแหลม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุ. *วารสารพยาบาลสงขลานครินทร์*, 39(3), 67-76.
- ณัฐนนท ทวีสิน และ ธรรมพงศ์ วงษ์สวัสดิ์. (2563). บทบาทการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุยุคใหม่ในเขตชุมชนทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 6(1), 115-128.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). *สำรวจความมั่งคั่ง ผ่านการตรวจสุขภาพทางการเงิน*. <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/video/83-money-health-check>
- ธรากร กมลเปรมปิยะกุล และณัฐนา ตระกลธนภาส. (2564). *หัวใจตื่นรู้: พิมพ์ครั้งที่ 3*. สำนักพิมพ์ SOOK Publishing.
- นวรรตน์ ไชยมภูมิ, รัตติกรณ์ บุญทัศน์, และนภาฯ สิงห์วีระธรรม. (2562). การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุตามหลัก 3 อ. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยการพยาบาลและสาธารณสุขภาคใต้*, 6(2), 262-269.
- นันทพร ไม้ทองดี และ นาทยา แพร่งศรีสาร. (2562). พฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อการกุศลของผู้สูงอายุ ในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(2), 107-118.

- นันทิยา ดวงมณีเมศ, สิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์, ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์, ธีรพงษ์ บุญรักษา, และวราภรณ์ สืบวงศ์
สุวรรณ. (2564). รายงานความก้าวหน้าโครงการฉบับที่ 2 การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อและการ
สำรวจสถานการณ์ผลกระทบการบริโภคสื่อ. โดยทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเริ่ม
สุขภาพ (สสส.)
- พระครูภาวนาสังวรกิจ วิ.(สุวิทย์ คำมูล). (2561). การพัฒนาสุขภาวะองค์กรสำหรับผู้สูงวัยตามแนวพุทธจิตวิทยา.
ปริญญาพุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต. สาขาวิชาพุทธจิตวิทยา. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2562). สุขภาวะองค์กรรวมแนวพุทธ. พิมพ์ครั้งที่ 35. วัดญาณเวศกวัน.
- พระไพศาล วิสาโล. (2552). สุขแท้ด้วยปัญญา: วิธีสู่สุขภาวะทางปัญญา. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปาปิรุส พับลิเคชั่น.
- พระมหาสากล สุภรเมธี (เดินชาบัน). (2558). การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมตามแนวพุทธปรัชญา. วารสาร
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอรัญญิก, 4(2), 351-358.
- พินนภา แสงสาคร, อรพินท์ ชูชม, และ พรธนี บุญประกอบ. (2555). การสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาวะ
ทางจิตวิญญาณในบริบทของสังคมไทย, วารสารพฤติกรรมศาสตร์. 18(1), 84-94.
- วรวิทย์ เพ็งพันธ์. (2559). จิตตปัญญาศึกษากับภาวะธรรมทัศน์ในวัยสูงอายุ. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม
, 12(2), 7-19.
- วิชัย โชควิวัฒน์. (2552). การศึกษาว่าด้วยมิติทั้ง 4 ของสุขภาพ. วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข สถาบันวิจัยระบบ
สาธารณสุข, 3(1). 323-335.
- วิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2561). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัด
นนทบุรี. Veridian E-Journal (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ), 11(1),
3061-3074.
- ศศิชา มีเย็น และ ปริญญา หุ่นโพธิ์. (2560). การใช้ชีวิตอย่างมีความสุขของผู้สูงอายุที่มาใช้บริการสวนหลวงราชินี
19 ไร่ หัวหิน. ใน รายงานผลสรุปร่างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0. การประชุมวิชาการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 (น . 1 1 2 3 - 1 1 2 9) .
<http://repository.rmutr.ac.th/123456789/752>
- สุดารัตน์ ทิพาพงศ์. (2564). แนวทางการวางแผนทางการเงินเพื่อคุณภาพชีวิตวัยเกษียณอายุ. วารสารการบริหาร
นิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7(5), 353-365.
- สุนิสา คำขึ้น, หฤทัย กงมหา, และ วิจิตร แผ่นทอง. (2563). ภาวะสุขภาพจิตและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในผู้สูงอายุ.
วารสารวิจัยสุขภาพและการพยาบาล. 36(3), 150-163.
- สุภมาส อังศุโชติ และ กาญจน์ กังวานพรศิริ. (2558). แนวทางและมาตรการส่งเสริมการออมของผู้สูงอายุ ตาม
หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี. วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา
(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 7(14), 146-158.

- สุนา บุปผา, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์, และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 7(3), 115-124.
- สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ. (2545). สุขภาพทางจิตวิญญาณ: สุขภาพทางปัญญา รวมความรู้ มุมมอง และความเห็นของปราชญ์แห่งสังคมไทย. สืบค้นวันที่ 8 มิถุนายน 2565 จาก <http://www.openbase.in.th/files/9281-A-W3.pdf>
- อภิชัย มงคล , ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ , ทวี ตั้งเสรี , วัชนี หัตถพนม , ไพรวลัย รมชัย, และ วรวรรณ จุฑา. (2552). รายงานการวิจัย การพัฒนาและทดสอบดัชนีชี้วัดสุขภาพจิตคนไทย (Version 2007), กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- อรพินท์ ชูชม, พรรณี บุญประกอบ, มนัส บุญประกอบ, อุษา ศรีจินดารัตน์, และ สุชาดา สุธรรมรักษ์. (2563). การพัฒนาแบบวัดสุขภาวะทางจิตสำหรับผู้สูงอายุไทย. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 12(23), 112-124.
- อรรถกร เณยทิม, นวลฉวี ประเสริฐสุข, และ อรุณีย์ เกิดในมงคล. (2561). ความสุขของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 5(1), 85-108.
- อังศรา ประเสริฐสิน, ทักษา สุริโย, และ ปพน ญัฐเมธาวิณ. (2561). สุขภาวะของผู้สูงอายุ: แนวคิดและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง. *วารสารสุขศึกษา*, 41(1). 1-15.
- อิสริย์ ศิริวรรณกุลธร, กนกพร ภิญโญพรพาณิชย์, ชัยสิริ อังกระวานนท์, อัศวิน โรจนสุมาพงศ์, ชลวัฒน์ อินปา, และ นพคุณ นันทศุภวัฒน์. (2564). ความชุกของภาวะซึมเศร้าและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในผู้สูงอายุคลินิกผู้ป่วยนอกเวชศาสตร์ครอบครัว โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่. *วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย* 29(1), 1-11.
- อำนวย ปาอ้าย. (2561). ภาวะหนี้สินและการจัดการการเงินของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 19(1), 5-13.
- Chaput, J. P., Dutil, C., & Sampasa-Kanyinga, H. (2018). Sleeping hours: what is the ideal number and how does age impact this?. *Nature and science of sleep*, 10, 421–430. <https://doi.org/10.2147/NSS.S1630715>
- Comfort Keepers. (2015). Seniors and the positive impact of social media. Retrieved June 10, 2022, from <https://www.comfortkeepers.com/articles/info-center/senior-health-and-wellbeing/seniors-and-the-positive-impact-of-social-media>
- Dawson-Townsend, K. (2019). Social participation patterns and their associations with health and wellbeing for older adults. *SSM - Population Health*, 8, 100424. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2019.100424>

- Fu, L., & Xie, Y. (2021). The effects of social media use on the health of older adults: an empirical analysis based on 2017 Chinese general social survey. *Healthcare*, 9(9), 1143. <https://doi.org/10.3390/healthcare9091143>
- Galderisi, S., Heinz, A., Kastrup, M., Beezhold, J., & Saetorius, N. (2017). A proposed new definition of mental health. *Psychiatr. Pol.* 51(3): 407–411.
- Gómez Galán, J. (2015). Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis. *European Journal of Science and Theology*, 11(3), 31-44
- Goodyear, V. A., Wood, G., Skinner, B., & Thompson, J. L. (2021). The effect of social media interventions on physical activity and dietary behaviours in young people and adults: a systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18(72). <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01138-3>
- Gouveia, O.M.R., Matos.A.D., & Schouten, M.J. (2016). Social networks and quality of life of elderly persons: a review and critical analysis of literature. *Social networks and quality of life of older people*, 19(6), 1030-1040. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-22562016019.160017>
- Hea, T., Huang, C., Lib, M., Zhou, Y., and Lid, S. (2020). Social participation of the elderly in China: The roles of conventional media, digital access and social media engagement. *Telematics and Informatics*, 48, 101347. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101347>
- Hirshkowitz, M., Whiton, K., Albert, S. M., Alessi, C., Bruni, O., DonCarlos, L., Hazen, N., Herman, J., Katz, E. S., Kheirandish-Gozal, L., Neubauer, D. N., O'Donnell, A. E., Ohayon, M., Peever, J., Rawding, R., Sachdeva, R. C., Setters, B., Vitiello, M. V., Ware, J. C., & Adams Hillard, P. J. (2015). National Sleep Foundation's sleep time duration recommendations: methodology and results summary. *Sleep health*, 1(1), 40–43. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2014.12.010>
- InfoQuest. (2021). *Thailand Media Landscape 2021*. <https://www.infoquest.co.th/wp-content/uploads/2021/03/IQ-Thailand-Media-Landscape-2021-EN.pdf>.

- Jiang, J., & Song, J. (2022). Health consequences of online social capital among middle-aged and older adults in China. *Applied Research in Quality of Life*.
<https://doi.org/10.1007/s11482-021-10033-9>
- Langer, J., & Dounghummes, N. (2009). Media education in Thailand: Contexts and prospects. In *Media education in Asia* (pp. 199-215). Springer, Dordrecht.
- Leist, A.K. (2013). Psychological, physical, and social health needs of the aging society and post-pandemic recommendations on gerontology. *European Journal of Environment and Public Health*, 5(2). 1-8. <http://doi.org/10.21601/ejeph/11055>
- Lindeman, R. D., Romero, L. J., Liang, H. C., Baumgartner, R. N., Koehler, K. M., & Garry, P. J. (2000). Do Elderly Persons Need to Be Encouraged to Drink More Fluids?. *The Journals of Gerontology: Series A*, 55(7), 361-365. <https://doi.org/10.1093/gerona/55.7.M361>
- MedlinePlus. (2020). *Healthy sleep*. Retrieved June 10, 2022, from
<https://medlineplus.gov/healthysleep.html>
- Pan, H., De Donder, L., Dury, S., Wang, R., De Witte, N., and Verté, D. (2019) Social participation among older adults in Belgium's Flanders region: Exploring the roles of both new and old media usage, *Information, Communication & Society*, 22(13), 1956-1972. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1473460>
- Suttisima, V., Chainan, P., & Yuwakosol, S. (2020). The State of Media Literacy Research in Thailand (1997-2017). *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 15(2), 209-238.
- Russell, R. M., Rasmussen, H., & Lichtenstein, A. H. (1999). Modified food guide pyramid for people over seventy years of age. *The Journal of Nutrition*, 129(3), 751-753.
<https://doi.org/10.1093/jn/129.3.751J> Nutr. 129:751-753.
- Schimmele, C., Fonberg, J., & Schellenberg, G. (2021). Canadians' assessments of social media in their lives. *Economic and Social Reports*, 1(3), The Minister responsible for Statistics Canada. <https://doi.org/10.25318/36280001202100300004-eng>
- Steptoe, A. (2019). Investing in happiness: the gerontological perspective. *Gerontology*, 65, 634-639. <http://doi.org/10.1159/000501124>

- Toquero, C.M.D. (2021). Psychological, Physical, and Social Health Needs of the Aging Society and Post-Pandemic Recommendations on Gerontology. *European Journal of Environment and Public Health*, 5(2). 1-8. <http://doi.org/10.21601/ejeph/11055>
- Valkenburg, P.M. (2022). Social media use and well-being: What we know and what we need to know. *Current Opinion in Psychology*, 45. 1-8. <http://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.006>
- Wadsworth, L. A., & Johnson, C. P. (2008). Mass media and healthy aging. *Journal of Nutrition for the Elderly*, 27(3-4), 319-331. <https://doi.org/10.1080/01639360802265863>
- Wang, J., Liang, C., & Li, K. (2020). Impact of internet use on elderly health: empirical study based on Chinese general social survey (CGSS) data. *Healthcare*, 8(4), 482. <http://dx.doi.org/10.3390/healthcare8040482>

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อศึกษาสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย

ชุดที่.....

แบบสอบถามเพื่อศึกษาสถานการณ์และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุในสังคมไทย

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล

คำชี้แจง:

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาสถานการณ์การใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุทั้งทางบวกและทางลบ ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลในการวางยุทธศาสตร์ ตลอดจนผลักดันระบบกลไกของสังคมในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ดังนั้น เพื่อให้การศึกษาในครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้สูงอายุและสังคมไทย จึงใคร่ขอให้ท่านช่วยสละเวลาตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 การเปิดรับสื่อ
- ส่วนที่ 2 ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น จะไม่มีการเปิดเผยชื่อผู้ตอบและข้อมูลอื่น ๆ เป็นรายบุคคล หากท่านมีข้อสงสัยในประเด็นข้อคำถามสามารถสอบถามได้จากผู้เก็บข้อมูลที่ติดต่อกับท่าน หรือติดต่อมายังหัวหน้าโครงการวิจัย รศ.ดร.นันทิยา ดวงภูมิเมศ โทรศัพท์ 028002308-14 ต่อ 3333

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สำหรับผู้เก็บแบบสอบถาม/ผู้ตอบแบบสอบถามเอง

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม(ชื่อเล่น).....

เพศ ☐ชาย ☐หญิง

☐ ช่วงอายุ 60-69 ปี

☐ ช่วงอายุ 70-79 ปี

☐ ช่วงอายุ 80 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 1 การเปิดรับสื่อ

1. ในแต่ละวัน ท่านเปิดรับสื่อเหล่านี้ มากน้อยเพียงใด

สื่อที่เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	1-2 ชม.	3-4 ชม.	มากกว่า 4 ชม.
1) บุคคล (คนที่เราพูดคุยได้โดยตรง)				
2) โทรศัพท์				
3) วิทยู				
4) สื่อออนไลน์ (ไลน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ฯลฯ)				

2. ในแต่ละวัน ท่านใช้เวลาไปกับสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด (เมื่อคิดรวมเวลาของทุกสื่อ)

☐ ไม่เปิดรับ ☐ 1-2 ชั่วโมง/วัน ☐ 3-4 ชั่วโมง/วัน ☐ มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน

3. ใน 1 สัปดาห์ ท่านเปิดรับประเด็นต่อไปนี้ จากสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด

ประเด็น	ไม่รับ	น้อย (1-2 ครั้ง/ สัปดาห์)	ปานกลาง (3-4 ครั้ง/ สัปดาห์)	มาก (มากกว่า 4 ครั้ง/สัปดาห์)
1) สุขภาพ				
2) ธรรมชาติ				
3) อาหาร				
4) เกษตรกรรม				
5) การงาน/อาชีพ				
6) ข่าวทั่วไป				
7) การเมือง				
8) การลงทุน/การเงิน				
9) บันเทิง (ละคร หนังสือ ซีรีส์ เพลง เกมโชว์)				
10) กีฬา				
11) ความเชื่อ (เสี่ยงโชค/ดวงชะตา/ลี้ลับ)				

ส่วนที่ 2 ผลกระทบจากสื่อ

ข้อ	ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา	เพิ่มขึ้น มาก	เพิ่มขึ้น บ้าง	ไม่เปลี่ยน แปลง	ลดลง บ้าง	ลดลง มาก
1	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การกินอาหารที่ <u>เหมาะสมกับวัย</u> (อาหารที่เคี้ยวง่าย ย่อยง่าย ปริมาณพอเหมาะ ไม่ร้อนจัด-เย็นจัด) ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
2	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การบริหารร่างกาย <u>ตามวัย</u> (การแกว่งแขน การยืดเหยียด การเดิน) ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
3	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การดูแลเหงือกและฟัน ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
4	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การควบคุมน้ำหนัก <u>ไม่ให้อ้วน หรือผอมเกินไป</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
5	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความภาคภูมิใจต่อ <u>ตนเอง</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
6	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความกล้าตัดสินใจทำ <u>ในสิ่งที่ทำทนาย</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
7	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การยอมรับใน <u>ความสามารถของตนเอง</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลง ไปอย่างไร					
8	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความเสียสละเพื่อผู้อื่น ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
9	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้ความสัมพันธ์ของท่าน <u>กับผู้อื่น</u> (การพูดคุย การใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น) เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
10	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้การร่วมกิจกรรมเพื่อ <u>พัฒนาตนเอง</u> (การเข้าชมรม/โรงเรียนผู้สูงอายุ)					

	ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
11	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
12	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมหรือชุมชน</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
13	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้ความเข้าใจชีวิต</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
14	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การยอมรับความเสื่อมถอยของร่างกาย</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
15	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การยอมรับความจริงจากการสูญเสียสิ่งที่รัก</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
16	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การใช้ชีวิตอย่างรู้คุณค่า</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
17	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้รายได้</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
18	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การวางแผนใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
19	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การออม</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					
20	เมื่อเปิดรับสื่อแล้ว <u>ทำให้การหาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน</u> ของท่าน เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร					

21. ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านเคยโดนหลอกลวงจากสื่อหรือไม่ (เช่น การถูกข่มขู่ให้เปิดเผยข้อมูลบัญชี การหลอกให้โอนเงิน การชักชวนให้ลงทุน การแอบอ้างบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือการรับรองคุณภาพมาหลอกขายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น)

☐ เคยโดนหลอก ☐ ยังไม่เคยโดนหลอก (ข้ามไปส่วนที่ 3)

22. ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านถูกหลอกเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ หลอกให้ขาย/สมุนไพรมะเร็ง | ☐ หลอกให้ซื้อของ | ☐ หลอกให้ลงทุน |
| ☐ หลอกให้ช่วยเหลือคน | ☐ หลอกให้ช่วยเหลือสัตว์ | ☐ หลอกให้ทำบุญ |
| ☐ หลอกให้เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว | ☐ หลอกว่าถูกรางวัล | ☐ หลอกให้เข้าใจคนอื่นผิด |
| ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... | | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ☒ ในตัวเลือก หรือเติมข้อความ/ตัวเลขในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่า/แยกกันอยู่ ☐ หม้าย

4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

☐ ต่ำกว่าประถมศึกษา	☐ ประถมศึกษา	☐ มัธยมต้น	☐ มัธยมปลาย/ปวช.
☐ อนุปริญญา/ปวส.	☐ ปริญญาตรี	☐ สูงกว่าปริญญาตรี	

5. ท่านยังทำงาน (ประกอบอาชีพที่สร้างรายได้) อยู่หรือไม่

☐ ไม่ได้ทำงานแล้ว

☐ ยังทำงานอยู่ โปรดระบุอาชีพ

☐ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ ค้าขาย ☐ รับจ้างทั่วไป

☐ เกษตรกร ☐ อื่น ๆ กรุณาระบุ.....

6. ก่อนอายุ 60 ปี ท่านเคยทำอาชีพใดเป็นหลัก

☐ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ ค้าขาย ☐ รับจ้างทั่วไป

☐ เกษตรกร ☐ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน

☐ อื่นๆ กรุณาระบุ.....

7. สถานะทางการเงินของท่านในปัจจุบัน

☐ ไม่เพียงพอ

☐ เพียงพอ

☐ เพียงพอและเหลือเก็บ

8. ปัจจุบันท่านได้รับเงินหรือมีรายได้จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ไม่มี ☐ รายได้ที่หามาด้วยตนเอง ☐ รายได้จากลูก ☐ รายได้จากคู่สมรส

☐ รายได้จากญาติ ☐ เบี้ยผู้สูงอายุ ☐ บำนาญ ☐ ดอกเบี้ย

☐ เงินปันผล ☐ อื่นๆ (กรุณาระบุ)

9. ท่านอาศัยอยู่กับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ คนเดียว ☐ คู่สมรส ☐ ลูก ☐ หลาน ☐ ญาติ

☐ เพื่อน ☐ อื่นๆ (กรุณาระบุ)

10. คนที่อาศัยอยู่บ้านเดียวกับท่านมีจำนวน คน (ไม่นับรวมตัวเอง)

11. ท่านคิดว่าสุขภาพของท่านเป็นอย่างไร

☐ ไม่ดีอย่างมาก

☐ ไม่ดี

☐ ปานกลาง

☐ ดี

☐ ดีมาก

-----ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง-----

ชื่อผู้เก็บแบบสอบถาม.....

ภาคผนวก ข
กิจกรรมลงพื้นที่

การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ โดย นสส.วัยเพชร ครู ก ทั้ง 5 พื้นที่

การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ กรุงเทพมหานคร



การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดสกลนคร



การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดสุพรรณบุรี



การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดนครศรีธรรมราช



การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ทีมวิจัยขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรุ่นที่ 2 พื้นที่

การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรุ่นที่ 2 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (อบต.บ้านป้อม และ เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย)



การขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ ณ เทศบาลตำบลเชียงรากน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา ครั้งที่ 2 โดยมี
สถานีโทรทัศน์ NHK ของประเทศญี่ปุ่นถ่ายทำการอบรมเป็นส่วนหนึ่งในสารคดี



ทีมวิจัยพร้อมทั้ง นสส.วัยเพชร ครู ก จากยานนาวา กรุงเทพมหานคร ได้รับการเชิญจากพื้นที่จังหวัดอ่างทอง ในการขยายผลหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ (อบต.จำปาหล่อ และ อบต.คลองขนาก)



อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อให้กับ นส. วัยเพชร ครู ก รุ่นที่ 1 และ 2

อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ กรุงเทพมหานคร



อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดสกลนคร



อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดสุพรรณบุรี



อบรมผู้สอนหลักสูตรวัยเพชรรู้ทันสื่อ จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาคผนวก ค

เกมออนไลน์ หยุด คิด ถาม ทำ STAAS ชุดที่2

เกมออนไลน์ หยุต คิต ถาม ทำ STAAS ชุดที่2

Q STAAS



ภาคผนวก ง

ผลงานเว็บไซต์ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ (ICEM)

E-Bulletin 4 ฉบับ

E-Bulletin ฉบับที่1: สงคราม...สื่อ ผู้สูงอายุ



E-Bulletin ฉบับที่2: การรู้เท่าทันสื่อนานาชาติ



E-Bulletin ฉบับที่3: สู้ภัยกับธรรมชาติและ การรู้ทันสื่อ



E-Bulletin ฉบับที่4: มูเตลู การเท่าทันสื่อ



บทความ 30 บทความ ในหมวดคลังความรู้ รู้หนังสือ รู้ทันโลก

iceml.org/repository-media-th/

โทรศัพท์ 02-8002308-14 ต่อ 3507 สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล



หน้าแรกเกี่ยวกับเราคลังความรู้▼นวัตกรรม▼กิจกรรม▼เครือข่ายติดต่อเราEN

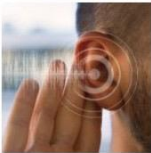
รู้หนังสือ รู้ทันโลก



การรับมือกับข่าวสารโควิด-19 ในโลกออนไลน์ของผู้สูงอายุ...ตนเอง ครอบครัว เพื่อน



ผลการวิจัยชี้เทคโนโลยีเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงวัยกับคนต่างวัย



“ห้องแห่งเสียงสะท้อน” ปรากฏการณ์บนโลกออนไลน์ที่แก้ไขได้ด้วย “ความเข้าใจ”

คลังความรู้

- ▶ รายงานวิจัย
- ▶ ICEM E-Bulletin
- ▶ หนังสือและบทความ
- ▶ **รู้หนังสือ รู้ทันโลก**

ภาคผนวก จ

งานเสวนาและแถลงข่าว “ผู้สูงอายุ (จะ) อยู่อย่างไรในยุคเฟคนิวส์”

งานเสวนาแลกเปลี่ยน “ทิศทางการขับเคลื่อนงานรู้เท่าทันสื่อผู้สูงอายุไทยอย่างยั่งยืน”



งานแถลงข่าว : ผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทยและเกมออนไลน์เพื่อฝึกทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

