

พฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์ การแสดงตัวตนในสังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ

วันที่รับบทความ: 11 กันยายน 2561 / วันที่แก้ไขบทความ: 24 ตุลาคม 2561 / วันที่ตอบรับบทความ: 31 ตุลาคม 2561

พิมพ์ชนก ผลอ่อน

บุหงา ชัยสุวรรณ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์ การแสดงตัวตน และรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์และการแสดงตัวตนในสังคมของผู้สูงอายุ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงตัวตนในสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุโดยเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม จากกลุ่มผู้สูงอายุที่เล่นสื่อออนไลน์อายุระหว่าง 50 – 65 ปี จำนวน 5 คน เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มผู้สูงอายุที่เล่นสื่อออนไลน์จำนวน 200 คน โดยการสุ่มแบบสโนว์บอล และนำข้อมูลไปประมวลผลทางสถิติด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) โดยมีผลการวิจัย ดังนี้ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม的开รับสื่อประเภทไลน์ (LINE) มากที่สุดส่งผลให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ทั้งการพิมพ์ข้อความ การเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ และพฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้ทันทั่วถึง รวมถึงการค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่ไม่ได้อยู่ในแค่สื่อเก่า ส่งผลให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ทั้งการติดตามข่าวสารข้อมูลทันเหตุการณ์ และความสนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ โดยผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่าเป็นความสำเร็จในบั้นปลายชีวิตคือการมีครอบครัวที่อบอุ่นและไม่มีใครแก่เกินเรียน อีกทั้งการสื่อสารออนไลน์มีคุณสมบัติในกระบวนการสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก กระตุ้นให้เกิดการแสดงตัวตนในสังคมที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ทำให้ส่งผลต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพรวดเร็ว ฉับไว ส่งเสริมความรู้สึกได้ซึ่งทำให้ พฤติกรรม的开รับสื่อ การแสดงตัวตนในสังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

คำสำคัญ: พฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์, การแสดงตัวตนในสังคม, รูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์, ผู้สูงอายุ

Online Media Exposure Behavior, Social Presence and Online Lifestyle of the Elderly

Received: September 11, 2018 / Received in revised form: October 24, 2018 / Accepted: October 31, 2018

Pimchanoke Ponon

Bu-nga Chaisuwan

Abstract

The aims of this research were 1) To study the behavior of online media exposure behavior, social presence of the elderly and online lifestyle of the elderly. 2) to examine the relationship between online media exposure behavior and social presence of the elderly, and 3) to examine the relationship between social presence and the online lifestyle of the elderly. The study employed mixed methods. The group interviews were used in qualitative research, the sampling were 5 elderly, aged between 50-65 years. The Quantitative research was conducted by using an online questionnaire, the sampling were distributed to 200 50-65 year old seniors via online media. Additionally, the purposive samples and snowball sampling were conducted to select the sample and the data was tabulated by Pearson Product Moment Correlation. As a result, the findings are as follows: The research found that the sample has Online media exposure behavior the highest exposure to LINE. The result is an online lifestyle as well as typing. Join the group and Online media exposure behavior In order to receive timely information. Include search information. That is not in the old media. As a result, the online lifestyle, including keeping up with the latest news. And interest in learning new things. The elderly have the opinion that. People should be self-reliant. Success in life is to have a warm family and no one is too old, and online communication has the ability to communicate in a communicative way that can convey the emotions that stimulate social identity. Effectively communicates quickly, effectively, and effectively. Media Exposure Behavior Social identity And the online lifestyle is very similar.

Keywords: Online media exposure behavior, Social presence, Online lifestyle, elderly

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) พบว่า ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงอายุ และจะมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลให้ประเทศไทยต้องมีการเตรียมความพร้อมในทุกด้าน ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมด้านกำลังคน และทางด้านวิชาการ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2559) กล่าวว่า ในอนาคตอันใกล้นี้ จำนวนประชากรสูงอายุจะเพิ่มขึ้นอีกมาก ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในอีกประมาณ 5 ปีข้างหน้า

นอกจากความน่าสนใจด้านจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วแล้ว การบริโภคสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุก็มีความน่าสนใจไม่แพ้กัน สอดคล้องกับรายงานของนิลเสนที่บ่งชี้ว่าผู้สูงอายุจำนวนมากรับหน้าที่หลักในการซื้อของเข้าบ้านเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นพวกเขายังมีการเข้าถึงและใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

จากผลสำรวจการใช้งานสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคสูงอายุ โดย Brandinside (2559) พบว่า ผู้บริโภคสูงอายุที่เกิดขึ้นในช่วงที่ยังไม่มีเทคโนโลยีต้องการคำแนะนำ เพื่อที่จะเรียนรู้และปรับตัว มีการใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 31.8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 4.5 ชั่วโมงต่อวัน เวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 8.01-12.00 โดยใช้เพื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยเฉพาะ LINE และใช้เพื่อค้นหาข้อมูลต่างๆ ซึ่ง LINE เป็นบริการที่กลุ่มผู้บริโภคสูงวัยนิยมมากที่สุด เพราะใช้สำหรับติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน โดยมีด้านความถี่ในการใช้งาน (เปิดใช้บ่อย) ดังนี้ LINE มาเป็นอันดับ 191.5% รองลงมาคือ Youtube 89.3% และ Facebook 86.5%

การดำเนินชีวิตในปัจจุบันของผู้สูงอายุ เห็นได้ว่าเริ่มมีความสนใจในการเปิดรับสื่อออนไลน์มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิต เมื่อเทคโนโลยีก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน การเชื่อมความสัมพันธ์ของคนกลุ่มหนึ่งสู่อีกกลุ่มหนึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างง่ายดาย ลดช่องว่างของระยะทาง เวลา รวมไปถึงลดปัญหาช่องว่างระหว่างวัย ทำให้ผู้สูงอายุจำเป็นต้องเรียนรู้และปรับตัวให้สามารถใช้งานสื่อออนไลน์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Betsy Baugess (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Examining Social Network Site Usage by Older Adults: A Phenomenological Approach พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต มีทัศนคติทั้งในเชิงบวกเพราะเทคโนโลยีปัจจุบันนี้มีการใช้งานง่าย

ไม่ซับซ้อน มีความสะดวกอีกทั้งสามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัว

ต่อมาวิศปิตย์ ชัยช่วย (2560) ได้ทำการศึกษาการใช้ Line ของผู้สูงอายุ: การศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุเรียนรู้การใช้งาน LINE ด้วยตนเองและจากการแนะนำของเพื่อนหรือลูกหลาน โดยการใช้ LINE ทำให้เกิดพื้นที่เสมือน (Virtual space) ที่ทำให้ผู้สูงอายุสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนหรือญาติได้โดย ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ อีกทั้งกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ

งานวิจัยทั้งสองจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคสูงอายุมีการใช้เทคโนโลยีและเปิดรับสื่อออนไลน์มากขึ้น ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสัมพันธ์ หรือการแสดงตัวตนในสังคม (Social presence) ซึ่งมีกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อกลางอย่างเทคโนโลยีสื่อใหม่ทำให้รู้สึกเหมือนอยู่ร่วมกันแม้ตัวจริงจะอยู่ไกลกันก็ตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Biocca, et al. (2001) ว่าด้วยเรื่องของแนวคิดของการแสดงตัวตนในสังคม สามารถจัดประเภทคำจำกัดความแตกต่างกันได้ 3 รูปแบบคือ 1. ความรู้สึกอยู่ร่วมกัน (Co-presence) 2. ส่วนร่วมทางจิตวิทยา (Psychological Involvement) 3. พฤติกรรมการมีส่วนร่วม (Behavioral Engagement) จนเกิดการดำเนินชีวิตในโลกออนไลน์ของผู้สูงอายุขึ้น

งานวิจัยของชนัญญา เกษะนันท์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ พบว่า มี 2 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมีชีวิตชีวา และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจริงจังกับชีวิต ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อ การแสดงตัวตนในสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบุหงา ชัยสุวรรณ (2561) ที่ศึกษาการจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ตามพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์ และปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคม พบว่า กลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป หรือกลุ่มผู้อพยพถิ่นฐานสู่ความเป็นดิจิทัล เช่น รุ่นพ่อ รุ่นแม่ ที่หัดเล่นอินเทอร์เน็ตเมื่อตอนอายุเยอะแล้ว (คมชัดลึก, 2558) สื่อคนกลุ่มนี้ที่ใช้งานที่สุด คือ ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูป ส่วนการใช้สื่อในบริบทสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ การค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจ การสนทนากับเพื่อน การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน และใช้สื่อต่างๆ เพื่อความบันเทิง

และงานวิจัยของเลิทธิง หิรัญโย (2545) ได้มีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและการบริโภคสินค้าของผู้สูงอายุ ได้กำหนดช่วงอายุของผู้สูงอายุไว้ที่ 50-65 ปี เพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังกายและกำลังซื้อมากกว่าผู้บริโภคมที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป เมื่อพิจารณาเกณฑ์อายุที่เหมาะสมแก่การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ ผู้รับสารที่มีอายุระหว่าง 50 – 65 ปี ยังมีความสามารถในการเรียนรู้เทคโนโลยีและสามารถเปิดรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้รับสารที่มีอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบว่าสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจเทคโนโลยีเหล่านี้ เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างไม่รู้สึกแปลกแยก ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็น เป็นอย่างมาก เพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้สูงอายุ และเพื่อสามารถให้นำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับใช้กับการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจผ่านทางช่องทางออนไลน์ ที่มีผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่เจอข้อมูลที่ศึกษารูปแบบชีวิตออนไลน์ของผู้บริโภคสูงอายุแบบจริงจังส่วนใหญ่จะเป็นการสำรวจระหว่างผู้สูงอายุที่ยอมรับการใช้สื่อออนไลน์กับไม่ยอมรับการใช้สื่อออนไลน์ วิจัยเล่มนี้จึงมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ยอมรับการใช้สื่อออนไลน์ ว่ากลุ่มนี้มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ มีการแสดงตัวตนในสังคมและการใช้ชีวิตรวมถึงความสนใจและความต้องการอย่างไรบนโลกออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์ การแสดงตัวตนและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์และการแสดงตัวตนในสังคมของผู้สูงอายุ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงตัวตนในสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) โดยใช้วิธีการ

สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 5 ราย และมีการกำหนดคุณลักษณะและสัดส่วนที่ต้องการไว้ล่วงหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยประชากรที่ใช้ในการทำการศึกษานี้ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 50 – 65 ปี ที่ใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่มีตัวเลขระบุแน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้คำนวณตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาด จำนวนประชากรของ Cochran และผู้วิจัยกำหนดการสุ่มตัวอย่างเป็นร้อยละ 50 หรือ 0.5 จากประชากรทั้งหมด ในระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 93 และค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 7 หรือ 0.07 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 169 คน ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มรวมทั้งสิ้นเป็น 200 คน เพื่อความเหมาะสมในการสุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์ การแสดงตัวตนในสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประเภทไลน์มากที่สุด รองลงมาคือเฟซบุ๊ก ภูเก็ต ยูทูบ อินสตาแกรม ตามลำดับ โดยเข้าถึงสื่อออนไลน์เฉลี่ยมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน และมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์เข้าถึงสื่อออนไลน์ เวลา 05.00 – 09.00 น. มากที่สุด และ ช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์เข้าถึงสื่อออนไลน์ เวลา 09.01 – 12.00 น.มากที่สุดกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเฉพาะที่ตนสนใจและเลือกรับสื่อจากแหล่งเดิมที่คุ้นเคย โดยมีความต้องการในการใช้สื่อเพื่อให้ได้รับรู้ข่าวสารได้ทันทั่วทั้งภาค รองลงมาคือเพื่อให้ได้รับคำแนะนำหรือการค้นหาข้อมูล การสร้างสัมพันธ์กับเพื่อนเพื่อผ่อนคลาย เพื่อการมีส่วนร่วมร่วมกับเหตุการณ์ ตามลำดับ มีความสอดคล้องกับผลสำรวจการใช้งานสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคสูงอายุ โดย Brandinside (2559) พบว่าผู้บริโภคสูงอายุมีการใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 4.5 ชั่วโมงต่อวันและเวลาที่ใช้งานมากที่สุดคือ 08.01 – 12.00 น. โดยใช้เพื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดและใช้เพื่อค้นหาข้อมูลต่างๆ ซึ่งไลน์เป็นบริการที่กลุ่มผู้บริโภคสูงวัยนิยมมากที่สุด เพราะใช้สำหรับติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน โดยมีด้านความถนัดในการใช้งาน (เปิดใช้บ่อย) ดังนั้นไลน์จึงมาเป็นอันดับ 191.5% รองลงมาคือ ยูทูบ 89.3% และ เฟซบุ๊ก 86.5% และยังสอดคล้องกับกันทพล บรรทัดทอง (2557) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคน ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนมากมักใช้เวลาที่บ้านในการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์และส่วนใหญ่ใช้มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเครือข่ายออนไลน์ที่ผู้สูงอายุเข้าถึงมากที่สุดคือ ไลน์ รองลงมาคือเฟซบุ๊ก อีกทั้ง วิศปตย์ ชัยช่วย (2560) ได้ทำการศึกษา การใช้ไลน์ของผู้สูงอายุ: การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา พบว่า ไลน์ทำให้ผู้สูงอายุสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนหรือญาติได้โดย ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา และสถานที่ และยังสอดคล้องกับ Chan Eang Teng และ Tang Mui joo (2017) ได้ศึกษาเรื่อง Analyzing the Usage of Social Media: A Study on Elderly in Malaysia พบว่า ผู้สูงอายุที่ใช้สื่อออนไลน์ ที่มีอายุ 45-80 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลักในการติดต่อเพื่อนฝูงหรือครอบครัว และรองลงมาเพื่อความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ อีกทั้งผู้สูงอายุเหล่านี้มีการใช้งานที่แตกต่างกันไปตามความต้องการและความต้องการของพวกเขาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ

การแสดงตัวตนในสังคม

จากการวิเคราะห์การแสดงตัวตนในสังคมทั้งด้านความรู้สึกอยู่ร่วมกัน ด้านส่วนร่วมทางจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมพบว่าด้านความรู้สึกอยู่ร่วมกัน พบว่าความรู้สึกอยู่ร่วมกันสามารถสื่อสารร่วมกับคนอื่นในสถานที่เดียวกันได้และความรู้สึกอยู่ร่วมกันในการทันเหตุการณ์และสามารถอยู่ในสถานการณ์ที่ทันต้องการได้ เช่น ดูถ่ายทอดสด (Live) ด้านส่วนร่วมทางจิตวิทยาพบว่าสามารถใช้สื่อและภาษาที่สามารถกระตุ้น/ปลุกเร้า/ส่งเสริมความรู้สึกได้อีกทั้งง่ายต่อการแสดงออกทางความคิด/ความรู้สึกด้านพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมพบว่าพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมสามารถตอบกลับได้ทันทีและใช้พูดคุยแสดงความคิดเห็น และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Biocca (2001) ว่าด้วยเรื่องของแนวคิดของการแสดงตัวตนในสังคม สามารถจัดประเภทคำจำกัดความแตกต่างกันได้ 3 รูปแบบคือ

1. ความรู้สึกอยู่ร่วมกัน (Co-presence) หมายถึง ความรู้สึกถึงการอยู่ร่วมกัน การอยู่ในพื้นที่สภาพแวดล้อมเดียวกัน ทำให้มีการรับรู้ซึ่งกันและกันเสมือนอยู่ด้วยกันแต่ความเป็นจริงไม่ได้อยู่ด้วยกัน รู้สึกทันเหตุการณ์ อีกทั้งเป็นความรู้สึกที่ผู้เข้าร่วมสื่อสารรู้สึกว่าเขาไม่รู้สึกแปลกแยกออกมาจากผู้อื่นในชุมชนและความรู้สึกดังกล่าวจะอยู่รอบ ๆ ตัวของผู้สื่อสารและสามารถรู้สึกได้

2. ส่วนร่วมทางจิตวิทยา (Psychological Involvement) หมายถึง ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมทางด้านจิตใจ ความสัมพันธ์ใกล้ชิด และการทำให้ตัวตนเป็นที่รู้จักกันหรือความรู้สึกที่ผู้สื่อสารให้ความสนใจกับคนอื่น (หรือสิ่งอื่น) หรือความรู้สึกถึงความสามารถในการเข้าใจผู้อื่น หรือตอบสนองต่ออารมณ์ของผู้อื่น และเชื่อว่าเขาสามารถเข้าถึงความตั้งใจ แรงจูงใจ

3. พฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วม (Behavioral Engagement) หมายถึงการมีส่วนร่วมจากพฤติกรรม การมีปฏิสัมพันธ์ทางด้านพฤติกรรม สร้างความผูกพัน เป็นระดับที่ผู้สื่อสารเชื่อว่าการกระทำของเขา มีการพึ่งพาอาศัยกัน การติดต่อสัมพันธ์กัน เช่น พฤติกรรมการณ์โต้ตอบอย่างรวดเร็ว

อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Gunawardena, C. N. (1995) ศึกษาเรื่อง “แนวคิดการแสดงตัวตนในสังคม (Social presence) และความหมายสำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ และการเรียนรู้ร่วมกันในการประชุมคอมพิวเตอร์ทางไกล” พบว่า การแสดงตัวตนในสังคม (Social presence) จากความก้าวหน้าในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับการสื่อสารแบบการเห็นหน้ากันได้ (Face-to-face) ทำให้ผู้เข้าร่วมมีความเกี่ยวข้องร่วมกัน ทำให้เกิดความรู้สึกของการรวมกลุ่ม และเป้าหมายร่วมกัน การพัฒนาทางด้านนี้จะช่วยให้เกิดความรู้สึกของชุมชนออนไลน์ กลายเป็นกฎเกณฑ์สำคัญในการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้ร่วมกัน รวมถึงการสร้างความรู้ภาสกร จิตรไครครวญ (2553) ศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการณ์สื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) คือ กิจกรรมการสื่อสารต่าง ๆ ระหว่างผู้ใช้งานผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีการเชื่อมต่อความสัมพันธ์กัน ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความรวดเร็ว ฉับไว ส่งผลต่อการตอบสนอง แสดงถึงการแสดงตัวตนในสังคม (Social Presence)

รูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น พบว่าในด้านกิจกรรมกลุ่มตัวอย่างชอบพิมพ์ข้อความพูดคุยกับคนรู้จักเช่น ญาติหรือมิตรสหาย ติดตามข่าวสาร เช็กข้อมูลทันเหตุการณ์และกิจกรรมเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มศิษย์เก่าด้านความสนใจ พบว่าความสนใจติดตามข่าวสารต่างๆ ความสนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ความสนใจในการใช้เวลากับครอบครัวและความสนใจแก่ความรู้สึกคนรอบข้างด้าน

ความคิดเห็น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Hawkins และ Motherbaugh (2010) ที่อธิบายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่บุคคลใช้เพื่อแสดงออกถึงการถูกหล่อหลอมจากสังคมที่อยู่อาศัย โดยจะเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต ทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตมักได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยม ลักษณะประชากร ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ความสำเร็จในบั้นปลายชีวิตคือมีครอบครัวที่อบอุ่นและคนในวัยเดียวกันควรมีความรู้เรื่องสื่อออนไลน์ อีกทั้งสื่อออนไลน์ทำให้ชีวิตง่ายขึ้นและสื่อออนไลน์ทำให้ใกล้ชิดกับคนในครอบครัวหรือคนรอบข้างมากขึ้น สอดคล้องกับ เลิศหญิง หิรัญโร (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร และชัชฌานา เภกะนั้นนท์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล รองลงมาคือการส่งอีเมล อีกทั้งยังสอดคล้องกับ พงษ์พรชัย สุวรรณ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลอิมมิแกรนท์ตามพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์และปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคมพบว่าสิ่งที่ทำในการใช้สื่อในบริบทสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ การค้นหาข้อมูลที่สนใจ การสนทนากับเพื่อน การติดตามความเคลื่อนไหวของเพื่อน และใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์และการแสดงตัวตนในสังคมของผู้สูงอายุ

พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการแสดงตัวตนในสังคมของผู้สูงอายุ เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์นั้นเป็นปัจจัยตัดสินว่า ผู้สูงอายุมีความรู้สึกอยู่ร่วมกัน มีส่วนร่วมทางจิตวิทยา และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมอย่างไร ซึ่งผลวิจัยในครั้งนี้พบว่า

พฤติกรรมเปิดรับสื่อออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับการแสดงตัวตนในสังคมส่วนมากคือความต้องการเพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้ทันทั่วถึง และความต้องการให้คำแนะนำ หรือการค้นหาข้อมูล และความต้องการพูดคุยแลกเปลี่ยนสร้างสัมพันธ์กับเพื่อนซึ่งประเภทสื่อออนไลน์ที่ใช้มากที่สุดคือคือ ไลน์ (LINE) รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการแสดงตัวตนในสังคมทั้งด้านความรู้สึกอยู่ร่วมกัน พบว่าความรู้สึกอยู่ร่วมกันสามารถสื่อสารร่วมกับคนอื่นในสถานที่เดียวกันได้

และความรู้สึกอยู่ร่วมกันในการทันเหตุการณ์และสามารถอยู่ในสถานการณ์ที่ทันต้องการได้ เช่น ดูถ่ายทอดสด (Live) ด้านส่วนร่วมทางจิตวิทยา พบว่าสามารถใช้สื่อและภาษาที่สามารถกระตุ้น/ปลุกเร้า/ส่งเสริมความรู้สึกได้ อีกทั้งยังต่อการแสดงออกทางความคิด/ความรู้สึก และด้านพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมพบว่า พฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมสามารถตอบกลับได้ทันทีและใช้พูดคุยแสดงความคิดเห็นและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้

อุษา กิตติพันธ์โสมณ (2557) ได้ศึกษา อิทธิพลของการรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า การรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายและต่อความเชื่อมั่นในตัวผู้ขายผ่านการใช้เครือข่ายสังคม โดยการกระทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การแสดงออกผ่านการใช้หรือกลุ่มคำที่เต็มไปด้วยความหมายและอารมณ์ รวมถึงการเพิ่มระดับของความเข้าใจและความรู้สึกถึงการตอบสนองต่ออารมณ์ของผู้อื่นระหว่างเพื่อนสมาชิกบนเครือข่าย

Gunawardena, C. N. (1995) ศึกษาเรื่อง “แนวคิดการแสดงตัวตนในสังคม (Social presence) และความหมายสำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ และการเรียนรู้ร่วมกันในการประชุมคอมพิวเตอร์ทางไกล” พบว่า การแสดงตัวตนในสังคม (Social presence) จากความก้าวหน้าในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับการสื่อสารแบบการเห็นหน้ากันได้ (Face-to-face) ทำให้ผู้เข้าร่วมมีความเกี่ยวข้องร่วมกัน เกิดความรู้สึกของการรวมกลุ่ม และเป้าหมายร่วมกัน การพัฒนาทางด้านนี้จะช่วยให้เกิดความรู้สึกของชุมชนออนไลน์ กลายเป็นกุญแจสำคัญในการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้ร่วมกัน รวมถึงการสร้างความรู้ทั้งนี้ การแสดงตัวตนในสังคม (Social presence) มีผลกระทบที่มีประสิทธิภาพกับความตั้งใจที่จะใช้เฟซบุ๊ก สนับสนุนข้อเท็จจริงที่ว่า ผู้ใช้งานเลือกใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีการสื่อสารได้ทันที และสามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนๆ ในกลุ่ม ทั้งยังมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อผู้ใช้งานตระหนักถึงความคล้ายคลึงกันของกลุ่มเพื่อน ซึ่งส่งผลต่อแนวโน้มสูงขึ้นที่จะมีความตั้งใจใช้งานเฟซบุ๊ก (Cheung, C. M., Chiu, P. Y., & Lee, M. K., 2011)

จากเหตุผลข้างต้นทำให้เห็นว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับการแสดงตัวตนในสังคมที่เห็นเด่นชัดคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านการปฏิสัมพันธ์ ที่มีการใช้โปรแกรมไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการแสดงตัวตนในสังคมทั้งด้านความรู้สึกอยู่ร่วมกัน พบว่า

ความรู้สึกอยู่ร่วมกันสามารถสื่อสารร่วมกับคนอื่นในสถานที่เดียวกันได้และความรู้สึกอยู่ร่วมกันในการทันเหตุการณ์และสามารถอยู่ในสถานการณ์ที่ท่านต้องการได้ เช่น ดูถ่ายทอดสด (Live) ด้านส่วนร่วมทางจิตวิทยาพบว่าสามารถใช้สื่อและภาษาที่สามารถกระตุ้น/ปลุกเร้า/ส่งเสริมความรู้สึกได้อีกทั้งง่ายต่อการแสดงออกทางความคิด/ความรู้สึกด้านพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมพบว่าพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมสามารถตอบกลับได้ทันทีและใช้พูดคุยแสดงความคิดเห็น และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ส่งผลให้เกิดการแสดงตัวตนเพื่อเป็นส่วนหนึ่งซึ่งกันและกัน ซึ่งมีความแตกต่างกับนักวิจัยจาก University of Chicago ที่ชื่อ Elaine Cumming และ William Henny ในค.ศ. 1961 ได้กล่าวว่า บทบาทของคนที่แคบลงและปฏิสัมพันธ์กับสังคมจะลดลงเมื่ออายุมากขึ้น ทำให้เห็นว่าปัจจุบันนี้ผู้สูงอายุได้มีการปรับตัวสอดคล้องกับอารีย์ มัยยพงษ์ และ เกื้อกุล ตาเย็น (2559) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยี โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การใช้เทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต จะช่วยให้พวกเขาสามารถติดต่อสื่อสารกับครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนๆ ที่อยู่ห่างไกลกันได้สะดวกขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงตัวตนในสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ

พบว่าการแสดงตัวตนในสังคมมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ เนื่องจากการแสดงตัวตนในสังคมนั้นเป็นปัจจัยตัดสินว่า ผู้สูงอายุมีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นอย่างไร ซึ่งผลวิจัยในครั้งนี้พบว่า

การแสดงตัวตนในสังคมที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุส่วนมากคือความรู้สึกอยู่ร่วมกันสามารถสื่อสารร่วมกับคนอื่นในสถานที่เดียวกันได้และความรู้สึกอยู่ร่วมกัน ในการทันเหตุการณ์และสามารถอยู่ในสถานการณ์ที่ท่านต้องการได้ เช่น ดูถ่ายทอดสด (Live) และมีส่วนร่วมทางจิตวิทยาที่สามารถใช้สื่อและภาษาที่กระตุ้น/ปลุกเร้า/ส่งเสริมความรู้สึกได้อีกทั้งง่ายต่อการแสดงออกทางความคิด/ความรู้สึกและพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมสามารถตอบกลับได้ทันทีและใช้พูดคุยแสดงความคิดเห็น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ทั้งด้านกิจกรรมการพิมพ์ข้อความพูดคุยกับ

คนรู้จักเช่น ญาติหรือมิตรสหาย การติดตามข่าวสาร ตรวจสอบข้อมูลทันเหตุการณ์ กิจกรรมเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มศิษย์เก่า กิจกรรมส่งสติ๊กเกอร์ในการสื่อสาร กิจกรรมโพสต์รูปหรือวิดีโอบนสื่อออนไลน์ และกิจกรรมการตั้งสเตตัสส่วนตัวเพื่อแสดงออกถึงความคิด ความรู้สึกหรือสถานการณ์ที่ท่านกำลังเผชิญ ด้านความสนใจในการใช้เวลากับครอบครัวและความสนใจความรู้สึกคนรอบข้าง นอกจากนี้ยังมีความสนใจติดตามข่าวสารต่างๆ ความสนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ซึ่งผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่าสื่อออนไลน์ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น อีกทั้งตัวเองยังสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดีทันยุคทันสมัย และสื่อออนไลน์ทำให้ใกล้ชิดกับคนในครอบครัวหรือคนรอบข้างมากขึ้น

ชัชวาลย์ หลิวเจริญ (2559) สามารถอธิบายการแสดงตัวตนในสังคมได้ว่า เป็นการสื่อสารที่สามารถแสดงถึงตัวตนได้หลากหลายผ่านสื่อกลางในการถ่ายทอดตัวตนทางด้านกายภาพ (Physical presence) และทางด้านสังคม (Social cue) ล้วนแล้วแต่มีจำเป็นในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Short, Williams, & Christie, 1976) สอดคล้องกับ เล็ก สมบัติ และคณะ (2554) กล่าวว่า ผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม การมีสัมพันธ์ภาพกับครอบครัว เพื่อน และชุมชน หรือการบำเพ็ญประโยชน์ต่าง ๆ มีส่วนช่วยให้สุขภาพกายและสุขภาพจิตดีขึ้น

จากเหตุผลข้างต้นทำให้เห็นว่าการแสดงตัวตนในสังคมมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุที่เห็นเด่นชัดคือ ความรู้สึกอยู่ร่วมกันสามารถสื่อสารร่วมกับคนอื่นในสถานที่เดียวกันส่งผลให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ทั้งการพิมพ์ข้อความพูดคุยกับคนรู้จักเช่น ญาติหรือมิตรสหาย การติดตามข่าวสาร เช็คข้อมูลทันเหตุการณ์ กิจกรรมเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มศิษย์เก่า กิจกรรมส่งสติ๊กเกอร์ในการสื่อสาร กิจกรรมโพสต์รูปหรือวิดีโอบนสื่อออนไลน์ และกิจกรรมการตั้งสเตตัสส่วนตัวเพื่อแสดงออกถึงความคิด ความรู้สึกหรือสถานการณ์ที่ท่านกำลังเผชิญ ด้านความสนใจในการใช้เวลากับครอบครัวและความสนใจความรู้สึกคนรอบข้าง นอกจากนี้ยังมีความสนใจติดตามข่าวสารต่างๆ ความสนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ซึ่งผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่าสื่อออนไลน์ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น อีกทั้งตัวเองยังสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดีทันยุคทันสมัย และสื่อออนไลน์ทำให้ใกล้ชิดกับคนในครอบครัวหรือคนรอบข้างมากขึ้นสอดคล้องกับภาสกร จิตรไคร์ครวญ (2553) ศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการณ์สื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า บริบททางสังคม คือ การรับรู้ต่อ

สภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้งาน ทั้งในด้านความคุ้นเคยกันระหว่างผู้สื่อสาร, ด้านความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ, ด้านความสัมพันธ์ที่มีความไว้วางใจสูง, ด้านความสัมพันธ์ที่มีการรับรู้ถึงข้อมูลส่วนตัวระหว่างผู้สื่อสาร และด้านทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้งานเทคโนโลยี อีกทั้งการสื่อสารออนไลน์มีคุณสมบัติในกระบวนการสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก กระตุ้นให้เกิดการแสดงออกที่เข้าใจง่าย ทำให้ส่งผลต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมีปฏิสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความรวดเร็ว ฉับไว ส่งผลต่อการตอบสนอง แสดงถึงการแสดงตัวตนในสังคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์ การแสดงตัวตน และรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

1) ในส่วนของพฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์ จากผลการวิจัยพบว่า ประเภทสื่อที่ผู้สูงอายุเปิดรับมากที่สุดคือไลน์ และเฟซบุ๊ก ช่วงเวลาในการใช้สื่อมากที่สุดเวลา 05.00 – 09.00 น. ในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ และเวลา 09.01 -12.00 น. ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และสื่อจากภาพเป็นสิ่งที่ดึงดูดแรกของกลุ่มตัวอย่างอันดับสูงสุด ทำให้นักการตลาดหรือคนผลิตเนื้อหาสามารถใช้เลือกใช้สื่อและช่วงเวลาในการนำเสนอเนื้อหาให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุได้มากที่สุด

2) ในส่วนของการแสดงตัวตนในสังคม จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมักยอมรับเข้าสังคมออนไลน์ มีความรู้สึกเชิงบวก มีการแสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จักและสามารถการใช้สื่อและภาษาที่สามารถกระตุ้น/ปลุกเร้า/ส่งเสริมความรู้สึก สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ เพื่อทำให้นักการตลาดสามารถเข้าใจในการแสดงตัวตนในสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุได้เพื่อที่จะสามารถทำการตลาดบนสื่อออนไลน์กับผู้สูงอายุได้ตรงตามความต้องการ

3) ในส่วนของรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีกิจกรรมด้านการปฏิสัมพันธ์ ทั้งการพิมพ์ข้อความ โพสตรูปและวิดีโอ รวมถึงการกดไลค์ การแชร์ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งผู้สูงอายุยังมีกิจกรรมการค้นหาข้อมูลรวมถึงการอ่านข่าวสารต่างๆ ทำให้นักสื่อสารการตลาดสามารถกำหนดทิศทางทางการตลาดออนไลน์ได้ เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้ผู้สูงอายุ กดไลค์ กดแชร์รูปหน้าเพจเพื่อรับของรางวัล

หรือ ทำเนื้อหาลงเพจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การรักษาสุขภาพ เป็นต้น

4) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่าผู้กลุ่มผู้สูงอายุเริ่มมีการสนใจและเปิดรับสื่อออนไลน์มากขึ้นและไม่ได้จำกัดที่สื่อออนไลน์ประเภทเดียว อีกทั้งยังมีกิจกรรมในสื่อออนไลน์ที่หลากหลายมากขึ้น จึงเป็นอีกช่องทางที่ไม่ควรละเลย สามารถทำการสื่อสารให้ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพื่อขยายช่องทางและเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อ การแสดงตัวตนในสังคม และรูปแบบการใช้ชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์อย่างเดียว ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกการเปรียบเทียบระหว่างตัวแปรอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่หลากหลายมากขึ้น

2) เนื่องจากช่วงอายุของผู้สูงอายุที่กำหนดไว้ในงานวิจัยนี้ไม่กว้างมากคือตั้งแต่ 50–65 ปี เพราะเป็นช่วงอายุที่น่าจะมีการเปิดรับสื่อออนไลน์สูง แต่ในอนาคตผู้สูงอายุในประเทศไทยอาจมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่มีอายุมากขึ้น ช่วงอายุที่จะใช้ในงานวิจัยต่อไปอาจจะกว้างมากยิ่งขึ้น

3) เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุมักไม่มีความแตกต่างและหลากหลายทำให้ครั้งนี้ไม่ได้จัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างชัดเจน แต่ในอนาคตหากมีผู้สูงอายุเปิดรับสื่อออนไลน์มากขึ้นและมีเทคโนโลยีแอปพลิเคชันสนับสนุนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น จะทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุมีความหลากหลายมากขึ้น สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตได้อย่างชัดเจน

4) นอกจากรูปแบบการดำเนินชีวิตออนไลน์ของผู้สูงอายุแล้ว ยังมีกลุ่มกลุ่มอื่นๆที่มีการเปิดรับสื่อออนไลน์และแสดงตัวตนในสังคม ที่น่าสนใจที่จะศึกษา เช่น กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มชายรักชาย ฯลฯ

5) ก่อนทำการวิจัยในครั้งต่อไปนั้น ผู้ที่จะทำการวิจัยควรนำคำถามของเครื่องมือวัดแบบ AIOs มาลดทอนตัวแปรลง เพื่อให้แบบสอบถามสั้นกระชับขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากขึ้น

6) นอกจากการศึกษาด้วยทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อแล้ว การศึกษาเรื่องนี้ยังอาจต้องอาศัยทฤษฎีแนวจิตวิทยามาใช้อธิบายประกอบด้วย เนื่องจากเป็นแรงจูงใจ

ที่สำคัญของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุคือ “ความเหงา” และ “ความกลัว” ซึ่งจะอธิบายได้ดียิ่งขึ้น

7) ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “ประเด็นการสื่อสาร” กับ “บุคคลหรือกลุ่มคน” ที่ผู้สูงอายุสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วย เพราะจะทำให้เข้าใจพฤติกรรมและแรงจูงใจในการสื่อสารของผู้สูงอายุผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

8) ควรศึกษาเกี่ยวกับอุปสรรคทางกายภาพของผู้สูงอายุในการเข้าถึงเทคโนโลยีด้วย รวมถึงศึกษาข้อจำกัดในเรื่องความรู้พื้นฐานของผู้สูงอายุในการเข้าถึงเทคโนโลยี ทั้งนี้เพื่อขยายประเด็นการวิจัยนี้ให้มีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชัชวาลย์ หลิวเจริญ. (2559). การใช้ “โซเชียล แมสเสจจิง” ในการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือและจัดการความขัดแย้งระหว่างบุคคลในองค์กร. *วารสารนักบริหาร*, 36(1), 79 – 87.
- ชนัญญา เกษะนันท์. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภค(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). *ที่ศึกษาการจัดกลุ่มและหาคุณลักษณะของกลุ่มดิจิทัลลิ้มมีแกรนท์ตามพฤติกรรมการสื่อสารในบริบทออนไลน์ และปัญหาทางความสัมพันธ์กับสังคม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- ภาสกร จิตรไคร้ครวญ. (2553). เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2559). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2559*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- เลิศหญิง หิรัญญู. (2545). *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของผู้สูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เล็ก สมบัติ และคณะ. (2554). *ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพประโยชน์กับการพัฒนาสังคม และเศรษฐกิจในประเทศไทย*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอสำนักมาตรฐานการ พัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์สำนักงาน ปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์.
- วิศปัติ ชัยช่วย. (2560). *การใช้LINEของผู้สูงอายุ: การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *ข้อมูลสถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2559*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 7 มีนาคม 2561, แหล่งที่มา <http://www.dop.go.th/th/know/1/51>
- อารีย์ มัยงพงษ์ และเกื้อกุล ตาเย็น. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีของผู้สูงอายุในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- อุษา กิตติพันธ์โสภณ. (2557). *อิทธิพลของการรับรู้ตัวตนบนเครือข่ายสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Brandinside. (2559). *วิเคราะห์การใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย 2559 เรื่องที่แบรนด์ต่างๆ ต้องรู้*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 7 มีนาคม 2561, แหล่งที่มา <https://brandinside.asia/survey-internet-thailand-user-2559>

ภาษาอังกฤษ

- Betsy Baugess. (2015). *Examining Social Network Site Usage by Older Adults: A Phenomenological Approach*. Nova Southeastern University, New York.
- Biocca, et al. (2001). *The Networked Minds Measure of Social Presence: Pilot Test of the Factor Structure and Concurrent Validity*. Michigan State University, New York.

- Cheung, C. M., Chiu, P. Y., & Lee, M. K., (2011). *Online social networks: Why do students use facebook*. Hong kong Baptist University. Hongkong.
- Cowgill. (1974) *Aging and Modernization*. Appleton-Century-Crofts, New York.
- Gunawardena, C. N. (1995). Social Presence Theory and Implications for Interaction and Collaborative Learning in Computer Conferences. *International Journal of Educational Telecommunications*, 1(2), 147-166. Charlottesville, VA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).
- Moen, P., Dempster - McClain, D., & Williams, R. W., Jr. (1992). *Successful aging: A life course perspective on women's multiple roles and health*. *American Journal of Sociology*, 97, 1612-1638.