

สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย

The elderly and Media in Thailand

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์* Raweewan Sap-in*

ญาศิณี เคารพธรรม** Yasinee Khaoroptham**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานำเสนอผลการศึกษาประเด็นองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุ และลักษณะเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางเพื่อนำมาสรุปและสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสื่อสำหรับผู้สูงอายุ และเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาเข้าใจในประเด็นเรื่องสื่อกับผู้สูงอายุอย่างละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มในการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น แต่สื่อหลักอย่างโทรทัศน์และวิทยุยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้สูงอายุได้มากที่สุด โดยปัจจัยด้านการศึกษาและปัจจัยทางด้านสังคม สภาพครอบครัวและฐานะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนปัจจัยทางกายภาพ เช่น พื้นที่อยู่อาศัยนั้นก็ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรม

367

*นักวิชาการอิสระ ช่องทางการติดต่อ : nuraweewan@gmail.com

*Independent scholar

**อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210 ช่องทางการติดต่อ : yasinee.kha@dpu.ac.th

**Lecturer, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand Email: yasinee.kha@dpu.ac.th

การใช้สื่อทั้งสิ้น ส่วนผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุนั้นมีทั้งทางลบและทางบวกทั้งด้านสุขภาพร่างกายและสภาพจิตใจ สำหรับเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ คือเนื้อหาลักษณะที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกที่สะท้อนศักยภาพของผู้สูงอายุ เนื้อหาที่เน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ทั้งนี้เนื้อและรูปแบบการนำเสนอสื่อนั้นต้องสอดคล้องความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุด้วย

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ / สังคมผู้สูงอายุ / สื่อ

Abstract

This paper describes about media behavior of the elderly, how media affects the elderly and what content in media which the elderly wants. This paper will be a guideline to support of development media for the elderly and be the basis knowledge about media and the elderly. The main results were as follows, elderly will use the online media more and more. Even online media is becoming more popular, but the traditional media such as television and radio are still the most accessible media for elderly. There are many factors that affect to the elderly people's media behaviors, for example, demographic factors and socio- psychological factors. There were both positive and negative effects physical and psychological of the elderly. The Elderly look forward to seeing contents that show about loving family engagement and potential of the elderly people. The contents and formats must be consistent with the diverse needs of the elderly as well.

Key words: Elderly / Aging Society / Media

บทนำ

ประเทศไทยมีแนวโน้มผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและในอีก 10 ปีข้างหน้าคาดว่าจะมีผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 22.8 ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (UN) ถือว่าประเทศไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ คือ มีสัดส่วนร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ ดังนั้นการเตรียมรับมือกับสังคมผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง แต่สำหรับการศึกษาด้านสื่อกับผู้สูงอายุในภาพรวมนั้นพบว่ายังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนจำนวนประชากรของผู้สูงอายุ หรือหากเทียบกับงานวิจัยด้านเด็กและเยาวชนนั้นพบว่า งานวิจัยด้านการสื่อสารกับผู้สูงอายุนั้นมีน้อยกว่ามาก ดังสะท้อนจากบทความเรื่อง การสื่อสารกับผู้สูงวัยของกาญจนา แก้วเทพ (2554) ซึ่งพบว่า เมื่อศึกษาการสื่อสารกับผู้สูงอายุกลับพบคำถามว่า “คนแก่หายไปไหนในการสื่อสาร” นอกจากนี้กาญจนา แก้วเทพ ยังได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับงานวิจัยของไทยเรื่องการสื่อสารกับผู้สูงอายุนั้นจะพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารกับผู้สูงอายุในประเทศไทยตั้งแต่ประมาณปี พศ.2525 มาจนถึงช่วงเวลาปัจจุบัน รวมเป็นเวลาเกือบ 30 ปีพบว่า มีงานวิจัยที่ระบุหัวข้อชื่อตรงกับผู้สูงอายุและการสื่อสารไม่เกิน 10 เล่มทั้งที่จำนวนผู้สูงอายุนั้นมีถึงเกือบร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ในขณะที่ประเทศตะวันตกอย่างเช่น สหรัฐอเมริกามีการศึกษาเรื่องการสื่อสารกับผู้สูงอายุเป็นอย่างมากในช่วงปี 1980 เป็นต้นมา และยังพบว่าการวิจัยในประเทศผู้สูงอายุที่มักเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจขนาดใหญ่ นั้นไม่ช่วยเห็นลักษณะเฉพาะของความเป็นผู้สูงอายุได้และเมื่อผสมกับการขาดแนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่รอบด้าน

และชัดเจน จึงทำให้ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงทำให้ไม่มีข้อค้นพบเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุในแง่มุมมองของการสื่อสาร

ดังนั้นผู้เขียนจึงต้องการศึกษาค้นคว้าทบทวนองค์ความรู้ด้านสื่อกับผู้สูงอายุที่ผ่านมา การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งศึกษารวบรวมองค์ความรู้โดยขอบเขตเนื้อหาการศึกษาคือการรวบรวมความรู้ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ผลกระทบจากสื่อของผู้สูงอายุ โดยศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research Method) ทั้งจากงานวิจัย บทความวิชาการ บทความวิชาชีพในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา (2550-2559) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้เห็นถึงองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุ และลักษณะเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางนำมาสรุปและสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสื่อสำหรับผู้สูงอายุ ตลอดจนเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาลึกซึ้งในประเด็นเรื่องสื่อกับผู้สูงอายุอย่างละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งจากการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

371

พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุนั้นมีในแง่ของการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเพื่อเปิดรับข่าวสาร เพื่อความบันเทิง และเพื่อประโยชน์ในการนำเนื้อหาไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ดังปรากฏจากการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนารายการ

โทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ของ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันทัด ทองรินทร์ และ วิทยากร ท่อแก้ว (2559) ในประเด็นการเปิดรับความต้องการและการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร 2) เพื่อสร้างความเบิกบานใจ ความสุข และคลายเหงา และ 3) เพื่อนำเนื้อหาไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเอง นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และการพักอาศัย และพบว่าผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 60-65 ปี มีความต้องการในการชมรายการโทรทัศน์ ช่วงเช้า (06.01 น. -09.00 น.) และ ช่วงสาย (09.01 น. -12.00 น.) ผู้ชมที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความต้องการในการชมรายการโทรทัศน์ช่วงเช้า (06.01 น. -09.00 น.) และช่วงเย็น (16.01 น. -19.00 น.)

นอกจากนี้ พนม คลีฉายา (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความต้องการข่าวสาร การใช้สื่อ และนิสัยการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย โดยสำรวจความต้องการข่าวสาร นิสัยการเปิดรับสื่อ และลักษณะการใช้สื่อของผู้สูงอายุไทย ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 406 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีผู้สูงอายุมากที่สุด 2 อันดับแรก ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการข่าวสารด้านความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ด้านกฎหมายการเงิน ข้อมูลประกันชีวิต ทรัพย์สิน บ้านพักที่อยู่อาศัย เหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในต่างประเทศของผู้สูงอายุมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ ผู้สูงอายุมีนิสัยการเปิดรับสื่อในภาพรวม คือ เปิดรับสื่อเป็นประจำ

มากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์บุคคลใกล้ชิด และโทรศัพท์มือถือ ผู้สูงอายุมักจะชมโทรทัศน์มากที่สุด โดยชมรายการข่าวเป็นประจำ ในช่วงเวลา 17.01-21.00 น. ใช้เวลาในการชม คือ 1-3 ชั่วโมง/ครั้ง

สอดคล้องกับแนวคิดของบริษัทอาร์เอสโปรโมชั่น ในการผลิตรายการโทรทัศน์ช่องเพลินทีวี ทีวีเพื่อผู้สูงอายุ ระบุว่า ผู้สูงอายุมีวิถีชีวิต (Lifestyle) ในการรับชมโทรทัศน์อยู่กับบ้านเฉลี่ยมากกว่าบุคคลวัยอื่นถึงร้อยละ 10 โดยที่เวลาไพรม์ไทม์ของกลุ่มคนสูงอายุอยู่ในช่วงเวลา 17.30 – 21.30 น. แต่หลังจากที่ออกอากาศได้เพียงแค่ 6 เดือน (ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2558) บริษัทอาร์เอสฯ ได้ประกาศยุติออกอากาศในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ด้วยเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งช่วงเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุจากการศึกษาของช่องเพลินทีวีนั้น สอดคล้องกับข้อมูลจากสัมภาษณ์คุณประสาน อิงคนันท์ ผู้ผลิตรายการ ลุยไม่รู้โรยซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง Thai PBS ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุว่า มักมีความเข้าใจผิดคิดว่าผู้สูงอายุนั้นมักชอบชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลาเช้ามืดซึ่งไม่เป็นความจริง

“กลุ่มเป้าหมายของรายการลุยไม่รู้โรยของไทยพีบีเอสนี้เขาดังใจที่จะทำให้ผู้สูงอายุดู เพราะช่วงเวลาที่ว่างไว้คือ 5.30-6.00 น. ซึ่งช่วงเวลานั้นเขาคิดว่าเป็นช่วงเวลาของผู้สูงอายุ ทั้งนี้ทั้งนั้นเรารู้ได้อย่างไรว่าผู้สูงอายุตื่นเช้า แล้วเปิดทีวี ที่เราทำทั้งนี้ก็เพราะว่าตอนต้นเริ่มลงพื้นที่มีการถามถึงเวลาส่วนใหญ่ก็บอกว่า ตี 5 ครึ่งเข้าไป ไม่ได้ดูบ้างและบางคนก็อาจจะยังไม่ได้ตื่น”

นอกจากนี้คุณประสาน อิงคนันท์ ยังพบว่าผู้สูงอายุนิยมชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเย็นมากกว่าช่วงเช้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยยังมีความ

เข้าใจผิดถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุ และยังไม่มีข้อมูลองค์ความรู้สำคัญพื้นฐานที่จะทำให้การผลิตและการส่งสารมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สำหรับสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อใหม่มาแรงในกลุ่มผู้สูงอายุนั้นพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ดังเช่นงานวิจัยของ กันตพล บันทัดทอง (2557) เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีอายุ 66 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 66 ปีขึ้นไป อาจมีปัญหาเรื่องสุขภาพมากกว่ากลุ่มอื่น เช่น ปัญหาสายตา ปัญญาการใช้นิ้วหรือมือ จึงไม่สามารถใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ จึงมีความพึงพอใจต่ำกว่าผู้สูงอายุกลุ่มอื่น แต่โดยสรุปแล้ว ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก

นอกจากเรื่องปัจจัยด้านอายุแล้ว จากการศึกษายังพบว่า ปัจจัยด้านรายได้ก็ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยเช่นกัน ดังงานวิจัยของ ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553) ที่ระบุว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน 7,001–15,000 บาท มีความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ยังคงประกอบอาชีพของ

ตัวเอง ทำให้มีโอกาสได้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า เช่นเดียวกับผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 7,000 บาท อาจมีอายุมากแล้ว จึงมีรายได้ต่ำทำให้มีโอกาสใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยลงเช่นกัน และหากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุสูงขึ้นมากด้วย ดังเช่นวิจัยของขวัญวิทย์ ดาน้อย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน หากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุสูงขึ้นมากด้วย ทั้งนี้เนื่องจากผู้สูงอายุมีแรงจูงใจ คือ การได้สื่อสารกันอย่างอิสระ ได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้บริการ ดูเป็นคนทันสมัย ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนในเครือข่าย การใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ประหยัด จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

นอกจากปัจจัยด้านอายุ รายได้ และแรงจูงใจแล้ว จากการศึกษารวบรวมข้อมูลยังปรากฏว่า ปัจจัยด้านภูมิฐานะและกลุ่มผู้สูงอายุยังมีความแตกต่างในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ก็ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน ดังสะท้อนจากจากวิจัยของเลิศหญิง หิรัญโร (2545) ซึ่งได้ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูง

อายุในกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งได้เป็น 8 รูปแบบคือ 1) กลุ่มอนุรักษ์นิยม 2) กลุ่มชอบกิจกรรม 3) กลุ่มหัวก้าวหน้านักท้าทาย 4) กลุ่มมีความสุขในชีวิต 5) กลุ่มห่วงใยดูแล 6) กลุ่มยึดถือศาสนา 7) กลุ่มพ่อบ้านแม่เรือน 8) กลุ่มมองโลกในแง่ร้าย และยังพบว่าผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่นๆ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวรรณารถ ดวงอุดม (2555) เรื่องการพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดแพร่ ที่พบว่าโทรทัศน์มีบทบาทต่อการพัฒนาชีวิตผู้สูงอายุ และในกรุงเทพฯ นั้นผู้สูงอายุใช้สื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนจังหวัดแพร่ใช้สื่อวิทยุมากที่สุด

ส่วนพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในปัจจุบันพบว่า สื่อดิจิทัลมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบทความเรื่อง “สองพฤติกรรมการเสพย์สื่อของคนไทย” ระบุว่าดิจิทัลมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องขณะที่สื่อทีวียังคงได้รับความนิยมอยู่เช่นเดิม ทั้งนี้ในบทความยังระบุว่าสื่อวิทยุจะยังได้ผลดีกับผู้ใช้บริการที่อยู่พื้นที่ต่างจังหวัด และเป็นผู้ใหญ่ ส่วนหนังสือพิมพ์จะจับกลุ่มผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก

ด้านสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) พบว่าผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปีนี้มีมิติในเชิงที่ลึกขึ้น โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนไทย 16,661 คนทั่วประเทศ ถึงพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปีพ.ศ 2559 (Thailand Internet User Profile 2016) พบว่าเมื่อแบ่งเป็น Generations ต่างๆ จะพบว่า Gen Y คือกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ย 53.2 ชั่วโมง/สัปดาห์

ตามมาด้วย Gen X 44.3 ชั่วโมง/สัปดาห์, Gen Z 40.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ และ Gen B (Baby Boomer) 31.8 ชั่วโมง/สัปดาห์ เฉลี่ยจากคนทั้งประเทศคนไทยใช้อินเทอร์เน็ต 45 ชั่วโมง/สัปดาห์ หรือ 6.4 ชั่วโมง/วัน จากการสำรวจพบว่ากิจกรรมที่คนยุค Baby Boomer นิยมทำมากที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ต คือการใช้ Social Media คิดเป็นร้อยละ 89.9 ใช้ค้นหาข้อมูล ร้อยละ 69.1 ใ้รับส่ง email ร้อยละ 66.6 ใช้อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 66.1 และลำดับสุดท้ายคือใช้ YouTube ร้อยละ 65.4 ทั้งนี้เมื่อสำรวจความนิยมในการใช้งานโซเชียลมีเดียตามกลุ่มช่วงวัยแล้วพบว่า Line เป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่ม Baby Boomer นิยมใช้ติดต่อสื่อสารมากที่สุดรองลงมา คือ YouTube ส่วนอันดับ 3 คือ Facebook

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้สูงวัยนั้นก็มีความต้องการในการใช้สื่อที่หลากหลายและแตกต่างกันไม่แพ้วัยเด็กและเยาวชน โดยสิ่งที่เป็นเงื่อนไขปัจจุบันมีทั้งปัจจัยส่วนตัว เช่น ลักษณะบุคลิกภาพ ความชอบ ความถนัด และปัจจัยด้านการศึกษา และปัจจัยทางด้านสังคม สภาพครอบครัวและฐานะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนปัจจัยทางกายภาพ เช่น พื้นที่อยู่อาศัยนั้นล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อทั้งสิ้น ส่วนในภาพรวมนั้นอาจกล่าวได้ว่าแม้กลุ่มผู้สูงอายุนั้นจะเป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดหากเทียบกับกลุ่ม Gen X และ Gen Y แต่ประเด็นที่น่าสนใจคือมีแนวโน้มว่าผู้สูงอายุนั้นใช้สื่อออนไลน์มากขึ้นและเป็นที่นิยมของผู้สูงอายุมากขึ้น แต่อาจยังกระจุกตัวอยู่ในเขตเมือง และถึงแม้สื่อออนไลน์จะเป็นที่นิยมมากขึ้น แต่สื่อหลักอย่างโทรทัศน์และวิทยุก็ยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้สูงอายุได้มากที่สุด โดยที่สื่อวิทยุนั้นจะเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุในเขตต่างจังหวัดได้มากกว่าเขตเมือง

ผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุ

จากการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุจากวงการแพทย์โดย นายแพทย์นันทศักดิ์ ธรรมานวัตร ได้ระบุในบทความเรื่อง “สังคมผู้สูงวัย สื่ออาจไม่ใช่เพื่อน อย่าให้ทีวีดูแลคนแก่” ว่าสื่อมีผลทั้งทางบวกและลบ ต่อผู้สูงอายุ ซึ่งระบุว่าผลกระทบทางลบจากสื่อวิทยุคือ หากมีรายการที่มีการปลุกเร้าอารมณ์ทางการเมืองซ้ำๆ ด้วยอารมณ์ที่รุนแรง เมื่อผู้สูงอายุ เปิดฟังแล้วติดตามเป็นเวลานาน จะเกิดความเครียดสะสมขึ้นอย่างไม่รู้ตัวท้ายที่สุดก็จะทำให้ความดันขึ้นกระทบกระเทือนการทำงานของหัวใจ และทำให้ล้มป่วยถึงขั้นโคมาได้ นอกจากนี้ยังควรระวังผลกระทบของการโฆษณาชวนเชื่อ เช่น การขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยาที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุหลงเชื่อได้ ยิ่งเป็นผู้สูงอายุที่ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีแล้วมีโอกาสจะถูกหลอกหลวงได้ง่ายยิ่งขึ้น

ส่วนผลกระทบทางบวกที่พบคือ ทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น รู้สึกสบายใจมากขึ้น คลายเหงาและความคิดถึงลงได้ ทั้งนี้ นายแพทย์ นันทศักดิ์ ได้แนะนำให้บุตรหลานต้องให้ความใกล้ชิดและคอยสังเกตพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้สูงอายุ ต้องพูดคุยหรืออธิบายให้ผู้สูงอายุในบ้านเข้าใจถึงธรรมชาติของสื่อ พยายามให้เหตุผลกับผู้สูงอายุมากกว่า จำกัดหรือปิดกั้นการเสพสื่อของผู้สูงอายุ

ลักษณะเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ

จากการศึกษาทบทวนงานวิชาการในประเด็นด้านเนื้อหาเช่น ได้นั้นคือเนื้อหาที่ผู้สูงอายุต้องการ พบว่าผู้สูงอายุต้องการเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เห็นถึงศักยภาพ ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิดชูผู้สูงอายุ

เนื้อหาที่แสดงให้เห็นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว และเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การรักษา สุขภาพ สิทธิทางกฎหมาย และสวัสดิการต่างๆ เป็นต้น ดังพบจากการ ศึกษาเรื่องการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ของ จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันทัด ทองรินทร์ และวิทยาธร ท่อแก้ว (2559) และที่พบว่า ผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 60-65 ปีมีความต้องการลักษณะรายการโทรทัศน์ที่ เชิดชูผู้สูงอายุที่เป็นคนดีของสังคม ผู้ชมที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความต้องการ ลักษณะรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ความรู้ความสามารถของผู้สูงอายุ สู่สังคม ผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 60-65 ปีมีความต้องการเนื้อหาด้านสุขภาพ ธรรมะ/ศาสนา และเศรษฐกิจ ผู้ชมที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความต้องการ เนื้อหาด้านสุขภาพ สวัสดิการต่าง ๆ และธรรมะ/ศาสนา

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรณารถ ดวงอุดม (2555) เรื่อง การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ใน กรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่ ที่พบว่าวิทยุชุมชนและรายการโทรทัศน์ ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุคือ เนื้อหาที่สะท้อน ภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้สูงอายุ เน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูง อายุกับครอบครัว ความเอื้ออาทร แนวคิดแบบพอเพียง การดูแลสุขภาพ การเสนอความรู้ด้านกฎหมาย สิทธิของผู้สูงอายุใช้ในการติดต่อประสาน งานแจ้งข่าวสาร มีรายการช่วยเหลือผู้สูงอายุในรูปแบบต่างๆ รวมทั้ง ศักยภาพของผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ที่มงานนิตยสาร O-lunla (โอ-ลันลา) ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงอายุและครอบครัว นั้นพบว่า ทีมงานจะเลือกเนื้อหาการนำเสนอโดยถือวัตถุประสงค์ว่า

เนื้อหาอื่นๆที่ต้องที่เป็นไปเพื่อให้สังคมเห็นศักยภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งผลปรากฏว่านิตยสาร O-lunla นั้นได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้สูงอายุและครอบครัว รวมทั้งผู้สนับสนุนโฆษณาเป็นอย่างดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุชื่นชอบที่จะเปิดรับสื่อที่เชิดชูส่งเสริมให้สังคมประจักษ์เห็นศักยภาพของผู้สูงอายุนั้นเอง

ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปได้ในด้านเนื้อหาของสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการคือเนื้อหาที่สามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์ในการเนิ่นชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุในด้านต่างๆ เช่น ความรู้การดูแลสุขภาพ การเสนอความรู้ด้านกฎหมาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังควรนำเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกที่สะท้อนศักยภาพของผู้สูงอายุ เนื้อหาเน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัวด้วย

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาทบทวนงานวิจัยประเด็นผู้สูงอายุกับการสื่อสารนั้นพบว่ายังมีอยู่น้อยมาก และส่วนใหญ่มักศึกษาผู้สูงอายุในลักษณะที่เป็นเชิงปริมาณโดยขาดมิติในการศึกษาเข้าใจความเป็นผู้สูงอายุที่มีความต้องการใช้และเสพสื่อที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักวิจัยในแวดวงนิเทศศาสตร์เองยังไม่ได้ให้ความสำคัญในประเด็นสื่อกับผู้สูงอายุเท่าที่ควร ส่วนทางด้านวิชาชีพนั้นก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อเพื่อผู้สูงอายุเช่นกัน ซึ่งทั้งนี้ภาณุจนา แก้วเทพ ระบุว่า ตามทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษานั้นอาจอธิบายได้ว่าผู้สูงอายุจัดเป็นกลุ่มคนชายขอบ (Marginal) ประเภทหนึ่ง คือหมายถึงกลุ่มที่อยู่ห่างไกลจากศูนย์กลางอำนาจของสังคม ดังนั้นจึงถูกแบ่งแยกและกีดกันออกจากกลุ่มคนอื่นๆ

เหตุผลสำคัญที่ทำให้เกิดการแบ่งแยกผู้สูงอายุออกไปจากคนกลุ่มอื่น คือ เหตุผลของอำนาจทางระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ที่วัดคุณค่าและเสนอภาพของบุคคลจากความสามารถในการผลิตและการทำงาน ดังนั้นกลุ่มผู้สูงอายุจึงถูกระบุคุณสมบัติว่าขาดความสามารถในการทำงานหรือการผลิต จึงถูกตัดออกจากวงจรการผลิตของสังคม ซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตสื่อไม่ได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อสำหรับผู้สูงอายุ ส่งผลให้สื่อสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีไม่เพียงพอและไม่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้

สำหรับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุนั้น พบว่าตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุนั้นนอกจากจะเป็นช่วงอายุแล้ว ยังมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม ภูมิสำเนา การศึกษา และวิถีชีวิต ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ ส่วนสื่อเข้าถึงผู้สูงอายุได้มากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ ในขณะที่สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อวิทยุนั้นเป็นที่นิยมในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพมหานคร สำหรับสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อใหม่มาแรงในกลุ่มผู้สูงอายุนั้น หากจะใช้เป็นช่องทางสื่อสารกับผู้สูงอายุนั้นต้องพิจารณาถึงเงื่อนไขทางสุขภาพของผู้สูงอายุประกอบด้วย ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันโดยผู้สูงอายุที่มีอายุ 66 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยที่สุด เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 66 ปีขึ้นไปอาจมีปัญหาเรื่องสุขภาพมากกว่ากลุ่มอื่น

สำหรับผลกระทบการใช้สื่อของผู้สูงอายุนั้น มีผลทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยผลทางบวกได้แก่การสร้างแรงบันดาลใจ ความรู้ รับข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัว

ส่วนผลกระทบด้านลบ คืออันตรายภาวะทางสุขภาพ เช่น ความเครียดสะสม เกิดปัญหาทางสุขภาพ เช่น หัวใจ ความดัน และอาจถูกหลอกลวงได้

ด้านการผลิตเนื้อหาสื่อเพื่อผู้สูงอายุนั้น ผู้สูงอายุต้องการเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกที่สะท้อนศักยภาพของผู้สูงอายุ เนื้อหาเน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ทั้งนี้เนื้อและรูปแบบการนำเสนอสื่อนั้นต้องสอดคล้องความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุด้วย โดยไม่เหมารวมว่าเมื่อขึ้นชื่อว่าเป็นผู้สูงอายุแล้วจะชอบหรือต้องการสื่อในรูปแบบเนื้อหาเหมือนกันทั้งหมด เพราะแม้ที่จริงแล้วผู้สูงอายุก็มีความหลากหลายในความสนใจและความต้องการเช่นกัน นอกจากนี้แล้วควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อเพื่อผู้สูงอายุกันเองด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัย

จากการที่พบว่าการศึกษาประเด็นผู้สูงอายุกับการสื่อสารนั้นยังมีอยู่น้อยมาก และส่วนใหญ่ยังศึกษาผู้สูงอายุในลักษณะที่เป็นเชิงปริมาณโดยขาดมิติในการศึกษาเข้าใจความเป็นผู้สูงอายุที่มีความต้องการใช้และเสพสื่อที่แตกต่างกันออกไป จึงเห็นควรว่าสำหรับแวดวงวิชาการนั้นต้องหันมาสนใจการศึกษาวิจัยศาสตร์ด้านสื่อกับผู้สูงอายุให้เข้มข้นจริงจังเพื่อนำไปสู่การเข้าใจผู้สูงอายุในฐานะผู้ใช้สื่อที่มีความหลากหลาย ตลอดจนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมและตรงความต้องการของผู้สูงอายุต่อไป

ข้อเสนอแนะในการผลิตสื่อเพื่อผู้สูงอายุ

การผลิตสื่อเพื่อผู้สูงอายุควรทำการศึกษาวิจัยประกอบเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายหลักเสียก่อน เนื่องจากการทบทวนองค์ความรู้ในงานวิจัยที่ผ่านมา นั้น เห็นได้อย่างชัดเจนว่า พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตลอดจนมีปัจจัยเฉพาะ อย่างเช่น ช่วงวัย ภูมิฐานะ การศึกษา รายได้ เป็นต้น ล้วนมีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรม การใช้สื่อทั้งสิ้น ดังนั้นการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารนั้นบรรลุผลสำเร็จ สำหรับแนวทางในการพัฒนาสื่อเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อในทุกขั้นตอนตามแนวคิดกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ส่วนรัฐควรสนับสนุนนโยบาย งบประมาณและพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสื่อเพื่อผู้สูงอายุเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและศักยภาพของผู้สูงอายุออกมาให้เป็นที่ประจักษ์ต่อสังคม นอกจากนี้สื่อยังสามารถทำหน้าที่ช่วยให้คนในสังคมที่มีความหลากหลายของช่วงวัยเกิดความเข้าใจซึ่งกันละกัน ซึ่งจะนำไปสู่สังคมที่สงบสุขและยอมรับนับถือซึ่งกันและกันต่อไปได้

บรรณานุกรม

- ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตคนไทย ปี 2559
Thailand Internet User Profile 2016 สืบค้นเมื่อวันที่
24 ธันวาคม 2559. จาก <https://www.it24hrs.com/2016/etda-thailand-internet-user-profile-2016/>
- กันตพล บันทัดทอง. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร.
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทเอ็ดลิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร: เด็ก สตรี
และผู้สูงอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์
- จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ สันหัตถ์ ทองรินทร์ และวิทย์ชาญ ท่อแก้ว. (2559).
การพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ. วารสารบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
(พฤษภาคม - สิงหาคม 2559).
- ช่องทีวีคนสูงวัย เชกเม้นท์นี้ “อาร์เอส” จอง. สืบค้นเมื่อวันที่
20 ธันวาคม 2559. จาก <http://positioningmag.com/60832>
- เผยแนวโน้ม “สื่อรุ่ง – สื่อร่วง” ปี '59 ชีชะตาอนาคตสื่อปีหน้า
ใครจะได้ไปต่อ !! สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2559. จาก
<http://www.brandbuffet.in.th/2016/12/kantar-worldpanel-media-profiler-2016>

- พนม คลีณา. (2555). *ความต้องการข่าวสาร การใช้สื่อ และนิสัยการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เลิศหญิง หิรัญโร. (2545). *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมกรบบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรรณรต ดวงอุดม. (2555). *การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่*. *จันทร์เกษมสาร* (มกราคม - มิถุนายน 2555).
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สูงวัย....ใจสตรอง (STRONG). สืบค้นวันที่ 26 ธันวาคม 2559 จาก http://ebook.nic.go.th/smart_aged/smart_aged.pdf
- สังคมผู้สูงวัย สื่ออาจไม่ใช่เพื่อน อย่าให้ทีวีดูแลคนแก่ สืบค้นวันที่ 1 ธันวาคม 2559 จาก <http://www.opm.go.th/opmportal/multimedia/pimjaing/File/september/2/13.pdf>

Bibliography

Elderly with strong mind. Retrieved December 26, 2016. Website:
http://ebook.nic.go.th/smart_aged/smart_aged.pdf (In Thai).

ETDA reveals the survey on Thailand internet user profile 2016.
Retrieved December 24, 2016. from <https://www.it24hrs.com/2016/etda-thailand-internet-user-profile-2016> (In Thai).

Jaruwan Nitipaiboon, Santat Thongrin and Wittayatorn Torkaew.
(2016). *Television programs development for elderly*.
Journal of graduate studies Valaya Alongkorn Rajabhat
university under the royal patronage (May-August 2012).
(In Thai).

Kanjana Kaewthep. (2000). *Media, theories, and educational
approaches*. 2nd edition. Bangkok: Adison Press Product
Co., Ltd. (In Thai)

Kanjana Kaewthep. (2011). *Diverse people in communication:
children, women and elderly*. 1st edition. Bangkok: Pardpim
Ltd., Part. (In Thai)

Kantapon Bantadthong. (2015). *Social Networking Behavior and
Satisfaction of Elderly in Bangkok*. Bangkok: Bangkok
university. (In Thai).

Lertying Hirunro. (2002). *Lifestyles and media exposure and
purchasing behavior of older consumers in Bangkok*.
Bangkok: Chulalongkorn university. (In Thai).

Media may not be friends for elderly, don't let TV take care of them.

Retrieved December 1, 2016 from <http://www.opm.go.th/opmportal/multimedia/pimjaing/File/september/2/13.pdf> (In Thai).

Patra Ruangsawat. (2010). *Lifestyles and behaviors in using social network by office workers in Bangkok*. Bangkok: Thammasat university. (In Thai).

Phnom Kleechaya. (2012). *Information Need, Media Uses and Media Habit of Thai Elderly*. Bangkok: Chulalongkorn university. (In Thai)

Revealing the media trend 2016 to forecast on the future of which media will grow next year? Retrieved December 28, 2016 from <http://www.brandbuffet.in.th/2016/12/kantar-worldpanel-media-profiler-2016> (In Thai).

"RS" prepares to settle down in the senior TV channel segment. Retrieved December 20, 2016 from <http://positioningmag.com/60832>. (In Thai).

Sriruen Kaewkangwan. (1997). *Developmental psychology of all ages*. Bangkok: Thammasat University. (In Thai)

Woranart Duang-udom. (2012). The Development of appropriate communication media on life quality of Thai elderly of citizen in Bangkok and Phrae province. *Journal of Chandrakasemsarn* (January-June 2012). (In Thai).