

Vol.5

Fifth Edition

ฉบับที่ 5 : เมษายน 2566

อายุขัยที่ยืนยาว
กับการเลือกตั้ง

“เท่าทันเทคนิคการหาเสียงกระตุกต่อม...
กระตุ้นสัญชาตญาณดิบของมนุษย์

เพราะคนละGen จึงเห็นต่าง:
ช่องว่างระหว่างวัย ชีชีะตาผลเลือกตั้ง?



ICEM
Intelligence Center for Elderly Media Literacy

E-Bulletin



รู้เท่าทัน การเลือกตั้ง



EDITOR'S TALK

14 ล้านคนจาก 52 ล้านคน หรือ 1 ใน 4 ของจำนวนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในวันที่ 14 พฤษภาคม 2566 คือผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงไม่แปลกเลยที่ผู้สูงอายุได้กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญกลุ่มหนึ่งในการหาเสียง บทความฉบับนี้จึงนำเสนอความรู้ ข้อมูล และการวิเคราะห์การหาเสียงของนักการเมือง และความพร้อมของผู้สูงอายุต่อการใช้สิทธิ ในหลากหลายแง่มุม

บทความแรก **อายุขัยที่ยืนยาวกับการเลือกตั้ง** ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์ เสนอมุมมองความพร้อมเลือกตั้งในผู้สูงอายุที่มีภาวะถดถอยซึ่งเป็นไปตามอายุขัย ในด้านการรับรู้ การใช้ความคิด และการตัดสินใจ โดยเป็นมากขึ้นในผู้สูงอายุที่มีภาวะสมองเสื่อม ส่งผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง จึงควรมีการพิจารณาหรือไม่ว่าคนไทยควรใช้สิทธิเลือกตั้งได้ถึงอายุเท่าไร **เท่าทันเทคนิคการหาเสียงกระตุกต่อม...กระตุ้นสัญชาตญาณดิบของมนุษย์** นันทิยา ดวงกุ่มเมศ ซีให้เห็นว่าในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนั้นนักการเมืองพยายามเอาชนะใจผู้สูงอายุโดยใช้กลยุทธ์การตลาด นำเสนอนโยบายที่เข้าถึงจิตสำนึกความอยู่รอดหรือความมั่นคงของชีวิต และใช้วาทกรรมสร้างอารมณ์ร่วมสร้างความรู้สึกกังวลและกลัว จึงพบเนื้อหาที่ใช้หาเสียงสร้างความมั่นใจเรื่องรายได้และสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ **“กัลยาณมิตร” คุณสมบัติของนักการเมือง เพื่อสร้าง “เมืองที่รู้ทันสื่อ”** อีรพงษ์ บุญรักษา เสนอให้ผู้สูงอายุรู้ทันผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยพิจารณาเลือกนักการเมืองที่เป็นกัลยาณมิตรจากคุณลักษณะอันเชื่อมโยงกับคำสอนในพุทธศาสนา ประกอบด้วย ใจดีมีเมตตา สื่อสัจย์สุจริต มีความรู้ซื่อสัตย์คม สื่อสารสร้างสรรค์ รับผิดชอบต่อสังคม และต่อต้านทุจริต รวมทั้งเสนอให้ใช้คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง **“ไม่รักใครเลย”** สิรินทร พิบูลภานุวัธน์ สืบค้นเนื้อหาที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการหาเสียงครั้งนี้พบว่าไม่แตกต่างจากการเลือกตั้งที่ผ่านมา ยังคงเสนอนโยบายแก้ปัญหาในระดับบุคคล โดยละเลยนโยบายระดับโครงสร้างสังคม อีกทั้งเสนอภาพการแข่งขันหาเสียงที่เป็นไปอย่างเข้มข้นจนผู้สูงอายุสับสนตัดสินใจไม่ได้ และเลือกที่จะไม่เลือกใครเลย บทความสุดท้าย **เพราะคนละ Gen จึงเห็นต่าง: ช่องว่างระหว่างวัยชี้ชะตาผลเลือกตั้ง?** วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ วิเคราะห์ความแตกต่างในวิถีคิดและทัศนคติเกี่ยวกับการเมืองและนักการเมือง รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกลุ่ม Baby Boomer, Gen X, Gen Y และ Gen Z เชื่อมโยงไปสู่รูปแบบการหาเสียงที่แตกต่างกัน ซึ่งน่าสนใจว่าสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้มีสิทธิออกเสียงในทุกกลุ่ม

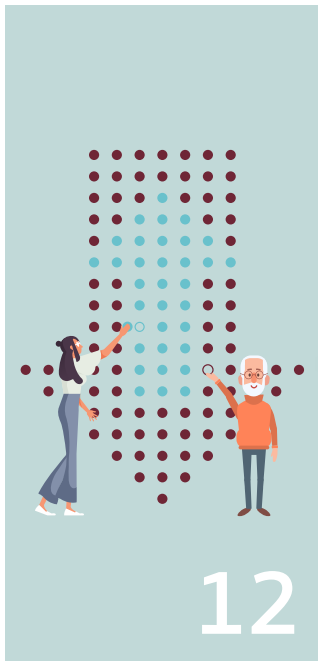
การเลือกตั้งครั้งนี้อยู่ในบริบททางสังคมที่ต่างจากเดิม 2 ประการ คือ มีความขัดแย้งทางความคิดเรื่องการเมือง การปกครอง และสังคมมากขึ้นอย่างชัดเจน รวมทั้งมีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสื่อสารสามารถสร้างภาพให้เสมือนจริงยากต่อการแยกแยะว่าเรื่องราวที่ได้เห็นได้อันอยู่นั้นเป็นเรื่องจริงหรือเท็จ ซึ่งทั้ง 2 ประการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ การรู้ทันสภาพสังคมและการรู้ทันสื่อจึงมีความสำคัญยิ่ง

ศส.ดวงพร คำบุญวัฒน์
บรรณาธิการ/ที่ปรึกษากลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

Email: lcdkn@hotmail.com



บรรณาธิการ ศส.ดวงพร คำบุญวัฒน์ กองบรรณาธิการ ศส. ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ, ศส. ดร.ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์
ผศ. ดร.อีรพงษ์ บุญรักษา, ดร.สิรินทร พิบูลภานุวัธน์, ดร.ณรงค์ พันธะพุมมี, อาจารย์วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ
ผู้ประสานงาน นางสาวประวีณนุช แสงสว่างธรรมมะ ผู้ออกใบเบ นายชันตชัย ชัยตระกูลพิบูลย์



<https://www.posttoday.com/>

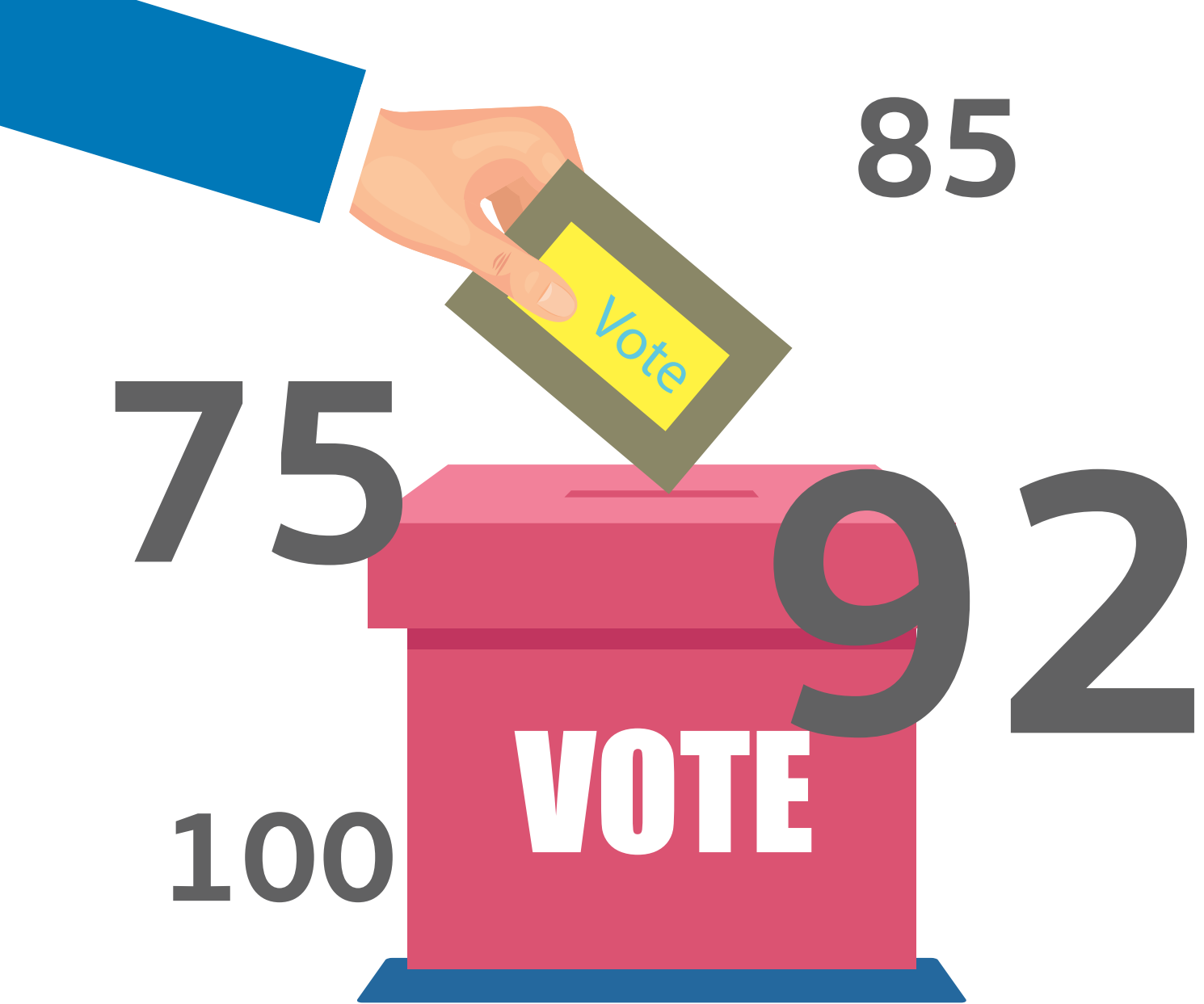
CONTENTS

สารบัญ

ฉบับที่ 5 : เมษายน 2566
 ICEM E-Bulletin ▼

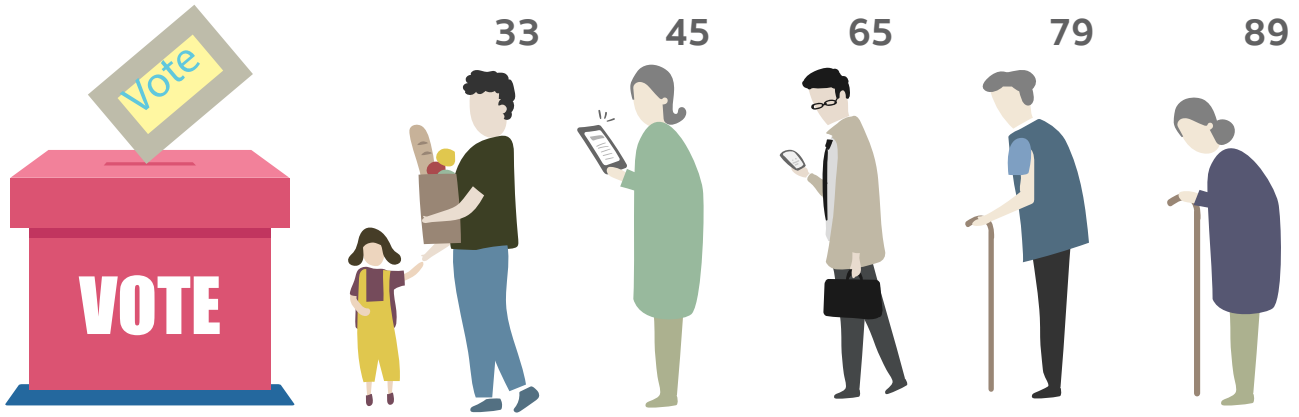
- ฉบับที่ 1 : เดือนเมษายน 2565
- ฉบับที่ 2 : เดือนกรกฎาคม 2565
- ฉบับที่ 3 : เดือนตุลาคม 2565
- ฉบับที่ 4 : เดือนมกราคม 2566
- ฉบับที่ 5 : เดือนเมษายน 2566

อายุขัยที่ยืนยาวกับการเลือกตั้ง	01
เท่ากันเทคนิคการหาเสียงกระตุกต่อม...กระตุ้น สัญชาตญาณดิบของมนุษย์	04
“กัลยาณมิตร” คุณสมบัติของนักการเมือง เพื่อสร้าง “เมืองที่รู้จักันสื่อ”	06
“ไม่รักใครเลย”	09
เพราะคนละGen จึงเห็นต่าง: ช่องว่างระหว่างวัยชี้ชะตาผลเลือกตั้ง?	12



อายุขัยที่ยืนยาว กับการเลือกตั้ง

ขวัญจิต ศศิวงศาโรจน์



มาแล้ว...มาแล้ว ในที่สุด...ก็ถึงเวลาใช้สิทธิกันอีกครั้ง ในช่วงเวลานี้ คงไม่มีใครไม่ได้ยินการโฆษณาหาเสียง ที่หลังไหลเข้ามาทุกช่องทาง นับได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่มีข้อมูลประตประดังเข้ามาสู่ประชาชนคนไทยอย่างมากมาย มหาศาลทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทำให้ ‘ผู้มีสิทธิ’ ต้องขบคิด พิจารณากับข้อมูลที่เจอไม่น้อยเลยทีเดียว ข้อมูลทั้ง online-offline หรือที่มาจาก onside-offside ผ่านทีวี วิทยุ ป้ายหาเสียง รถแก็ป โปสเตอร์ เวทีปราศรัย YouTube, Facebook หรือ Line มันช่างมากมายเสียเหลือเกิน ทำให้ผู้เขียนนึกย้อนไปในวัยเด็ก ในพื้นที่ที่ห่างไกลจากกรุงเทพ จำความได้ว่าข้อมูลจากการหาเสียงในเวลานั้นจำกัดมาก ในดูหาเสียงตัวเองและเด็กคนอื่น ๆ ในละแวกบ้าน พวกมันวิ่งไล่เก็บใบปลิวสีชมพู เหลือง เขียว ที่ล่องลอยลงมาจากท้องฟ้าซึ่งถูกโปรยลงมาจากเครื่องบินอย่างสนุกสนาน บนใบปลิวนั้นมีเพียงข้อความที่เป็นชื่อของผู้สมัครและหมายเลข นี่เป็นเพียงช่องทางเดียวเท่านั้นที่ผู้เขียนรู้ว่าใครบ้างที่อาสา มาเป็นผู้แทนราษฎรในจังหวัด อาจฟังดูประหลาดเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางสื่อสารในปัจจุบัน การเลือกตั้งในรอบนี้ สัดส่วนของผู้สูงอายุ มีถึง 1 ใน 4 ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด การรู้เท่าทันสื่อในช่วงการเลือกตั้งในยุคดิจิทัลนี้ผู้คนจึงต้องมีวิทยายุทธในการรู้เท่าทันสื่อมากกว่า สมัยก่อนอย่างมาก

เมื่อพูดถึงผู้มีสิทธิการเลือกตั้ง เรามักนึกถึงผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี บริบูรณ์เป็นต้นไป เคยมีการตั้งคำถามกันใหม่ว่า มีสิทธิเลือกไปได้อันถึงอายุเท่าไร?... ไม่ว่าประเทศไทย ๆ ก็ยังไม่เห็นว่าจะกำหนดเพดานอายุ ผู้ใช้สิทธิแต่อย่างใด การคิดวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจ ลงคะแนนเสียงได้นั้น ไม่เพียงแต่อาศัยทักษะการคิดวิเคราะห์เท่านั้น สติสัมปชัญญะในเชิงกายภาพก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นเดียวกัน ในปัจจุบัน คนเรามีอายุยืนยาวขึ้นทั่วโลก ในช่วง ค.ศ. 1900-2019 อายุขัยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น เป็นสองเท่าถึงกว่า 70 ปี¹ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยเกิน 80 ปีขึ้นไป อย่างเช่น สวิตเซอร์แลนด์ อิตาลี ออสเตรเลีย และสิงคโปร์อยู่ที่ 83 ปี ส่วนญี่ปุ่นล้ำหน้าไปถึง 85 ปี ของไทยเราอยู่ที่ 79 ปี² อายุที่เพิ่มขึ้นนี้มีผลต่อเรื่องความทรงจำและการ ทำหน้าที่ของสมองโดยเฉพาะในเรื่องของการคิดวิเคราะห์ และยังมัก คุกคามที่มากับอายุที่สูงขึ้นหรือที่เราคุ้นเคยกันดีว่าภาวะสมองเสื่อม (Dementia) เป็นภาวะถดถอยทางด้านสติปัญญา และการรับรู้ ซึ่งสะท้อนออกมาทางความจำ คำนวณ ตัดสินใจ จินตนาการ และการใช้

ภาษา เมื่อมีอายุการรุนแรงขึ้นบุคลิกภาพจะเปลี่ยนไป และกระทบกับ การดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งอุบัติการณ์ของภาวะสมองเสื่อมเพิ่มขึ้น อย่างทวีคูณเมื่ออายุระหว่าง 65 ถึง 90 ปี และเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าทุก ๆ 5 ปีและยังมีมากขึ้นเมื่ออายุ 90 ปีขึ้นไป³

ในบางประเทศที่เป็นสังคมสูงอายุนานแล้วได้มีการเริ่มพูดถึง ภาวะสมองเสื่อมกับการไปลงคะแนนเสียง เพราะสัดส่วนผู้ลงคะแนนเสียง เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุมากเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเรื่องนี้ได้มีการศึกษาอย่างจริงจัง ดังเช่น การศึกษาของ Irastorza และคณะ⁴ ที่ทำการวิจัยผู้สูงอายุที่มี ภาวะสมองเสื่อมจำนวน 68 คน โดยทดสอบความสามารถในการตัดสินใจ เลือกตั้งด้วยคำถามมาตรฐาน 4 ข้อ ได้แก่ ความเข้าใจ (understanding) การเลือก (choice) การให้เหตุผล (reasoning) และความชื่นชอบ (appreciation) ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีภาวะสมองเสื่อมเล็กน้อยยังคงมีความสามารถในการตัดสินใจลงคะแนนเสียงได้ แต่หากมีอาการมากขึ้นก็ไม่สามารถใช้ความ คิดและตัดสินใจต่อเรื่องใด ๆ ได้อย่างเหมาะสม “การออกเสียง” มีความ สำคัญต่อประเทศที่ใช้ระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย ซึ่งเสียงของ ทุกคนมีผลต่อการบริหารจัดการประเทศ ผู้มีสิทธิจึงมีหน้าที่แสดงสิทธิของ ตนเองและเป็นส่วนหนึ่งของผลรวมที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม “การออกเสียง” เป็นสิทธิที่พึงมีของทุกคนในประเทศภายใต้การปกครองด้วยระบอบนี้ แม้แต่ผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิตและ/หรือผู้พิการทางสติปัญญาที่ได้รับสิทธิ ดังกล่าว และมีการคำนึงถึงประเด็นนี้มากขึ้น ดังในช่วงทศวรรษที่ 1990 มีประเทศประชาธิปไตย 63 ประเทศ แต่มีเพียง 4 ประเทศเท่านั้นที่ให้ สิทธิในการลงคะแนนเสียงแก่กลุ่มบุคคลดังกล่าว แต่ในปลายทศวรรษ ที่ 2000 มี 11 ประเทศ รวมทั้งญี่ปุ่นได้ยกเลิกข้อจำกัดทั้งหมดและให้ สิทธิประชาชนเหล่านั้นในการเลือกตั้ง⁵

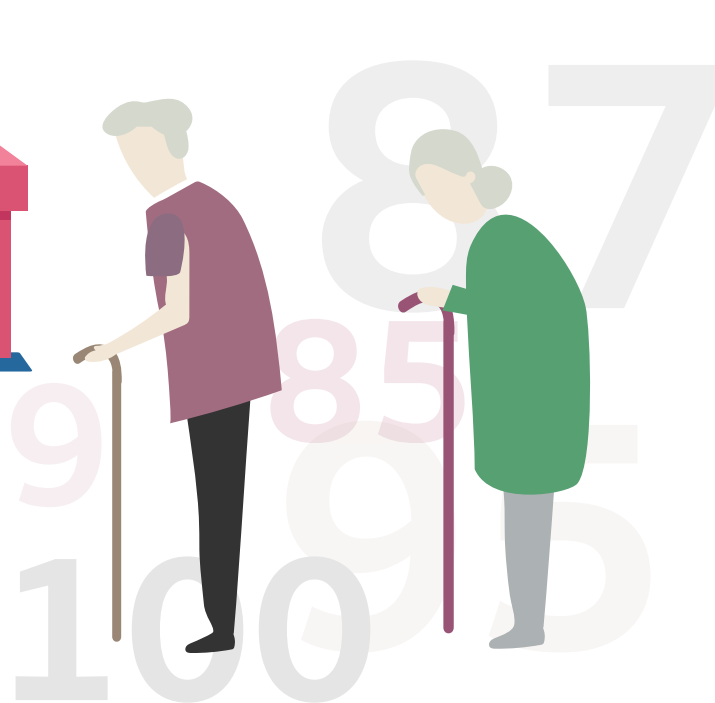
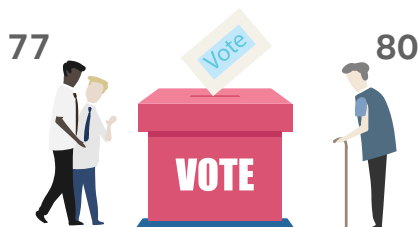
คำถาม 4 ประเด็นที่ใช้วัดความสามารถในการตัดสินใจลงคะแนน เสียงของผู้สูงอายุจากงานวิจัยข้างต้น มีความน่าสนใจเมื่อนำมามองในเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในช่วงเลือกตั้ง ในประเด็นแรกความเข้าใจ (understanding) เป็นสิ่งที่สำคัญโดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ไม่เข้าใจอย่างเพียงพอถึงระบอบประชาธิปไตย หรือที่เรียกว่า “civil literacy” ที่ต้องเข้าใจ การเลือกตั้งและการทำงานของรัฐบาล รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น หรือแม้แต่ในเรื่องเล็ก ๆ ที่เรามากได้ยินในการเสนอข่าวจากคูหาการเลือกตั้ง อยู่บ่อย ๆ ว่าผู้สูงอายุไม่เข้าใจว่าต้องเลือกหรือกาบัตรเลือกตั้งอย่างไร สิ่งเหล่านี้ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องเรียนรู้ให้เท่าทัน

ประเด็นถัดมา คือ การเลือก (choice) สื่อการเมืองสารพัดรูปแบบที่เข้ามาเป็นข้อมูลให้ผู้สูงอายุพิจารณา อย่างไรก็ตามก็ขึ้นอยู่กับ การเข้าถึงสื่อและช่องทางต่าง ๆ ของผู้สูงอายุแต่ละคน บ้างก็ได้แต่รับชมผ่านทางโทรทัศน์ บ้างก็อาจกว้างขวางมากขึ้นเมื่อสามารถเข้าสู่โลกออนไลน์ ข้อมูลที่มากขึ้นและหลากหลายมุมมองนับเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือก การเปิดรับข้อมูลใหม่ ๆ ไม่ปิดประตูตายกับข้อมูลที่ขัดแย้งกับความคิด ความเชื่อเดิมก็ทำให้เห็นประเด็นที่จะนำมาพิจารณาการเลือกมากขึ้น

การให้เหตุผล (reasoning) เป็นสิ่งสำคัญ เพราะปฏิเสธไม่ได้ว่าการเลือกตั้งมีหลายปัจจัยที่ทำให้ ‘ต่อมเหตุผล’ ไม่ค่อยทำงาน อาทิ พวกพ้องพวกมากลากไป หรือ ความฝังใจทั้งทางบวกและลบ อย่างไรก็ตาม แม้มีเหตุผลในสิ่งที่เลือก ก็อาจมีข้อถกเถียงว่าทุกคนล้วนอ้างเหตุผลของตัวเอง แต่ผู้มีสิทธิก็มีหน้าที่ในสิ่งเดียวกันและมีผลซึ่งกันและกันในภาพรวมของประเทศ การลงคะแนนเสียงจึงควรตระหนักเพื่อประโยชน์สูงสุดของทุกคน เหตุผลทางการเมืองควรสร้างขึ้นจากข้อมูลและการเรียนรู้ ไม่ควรอยู่บนพื้นฐานของการคิดอย่างรวดเร็ว ความโกรธ หรืออคติ

ประเด็นสุดท้าย คือ ความชื่นชอบ (appreciation) อาจเป็นสิ่งที่โดดเด่นที่สุดในสังคมบ้านเรา และอยู่เหนือประเด็นอื่น ๆ ทั้งหมด มักทำให้เราข้ามขั้นตอนการคิดพิจารณาหาเหตุผลในการตัดสินใจ แต่ความชื่นชอบก็ไม่ได้มาแบบลอย ๆ ผ่านการคิด ประสบการณ์ และการก่อตัว จนฝังเป็นความชื่นชอบที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงกันได้ง่าย ๆ แต่สิ่งนี้อาจทำให้เราปิดโอกาสที่จะเปิดหู ตา และใจ กับข้อมูลอื่น ๆ หากเรานำตรรกะของการเปลี่ยนแปลงเข้ามาพิจารณาก็จะทำให้สามารถเปิดใจทบทวนความชื่นชอบเดิมและเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อการตัดสินใจที่เป็นปัจจุบันและรอบด้านมากขึ้น

คุณแม่ของผู้เขียนวัย 86 สนใจดูข่าวการเลือกตั้งจากทีวีทุกวัน ยังสนุกกับการวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของพรรคต่าง ๆ แต่ดูเหมือนผู้แทนในดวงใจจะเปลี่ยนไปทุกวันตามข้อมูลที่เข้ามาใหม่ ๆ ที่สำคัญเมื่อถึงวันเลือกตั้งก็คงต้องไปคูหาด้วยวีลแชร์ สมองยังดีแต่กำลังขาดถอยไปหลายปีแล้ว การได้แสดงหน้าที่พลเมืองและใช้สิทธิของตัวเองทำให้ผู้สูงอายุวัยปลาย หรือมีชื่อเรียกอย่างเก๋ไก๋และทรงพลังว่า “SuperAger” เกิดความภาคภูมิใจในศักยภาพที่ยังคงรักษาไว้ได้และรู้สึกถึงการยังคงเป็นส่วนหนึ่งของ...สังคม



¹ Roser, M., Ortiz-Ospina, E. & Ritchie, H. (2013). "Life Expectancy". OurWorldInData.org. Retrieved April 4, 2022, from: <https://ourworldindata.org/life-expectancy>

² The World Bank. (2020). Life Expectancy [data]. Retrieved April 13, 2022, from <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.LE00.IN>

³ Jorm AF, Jolley D. The incidence of dementia: a meta-analysis. *Neurology*. 1998;51:728–733.

⁴ Irastorza LJ, Corujo P, Bañuelos P. Capacity to vote in persons with dementia and the elderly. *Int J Alzheimers Dis*. 2011;2011:941041. doi: 10.4061/2011/941041. Epub 2011 Jul 18. PMID: 21789276; PMCID: PMC3140783.

⁵ Okura S. (2018) The last suffrage movement in Japan: Voting rights for persons under guardianship. *Contemporary Japan*, 30:2, 189-203, DOI: 10.1080/18692729.2018.1506642

About Me

ปริญญญาเอกด้าน Demography เป็นนักวิจัยข้ามวัฒนธรรม สนใจผลพวงของความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการย้ายถิ่นและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงอายุที่สัมพันธ์กับสุขภาวะของบุคคลและสังคมในมิติของการอยู่ร่วมกันท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสูงวัยข้ามชาติ และทุนทางวัฒนธรรมในการดูแลผู้สูงอายุ โดยยึดมั่นว่า “วัฒนธรรม” เป็นกุญแจสำคัญในการถอดรหัสการสื่อสารความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมในทุกช่วงชีวิตของมนุษย์

รศ. ดร.ชวัลจิดา ศศิวงศาโรจน์

อาจารย์ประจำหลักสูตรวัฒนธรรมศึกษา
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย





เท่าทัน เทคนิคการหาเสียง กระตุกต่อม... กระตุ้นสัญชาตญาณดิบ ของมนุษย์

นันทิยา ดวงกมุทเมศ

การทำเสียงของพรรคการเมืองที่แข่งขันกันอย่างร้อนแรงในช่วงเดือนเมษายน 2566 เพื่อเชิญชวน โนมิน่าวชกจึงให้คนไทยทุกคนที่มีสิทธิ์ไปลงคะแนนเสียงเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่มาจากพรรคของตนในวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 นั้น ดูจะไม่ต่างจากสภาพอากาศที่ร้อนจัดในเดือนเมษายนเท่าใดนัก โดยปรากฏการณ์ในการหาเสียงเลือกตั้งในครั้งที่ 27 นี้ จะเห็นว่าพรรคการเมืองใหญ่หลายพรรคต่างก็พุ่งเป้าหวังดึงคะแนนเสียงจากผู้สูงวัย โดยได้ออกแคมเปญสื่อสารนโยบายเพื่อหวังเอาใจผู้สูงอายุในลักษณะต่าง ๆ มากมาย¹ นอกจากการพิจารณานโยบายอย่างถี่ถ้วน ทั้งในแง่ความเป็นไปได้และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอย่างแท้จริงแล้ว ผู้สูงวัยยังต้องรู้ทันเทคนิคการหาเสียงที่เน้นการกระตุกและกระตุ้นสัญชาตญาณดิบในการเอาตัวรอดของมนุษย์อีกด้วย

การใช้เทคนิคหาเสียงที่เน้นให้เกิดการตัดสินใจผ่านสัญชาตญาณหรือจิตใต้สำนึกเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ เป็นการประยุกต์ใช้หลักการตลาดประสาทวิทยา (Neuromarketing) ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เน้นการตลาดใช้ในการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างรวดเร็ว โดยไม่ให้โอกาสหรือเวลาในการคิดพิจารณาอย่างรอบคอบ เป็นศาสตร์ที่เอาความเข้าใจในกลไกการทำงานของสมองของมนุษย์มาใช้ออกแบบสื่อและเนื้อหาที่ดึงดูดและขึ้นการตอบสนองของลูกค้า² โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระตุ้นทำงานของสมองส่วนล่างหรือชั้นในสุด หรือสมองสัตว์เลื้อยคลาน (reptilian brain) ซึ่งทำงานเร็วที่สุดในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัวตามอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันทันที โดยสมองส่วนนี้ทำงานด้วยตัวของมันเองในระดับจิตใต้สำนึกในลักษณะที่เราไม่รู้ตัวและยากที่จะควบคุม แต่ว่าส่งผล

ต่อการตัดสินใจและการแสดงออกต่อเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตมากกว่า 90% เลยทีเดียว³

นอกจากการนำเสนอนโยบายเพื่อเจาะจิตสำนึกความอยู่รอดผู้สูงวัยแล้ว พรรคการเมืองยังพยายามใช้วาทกรรมที่สร้างอารมณ์ร่วมด้วยการดึงความรู้สึกกลัว กังวลใจในเรื่องสุขภาพ ความมั่นคงทางรายได้ของชีวิตวัยเกษียณอีกด้วย ซึ่งลักษณะเหล่านี้ก็ไปกระตุ้นสมองสัตว์เลื้อยคลานให้ทำงานมากขึ้นนั่นเอง จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้สูงอายุจะสนับสนุนกลุ่มการเมืองที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้⁴ ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องที่ผิดหรือทำไม่ได้แต่อย่างใด ถ้าการตัดสินใจดังกล่าวได้ผ่านการคิดวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลด้วยหลักตรรกะเปิดโอกาสให้สมองส่วนนอกสุด (neocortex) ได้ทำหน้าที่ในเรื่องการคิดวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละพรรคการเมือง ข้อมูลของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ข้อมูลของผู้ที่เป็นแคนดิเดตนายกรัฐมนตรี อย่างรอบด้านและเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้การตัดสินใจเลือกพรรคหรือผู้สมัครคนใดก็ตามเป็นไปอย่างมีสติและมาจากปัญญา

การใช้ประโยชน์จากการแข่งขันการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมือง พรรคการเมือง และนักการเมือง ในช่วงการเลือกตั้งของสื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ จะช่วยให้ผู้สูงวัยได้ข้อมูลที่หลากหลาย รอบด้าน ที่จะเป็นข้อมูลป้อนเข้า (input) สำหรับการคิดพิจารณาว่าพรรคการเมืองใดมีนโยบายหรือแนวทางที่จะนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำให้คนไทยมีโอกาสและคุณภาพชีวิตที่ดีที่เกิดจากการพึ่งพาตัวเอง

อย่างไรก็ตาม ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารควรเปิดรับข่าวสารที่หลากหลาย ไม่ยึดติดอยู่กับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง เปิดรับ

สมอง 3 ส่วน

สมองส่วนเหตุผล

- คิดมีเหตุผล
- คิดวิเคราะห์

สมองส่วนอารมณ์

- ใช้อารมณ์ตัดสินใจ

สมองส่วนสัญชาตญาณ

- เอาตัวรอด



ข้อมูลจากผู้ที่มีความเห็นต่างจากตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงการหมนนวนอยู่ใน “ห้องแห่งเสียงสะท้อน” (echo chamber) อันเป็นการรับรู้แต่ข้อมูล และความคิดเห็นของกลุ่มคนที่มีความชอบหรือความคิดแบบเดียวกัน ทำให้ซึมซับเฉพาะความคิดเห็นหรือความจริงเพียงด้านเดียว⁵ ซึ่งนอกจากบุคคลจะมีแนวโน้มเปิดรับเนื้อหาข้อมูลในลักษณะที่สอดคล้องกับความเชื่อและความชอบ (confirmation bias) ของตนเองแล้ว เทคโนโลยี AI ที่มีระบบปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร ที่จับประเด็นหรือเรื่องราวที่เราสนใจ ก็ยิ่งทำให้เราเห็นข้อมูลที่ตอกย้ำความคิดความเชื่อของเราอีกด้วย ดังนั้น ความเท่าทันตนเองและระบบปฏิบัติการเหล่านี้ จึงเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้ข้อมูลที่หลากหลายถูกป้อนเข้าไปให้สมองชั้นนอกได้ แสดงพลังในการคิดวิเคราะห์อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้ผู้สูงวัยสามารถเลือกผู้แทนของท่านเข้าไปช่วยพัฒนาคนไทยและสังคมไทยให้เป็นสังคมที่มีความสุขและปลอดภัยสำหรับทุกคน

ภาพจากสถาบันพัฒนาาระบบคิด <https://www.neurogenius.com/about>

¹ ผู้จัดการออนไลน์. (2566). ส่อง “นโยบายผู้สูงวัย” 10 พรรค ใครให้มากกว่า? <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9660000031679>

² Harrell, E. (2019). Neuromarketing: what you need to know. <https://hbr.org/2019/01/neuromarketing-what-you-need-to-know>

³ Patent, J. D. (2015). Who is in charge of our minds? The lizard or the poet? <https://hberkeley.wordpress.com/2015/03/05/who-is-in-charge-of-our-minds-the-lizard-or-the-poet/>

⁴ พระณัฐวดี วราทตโน (นาม), สุรพล พรหมกุล และชาญชัย ฮาดศรี (2565). พฤติกรรมทางการเมืองของผู้สูงอายุ ตามระบอบประชาธิปไตยในอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย. วารสารสถาบันวิจัยพัฒนธรรม, 9(2), 137-149.

⁵ พิทยานันท์ พูนพล. (2565). “ห้องแห่งเสียงสะท้อน” ปรากฏการณ์บนโลกออนไลน์ที่แก้ไขได้ด้วย “ความเข้าใจ”. <https://www.iceml.org/repository-media-echo-th/>

About Me

ปริญญาเอก Journalism Studies เน้นด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษา เป็นนักวิจัยด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ การสื่อสารและปรับตัวระหว่างวัฒนธรรมของผู้ย้ายถิ่น การสื่อสารอัตลักษณ์ของ LGBTQ+ และเป็นอาจารย์สอนแนวคิดและกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ที่สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มีความสนใจเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารระหว่างวัย และมีมุมมองต่อผู้สูงอายุที่ไม่เอาอายุมาเป็นตัวตัดสินแต่ให้ความสำคัญกับศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

ศส. ดร.นันทิยา ดวงกุ่มเมศ



อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย
อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

“กลายาณมิตร”

คุณสมบัตินักการเมือง เพื่อสร้าง “เมืองที่รู้กับสื่อ”

ธีรพงษ์ บุญรักษา



“การสื่อสาร” จุดเริ่มต้นของการสร้างการเรียนรู้ สร้างเมือง และสร้างสุขภาวะของพลเมือง

นับแต่มนุษย์ลี้มตามานโลก มนุษย์ก็เริ่มใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัว ด้วยการรับรู้สิ่งต่าง ๆ จากการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส และการสัมผัสสิ่งต่าง ๆ เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับการรับประทาน อาหาร สี กลิ่น รสชาติ เสียง ความนุ่มและแข็งของสิ่งที่รับประทาน และความ สุข ความเพลิดเพลิน ท้องเสีย ปวดท้อง หลังรับประทาน ล้วนแล้วแต่เป็น “สื่อ” ที่ช่วยบอกให้เรารับรู้ถึงคุณลักษณะพิเศษของสิ่งนั้น การเรียนรู้ต่อสิ่งนั้นจึงถูกบันทึกไว้ในความทรงจำของแต่ละบุคคล ที่เรียกว่าการสั่งสมประสบการณ์นั่นเอง และเรายังใช้ประสบการณ์เหล่านี้ มาเป็นกรอบในการตัดสินใจ ตัดสิน และประเมินคุณค่าของสิ่งนั้น เพื่อเลือกอาหารในการรับประทานในครั้งต่อไป จึงอาจกล่าวได้ว่า มนุษย์ต้องอาศัยการเรียนรู้ที่เกิดจากกระบวนการสื่อสารภายในตัวเอง เพื่อให้อยู่รอดและมีความสุขนั่นเอง แต่มนุษย์ก็เรียนรู้ได้ว่าการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นนั้น ทำให้ชีวิตปลอดภัย มีเครื่องทำมาหากินที่ดีขึ้น มีอาหารที่หลากหลายขึ้นมากกว่าการอยู่เพียงลำพัง อันเกิดขึ้นจากกระบวนการจัดการความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดระหว่างบุคคลและ

ระหว่างกลุ่ม มนุษย์จึงได้เรียนรู้ที่จะอาศัยอยู่ร่วมกัน เกิดเป็นบ้าน ชุมชน และเมืองขึ้น กระบวนการเรียนรู้ในการอยู่ร่วมกันทำให้มนุษย์ออกแบบระบบการ สื่อสารร่วมกันมาผ่านภาษา วัฒนธรรม กฎหมาย ระบบการเมือง ระบบเศรษฐกิจ เป็นอาทิ เพื่อใช้เป็นกติกาในการอยู่ร่วมกัน จึงปฏิเสธไม่ได้เลยว่า การพัฒนาของโลกเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ที่อาศัยกระบวนการสื่อสารของ คนในสังคมและระหว่างสังคม เพราะหากขาดกระบวนการสื่อสาร มนุษย์ก็ไม่สามารถรับรู้ เรียนรู้ได้ ก็จะไม่เกิดการสร้างสรรค์ ไม่เกิดการเรียนรู้เพื่อสร้างสังคม และไม่มีการพัฒนาสุขภาวะของมนุษย์ให้ดีขึ้นได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า “การสื่อสาร” คือจุดเริ่มต้นของการสร้างความรู้ สร้างเมือง และสร้างสุขภาวะของพลเมือง

“เมืองที่รู้ทันสื่อ” แนวทางการพัฒนา เมืองอัจฉริยะให้เกิดสันติสุขอย่างยั่งยืน

ประเทศไทยได้พยายามนำแนวคิดการสร้าง “เมืองอัจฉริยะ” ที่เน้นการนำเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารจัดการ



การสิ่งแวดล้อม การขนส่ง พลังงาน การดำรงชีวิต พลเมือง เศรษฐกิจ และการบริหารภาครัฐ¹ ซึ่งถือเป็นการใช้ประโยชน์ของการสื่อสารในการบริหารงานและพัฒนาคุณภาพของชีวิตของพลเมือง แต่การเร่งส่งเสริมการสร้างเมืองอัจฉริยะในขณะที่พลเมืองยังขาดทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ก่อให้เกิดผลกระทบตามมา เช่น การที่พลเมืองบางกลุ่มตกเป็นเหยื่อของข้อมูลเท็จ ที่ผ่านการโฆษณาให้ซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพ การข่มขู่ให้โอนเงิน หรือให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล การปล่อยข่าวเท็จเพื่อให้เกิดความเข้าใจผิด สร้างความเกลียดชัง ความแตกตื่น และความแตกแยกในสังคม เป็นต้น ในปี พ.ศ.2561 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) จึงได้นำเสนอแนวคิดการสร้าง “เมืองที่รู้เท่าทันสื่อ” ขึ้น² โดยเน้นการสร้าง “พลเมืองที่รู้ทันสื่อ” บนฐานของเมืองอัจฉริยะ³ เพื่อให้พลเมืองมีภูมิคุ้มกันในกระบวนการรับรู้และใช้สื่ออย่างมีคุณธรรมไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลเท็จ ไม่ถูกแทรกแซงด้วยกิเลส อารมณ์ และสัญชาตญาณ พลเมืองที่รู้ทันสื่อจึงมีความเห็นที่ถูกต้อง และรู้ว่าจะใช้ “สื่อ” อย่างไรให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาวะของตนและผู้อื่น และไม่ก่อความเสียหายต่อตนเองและส่วนรวม

“นักการเมืองที่เป็นกัลยาณมิตร” ปัจจัยสำคัญต่อการสร้าง “เมืองที่รู้ทันสื่อ”

การมีความเห็นที่ถูกต้อง หรือ “สัมมาทิฐิ” ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องดังตามหลักอริยมรรคมีองค์แปด เมื่อเราเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ตามความเป็นจริงอย่างไม่มีอคติแล้ว ก็จะไม่คิดเห็นแก่ตัว ไม่คิดเบียดเบียนผู้อื่น เกิดความมุ่งมั่นพยายามช่วยเหลือผู้อื่นอย่างมีสติ และจิตใจที่มั่นคงไม่หวั่นไหว ส่งผลต่อการเลี้ยงชีพ พฤติกรรม และการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น การพัฒนาให้เกิด “สัมมาทิฐิ” ได้นั้น จะต้องประกอบด้วย “ปรโตโฆสะที่ดี” คือข้อมูลความรู้ที่ช่วยให้เรามีความเห็นหรือเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเรามักจะได้รับปรโตโฆสะที่ดีนี้จาก “กัลยาณมิตร” คือ (สื่อ) บุคคลที่ช่วยให้ข้อมูลที่ดี

แก่เรา และ “โยนิโสมนสิการ” คือ กระบวนการเรียนรู้ วิชิต การวิเคราะห์ ไตร่ตรองด้วยเหตุผลอย่างรอบคอบและถี่ถ้วนต่อข้อมูลที่ได้รับ⁴

ในระบอบประชาธิปไตย “นักการเมือง” คือ ผู้ที่มีความตั้งใจเสนอตัวเป็นผู้แทนของพลเมืองในการทำหน้าที่บริหารเมืองเพื่อประโยชน์สุขและความปลอดภัยของประชาชน ดังนั้น หากเมืองมีนักการเมืองที่มีความเป็นกัลยาณมิตรต่อพลเมืองเข้ามาเป็นผู้แทน ก็ย่อมเป็นพลังสำคัญต่อการเสริมสร้างพลเมืองที่รู้ทันสื่อ หรือมีสัมมาทิฐิ บทควมนี้ ผู้เขียนขอแนะนำเสนอคุณลักษณะของนักการเมืองผู้มีความเป็นกัลยาณมิตรเพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยให้ท่านรู้ทันผู้แทน ไว้ดังนี้

ปิโย เป็นคนน่ารัก คบแล้วสบายใจ ขวนให้อยากเข้าไปปรึกษา พูดคุยด้วย นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงเป็นผู้ที่มีใจดี มีเมตตา มีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง ไม่ถือตัว เข้าถึงได้ไม่ยาก พูดด้วยความเมตตา ไม่พูดจาต่อส่อเสียด ขมขู่ หรือมีอารมณ์ฉุนเฉียวจนคนไม่กล้าเข้าใกล้ จึงมีคุณสมบัติเป็น “สื่อที่เข้าถึงง่าย”

ครุ เป็นคนน่าเคารพ มีความประพฤติดี คบแล้วอุ่นใจ เป็นที่พึ่งได้นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริตทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีคุณธรรมในการบริหารงานและการดำเนินชีวิตมาโดยตลอด เสียสละ ช่วยเหลืออย่างจริงใจ ไม่หวั่นไหวต่อกิเลสหรือสิ่งล่อลวง ไม่เอาเปรียบ ไม่ข่มเหงใคร รักษาคำสัญญา ไม่ลืมหืม กตัญญูแก่เวทีย ทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น จึงมีคุณสมบัติเป็น “สื่อที่สร้างแรงบันดาลใจ”

ภาวนิโย เป็นคนน่ายกย่อง มีความรู้ มีการฝึกฝนพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงต้องมีความสามารถในการขึ้นำสังคมด้วยการนำเสนอนโยบาย กฎหมายที่เป็นประโยชน์ มุ่งแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม บริหารจัดการทุนและทรัพยากรเพื่อประโยชน์สุขของพลเมืองทุกภาคส่วน พัฒนาความรู้ของตนเองให้ทันสมัย มีเหตุผล ตัดสินใจด้วยข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย ส่งเสริมการจัดการความรู้ของสังคม และนำความรู้ที่ทันสมัยมาใช้พัฒนาเมือง จึงมีคุณสมบัติเป็น “สื่อที่ให้ความรู้ที่ถูกต้องและทันสมัย”



วตชา จ เป็นคนที่สามารถสื่อสารให้ผู้อื่นเกิดความเข้าใจ ให้คำปรึกษา แนะนำ ตักเตือนผู้อื่นได้อย่างถูกกาลเทศะ นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงเป็นนักสื่อสารที่ดี สามารถสร้างความเข้าใจ ให้เกิดความสามัคคีปรองดองของคนในสังคม หมั่นให้กำลังใจและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม กล่าวเสนอแนะ ทักท้วงนโยบายและกฎหมายที่สร้างความเหลื่อมล้ำ ไม่ชอบธรรม เพื่อรักษาประโยชน์ของส่วนรวม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบเชิงลบต่อตน **จึงมีคุณสมบัติเป็น “สื่อเพื่อการเรียนรู้ และการเฝ้าระวัง”**

วจนกขโม เป็นคนที่มีความอดทนรับฟังปัญหาของผู้อื่น อดทนต่อการซักถาม รับฟังข้อเสนอแนะจากผู้อื่น นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงเป็นผู้ที่เปิดใจรับฟังปัญหาความเดือดร้อนของพลเมืองทุกกลุ่ม ยอมรับความคิดเห็นที่ตรงของผู้อื่นแม้จะเป็นคู่แข่งก็ตาม เรียนรู้สิ่งใหม่ ปรับตัวเข้ากับผู้คนที่หลากหลาย เข้าใจปัญหาของพลเมืองทุกเพศ ทุกวัย และทุกความเชื่อ นำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเมืองและสุขภาวะของพลเมืองได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย **จึงมีคุณสมบัติเป็น “สื่อที่รับฟังและสร้างการมีส่วนร่วม”**

คมภีรณจ กถ กตตา เป็นคนที่สามารถอธิบายความเรื่องที่ยุ่งยาก ซับซ้อนให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงเป็นนักสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง คือสามารถสื่อสารเพื่อกระตุ้น ชี้นำให้ผู้อื่นเกิดความเข้าใจเรื่องที่ซับซ้อนได้อย่างลึกซึ้ง ผ่านการอภิปราย การอธิบายความ การผลักดันสนับสนุน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และพลเมืองเกิดความรู้ทันสื่อ **จึงมีคุณสมบัติเป็น “สื่อที่สร้างพลังการเปลี่ยนแปลง”**

โน จฐฐาเน นิโยชเย เป็นคนที่ไม่ชักชวน ไม่แนะนำผู้อื่นไปสู่ทางที่เสื่อมเสีย นักการเมืองที่มีคุณลักษณะตามข้อนี้ จึงเป็นผู้ที่ต่อต้านนโยบายและการบริหารที่มีการทุจริตในทุกรูปแบบ ไม่สนับสนุนนโยบายหรือกฎหมายที่สร้างประโยชน์แก่พลเมืองบางกลุ่มบนความไม่ถูกต้อง ชอบธรรม ไม่ใช่วาทศิลป์ใว์น้าวให้พลเมืองหลงเชื่อในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง **จึงมีคุณสมบัติที่ “ไม่เป็นสื่อ Faked News” เสียเอง**

สำหรับท่านผู้อาวุโสที่ได้ติดตามสื่อนี้มาระยะเวลาหนึ่ง ท่านคงจะเข้าใจเป็นอย่างดีว่า คาถารู้ทันสื่อ “หยุด คิด ถาม ทำ” นั้น แท้จริงเป็นคาถาเพื่อสร้าง “พลเมืองอาวุโสที่รู้ทันสื่อ” นั่นเอง การเลือกตั้งในครั้งนี้อาจถือเป็นบทพิสูจน์การนำคาถาไปใช้จริง และท่านสามารถแสดงความเป็นกัลยาณมิตรได้ด้วยกรให้คำแนะนำ หรือแชร์ต่อบทความในเล่มเหล่านี้ เพื่อส่งเสริมนักการเมืองที่มีความเป็นกัลยาณมิตรเพื่อสร้างเมืองที่รู้ทันสื่อของเราทุกคน

About Me

ปริญญาเอกด้านบริหารธุรกิจ เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เป็นนักวิจัยด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ สมรรถนะด้านวัฒนธรรมเพื่อแก้ไขปัญหาด้านแรงงานข้ามชาติ และเป็นอาจารย์สอนในสาขาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการบริหาร มีความสนใจด้านพุทธศาสนากับการพัฒนาปัญญาและองค์กร มีความเชื่อว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความสุขของมนุษย์ และสร้างสันติภาพให้แก่สังคม

ผศ. ดร.ธรรพ์ บุญรักษา



อาจารย์ประจำหลักสูตรภาษาไทยและ
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย

¹ สถาบันพระปกเกล้า. (2563). รายงานสถานการณ์ การกระจายอำนาจ ประจำปี พ.ศ.2562:

บทสำรวจการพัฒนาเมืองอัจฉริยะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

² UNESCO. (2019). Global framework for media and information literacy cities (MIL cities). https://en.unesco.org/sites/default/files/global_framework_for_mil_cities.pdf

³ Yanaze, M., Chibás Ortiz, F. (2020). From Smart Cities to MIL Cities, Metrics inspired by

⁴ UNESCO's vision, University of São Paulo, São Paulo.

พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตโต. (2557). พุทธธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 40. กรุงเทพฯ:

⁵ สำนักพิมพ์เลิซันมี ในเครือบริษัท สำนักพิมพ์เทคโนดิสคัม จำกัด.



“ไม่รักใครเลย”

สิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์

บรรยากาศ “เลือกตั้ง” ทำให้นึกถึงเพลง ไม่รักใครเลย ของ วงดนตรีสุนทราภรณ์ ต้นฉบับขับร้องโดย ศรีสุตา รัชตะวรรณ วินัย จุลละบุษปะ เลิศ ประสมทรัพย์ และสมศักดิ์ เทพานนท์ ประพันธ์คำร้อง โดยสมศักดิ์ เทพานนท์ ทำนองโดยเอื้อ สุนทรสนาน ในเพลงเป็นเรื่องราว ของชาย 3 คนหมายปองหญิงคนเดียวกัน ดังนั้น ชายแต่ละคนจึงต้อง โฆษณาสรรพคุณตัวเองให้หญิงประทับใจ คงไม่ต่างอะไรกับการหาเสียง ของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่กำลังแข่งขันโฆษณานโยบายเอาชนะใจผู้มีสิทธิลงคะแนนในการเลือกตั้งที่กำลังมาถึง และในการเลือกตั้งครั้งนี้ผู้มีสิทธิลงคะแนนอยู่ในวัยสูงอายุถึง 14 ล้านคน

ในสภาวการณ์ที่สังคมไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุ นโยบายของผู้สมัคร แต่ละพรรคที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เป็นเรื่องที่น่าสนใจไม่น้อย เช่น การเพิ่มเบี้ยผู้สูงอายุ การจัดสวัสดิการดูแลผู้ป่วย ลดภาษี ขยายเวลาเกษียณอายุราชการ เป็นต้น นโยบายเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุทั้งสิ้น

เพจผู้จัดการออนไลน์ เผยแพร่เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2566¹ ได้วิเคราะห์นโยบายหาเสียงเกี่ยวกับผู้สูงอายุของพรรคต่าง ๆ 10 พรรค พบว่าแต่ละพรรคมีนโยบายที่คล้ายกันในเรื่องการเพิ่มรายได้ให้กับผู้สูงอายุในรูปแบบเบี้ยผู้สูงอายุ บำนาญผู้สูงอายุ หรือให้เงินผู้ประกอบการจ้างงานผู้สูงอายุ เป็นต้น ซึ่งเป็นนโยบายที่ไม่ต่างไปจากการหาเสียงเลือกตั้งใน พ.ศ. 2562 ที่หลายพรรคชูนโยบายการเพิ่มรายได้ให้กับผู้สูงอายุตามที่ เพจ The Matter ได้สรุปไว้เมื่อ 14 มีนาคม 2562²

สิ่งที่พรรคการเมืองต้องขบคิดก่อนออกนโยบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุ คือควรวิเคราะห์ว่า สังคมสูงวัยต้องการอะไรจากการเมือง โดยเพจ Forbes Thailand เคยวิเคราะห์ไว้อย่างน่าสนใจในการเลือกตั้งครั้งที่แล้วว่า ผู้ที่เข้ามาบริหารประเทศต้องบริหารจัดการสังคมสูงอายุอย่างไร³ ซึ่งผู้เขียนขอสรุปเป็น 3 ประเด็นคือ (1) รัฐดูแลตัวผู้สูงอายุโดยตรง (2) รัฐเพิ่มขีดความสามารถของครอบครัวและชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุ และ (3) การเพิ่มจำนวนประชากรเพื่อทดแทน

รัฐดูแลผู้สูงอายุโดยตรง คือการที่รัฐจัดสวัสดิการรูปแบบต่าง ๆ ให้ ไม่ว่าจะเป็นเบี้ยผู้สูงอายุ บำนาญชราภาพ ปรับปรุงบริการสาธารณะ เช่น ถนน ทางเดิน ห้องสุขา ศาลาพักผ่อน ให้เอื้อกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ ขยายศักยภาพสาธารณสุขเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เช่น ผู้ดูแลผู้ป่วย ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น และสำหรับผู้สูงอายุที่ยังสามารถทำงานได้ รัฐควรขยายโอกาสให้ผู้สูงอายุได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ เช่น ขยายเวลาเกษียณอายุงาน ให้คำแนะนำหรืออบรมอาชีพทางเลือก ให้กับผู้ที่เกษียณจากงานแล้วยังสามารถมีรายได้เลี้ยงชีพตามกำลัง เหล่านี้เป็นความรับผิดชอบโดยตรงของรัฐ

รัฐเพิ่มขีดความสามารถของครอบครัวและชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุ หมายถึงการสนับสนุนให้สมาชิกในครอบครัวได้มีส่วนในการดูแลผู้สูงอายุได้มากขึ้น เช่น การลดภาษีเพื่อเลี้ยงดูผู้สูงอายุ สนับสนุนการออมให้คนหนุ่มสาวเพื่อใช้ดูแลผู้สูงอายุ หรือรัฐสนับสนุนให้องค์กรชุมชน สร้างระบบการดูแลผู้สูงอายุในชุมชนและจับมือเป็นเครือข่ายความช่วยเหลือ

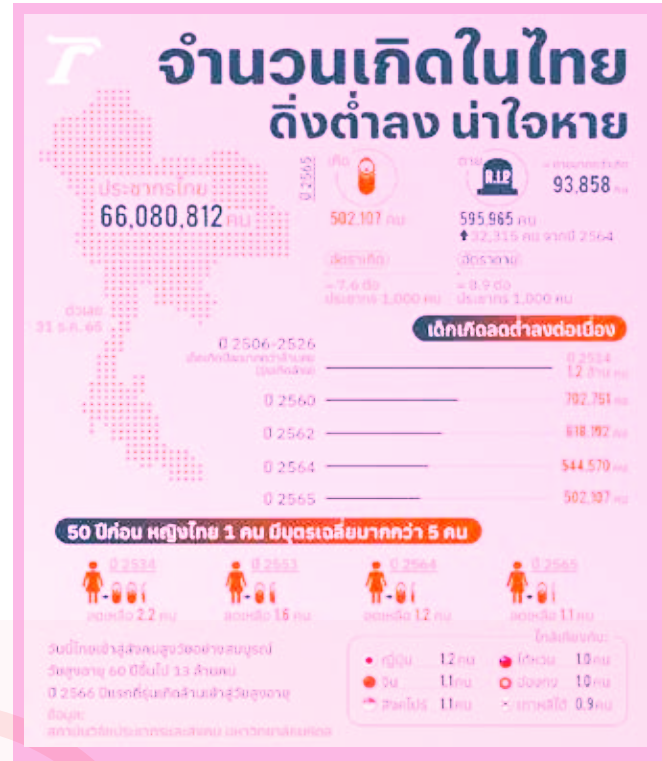
เหลือแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ในการดูแลผู้สูงอายุของไทย

การเพิ่มจำนวนประชากรเพื่อทดแทน เป็นเรื่องสำคัญเร่งด่วนของสังคมไทย เเพจไทยออนไลน์ เสนอบทความจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งพบว่าประเทศไทยมีอัตราการเกิดน้อยกว่าอัตราการเสียชีวิตเป็นปีที่ 2 ติดกัน (2564 และ 2565)¹ ซึ่งโดยหลักธรรมชาติ ในอัตราเจริญพันธุ์ระดับทดแทนผู้หญิงควรมีบุตร 2.1 คนเพื่อทดแทนพ่อและแม่ แต่สถิติปัจจุบันผู้หญิงไทยมีบุตรเพียง 1.1 คนเท่านั้น ซึ่งทำให้อาณาเขตของจำนวนประชากรไทยจะต้องประสบปัญหาการขาดกำลังคนในการพัฒนาประเทศ ยิ่งไปกว่านั้น ประชากรไทยที่เกิดในช่วงปี 2506-2526 ที่เรียกว่า “รุ่นเกิดล้าน” คือเป็นปีที่มีคนเกิดเกินล้านคนทุกปีกำลังทยอยก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ ทำให้สังคมสูงอายุของไทยจะยิ่งขยายตัวอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2566 นี้ ผู้ที่จะเข้ามาบริหารประเทศมีนโยบายรับมือกับเรื่องนี้อย่างไร

การเลือกตั้งในปี 2566 นี้ ข้อมูลจากเพจ Rocket Media lab เผยแพร่เมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2566 ระบุว่าผู้สูงอายุ² ที่มีสิทธิ์เลือกตั้งมีจำนวนกว่า 14 ล้านคน คิดเป็น 26% ของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งทั้งสิ้น 52 ล้านคน นับเป็นปรากฏการณ์ที่น่าจับตามองอย่างยิ่งว่านโยบายจากพรรคการเมือง ที่ได้รับเลือกเข้ามาบริหารประเทศไปอีก 4 ปีนั้นจะตอบโจทย์ความต้องการของสังคมผู้สูงอายุไทยได้มากน้อยแค่ไหน

อย่างไรก็ตาม ในช่วงหาเสียงก่อนการลงคะแนนเลือกตั้ง ผู้สมัครแต่ละคนก็ต้องโฆษณานโยบายเอาชนะใจผู้สูงอายุ 14 ล้านคนให้ได้จะให้เงิน ให้ทอง ให้สวัสดิการตีกรามบ้านช่องกันอย่างดีที่สุดแล้วแต่ในท้ายที่สุด ผู้สูงอายุก็น่าจะเป็นผู้พิจารณาและประสบการณ์ตัดสินเองว่า ผู้แทนของพวกเขาคือใคร หรือ อาจจะ “ไม่รักใครเลย” อย่างในท่อน สุดท้ายของเพลงก็เป็นได้

“รัก รัก ทุกคนจะฝากรัก มากนัก เอ๊ะรักกันได้อย่างไร ร้ายนักทุกคนจะหลอกรัก มากนัก ฉันทัน “ไม่รักใครเลย”.



About Me

ปริญญาเอกด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นนักวิจัยด้านผู้สูงอายุกับการรู้ทันสื่อ การสืบสานสื่อพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นอาจารย์สอนด้านการสื่อสารในสังคมผสมผสานที่สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มีความสนใจเรื่องประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และเชื่อว่าผู้สูงอายุทุกคนคือปูชนียบุคคลที่มีส่วนสร้างสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

อ. ดร.สิรินุส พุกภาณุวรณี

นักวิชาการอิสระ



¹ ผู้จัดการออนไลน์. (2566). ส่อง "นโยบายผู้สูงวัย" 10 พรรค ใครไหนมากกว่า? <https://mgronline.com/specialscoop/detail/966000031679>

² The Matter. (2562). สรุปนโยบายการหารายได้ให้กับผู้สูงอายุ. <https://thematter.co/social/policy-2019-for-aging-society/72816>

³ Forbes Thailand. (2562). "สังคมสูงวัย"กับการเลือกตั้งที่จะมาถึง. <https://forbesthailand.com/commentaries/thought-leaders/%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%84-%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%A7%E0%B8%B1>

⁴ ไทยรัฐออนไลน์. (2566). จำนวนเกิดในไทยดิ่งต่ำ ตายแตะปีละ 6 แสน นำใจหาย ผู้หญิงมีลูกเฉลี่ย 1.1 คน. <https://www.thairath.co.th/scoop/theissue/2605361>

⁵ Rocket Media lab. (2566). เปิดข้อมูลผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง '66 ภูมิภาค-รายจังหวัด และจำนวน ส.ส.เขต '62-'66. <https://rocketmedialab.co/election-66-3/>

⁶ Rocket Media lab. (2566). เปิดข้อมูลผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง '66 ภูมิภาค-รายจังหวัด และจำนวน ส.ส.เขต '62-'66. <https://rocketmedialab.co/election-66-3/>



Love no one

เนื้อเพลง “ไม่รักใครเลย”

สุนทรภรณ์

- (ญ.) พบคุณคุณ แสนยินดี เหลือประมาณ วันนี้พากันมามากมาย จริงเออ
ฉันมีความ ร้อนในใจ งามเธอเธอ เจอะกันเสมอ แต่ยังไม่ลืมนึกไป
เกิดมา ทุกคน ต้องเคย พบความรัก ซึ้งในหัวใจ
แต่ความรัก นี่เป็นไฉน ไม่เคยรู้ใจ เป็นอย่างไรกันนา
รักเค็มเค็ม หรือมันมัน หวานยังงี้ เย็นร้อนเพียงใด คงไม่ขม ปานยา
รักซึ้งซา ถึงมีนเมา เหมือนสุรา บอกที่เถิดหนา อย่ามัวช้า เกินความ
ไต่ยิน เขาว่าผู้ชาย รักหญิงทุกราย ถ้าใครคงงาม
อย่างตัวฉัน นี่ใคร่ถาม จะงาม ไหมงาม เชิญท่านตาม ปองเอย
- (ช.) สวยแท้ แท้ นะแม่ทราวมวย สวยแท้ แท้ นะแม่ทราวมวย
รับรักไว้ในดวงใจ สักคน รับรักไว้ในดวงใจ สักคน
- (ญ.) รัก รัก ทุกคนจะฝากรัก มากรัก ฉันจะรักใครกัน
รัก รัก ทุกคนจะฝากรัก มากนัก ฉันจะรักใครกัน...
- (ช.1) รักจริง ๆ (ช.2) รักจริง ๆ (ช.3) รักจริง ๆ
(หมู่ ช) เธอสวยจริง ๆ งามเพริศพริ้งเทียมจันทร์
- (ช.1) รักจริง ๆ (ช.2) รักจริง ๆ (ช.3) เหมือนชีวิต
- (ช.1) เมื่อคืนที่ฝันว่าจืดกายา
(ช.2) ตกใจฝันได้อย่างไร
- (ช.3) ฉันครวญคิดไปจบบยามสามตา
(ช.1) ว่าได้พบคู่งามหนักหนา
(ช.2) นี่แหละบุญ หนุนพา
(ช 3) มาเจอเธอ ดังปอง
- (ช 1) ฉันมีเงิน (ช 2) ฉันมีเงิน (ช 3) ฉันก็มีเงิน
(หญิง) ตัวน้องคงเพลินคอยเก็บเงินมากอง
- (ช 1) ฉันมีทอง (ช 2) ฉันมีทอง (ช 3) ฉันก็มีทอง
(หญิง) โปรดจงให้น้องเก็บเอาไว้เป็นไร
- (ช 1) พี่มีรถยนต์ตั้ง 10 คัน
(ช 2) เพชรพลอยตั้งร้อยพัน
(ช 3) ตีกลฉันมีเยอะไป
(หญิง) ไม่เคยเห็นมั่งมีที่ไหน ปากโวไม่ไปอ้อกระไรใจคน
(หมู่ ช.) ฉันรักแท้นะแม่ทราวมวย รับรักไว้ในดวงใจสักคน
(หญิง) รัก รัก ทุกคนจะฝากรัก มากนัก เอ๊ะรักกันได้อย่างไร
ร้ายนัก ทุกคนจะหลอกรัก มากนัก ฉัน “ไม่รักใครเลย”



Baby Boomer?



เพราะคนละ Gen จึงเห็นต่าง: ช่องว่างระหว่างวัย ชีชะตาผลเลือกตั้ง?

วรากรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ

หากใครติดตามข่าวสารและสถานการณ์ความเคลื่อนไหวทางการเมืองอยู่เนือง ๆ ก็คงจะเห็นภาพของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่คนรุ่นใหม่มักออกมาสร้างความเคลื่อนไหวนับครั้งไม่ถ้วนซึ่งสะท้อนความคิดและความเชื่อที่ยืนบนรากฐานของประชาธิปไตยและสิทธิเสรีภาพของคนรุ่นนี้ อย่างไรก็ตาม การพยายามสร้างความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ดูเหมือนจะถูกกังขาจากคนรุ่นก่อนมาโดยตลอด ด้วยทัศนคติที่ไม่ตรงกันหรือยากที่จะเข้าใจกันระหว่างคนสองรุ่นนี้ คนรุ่นก่อนอาจมองการแสดงออกของคนรุ่นใหม่เป็นความดีร้าย ไม่เชื่อฟัง และมีหัวคิดต่อต้าน ซึ่งในทางกลับกัน

คนรุ่นใหม่ก็มักมอง คนรุ่นก่อนว่ามีความล้าหลัง ดักดาน และงมงาย การยึดไว้ซึ่งความมีเสถียรภาพ ความมั่นคง หรือการอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย (safe zone) คือแนวคิดที่คนรุ่นพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย (Silent, Baby Boomer, Gen X) ซึ่งตรงข้ามกับความคิดของคนรุ่น ปัจจุบัน (Gen Y, Gen Z) ที่มองบนพื้นฐานความจริงอีกแบบว่า ตนเองต้องพบเจอกับสภาพสังคมอย่างไร และสังคมมีสภาพความเป็นอยู่เช่นไร ซึ่งมองว่าหากยังยึดมั่นถือมั่น ไม่เปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป จะยิ่งนำพามาซึ่งความล้มเหลว และประสบความล้มเหลวในชีวิตได้ยาก¹

ชวนวิเคราะห์แนวคิดทางการเมืองของคนแต่ละ Gen

คนรุ่นเบบี้บูมเมอร์ Baby Boomer (58 - 76 ปี) มักจะมีแนวคิดที่ชื่นชอบถ้อยคำที่ดูเป็นหลักการใหญ่ ๆ เป็นคำที่บ่งบอกถึงเป้าหมายและอุดมการณ์ทางการเมือง คนรุ่นนี้หากลงเล่นการเมือง ก็จะชอบมีสโลแกนในการหาเสียงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ๆ แต่วิธีการไม่ค่อยชัดเจน² ส่วนคนรุ่น Gen Y (26 - 41 ปี) นั้นมักจะชอบตั้งคำถามใส่รายละเอียดและความชัดเจนที่กระชับและเข้าใจง่ายมากกว่า หากกล่าวง่าย ๆ ให้เห็นภาพคือ คนรุ่น Baby Boomer ที่มักมีแนวคิดให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งสิ่งที่ดีงาม (ตามทัศนคติของตน) โดยคนรุ่นนี้ส่วนใหญ่แล้วถือเป็นคนที่มีความคิดอนุรักษ์นิยม ชี้กัวงล กลัว และไม่ยินยอมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันควัน แต่คนรุ่นใหม่อย่าง Gen Y ขึ้นไป จะมีแนวโน้มเป็นพวกเสรีนิยมที่อยู่กับโลกความเป็นจริงในปัจจุบันมากกว่าต้องการความเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้ ส่วนคนรุ่น Gen X (42 - 57 ปี) นั้นจะเป็นเสมือนรอยต่อของสองวัยนี้ที่เป็นคนชอบเล่าเรื่อง ขยายความ มักมีวาทศิลป์ ชอบการโน้มน้าวใจ หรือแจกแจงรายละเอียด และสุดท้ายวัยรุ่นที่ถือว่าเป็น New Voter อย่างคนรุ่น Gen Z (18-25 ปี) ซึ่งเติบโตท่ามกลางกระแสของเทคโนโลยีสมัยใหม่และข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ก็จะมีแนวคิดทางการเมืองแบบ “สร้างสังคมใหม่” ซึ่งอาจเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองก่อน รวมไปถึงการสร้าง “การเมืองแบบใหม่” ภายใต้แนวคิด “ประชาธิปไตยแบบใหม่” อีกด้วย คนรุ่นใหม่จึงนับเป็นตัวแปรสำคัญที่จะผลักดันให้สังคมตื่นตัวทางการเมือง เพื่อนำไปสู่การเป็นประชาธิปไตยใหม่แห่งอนาคต

เมื่อแต่ละรุ่น แต่ละช่วงวัยมีแนวคิดทางการเมืองที่แตกต่างกัน เช่นนี้แล้ว วิธีการหาเสียงหรือการสื่อสารของเหล่าผู้ลงสมัครเลือกตั้งก็ต้องเปลี่ยนไปด้วย เพราะวิธีการแบบเดิมอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จอีกต่อไป เช่น ใช้วิธีหาเสียงแบบใส่ไข่ป้ายสี การติดป้ายหาเสียง หรือการขึ้นเวทีปราศรัย อาจเข้าไม่ถึงคนรุ่นใหม่ แม้ว่าพรรคการเมืองต่าง ๆ จะรู้ว่าคนรุ่นใหม่นิยมใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวันมากกว่า ก็อาจจะส่งสารออกไปไม่โดนใจหรือถูกใจ นั่นก็ทำให้เข้าไม่ถึงคนวัยนี้เช่นกัน เพราะคนรุ่นใหม่เติบโตมาตั้งแต่ช่วง Gen Y เป็นต้นไปนั้นเป็นยุคที่เจริญก้าวหน้าในเทคโนโลยีมากกว่า อยู่ท่ามกลางข่าวสารจำนวนมาก ดังนั้นสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของคนกลุ่มนี้อย่างมาก เพราะทำให้คนรุ่นนี้มักเกิดคำถามและการเปลี่ยนแปลงของสังคมในแง่ของวิถีชีวิต ทัศนคติและแนวคิดทางการเมือง จึงก่อให้เกิดกระแสความตื่นตัวทางการเมืองที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน

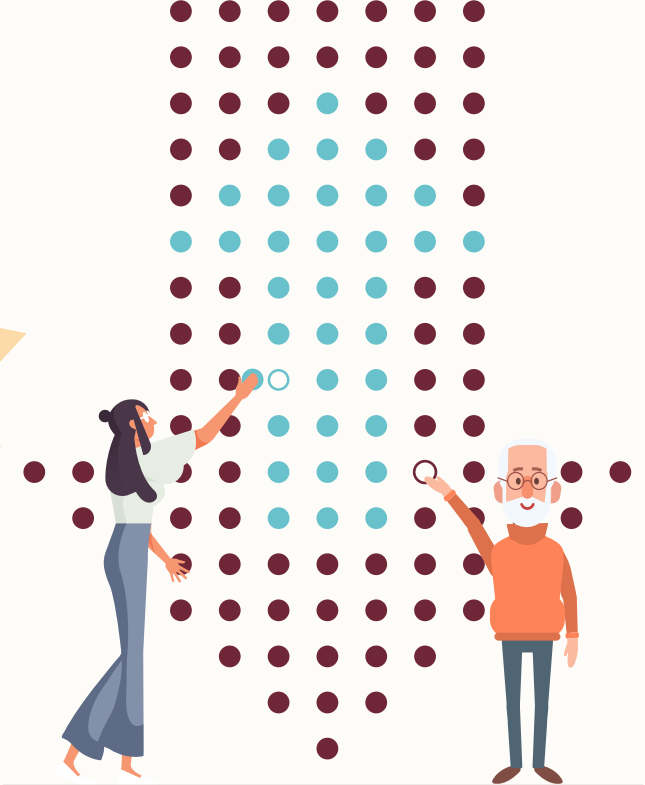
ตัวเลขผู้มีสิทธิ: ตัวแปรสำคัญชี้ชะตาศึกการเลือกตั้ง

จากการเปิดเผยตัวเลขจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งปี 2566 ของ Rocket Media Lab พบว่า จำนวนผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด 52,322,824 คน โดยพบ Gen X มากสุดราว 16 ล้านคน หรือร้อยละ 30.87 รองลงมา เป็นกลุ่มผู้สูงวัย (อายุ 58 ปีขึ้นไป) ราว 14 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.48 ส่วนด้านนิวโหวเตอร์ (New Voter) จำนวน ราว 4 ล้านคน หรือร้อยละ 7.67 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนรุ่น Gen Z³ ซึ่งแน่นอนว่าตัวเลขจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งของแต่ละ Gen สามารถชี้ชะตาของผลการเลือกตั้งครั้งนี้ได้เลยทีเดียว เนื่องจากแต่ละ Gen มีแนวคิดและรสนิยมในทางการเมืองแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

สื่อทรงอิทธิพลทางการเมือง

แต่ถึงกระนั้น ปัจจุบันนี้คนในสังคมมีความตื่นตัวกับการเมืองมากขึ้น เพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปิดประตูผู้คนไปสู่โลกภายนอกหรือรับรู้เรื่องของสังคมสาธารณะมากขึ้น และทำให้ได้รับรู้ข่าวสารทางการเมืองมากขึ้นอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ที่มีบทบาทและทรงอิทธิพลต่อคนทุกช่วงวัย ไม่ว่าจะในกลุ่มผู้สูงวัยหรือผู้สูงวัย เนื่องจากทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อใหม่ได้ไม่เพียงแค่อ่านแบบเดิมอีกแล้ว แต่แนวโน้มการรับสื่อของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์และไซเลนซ์น่าจะได้รับสื่อผ่านโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์มากกว่า

Boomer



หรือหากเป็นสื่อใหม่ก็จะอยู่กับแพลตฟอร์มที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม เป็น Line และ Facebook ซึ่งมักเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวและ เนื้อหาเป็นไปในทิศทางเดียวกันตามอัลกอริธึม ในขณะที่กลุ่มคนที่มีอายุน้อยลงมากกว่า ก็มีความทับซ้อนกับระหว่างเฟซบุ๊กและสื่ออื่น ๆ เช่น Twitter หรือ TikTok ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่สร้างบทสนทนาที่หลากหลายทางความคิดมากกว่า⁴

ทำไมสื่อออนไลน์ถึงมีอิทธิพลต่อคนในสังคมขนาดนี้? เพราะสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียมักจะนำเสนอข่าวการเมืองแบบทันด่วน ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว และมีเนื้อหาที่กระชับ มีการใช้ภาพกราฟฟิก สรุปลงมาให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจมากขึ้น ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะอยู่ในช่วง Gen ไหน ขอแค่มีสมาร์ตโฟนหรือเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ ก็จะสามารถรับรู้ข่าวสาร บ้านเมือง ไม่ว่าจะด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ หรือด้านวัฒนธรรม ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น อิทธิพลเหล่านี้จึงทำให้เกิด คลื่นการตื่นตัวที่เห็นได้จากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook YouTube Twitter หรือสื่อยอดนิยมอย่าง TikTok เป็นต้น⁵

1. Waymagazine. (2564). เพราะความฝันของเราต่างกัน: คนรุ่นใหม่และคนรุ่นก่อนกับทัศนคติที่สวนทาง. <https://waymagazine.org/what-is-the-difference-between-the-old-generation-and-this-generation/>
2. สติธร ธนาธิชีเขต. (2563). บทบาทคนรุ่นใหม่กับประชาธิปไตยช่วงเปลี่ยนผ่าน ความหวังหรือความฝัน. <https://prachatai.com/journal/2018/10/>
3. Rocket Media Lab. (2023). ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง 66 รายจังหวัด จำแนกตามช่วงอายุ. <https://rocketmediablab.co/database-election-66-2/>
4. รัชชิวรรณท์ ทองเทพ. (2023). วิเคราะห์ : X,Y หรือ Z Gen ไทไหน จะซัดขาดผลเลือกตั้ง. <https://www.bbc.com/thai/articles/cn32zyv9nr2o>
5. นัฐพงษ์ บ่องแสง. (2563). คนรุ่นใหม่กับประชาธิปไตยที่แท้จริง. <https://isaanrecord.com/2020/03/10/the-democracy-for-new-generations/>

About Me

ปริญญาโทสาขาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม จากสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย ม.มหิดล ปัจจุบันเป็นอาจารย์ในสาขาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ควบคู่ไปกับการเป็นนักวิจัยในกลุ่มการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุและการรู้เท่าทันสื่อมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี ด้วยความคิดที่ว่า **“ร่วมกันขับเคลื่อนผู้สูงอายุไทยสู่ภาวะพลฒพลัง”**

อาจารย์อรารกณี สิววงศ์สุวรรณ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา





**ศูนย์วิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ
กลุ่มวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
999 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

Tel. 09 8826 5673

Email praweenuch.sang@gmail.com

Web <https://www.iceml.org/>



Scan อ่าน ICEM E-Bulletin