

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของ ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่*

The Behavior of Using the LINE Application and the Literacy of Fake News Media Among the Elderly in Chiang Mai Area

วันที่รับบทความ: 4 ก.พ. 65

อัญมณี ภักดีมवलชน **

วันที่แก้ไขบทความ: 23 พ.ค. 65

Anyamanee Pakdeemualchon **

วันที่ตอบรับ: 24 พ.ค. 65

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อกับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 5) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ และดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey

*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่” ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2564

*This article is part of the research on “The Behavior of Using the LINE Application and the Literacy of Fake News Media Among the Elderly in Chiang Mai Area” receiving research funding from research institutes Chiang Mai Rajabhat University

**นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (2564). ปัจจุบันเป็น อาจารย์ ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

** D.Com.Arts. (Communication Arts), Chiang Rai Rajabhat University, (2020). Currently a Lecturer in Communication Arts, Faculty of Management Science, Chiang Mai Rajabhat University.

Research) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 9 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ทุกวัน มีจำนวนชั่วโมงในการใช้ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์มากกว่า 6 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์อยู่ในระดับมาก 2) ผู้สูงอายุมีระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงอยู่ในระดับมาก 3) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ แตกต่างกันไป มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกัน 4) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในทิศทางบวก โดยผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์มากจะมีการรู้เท่าทันมาก 5) เพศ อายุ รายได้ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ประสบการณ์ในการเปิดรับ ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้สื่อ การรู้เท่าทันสื่อ ไลน์ ผู้สูงอายุ ข่าวลวง

Abstract

The aims of this research are: 1) to study the behavior of using the LINE application among the elderly in Chiang Mai 2) to study the knowledge level of fake news among the elderly in Chiang Mai 3) to study and compare demographic characteristics media exposure behavior and literacy of fake news among the elderly in Chiang Mai 4) to study the relationship between media usage behavior and knowledge of fake news among the elderly in Chiang Mai 5) to study the factors affecting the level of knowledge of fake news among the elderly, and 6) to disseminate information from research on fake news literacy to disseminate to the elderly in Chiang Mai. This research is a pilot sample for the elderly to use the LINE application knowingly. The researcher conducts this research using Mixed Method through survey research. There was

a sample group of 400 elderly people, an in-depth interview, 9 elderly people aged 60 years and over. The sample consisted of 400 elderly people, collecting data using questionnaires. In addition, the researcher used an in-depth interview with nine elderly people, who are aged 60 years and over.

The results of the study showed that 1) the elderly had behaviors of daily exposure to LINE applications. There are 1-2 hours of use per day. Most used via mobile phone using LINE application for more than 6 years. And most of the samples had a high level of satisfaction with using the LINE application. 2) The elderly had a high level of fake news literacy. 3) The demographic characteristics of the elderly had different media exposure and fake news literacy behaviors. 4) The demographic characteristics of the elderly and the behavior of using the LINE application were positively correlated with the elderly's knowledge of fake news. The elderly who are highly exposed to the LINE application will have a lot of fake news literacy. 5) Gender, age, income, frequency of media exposure, length of media exposure, and experience of media exposure affect the elderly's literacy of fake news.

Keywords: Media usage Behavior, Media Literacy, Line, The Elderly, Fake News

บทนำ

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และระบบอินเทอร์เน็ตที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในสังคมปัจจุบัน ทำให้การสื่อสารในสังคมเป็นการสื่อสารที่มีความสะดวกและรวดเร็ว ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสาร และผู้รับสารสามารถรับสารและตอบกลับได้ในทันที รวมถึงทำให้คนเราสามารถสื่อสารกันไปได้ทั่วทุกมุมโลก

แอปพลิเคชันไลน์ คือ แอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับการสนทนาผ่านอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน (Smartphone) คอมพิวเตอร์พกพา (Laptop) และแท็บเล็ต (Tablet) ผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่งผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมถึงสามารถใช้เสียง

ผ่านไลน์ (Voice Call) ซึ่งเหมือนกับมี การสื่อสารสามารถพูดคุยทางโทรศัพท์ไปยังสมาชิกบนเครือข่ายไลน์โดยไม่เสียค่าบริการขณะสนทนา ซึ่งในปัจจุบันนั้นไลน์ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถที่หลากหลายเพื่อใช้งานรองรับความต้องการในการใช้งานของผู้ใช้หลายๆ ด้าน นอกเหนือจากการส่งข้อความ เช่น เครือข่ายร้านค้าออนไลน์ (Line@) ไลน์ทูเดย์ (Line Today) สำหรับการติดตามข่าวสาร งานสายบริการผ่านไลน์ (Line Job) และไลน์เพย์ (Line Pay) ซึ่งสะดวกในการใช้จ่ายแทนเงินสดได้ เป็นต้น

ผู้สูงอายุในปัจจุบันก็เป็นกลุ่มที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเช่นกัน โดยภาควิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “Silver Age Content Marketing... สื่อสารโดนใจรุ่นใหญ่วัยสีเงิน” เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและข้อมูลเชิงลึก พร้อมทั้งวิธีการสื่อสารการตลาดและกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาด้านการตลาด รวมถึงประเภทและรูปแบบของเนื้อหาที่โดนใจกลุ่มผู้บริโภค วัยสีเงิน (Silver Age) หรือกลุ่มผู้สูงอายุในวันนี้ โดยพบสื่อที่ผู้สูงอายุมีการใช้งานมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ไลน์ (Line) ร้อยละ 50 เนื่องจากใช้งานง่ายในการติดต่อสื่อสาร และเมื่อสอบถามข้อมูลในเชิงลึกพบว่า เมื่อผู้สูงอายุอ่านเนื้อหาที่ชื่นชอบ จะใช้การส่งสติ๊กเกอร์แทนการพิมพ์ข้อความตอบได้ เนื่องจากไม่ถนัดในการพิมพ์ที่ละตัวอักษร รองลงมาสื่อที่ผู้สูงอายุใช้ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 24 โดยสื่อโทรศัพท์มือถือเป็นสื่อดั้งเดิมที่ยังคงมีอิทธิพลต่อผู้สูงอายุ และอันดับที่ 3 สื่อที่ผู้สูงอายุใช้ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 16 โดยผู้สูงอายุมองว่าเฟซบุ๊กใช้งานยากกว่าไลน์ เวลาจะแชร์ข้อมูลให้ผู้อื่นต่อก็ไม่แน่ใจว่าจะกดปุ่มใดต่อ ต้องกดหลายครั้งต้องพึ่งพาคนอื่นให้ช่วยสอนการใช้หลายครั้ง จึงไม่อยากจะใช้นานนัก เพราะไม่อยากเป็นภาระผู้อื่น (Positioningmag, 2018)

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ อย่างจุฑารัตน์ ประเสริฐ (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเองและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้สูงอายุไทย ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุนั้นมีการใช้ฟังก์ชันสนทนาส่วนบุคคลสื่อสารกับบุตรหลาน/ญาติพี่น้อง และคนในครอบครัว เพื่อพูดคุย-แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร/เหตุการณ์ประจำวันมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิศปัดย์ ชัยช่วย (2560) ที่ทำการศึกษา

เรื่องการใช้ไลน์ของผู้สูงอายุ : การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุเรียนรู้การใช้งานไลน์ด้วยตนเองและจากการแนะนำของเพื่อนหรือลูกหลาน โดยที่ไลน์ทำให้เกิดพื้นที่เสมือน (Virtual Space) ที่ทำให้ผู้สูงอายุสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนหรือญาติได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ โดยที่ไลน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ รวมถึงการแสดงความห่วงใยต่อผู้อื่นโดยการแสดงนัยยะว่าตนเองยังสุขภาพดีผ่านทางภาพ “สวัสดีตอนเช้า”

นายแพทย์เกียรติภูมิ วงศ์รจิต อธิบดีกรมสุขภาพจิต เผยว่า ไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุและมีแนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอัตราเกิดและอัตราการตายที่ลดลงและอายุขัยเฉลี่ยที่ยืนยาวขึ้น จากการคาดการณ์ของสภาพัฒน์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคาดว่า ในปี 2563 ที่จะถึงนี้ ประเทศไทยจะมีประชากรสูงวัย จำนวน 12.6 ล้านคน จากจำนวนประชากรรวม 66 ล้านคน โดยคิดเป็นร้อยละ 19.1 ของประชากรรวม และคาดว่า ในปี 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) คือ มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (Workpoint Today, 2019)

จากจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น ทักษะในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุนั้นมีโอกาสที่จะเป็นกลุ่มใหม่เสี่ยงต่อการถูกหลอก และรู้เท่าไม่ถึงการณ์จากภัยทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างไลน์ (LINE) เป็นประจำทุกวันนั้น ยิ่งทำให้เห็นว่าการส่งเสริมการรู้เท่าทันการสื่อสารให้กับผู้สูงอายุ เนื่องจากข้อความที่มีการส่งต่อกันผ่านทางไลน์นั้น เป็นข้อความที่มีความหลากหลาย โดยผู้สูงอายุนั้นมักจะเข้าใจว่าข้อมูลข่าวสารดังกล่าวได้ถูกคัดกรองมาแล้ว เนื่องจากข้อมูลเหล่านั้นมีการส่งมาจากกลุ่มเพื่อนและเครือข่าย ซึ่งไม่ได้มีการตรวจสอบความจริงมาก่อน จนก่อให้เกิดกลายเป็นจดหมายลูกโซ่ที่มีการส่งต่อ ๆ กันมา โดยที่ข้อความเหล่านั้นอาจจะเป็นทั้งเรื่องที่จริง และไม่จริง มีประโยชน์และไม่มีความประโยชน์กับผู้สูงอายุ จนไปถึงการทำให้ตัวผู้สูงอายุเองนั้นเกิดความสับสน ความวิตกกังวลความเครียดต่อตัวผู้สูงอายุเอง

ผลการวิจัยที่ผ่านมาเผยแพร์ให้เห็นว่าผู้สูงอายุ และกลุ่มที่เป็นอนุรักษ์นิยม ขาดการรู้เท่าทันสื่อ และแชร์ข่าวลวงในโลกออนไลน์มากที่สุด โดยนักวิจัยจาก มหาวิทยาลัยปรีนซ์ตัน และมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก ของสหรัฐอเมริกาได้เปิดเผยผลการวิจัย ตีพิมพ์ลงในวารสาร Science Advances ใช้ผลการวิเคราะห์แยกแยะโพสต์ต่าง ๆ ทางเฟซบุ๊ก ของชาวอเมริกันจำนวน 1,200 ราย แชร์ข้อมูลข่าวสารลงในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ พบว่ากลุ่มคนสูงอายุนี้นักแชร์และเชื่อข่าวลวงโดยที่ขาดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) มากถึง 7 เท่า จากผลการวิจัยดังกล่าวทางทีมวิจัยเชื่อว่าสำหรับคนสูงอายุนั้น ทีมวิจัยเชื่อว่า ส่วนหนึ่งของผลกระทบในการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข่าว มาจากปัจจัยด้านอายุที่เพิ่ม มากขึ้นจึงส่งผลให้ศักยภาพทางสมองลดลงตาม ซึ่งสอดคล้องกับทางด้าน ศาสตราจารย์ Andrew Guess แห่งมหาวิทยาลัยพรินซ์ตัน กล่าวว่า "คนอเมริกันส่วนใหญ่ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลที่จำเป็นในการกำหนดความน่าเชื่อถือของข่าวที่พบทาง ออนไลน์" (โพสต์ทูเดย์ออนไลน์, 2562)

ทางด้านนักวิชาการในประเทศไทยอย่าง รองศาสตราจารย์พิจิตรา สุกสวัสดิ์กุล หัวหน้าภาควิชาวารสารศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แสดงความคิดเห็นในประเด็น ดังกล่าวว่า ผู้สูงอายุอยู่ในโลกออนไลน์ค่อนข้างมาก ทำให้หลายครั้งเจอกับปัญหาการแชร์ ข่าวลวง เนื่องจากผู้สูงอายุเหล่านี้เติบโตมาในยุคอนาล็อก จึงมีความเชื่อสื่อบ้างนั้น เมื่อเข้ามา อยู่ในโลกของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งใคร ๆ ก็ผลิตสื่อได้ ทำให้มีทั้งข้อความจริงและไม่จริง แต่ผู้สูงอายุยังคงคิดว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นความจริงทั้งหมด โดยเฉพาะข้อมูลจากที่เพื่อน แชร์มา ซึ่งการแชร์ข่าวลวงนั้น ถือเป็นการกระตุ้นให้ข่าวลวงกระจายตัวมากขึ้น นำไปสู่ อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ นำข้อมูลส่วนบุคคลไปหลอกลวงกันในโลกออนไลน์ (รายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้, 2562)

นอกจากนี้ นายชนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ กล่าวว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่อต่ำที่สุด อยู่ในระดับพื้นฐาน (63%) มีพฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ในการรับชม สื่อ ติดต่อดสื่อสารและค้นหาข้อมูลออนไลน์เป็นเป็นหลัก ช่องทางดังกล่าวเป็นแหล่งข้อมูล ที่ยังขาดความน่าเชื่อถือ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเข้าใจผิด หลงเชื่อ ไปจนถึงการถูกหลอกลวง

ได้ โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาด้านสุขภาพ เช่น กินยาหรือสมุนไพรนี้แล้วจะหายจากโรค
ทั้งที่ไม่เป็นจริง หรือการถูกหลอกลวงขายสินค้า (แนวหน้าออนไลน์, 2564)

จะเห็นได้จากการแชร์ข่าวลวงของผู้สูงอายุทำให้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะ
ที่จำเป็นและมีความสำคัญ โดยการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุนั้นเป็นยุทธศาสตร์หลักใน
การดำเนินงานด้านผู้สูงอายุ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2
ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ โดยส่งเสริมสนับสนุนสื่อทุกประเภทให้มี
รายการเพื่อผู้สูงอายุและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้และสามารถเข้าถึงข่าวสารและ
สื่อ รวมถึงความสำคัญในเรื่องการสนับสนุนบุคลากรให้พร้อมสำหรับโลกดิจิทัล

เว็บไซต์ของศูนย์กลางของการรู้เท่าทันสื่อ Center for Media Literacy ได้เผยแพร่
คำนิยามและความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ โดยได้ขยายความให้เชื่อมโยงกับบริบทของ
การศึกษาของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยนิยาม “การรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21” ว่า
หมายถึง “a framework to access, analyze, evaluate, create and participate with message in a
variety of forms-from print to video to the Internet. Media literacy builds an understanding of
the role of media in society as well as essential skills of inquiry and self-expression necessary
for citizens of a democracy.” กรอบคิดการเรียนรู้เพื่อให้สามารถเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินค่า
ผลิตและมีส่วนร่วมกับสารที่สื่อออกมาในหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่สิ่งพิมพ์ วิทยุ ไปถึง
อินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อยังเป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในสังคม
และสร้างทักษะที่สำคัญในการแสวงหาและแสดงออกอันเป็นทักษะจำเป็นสำหรับพลเมือง
ในระบอบประชาธิปไตย

สำหรับในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น มูลนิธิสื่อประชาธรรม ได้มีการจัดอบรมเชิง
ปฏิบัติการ “ผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อ” พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุไม่ยากแก่ และไม่ยาก
เจ็บป่วยจึงซื้อยาและอาหารเสริมจากโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ และสื่อ
ใหม่อย่างเฟซบุ๊กอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งยาที่ซื้อมานั้นบางครั้งก็ไม่ได้มีสำนักงาน
คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) รับรอง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวเป็นการเน้นย้ำให้เห็น
ว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ผู้สูงอายุควรจะมีเพื่อที่จะสามารถใช้สื่อให้เกิด
ประโยชน์กับตนเองมากที่สุด (มูลนิธิสื่อประชาธรรม, 2561)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้สื่อแอปพลิเคชันไลน์ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ถูกหลอกได้ง่าย ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อกับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อกับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างไลน์ (LINE) ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อในงานวิจัยชิ้นนี้แบ่งเป็น 5 ระดับได้แก่

- 1) ทักษะในการเข้าถึง (Access) หมายถึง ทักษะที่ผู้สูงอายุสามารถอ่านข่าวลวง แล้วสามารถเข้าใจเนื้อหาข่าวลวง สามารถแบ่งประเภทของข่าวลวงได้

2) ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze) หมายถึง ทักษะที่ผู้สูงอายุสามารถตรวจสอบข่าวลวงได้ โดยอาจจะใช้ความรู้เดิมที่มี ประสบการณ์เดิมที่มีในการตรวจสอบ ตีความสารว่าผู้ส่งสารเขียนข่าวลวงมาเพื่อวัตถุประสงค์อะไร มีการเปรียบเทียบ ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น แยกแยะเป็นประเด็นๆ ได้

3) ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร (Evaluate) เมื่อผู้สูงอายุประเมินข้อมูล ข่าวสารแล้ว สามารถตัดสินใจถึงความถูกต้อง คุณภาพของข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาของ ข่าวลวงได้

4) ทักษะการสร้างสรรค์ (Create) การเลือกใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะ แอปพลิเคชันไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุปเป้าหมาย การสื่อสารในการสร้าง ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ไม่สร้างหรือแชร์ข่าวลวง

5) ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate) ความสามารถของผู้สูงอายุในการสร้างเพื่อเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับคนอื่น เช่น การโพสต์ข้อความในกลุ่ม แอปพลิเคชันไลน์ ร่วมกับการสื่อสาร มีบทบาทร่วมกันของผู้ใช้สื่อ การใช้สื่อ การบริโภค สาร ที่เกิดจากการผลิตสาร เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว การทำงานร่วมกับ คนอื่นอย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ความไว้วางใจเชื่อใจ การไม่มีอันตรายใด ๆ

ข่าวลวง หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาเป็นเท็จที่ปรากฏในแอปพลิเคชัน ไลน์ และเป็น เรื่องราวที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยไม่มีข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาหรือคำพูด ข่าวลวงบางข่าวอาจมีส่วนข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้แต่อาจมีข้อมูลที่ถูกรสร้างขึ้นเพื่อ มีเจตนานิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงเดิม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

ฮอบบ์และมอร์ (Hobbs and Moore, 2013) กำหนดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Access) ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ (Analyze) ความสามารถในการแต่งหรือสร้างสื่อ (Compose) ความสามารถในการ

สะท้อนความคิดเห็นที่มีต่อสื่อ (Reflect) และความสามารถในการปฏิบัติ/แสดง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ (Take Action)

แบร็งเกอร์ (Benkler, 2007) ได้นิยามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ คือ คนที่สามารถรู้เท่าทันในประเด็นแต่ละประเด็น ดี ไม่ดี และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารกับผู้อื่น

นอกจากนี้ พอตเตอร์ (Potters, 2004 : 65-68) ได้พูดถึงแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในทางใดทางหนึ่ง และระดับใดระดับหนึ่ง แต่ก็แตกต่างจากกระบวนทัศน์อิทธิพลของสื่อมวลชน (Media Effect Paradigm) โดยเสนอว่า การพัฒนาแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อจะนำไปสู่กระบวนทัศน์ทางการสื่อสารใหม่ๆ เพราะนับตั้งแต่กระบวนทัศน์ที่เชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร (Media Effect) มาสู่กระบวนทัศน์ที่เชื่อว่าผู้รับสารมีเสรีภาพในการจะเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกัน (Uses & Gratification) ไปจนถึงกระบวนทัศน์ทางเลือกในแนวสัญญวิทยา (Semiotic) นั้น ยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนเกี่ยวกับการแก้ไข หรือช่วยทำให้ผู้รับสารหลีกเลี่ยงปัญหาผลกระทบเชิงลบจากสื่อมวลชนนี้ นอกจากนี้ ยังไม่พบงานวิจัยที่ยืนยันและระบุได้ชัดเจนว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชนมีมากน้อยอย่างไร โดย Center for Media Literacy (2008) Literacy for the 21st Century : An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education ได้แบ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Process Skills) 5 ทักษะ ดังต่อไปนี้

1) ทักษะในการเข้าถึง (Access) เมื่อพวกเราเข้าถึงสาร พวกเราจะสามารถอ่านเก็บข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องและใช้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเข้าใจความหมายของเนื้อหาสารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถ รับรู้และเข้าใจคำศัพท์ สัญลักษณ์และเทคนิคการสื่อสาร สามารถระบุแหล่งข้อมูลข่าวสารจากหลายๆ แหล่งว่ามาจากไหน เช่น หนังสือพิมพ์, เว็บไซต์ รวมถึงความสามารถในการเลือกประเภทของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานที่เราจะทำ

2) ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze) ซึ่งเมื่อบุคคลวิเคราะห์สาร บุคคลสามารถศึกษาตรวจสอบรูปแบบของสาร โครงสร้างและลำดับเหตุการณ์ ผู้รับสารมีมุมมองอย่างมีศิลปะการอ่านออกเขียนได้ มีทักษะทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจ

สภาพแวดล้อมที่ถูกรูป ๆ ตัวเรา ยกตัวอย่างเช่น การใช้ความรู้เดิม ประสบการณ์ที่มี การทำนายประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ในการทำนายสิ่งที่เกิดขึ้น (ว่าถูกต้องหรือไม่) การตีความสารโดยใช้แนวคิด ตีความการเขียนว่ามีวัตถุประสงค์อะไร ตีความสารได้ว่าใครคือผู้เขียน และการใช้กลยุทธ์รวมไปถึงการเปรียบเทียบความจริง/ความคิดเห็น แยกแยะได้ เจ็รรายละเอียดเป็นข้อ ๆ ได้ ช่วงของการพัฒนาเป็นช่วง ๆ

3) ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร (Evaluate) เมื่อบุคคลประเมินข้อมูล ข่าวสาร บุคคลเหล่านั้นสามารถเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารกับประสบการณ์ และตัดสินใจ เกี่ยวกับความถูกต้อง คุณภาพและความเกี่ยวข้องกับความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ ความสามารถของบุคคลจะเห็นด้วยกับสารที่ดีความในรูปแบบที่แตกต่างกัน การประเมิน คุณภาพของข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานของรูปแบบและเนื้อหา การตัดสินใจคุณค่าของสาร โดยมาจากพื้นฐานทางด้านจริยธรรม ศาสนา หลักประชาธิปไตย การตอบสนอง/ การสื่อสารจากคำพูด สิ่งพิมพ์ ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยสารที่มีความหลากหลายและ ในบริบทที่ซับซ้อน

4) ทักษะการสร้างสรรค์ (Create) เมื่อบุคคลสามารถสร้างสรรค์หรือ สื่อสารข้อความ โดยสามารถ “เขียน” แนวคิด การใช้ข้อความ, เสียง หรือภาพ ได้อย่างมี ประสิทธิภาพของวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ และสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่ หลากหลายในการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร, การตรวจสอบ และการเผยแพร่สารนั้นการใช้/ การระดมสมอง การวางแผน การเรียบเรียง และกระบวนการแก้ไข การใช้ภาษาพูดและ ภาษาเขียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการใช้ไวยากรณ์ การใช้ภาษาที่ถูกต้อง การสร้างสรรค์และการเลือกภาพอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมาย การเลือกใช้ เทคโนโลยีการสื่อสารในการสร้างข้อมูลข่าวสาร

5) ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate) เมื่อบุคคลมีส่วนร่วมในการสร้าง ข้อมูลข่าวสาร บุคคลจะสามารถมีส่วนเกี่ยวข้องและมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุผลที่สร้าง สารเสร็จก็จะสามารถสร้างเพื่อเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับคนอื่น เช่น การโพสต์ผ่าน เฟซบุ๊ก ร่วมกับการสื่อสาร มีบทบาทร่วมกันของผู้ใช้สื่อ การใช้สื่อ การบริโภคสาร ที่เกิด จากการผลิตสาร เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว การทำงานร่วมกับคนอื่นอย่าง

สร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ มีการสร้างแนวคิดใหม่ เช่น การผสม การตัดปะ การตรวจสอบการมีส่วนร่วม การมีปฏิสัมพันธ์ตอบสนองและจริยธรรม บนพื้นฐานของแนวคิดแบบเชกสเปียร์ (Shakespeare) ความรักทั้งหมด ความไวเนื้อเชื้อใจ การไม่มีอันตรายใด ๆ

จากนิยามดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ของ Center for Media Literacy (2008) Literacy for the 21st Century : An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education มาใช้ในการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ โดยแบ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Process Skills) 5 ทักษะ ได้แก่ 1) ทักษะในการเข้าถึง (Access) 2) ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze) 3) ทักษะการประเมินเนื้อหาข่าวสาร (Evaluate) 4) ทักษะการสร้างสรรค์ (Create) และ 5) ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate) ทั้งนี้ข้อคำถามจะมีการประยุกต์เพื่อให้เหมาะสมในการสอบถามผู้สูงอายุ

แนวคิดเกี่ยวกับข่าวลวง (Fake News)

สำหรับในปัจจุบันยังไม่มีนิยามความหมายของข่าวลวง (Fake news) ซึ่งยอมรับเป็นการทั่วไปร่วมกันและมีการให้นิยามความหมายไว้ (เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล และ ัญญนันทนัฐ ด้านไพบุลย์, 2561) อธิบายไว้ดังนี้

พจนานุกรมออกซฟอร์ด (Oxford Dictionaries) ให้นิยามคำว่า “Fake” หมายถึง ปลอม/หลอกลวง (Spurious) เทียม/ปลอมแปลง (Counterfeit) หรือเลียนแบบ/หลอก (Sham)

Wikipedia (2018) ให้นิยามคำว่า ข่าวลวง หรือข่าวลวง หมายถึง ประเภทของสื่อสีเหลือง (Yellow Journalism) หรือคือเป็นสื่อประเภทที่นำเสนอเรื่องราวข่าวที่แทบไม่มีข้อเท็จจริง ไม่ได้ผ่านการค้นคว้าในเชิงข่าวมาอย่างถูกต้อง แต่ใช้วิธีพาดหัวข่าวให้หวือหวาและอาจมีการใส่สถิติจนเกินจริง หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

โดยสรุปข่าวลวง หรือ Fake News หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาเป็นเท็จ เรื่องราวนั้นถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยไม่มีข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาหรือคำพูด ข่าวลวงบาง

ข่าวอาจมีส่วนข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้แต่อาจมีข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อมีเจตนาบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงเดิม

ประเภทของข่าวลวง

การแบ่งประเภทของข่าวลวง หรือข่าวลวง มีหลายรูปแบบและใช้ในวัตถุประสงค์หรือบริบทที่แตกต่างกัน การแบ่งประเภทข่าวลวงเพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์และจัดการปัญหาข่าวลวง เนื่องจากลักษณะของข่าวลวงแต่ละประเภทควรมีนโยบายหรือวิธีการในการจัดการแตกต่างกัน The European Association for Viewers Interests (2016) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่สนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อและการเป็นพลเมืองแบบสมบูรณ์ในยุโรป ได้ศึกษาในหัวข้อ “Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News” โดยแบ่งประเภทข่าวลวงและข่าวที่สร้างความเข้าใจที่ผิดดังนี้

1. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นข้อมูลที่แพร่กระจายไปสู่ความคิดหรือเปลี่ยนความคิด มุมมอง ทำให้รู้สึกคล้อยตาม การโฆษณาชวนเชื่อ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีลักษณะคล้ายคลึงกันโดยใช้การดึงดูดความสนใจของผู้ชม

2. การยั่วให้คลิก หรือ คลิกเบท (Clickbait) เป้าหมายหลักของคลิกเบท คือการกระตุ้นความสนใจของผู้คนให้คลิกผ่านเนื้อหาเพื่อเพิ่มรายได้จากโฆษณา

3. เนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน (Sponsored Content) หรือเนื้อหาโฆษณาบนสื่อออนไลน์ผลการวิจัย ในปี 2016 จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด พบว่า 80% ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน หรือที่เรียกว่าการโฆษณาแทนที่ฟ คิดว่าเป็นข่าวจริง

4. ข่าวล้อเลียนและเสียดสี (Satire and Hoax) ข่าวล้อเลียนเป็นเรื่องตลกที่นำเสนอในรูปแบบทั่วไป ใช้เนื้อหาที่ตลกขบขันเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข่าวในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งเป็นเรื่องง่ายที่จะเลียนแบบแหล่งข่าวที่ถูกต้อง และข่าวเสียดสีเป็นข่าวที่อาศัยการประชดประชันและอารมณ์ขันแบบหน้าตาย

5. ข่าวที่ผิดพลาด (Error) บางครั้งแม้แต่ข่าวที่เผยแพร่จากสำนักข่าวออนไลน์ที่เชื่อถือได้ก็อาจมีความผิดพลาดได้เช่นกัน เช่น การเขียนข้อความที่ผิดที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจไปในทิศทางอื่นหรือไม่เข้าใจในข่าวนั้น

6. ข่าวที่นำเสนอเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (Partisan) เป็นข่าวที่บิดเบือนเนื้อหา หรือสร้างขึ้นมาเพื่อเข้าข้างหรือโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

7. ทฤษฎีสมคบคิด (Conspiracy Theory) เป็นเรื่องเล่าหรือบทความที่สร้างขึ้นมาจากความคิดของคน หรือกลุ่มคน โดยนำเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกัน ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ซ่อนเร้นอื่น ๆ เพื่อให้ประโยชน์ให้โทษต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งใด หรืออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ลักษณะของทฤษฎีสมคบคิดโดยทั่วไปมีข้อเท็จจริงประกอบอยู่เพียงเล็กน้อย หรือส่วนหนึ่ง เพียงเพื่อเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือว่ามีหลักฐานสนับสนุนที่ดูเหมือนเกี่ยวข้องกันเท่านั้นอาจมีเหตุผลสนับสนุนจากความเชื่อส่วนบุคคล

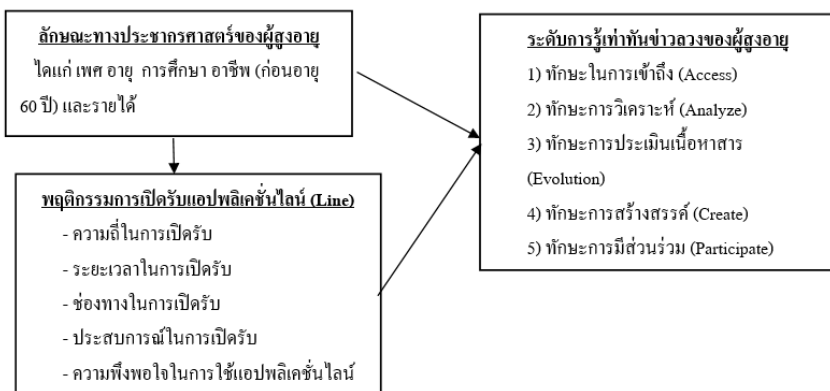
8. วิทยาศาสตร์ลวงโลก (Pseudoscience) คือ การแอบอ้าง หรือความเชื่อหรือแนวทางปฏิบัติ ที่บอกว่าเป็นวิทยาศาสตร์ แท้จริง ๆ แล้วไม่ได้ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้องหรือไม่มีหลักฐานหรือความเป็นไปได้ใด ๆ มาสนับสนุน มีบทบาทเหมือนกันกับทฤษฎีสมรู้ร่วมคิด แต่อย่างไรก็ตามวิทยาศาสตร์มักใช้ทฤษฎีนี้มากกว่าทฤษฎีสมรู้ร่วมคิด บางครั้งก็จะพบเป็นลักษณะเว็บไซต์หรือข่าวที่หลอกลวงเกี่ยวกับสุขภาพหรืองานวิจัยที่ถูกบิดเบือน

9. ข่าวที่ให้ข้อมูลผิด ๆ (Misinformation) สามารถพบได้ในประเภทข่าวที่ชี้้นำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยข้อมูลข่าวที่ไม่ถูกต้องมีความแตกต่างจากการตั้งใจบิดเบือน

10. ข่าวลวงที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ (Bogus) คือข่าวลวงที่เจตนาในการสร้างขึ้นมาเพื่อให้เป็นข่าวลวงที่สมบูรณ์ อาจมีเนื้อเรื่อง ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเท็จมาประกอบกัน อาจรวมถึงการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าวหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ทุกวิธีการที่จะทำให้ข่าวนั้นเป็นข่าวลวงที่สมบูรณ์มากขึ้น

สำหรับแนวคิดเรื่องข่าวลวงหรือข่าวปลอมนั้น ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้สูงอายุจะต้องมีทักษะในการรู้เท่าทันทั้งประเภทของข่าวลวงและเนื้อหาของข่าวลวงที่ปรากฏในแอปพลิเคชันไลน์

กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย



การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างจากผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดในภาคเหนือที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, <http://www.dop.go.th>, 2019) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน แบบเฉพาะเจาะจงโดยเป็นกลุ่มผู้สูงอายุจะต้องใช้แอปพลิเคชันไลน์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์

ของ ชาย โพธิ์สีดา (2554) ที่กล่าวว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถใช้ไม่น้อยกว่า 15 ตัวอย่าง แต่ต้องไม่น้อยกว่า 8 คน และควรเก็บข้อมูลจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนอ้อมตัว ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทั้ง 9 คน ให้ข้อมูลในลักษณะที่สอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ยื่นเสนอขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และในงานวิจัยไม่ได้เปิดเผยข้อมูลของผู้สูงอายุ รวมทั้งผู้สูงอายุจะต้องให้ความยินยอมในการให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ด้วยสถิติ S.D. (Standard Deviation) t-test Anova Correlation Analysis และ Regression

ผลการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ

ภาพรวมลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในงานวิจัยนี้ มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีมากกว่าเพศชายประมาณ 2 เท่า โดยเพศหญิง ร้อยละ 69.80 เพศชาย ร้อยละ 30.30 กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 60-65 ปีมีจำนวนมากที่สุด 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 190 คน ร้อยละ 47.50 อาชีพส่วนใหญ่ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ (ยกเว้นครูอาจารย์) จำนวน 109 คน ร้อยละ 27.30 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้สูงอายุมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 145 คน ร้อยละ 36.30

สำหรับพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความถี่และร้อยละของจำนวนวันในการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ (Line) โดยใช้ทุกวัน จำนวน 345 คน ร้อยละ 86.30 ส่วนใหญ่มีจำนวนชั่วโมงในการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ (Line) มากที่สุด 1-2 ชั่วโมง จำนวน 146 คน

ร้อยละ 36.50 รองลงมาโดยกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบธรรมดา จำนวน 264 คน (ร้อยละ 66.00) มีจำนวนปีในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) อันดับแรกมากกว่า 6 ปี จำนวน 164 คน (ร้อยละ 41.00) ทำกิจกรรมประจำวัน รดน้ำต้นไม้/ทำสวน เป็นอันดับแรก จำนวน 93 คน (ร้อยละ 23.30) และกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก จำนวน 130 คน (ร้อยละ 32.50)

2. ข้อมูลระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ระดับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของผู้สูงอายุ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ทักษะในการเข้าถึงสื่อข่าวลวง	3.80	0.53	มาก
ทักษะการวิเคราะห์ข่าวลวง	3.43	0.64	มาก
ทักษะในการประเมินเนื้อหาข่าวลวง	3.47	0.62	มาก
ทักษะการสร้างสรรค์สื่อ	3.41	0.64	มาก
ทักษะในการมีส่วนร่วม เช่น เติมนกขโมยใน			
กลุ่มไลน์ ไม่แชร์ข่าวลวง เป็นต้น	3.75	0.73	มาก
รวม	3.57	0.63	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของผู้สูงอายุ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D.=0.63) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีทักษะในการเข้าถึงสื่อข่าวลวง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$, S.D.=0.53) รองลงมาได้แก่ ทักษะในการมีส่วนร่วม เช่น เติมนกขโมยในกลุ่มไลน์ ไม่แชร์ข่าวลวง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D.=0.73) และลำดับสุดท้าย ทักษะในการสร้างสรรค์สื่อ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.41$, S.D.=0.64)

ระดับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของผู้สูงอายุ ทั้ง 5 ระดับนี้ ผู้สูงอายุมีทักษะในการเข้าถึงสื่อข่าวลวงในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุมีทักษะเบื้องต้นในการ อ่านเก็บข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องและใช้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเข้าใจความหมายของเนื้อหาสารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถ รับรู้และเข้าใจคำศัพท์ สัญลักษณ์และเทคนิคการสื่อสารได้

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยภาพรวม ผลการสัมภาษณ์สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณในประเด็นเรื่องของการรู้เท่าทันข่าวลวง โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้เท่าทันข่าวลวงในระดับมากเนื่องจากบางกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการอ่านข่าวแล้วปรากฏว่าไม่เป็นความจริง ทำให้ไม่เชื่อข่าวสารอะไรง่ายๆ เหมือนเดิม อาจกล่าวง่ายๆ ว่าเคยถูกหลอกมาแล้วทำให้เวลาจะเชื่ออะไรต้องตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนจะตัดสินใจเชื่อ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนหากไม่แน่ใจในข้อมูลข่าวสารอะไรก็จะขอให้ลูกหลานมาช่วยดูอีกครั้ง ไม่เชื่อหรือทำเองหากไม่แน่ใจ

3. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 2 ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุระหว่างเพศหญิงและชาย

	หญิง (N=279)		ชาย (N=121)		t-test	Sig
พฤติกรรม การเปิดรับ	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	2.825	.487	2.750	.443	1.446	.149

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \geq 0.05$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและพฤติกรรม การเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่เป็น เพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ที่คล้ายกัน เนื่องจากผู้สูงอายุ ว่างเว้นจากการทำงานทำให้มีเวลาว่างในการส่งข้อมูลที่เหมือนกัน

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปร	t	Sig
ระดับการศึกษา	5.022	.000*
อาชีพ	8.644	.000*
รายได้	5.532	.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรม การเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกัน ตัวแปรอาชีพ พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกัน และตัวแปรรายได้ พบว่า ผู้สูงอายุมีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรม的开รับ แอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกัน

4. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ กับความรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุตามเพศ

ตัวแปร	t	Sig
เพศ	1.470	.226

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศและการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ พบว่าผู้สูงอายุเพศชายและเพศหญิงมีการรู้เท่าทันข่าวลวงไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุตามระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปร	F	Sig
ระดับการศึกษา	8.827	.000*
อาชีพ	3.253	.002*
รายได้	19.776	.000*
ความถี่ในการเปิดรับ (จำนวนวัน)	27.327	.000*
ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ (จำนวนชั่วโมง)	7.697	.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างการศึกษาและการรู้เท่าทันข่าวลวง พบว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน ตัวแปรอาชีพ พบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน ตัวแปรรายได้ พบว่า ผู้สูงอายุที่มีรายได้แตกต่างกันมีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน ตัวแปรความถี่ในการเปิดรับ (จำนวนนับ) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีความถี่ในการเปิดรับ (จำนวนวัน) แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน และตัวแปรระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ (จำนวนชั่วโมง) แตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ลักษณะประชากรศาสตร์/ พฤติกรรม的开รับสื่อ	การรู้เท่าทันข่าวลวง	
	r	Sig.
อายุ	-.164**	.001
การศึกษา	.219**	.000
รายได้	.319**	.000
ความถี่ในการเปิดรับ	-3.54**	.000
จำนวนชั่วโมงในการเปิดรับสื่อ	.004	.929
ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ	.038	.448
ความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ	.126**	.012

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ กล่าวคือ ลักษณะประชากรศาสตร์ อายุ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงในทิศทางเดียวกัน โดยผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์มากจะมีการรู้เท่าทันสื่อมาก ส่วนผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์น้อยจะมีการรู้เท่าทันข่าวลวงน้อย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. การวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ จากตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันไลน์

ตัวแปร	β	P-value
เพศ	-.126	.022
อายุ	-.135	.000*
การศึกษา	.042	.488
อาชีพ	-.081	.095
รายได้	.180	.000*
ความถี่ในการเปิดรับสื่อ	-.255	.000*
ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ (ชม.)	-.046	.015*
ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (ปี)	-.156	.000*
ความพึงพอใจในการใช้สื่อ	-.016	.713
Total R² (ร้อยละ)	30.00	.000

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

การพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 9 ตัวแปรที่มีผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ จากตารางที่ 4.42 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ มีทั้งหมด 6 ตัวแปร คือ เพศ (-.126) อายุ (-.135) รายได้ (.180) ความถี่ในการเปิดรับสื่อ (-.255) ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ (-.046) และประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ (-.156)

การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ = 4.273 (ค่าคงที่) $- .126$ (เพศ) $- .135$ (อายุ) $+ .180$ (รายได้) $- .255$ (ความถี่ในการเปิดรับ) $- .046$ (ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ) $- .0156$ (ประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อ)

อภิปรายผล

จากงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่” นั้น มีประเด็นที่น่าสนใจในการอภิปรายผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ที่ต่างกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของผู้สูงอายุมีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันของผู้สูงอายุ จะมีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ที่ต่างกัน ทั้งนี้ ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูง อ่านออกเขียนได้ ก็จะส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์ เนื่องจากจะมีความรู้ความสามารถในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ได้ดี ลักษณะอาชีพของผู้สูงอายุก็เช่นกัน โดยเฉพาะหากผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำงาน เป็นข้าราชการบำนาญ ทำให้มีเวลาว่างในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ส่วนผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยมักจะไม่ใช่แอปพลิเคชันไลน์เนื่องจากต้องมียาจ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร แซ่ลิ้ม (2558) ที่พบว่าเพศของผู้สูงอายุมีพฤติกรรม的开รับแอปพลิเคชันไลน์ไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีความรู้ในการใช้แอปพลิเคชันไลน์มากกว่ากลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันไลน์ที่มีระดับการศึกษา

ต่ำกว่า และรายได้ที่แตกต่างกันก็จะมีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ R. Tirado-Morueta et al. (2015) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความสามารถในการใช้สื่อใหม่ได้สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมทำให้ความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง และมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง ในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี รวมถึงมีโอกาสเข้าถึงสื่อได้มากกว่าคนที่มีการศึกษาดำหรือยากจน ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมทำให้ความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง และมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี รวมถึงมีโอกาสเข้าถึงสื่อได้มากกว่าคนที่มีการศึกษาดำหรือยากจน ทั้งนี้ในเรื่องของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ไลน์แตกต่างกัน ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ พิมพิค้อ และคณะ (2552) ที่พบว่าคนที่ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งยังคงไม่ใช้งาน คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้สูงอายุ กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าจะมีความต้องการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับเอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล (2557) ที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ไลน์แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์แตกต่างกัน

2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ (จำนวนชั่วโมง) ที่แตกต่างกันของผู้สูงอายุ มีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุที่มี

ระดับการศึกษาสูง ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร กลั่นกรอง อ่านข้อมูลที่ถูกส่งต่ออย่างครบถ้วนก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อข้อมูลข่าวสารนั้น ส่วนลักษณะของอาชีพของผู้สูงอายุแตกต่างกันจะมีลักษณะการค้นคว้าหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเชื่อข่าวลวงสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติมา สุรสนธิ (2557) ที่กล่าวว่า สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจต่างกัน ได้แก่ อาชีพและรายได้ ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน เนื่องจากคนที่มียาได้สูง มีอาชีพแตกต่างกันการเข้าถึงเทคโนโลยีก็แตกต่างกัน โดยคนที่มียาได้ต่างกันย่อมมีแนวคิด อุดมการณ์ ประสพการณ์ วัฒนธรรมและค่านิยมที่ต่างกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าอาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการ อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีการรู้เท่าทันข่าวลวงมากกว่าอาชีพแม่บ้าน หรืออาชีพรับจ้างทั่วไป ด้วยลักษณะของอาชีพที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อการเปิดรับสื่อเพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมแตกต่างกัน และส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ในส่วนของระดับการศึกษาก็เช่นเดียวกัน คนที่มีระดับการศึกษาสูงย่อมมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ แยกแยะ ได้มากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย กล่าวได้ว่าคนที่มีการศึกษาสูงกว่ามักจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่า คนที่มีการศึกษาน้อยกว่า และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะถูกชักจูงใจได้ยากกว่า เพราะคนที่มีการศึกษาสูงจะมีข้อมูลข่าวสารมาก มีการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ โดยละเอียด ระบบการศึกษาเป็นเสมือนตัวช่วยในการกำหนดกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของผู้รับสาร

3) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ ในทิศทางบวก พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุในทิศทางบวก โดยลักษณะประชากรศาสตร์ อายุ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไลน์ มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันข่าวลวงในทิศทางเดียวกัน โดยผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์มากจะมีการรู้เท่าทันสื่อมาก ส่วนผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไลน์น้อยจะมีการรู้เท่าทันข่าวลวงน้อย จะเห็น

ได้ว่าหากผู้สูงอายุมีการใช้แอปพลิเคชันได้เป็นอย่างดี มีการเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชันไลน์ มีประสบการณ์ในการใช้ ส่งผลให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงการใช้สื่อ ไม่หลงเชื่อข้อมูลข่าวลวงที่ถูกส่งมาหากยังไม่ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร แซ่ลิ่ม (2558) ที่พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์สัมพันธ์กับการเข้าถึงแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ และกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้ไลน์ (ชั่วโมง) สัมพันธ์กับความสามารถในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งหากผู้สูงอายุมีความสามารถในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ก็จะมีความสามารถในการใช้สื่อได้เป็นอย่างดี และผู้สูงอายุที่มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ผู้สูงอายุเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้สามารถรู้เท่าทันข่าวลวงได้ตามไปด้วย

4) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ รายได้ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ประสบการณ์ในการเปิดรับ ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุ ในส่วนของประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ ส่งผลต่อการรู้เท่าทัน ข่าวลวงของผู้สูงอายุ ด้วยลักษณะการบริโภคสื่อของผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อเป็นเวลานานทำให้ผู้สูงอายุเองเริ่มมีการวิเคราะห์ การคิดก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ ราคาเหมาะสมหรือไม่ ราคาถูกกว่าท้องตลาดจนดูไม่น่าเชื่อถือหรือไม่ นอกจากนี้ตัวผู้สูงอายุเองหากมีบริโภคสื่อมาช้านานก็จะเริ่มสังเกตข้อความที่เป็นข่าวลวง ภาพที่ดูไม่สมจริง การแอบอ้าง บิดเบือนข้อมูล การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข่าวและผู้ที่เกี่ยวข้องข้อมูลข่าวสารนั้นก่อนตัดสินใจเชื่อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Allcot and Gentzkow (2017) ที่ได้ทำการศึกษาและได้สอบถามเกี่ยวกับผู้เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงความสามารถในการแยกแยะหัวข้อข่าวปลอมในช่วงเลือกตั้ง ซึ่งพบว่าความสามารถในการแยกแยะข่าวปลอมจากหัวข้อข่าว กลุ่มตัวอย่างสามารถวิเคราะห์ข่าวได้ดีตามจำนวนอายุที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทางด้าน Pennycook and Rand (2019) ได้ทำการวิเคราะห์อีกครั้ง และพบว่า การแยกแยะข่าวปลอมจากหัวข้อข่าวจริง เนื่องจากยังมีอายุมากประสบการณ์ที่ผ่านมาก็จะ

สามารถทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้น้อย นอกจากนี้ อีสิริยะ ไพริพายฤทธิ (2560) กล่าวถึง การมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่เห็นด้วยและหาเนื้อหาที่ยืนยันความเชื่อของตนเองที่มีมาแต่เดิม โดยที่เลือกที่จะเชื่อข้อมูลที่ ตรงกับความคิดหรือหาเหตุผลมาสนับสนุนความคิดของตนเองที่จะเชื่อ สอดคล้องกับแนวโน้มของผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่ มักจะเชื่อในสิ่งที่ตนเองเลือกจะเชื่อ ทั้งนี้โดยผู้สูงอายุนั้นมีข้อมูลที่ผ่านมา ประสบการณ์ และความเชื่อเดิมของตนเอง ซึ่งอาจทำให้ตัวของผู้สูงอายุเองนั้น จะคำนึงถึงสิ่งที่จะเชื่อ โดยผ่านการกลั่นกรองข้อมูล กลั่นกรองความคิด ก่อนที่จะเชื่อ ทำให้อาจกล่าวได้ว่า ผู้สูงอายุจึงมีความรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงในระดับมาก ทั้งนี้ในอีกแง่มุมหนึ่ง Sim, Reed & Carr (2017) กล่าวว่าผู้สูงอายุมักจะให้ความสำคัญกับการสื่อสารระหว่างบุคคลมากกว่า การใช้เทคโนโลยีในการรับข้อมูลใหม่ ทำให้ผู้สูงอายุใช้สื่อในด้านการติดต่อสื่อสารกับ ลูกหลานมากกว่าการดูข่าวปลอม

นอกจากนี้ ตัวแปรด้านความถนัดในการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้ แอปพลิเคชันไลน์ทุกวัน สามารถพยากรณ์การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุได้สูงสุด ซึ่งยังมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทุกวันยังทำให้ผู้สูงอายุเห็นข้อมูลข่าวสารประเภท ต่าง ๆ มีการเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในแต่ละวัน ทำให้สามารถวิเคราะห์และประเมิน เนื้อหาข้อมูลข่าวสารอย่างระมัดระวัง และใช้ข้อมูลข่าวสารให้เกิดประโยชน์กับตนเอง มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Onate, Peyro & Lorenzo (2015) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่องความรู้และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในประเทศฝรั่งเศส อังกฤษและสเปน ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในฝรั่งเศสและอังกฤษที่มีระดับความรู้ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูง โดยขึ้นอยู่กับ รูปแบบการใช้งาน ซึ่งผลการวิจัยของเพ็ญพักตร์ เดียวสมบุญธกิจ (2557) ยังชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่ใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะผู้ที่ใช้สื่อใหม่มีระดับการ รู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ที่ใช้สื่อทีวีในภูมิทัศน์สื่อเก่า เนื่องจากผู้ที่ใช้สื่อใหม่จะมีความ กระตือรือร้น การเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่า อีกทั้ง พนม คลีณา (2556) ยังชี้ให้เห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความรู้เท่าทันสื่อมากกว่า กลุ่มตัวอย่างช่วงวัยอื่น ๆ เนื่องจากมีความเข้าใจเนื้อหา การวิเคราะห์เนื้อหา การประเมินสื่อ

วิพากษ์สื่อได้ในระดับสูงมาก ซึ่งเมื่ออยู่ในบริบทของสื่อใหม่อย่างแอปพลิเคชันไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจะมีความรู้ รวมถึงมีการจัดการเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในแอปพลิเคชันไลน์ในระดับสูงเช่นกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้ มีการจัดการเนื้อหาในแอปพลิเคชันไลน์มากที่สุด ในประเด็นเรื่องของข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ปรากฏในแอปพลิเคชันไลน์ว่าข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือ หรือไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุนั้นค่อนข้างระมัดระวังในการใช้สื่อเทคโนโลยีเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยมีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการใช้ประโยชน์

1) เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้สูงอายุ จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในระดับมากกับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอาจจะนำผลการศึกษาดังกล่าวไปวางแผนเพื่อเกิดในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเน้นเฉพาะแอปพลิเคชันไลน์

2) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ความถนัดในการเปิดรับสื่อ สามารถพยากรณ์การรู้เท่าทันข่าวลวงของผู้สูงอายุได้สูงสุด ดังนั้นผู้สูงอายุที่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อน้อย จึงควรจะมีระมัดระวังในการรู้เท่าทันข่าวลวง โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ชมรมผู้สูงอายุ โรงเรียนผู้สูงอายุ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อาจจะนำข้อมูลไปวางแผนให้ผู้สูงอายุมีการรู้เท่าทันข่าวลวงให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น ลักษณะความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม ของผู้สูงอายุว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ และส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ

2) ควรศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่น รูปแบบของการส่งข้อความทางแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ เนื้อหาที่ผู้สูงอายุนิยมส่งข้อความทางแอปพลิเคชันไลน์ ในลักษณะของการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ เป็นต้น

3) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ แต่เนื่องจากการเปิดรับข่าวสารผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ มีจำนวนมากในหลายพื้นที่ จึงควรมีการวิจัยผู้รับสารในกลุ่มพื้นที่อื่น ๆ ด้วย หรือสื่ออื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยที่ได้อาจจะมีความแตกต่างจากผู้รับสารในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัยอย่างครบถ้วน

รายการอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติจำนวนผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2563, สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th>
- กิตติมา สุรสุนธิ. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เฉลิมชัย กักเกียรติกุล และธัญญนันทนัฐ คำนไพบูลย์. (2561). *ข่าวลวง : ปัญหาและความท้าทาย*. วารสารวิชาการ กสทช.ประจำปี 2561. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพฯ อมรินทร์พริ้นติ้งแลนค์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- จารุวรรณ พิมพ์ก่อ และคณะ. (2552). *การใช้และความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- จุฑารัตน์ ประเสริฐ. (2557). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์กับการรับรู้ตนเองและ
การสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้สูงอายุไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แนวหน้าออนไลน์. (2564). ผลสำรวจเผย “สูงวัย” กลุ่มเสี่ยงไม่รู้เท่าทันสื่อ ห่วงเชื่อข่าว
ปลอมเรื่องสุขภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2564, สืบค้นจาก
<https://www.naewna.com/likesara/555024>
- พนม คลีณาษา. (2556). การพึ่งพาสื่อของประชาชนในเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ.
รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญพัทธ์ เตียวสมบุญกิจ. (2557). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิ
ทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โพสต์ทูเดย์ออนไลน์. (2562). อาวุโสเล่นโซเชียลฯ ป้องกันเสี่ยงเสี่ยงมิจฉาชีพ. สืบค้น
เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2563, สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/551718>
- ปรมะ สดะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : พิมพ์
ลักษณ์.
- มูลนิธิประชากรธรรม. (2561). ผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อ ประสพการณ์จากพื้นที่เชียงใหม่.
สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2563, สืบค้นจาก <https://prachatham.com/en/node/11558>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). การสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2562.
สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2562, สืบค้นจาก https://www.m-society.go.th/article_attach/14494/18145.pdf.
- ศิริพร แซ่ลิ้ม. (2558). พฤติกรรมการใช้ไลน์แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์. (2560). *Fake News ขว้างปาลอม ปัญหาใหญ่ของโลกอินเทอร์เน็ต (บล็อก)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2563, สืบค้นจาก <http://www.okmd.tv/blogs>.
- เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล. (2557). พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Benkler. (2007). Yochai Benkler. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. *Journal of Media Economics*. 20(2) . 161-165.
- Bragg, S. (2002). Wrestling in Woolly Gloves: Not just being critically media literate. *Journal of Popular Film and Television*. 30(1), 42–52.
- Center for Media Literacy. (2008), *Literacy for the 21st Century : An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education*.
- European Commission. (2016). *Communication from the Commission to The European, Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of Regions*. Retrieved 1 September, 2020, from <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/1-2016-356-EN-F1-1.PDF>
- European Commission. (2018a). *The Legal Framework to Address “Fake News” : Possible Policy Actions at the EU Level*. Retrieved 13 September, 2020, from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/619013/IPOL_IDA\(2018\)619013_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/619013/IPOL_IDA(2018)619013_EN.pdf)
- Hobbs, Renee and Moore, Davis Cooper. (2013). *Discovering Media Literacy*. Thousand Oaks, CA ; Sage Publications.
- LINE. (1019). *LINE application*. Retrieved 1 September, 2020, from <https://line.me/th/>.

- Oñate, C.G., Peyro, C.f., & Lorenzo, F.C. (2015). Use, Consumption and Knowledge of New Technologies by Elderly People in France, United Kingdom and Spain. *Media Education Research Journal*. 19-27.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019b). *Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning*. *Cognition*. 188, 39–50.
- Positioningmag, (2018). *Insight into the way of consuming "older" media "LINE-TV-Facebook"*. Retrieved 1 September, 2020, from <https://positioningmag.com/1186242>
- Sims, T. K., Reed, A. E., & Carr, D. C. (2017). Information and communication technology use is related to higher well-being among the oldest-old. *The Journals of Gerontology B*. 72, 761–770.
- Tambini, D. (2017). *Fake News: Public Policy Responses (LSE Media Policy Project Brief 20)*. Retrieved 13 September, 2020, from London School of Economics and Political Science website: http://eprints.lse.ac.uk/73015/1/LSE%20MPP%20Policy%20Brief%202020%20-%20Fake%20news_final.pdf
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis. 3rdEd*. New York. Harper and Row Publications.