

ผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ Digital Media Literacy Related to Health Care Among Older People

เบญริสา ตันเจริญ^{1*}

(Benrisa Tancharoen^{1*})

^{1*}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

^{1*}Faculty of Management Sciences, Dhonburi Rajabhat University

อีเมลผู้แต่งหลัก : benrisa.t@dru.ac.th เบอร์โทร : 0 2325 2010

วันที่รับบทความ 4 กุมภาพันธ์ 2565

Received: Feb. 4, 2022

วันที่รับแก้ไขบทความ 27 ตุลาคม 2565

Revised: Oct. 27, 2022

วันที่ตอบรับบทความ 1 พฤศจิกายน 2565

Accepted: Nov. 1, 2022

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากในศตวรรษที่ 21 ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบในปี 2565 ขณะนี้ การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพจึงเป็น การรับมือกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพที่ปริมาณมากจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนตระหนักให้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้สูงอายุกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เพื่อไม่ป้องกันไม่ให้ตกเป็นเหยื่อหรือคล้อยตามไปกับข้อมูลต่าง ๆ ในสื่อดิจิทัล เนื่องจากสื่อดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตเนื้อหา และการหลั่งไหลของเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุและสังคมในทุกรูปแบบด้วยวิธีที่ละเอียดอ่อนและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ระดับความรู้ด้านสื่อในปัจจุบันทำให้สามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างกับสื่อได้ สามารถควบคุม และใช้ประโยชน์จากการเปิดเผยตัวตนผ่านสื่อได้มากขึ้น เพิ่มพูนความรู้ในด้านอื่น ๆ หากได้ตระหนักถึงการทำงานของสื่อมวลชนและผลกระทบ จะสามารถควบคุมผลกระทบเหล่านั้นได้มากขึ้น

การตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับสุขภาพ ผลกระทบที่เกิดจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ผู้สูงอายุต้องป้องกันตนเองจากการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ โดยการเรียนรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีมุมมองของบุคคลที่สร้างจากองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับและอื่น ๆ เป็นต้น

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล; ผู้สูงอายุ; สื่อดิจิทัล

Abstract

A factor of great importance in the 21st century In an era of rapidly evolving communication technology and a fully aging society in 2022, digital media literacy is all about health care. Dealing with Massive Health Information Therefore, it is imperative that everyone realize that it is very important. especially the elderly and digital media knowledge about health care in order not to fall victim to or follow information in digital media This is because digital media influences decision-making

in content production. And the content is constantly increasing. Affects the elderly and society in all its subtle and effective ways. just like the media They can control and exploit exposure through the media. increase knowledge in other areas By knowing the impact of the media and their impact, they can be more controllable.

Recognizing the importance of Digital Literacy on health, the impact of information presentation Elderly people must protect themselves from exposure to health information. by continually literate media There is a person's perspective that consists of three elements: knowledge, tools, and the willingness to disclose to the media and to interpret the messages in the medium that the person touches, for example.

Keywords: Media literacy; The elderly; Digital media

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการรู้เท่าสื่อกับผู้สูงอายุ
2. เพื่อสร้างการตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับสุขภาพของผู้สูงอายุ

บทนำ

เนื่องจากผู้สูงวัยมีธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงในทางที่เสื่อมลงทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม (คณินญา พรนริศ, 2546) ซึ่งล้วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันในปัจจุบันการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ก็นับว่าเป็นอีกหนึ่งความนิยม เนื่องจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงวัย ทำให้หลายคนเริ่มตระหนักในความสำคัญของการบริโภคอาหารที่มีคุณประโยชน์มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่ามีกรณีโฆษณาตามสื่อและการเปิดเผยกิจวัตรประจำวันของผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกรับประทานอาหารสุขภาพและใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้สูงวัยหลายคนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยอาจทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมเลียนแบบที่ส่งผลต่อสุขภาพของผู้สูงวัยเองอีกด้วย ทั้งนี้เมื่อมีผู้คนเริ่มให้ความสนใจอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ทำให้รูปแบบของอาหารเหล่านี้ มีการปรับเปลี่ยนประยุกต์ให้เข้ากับทุกเพศทุกวัย ทั้งในรูปแบบของอาหารคาว และอาหารหวาน มีความน่ารับประทานที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงวัยมากขึ้น รวมถึงยังมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อได้ง่ายขึ้นอีกด้วย โดยมีปัจจัยสำคัญคือการที่ผู้สูงวัยได้รับอาหารที่ถูกต้องเหมาะสม และเพียงพอต่อความต้องการของร่างกายจะส่งผลให้มีภาวะสุขภาพที่ดี หรือชะลอการเกิดโรคเรื้อรัง ในทางตรงกันข้าม ถ้าได้รับอาหารที่ไม่ถูกต้องและเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย จะส่งผลให้เกิดปัญหาทุพโภชนาการ ซึ่งมีทั้งโภชนาการต่ำหรือขาด (สุพรรณิ พุกษา และคณะ, 2560) ประกอบกับการประเมินสถานการณ์องค์การสหประชาชาติ คาดการณ์ว่า ในช่วงปี 2001 - 2100 (พ.ศ.2544 - 2643) เป็นศตวรรษแห่งผู้สูงวัย โลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ซึ่งแต่ละประเทศจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละประเทศ

สำหรับประเทศไทยในปี 2565 ถือได้ว่าเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ หรือคิดเป็นร้อยละ 20 นั่นคือ ประชากรไทย 1 ใน 5 เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) และสหประชาชาติกำหนดสังคมที่มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ขึ้นไป ถือเป็น “สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์” จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้สูงวัยมีตัวเลขเทียบเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ ซึ่งถือว่ามียัตราการเติบโตเป็นอันดับ 3 ในทวีปเอเชีย รองมาจากประเทศเกาหลีใต้ และประเทศญี่ปุ่น โดยประเทศไทยได้เข้าใกล้สังคมสูงวัยมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 สำนักงานสถิติแห่งชาติ คาดการณ์ว่า ภายในปี 2574 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มเป็นร้อยละ 28 เรียกได้ว่าเตรียมก้าวสู่การเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super aged society) ปัจจุบันประเทศไทยมีสูงอายุ 12,116,199 คน แบ่งเป็นช่วงอายุ 60 - 69 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ 70 - 79 ปี ร้อยละ 29.10 และ 80 ปีขึ้นไป ร้อยละ 14.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้สูงอายุของประเทศไทย

ช่วงอายุ	จำนวนผู้สูงอายุ (คน)	ร้อยละ	ชาย (คน)	หญิง (คน)
60 - 69	6,843,300	56.50%	3,123,517	3,719,783
70 - 79	3,522,778	29.10%	1,533,642	1,989,136
80 ปีขึ้นไป	1,750,121	14.40%	682,451	1,067,670

ข้อมูล ดัดแปลงจาก บริการสถิติและข้อมูล กรมการปกครอง (2565)

จากแนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นำมาซึ่งภาวะเสี่ยงและปัญหาด้านสุขภาพโดยเฉพาะการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังเพิ่มมากขึ้น (ทินกฤต มะโนจิตร, 2549: สิริพันธุ์ จุลกรังคะ, 2550) ทำให้ผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อหันมาสนใจดูแลสุขภาพตนเองโดยการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการค้นหาข้อมูล เนื่องจากผู้สูงอายุมีความเสี่ยงสูงที่จะเป็นโรคและสมรรถภาพทางกายลดลงเมื่ออายุมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น พวกเขาอาจประสบปัญหาทั้งเฉียบพลันและเรื้อรังจำนวนมาก ซึ่งต้องได้รับการจัดการอย่างต่อเนื่อง โดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์หลายคนในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน (Coleman, 2003) นอกจากนี้ อายุขัยเฉลี่ยทั่วโลกในปี 2019 คือ 73.4 ปี และอายุขัยเฉลี่ยที่มีสุขภาพดีคือ 63.7 ปี ในบริบทนี้ ผู้สูงอายุมักจะให้ความสำคัญกับชีวิตที่มีสุขภาพดีมากกว่าการยืดอายุขัยเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ ผู้สูงอายุจำนวนมากยังแสวงหาข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อรักษาสุขภาพและรักษาโรค อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุใช้สื่อจากช่องทางต่าง ๆ เกี่ยวกับข้อมูลทางด้านสุขภาพแต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและการจัดการสุขภาพของตนเอง (Creber, et al., 2016) ดังนั้นผู้สูงอายุจึงจำเป็นต้องเข้าใจความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านสุขภาพ (Richtering, et al., 2017)

พฤติกรรมการใช้สื่อ Social Media ของผู้สูงอายุ

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประเทศไทยมีอัตราผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่วัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง และในปี พ.ศ.2560 สัดส่วนประชากรวัยเด็กเท่ากับสัดส่วนประชากรของผู้สูงอายุ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยจะส่งผลกระทบต่อสังคมไทยหลายประการ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมและการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งประเทศไทย

ได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร จนวนมหาศาลได้อยู่ตลอดเวลา ซึ่งถือได้ว่าเทคโนโลยีในสมัยนี้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของใครหลาย ๆ คน ไม่ว่าจะเป็น วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ (อิริชา วุฒิรังษี, 2559) การเรียนรู้เทคโนโลยีพื้นฐาน เป็นสิ่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่ตั้งใจจะใช้เทคโนโลยีสร้างเนื้อหาทำสิ่งที่ตนเองตั้งใจทำ นิสัยใฝ่เรียนรู้และทำอย่างจริงจัง เมื่อมาเจอเทคโนโลยีใหม่ ความสนใจเรียนรู้ ผลักดันสู่การเริ่มต้นเรียนรู้ และทำด้วยความจริงจังยิ่งเสริมให้การเรียนรู้เทคโนโลยีมีมากขึ้น ผู้สูงอายุเป็นผู้เริ่มต้นใช้คอมพิวเตอร์ที่ยังไม่มีความมั่นใจในศักยภาพของตนเองในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงานออนไลน์อย่างหลากหลาย แต่เมื่อได้ใช้งานไปซักพักประกอบกับได้รับการฝึกฝนอย่างเพียงพอ ผู้สูงอายุก็จะรู้สึกดีขึ้นและมีความมั่นใจในการใช้งานเพิ่มขึ้น รวมถึงคาดหวังว่าตนเองจะมีทักษะในการทำงานด้านออนไลน์ได้ (พนม คลีฉายา, 2564) ผู้สูงอายุสามารถใช้สื่อดิจิทัลเพื่อช่วยในการจัดการสุขภาพของตนเอง เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพโดยการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ การสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ การแสวงหาบริการด้านสุขภาพ และการเข้าร่วมในโครงการด้านสุขภาพ

ด้วยผู้สูงอายุมีแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น โดยปัจจัยทางกายภาพซึ่งได้แก่ พื้นที่อยู่อาศัยส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ นอกจากนี้เนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการคือเนื้อหาหลักข่าข่าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกที่สะท้อนศักยภาพของผู้สูงอายุ และเนื้อหาที่เน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ซึ่งพฤติกรรมผู้สูงวัยใช้สื่อดิจิทัล จะเชื่อมข่าวลวงที่นับเป็นภัยคุกคามแต่ทุกช่วงวัย โดยเฉพาะในยามเกิดวิกฤตสุขภาพ อย่างโควิด 19 เฟคนิวส์หรือข้อมูลบิดเบือนสามารถที่จะทำให้ลายสุขภาพและทำลายชีวิตผู้คนได้เช่นเดียวกัน

ผลเสียของข่าวลวงที่เกิดกับสุขภาพก็คือ ทำให้ผู้สูงอายุที่ได้รับข่าวสารมีความกังวล ความตื่นตระหนก กลัว เครียด หวาดระแวง และส่งผลไปยังสุขภาพร่างกาย คือนอนไม่หลับ ไม่กล้าทำกิจกรรมนอกบ้าน ไม่กล้าออกกำลังกาย ขาดวิถีสังคมเพราะไม่กล้าออกจากบ้าน หรือไปเจอใคร และไม่กล้าออกไปประกอบอาชีพจนมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ

แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาของผู้สูงวัยกับการใช้สื่อออนไลน์ที่ผ่านมา ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้สื่อเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งเชื่อว่าผู้สูงอายุทุกคนแชร์ข้อมูลต่าง ๆ ออกไปด้วยความปรารถนาดี แต่ปัญหาคือ ก่อนแชร์ข้อมูลไม่มีการตรวจสอบ ว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องหรือไม่ เป็นข้อมูลที่มาพร้อมทัศนคติ ซึ่งเป็นความคิดเห็นมากกว่าข้อมูลที่ เป็นข้อเท็จจริงหรือไม่ ซึ่งข้อมูลที่ถูกนำมาแชร์ส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นสถิติ ทำให้ผู้สูงอายุหลงเชื่อตกเป็นเครื่องมือส่งต่อข้อมูล โดยหากต้องการให้ผู้สูงอายุรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ตัวผู้สูงอายุควรหยุดแชร์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์, 2564) ทั้งนี้ผู้สูงวัยจะเห็นได้ว่าในยุคปัจจุบันข่าวสารที่ผู้สูงวัยพบในแต่ละวัน มีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอมมากมาย และมีการแชร์ความเชื่อผิด ๆ ในกลุ่มไลน์ของผู้สูงวัยด้วยกัน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำให้ผู้สูงวัยเท่าทันเทคโนโลยี ไม่เชื่อในข่าว "Fake News" อาทิ ช่วงสถานการณ์โควิด 19 ในช่วงโควิดเรื่องข่าวลวงยังเห็นผลชัดเจนจากการเกิดปรากฏการณ์ผู้สูงอายุไม่ยอมฉีดวัคซีน ส่งผลให้มีผู้สูงวัยติดเชื้อโควิดถึง 85,000 คน แต่หากมาดูจำนวนของผู้เสียชีวิตแล้วจะพบว่าเสียชีวิตยอดที่ทะลุกว่า 10,000 คนนั้น มีถึงกว่าร้อยละ 60 ที่เป็นผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ไม่แข็งแรง และมีโรคประจำตัว ซึ่งทำให้มีโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อได้ง่าย และยังป่วยรุนแรงถึงชีวิต

หากค้นหาถึงสาเหตุสำคัญที่ทำให้ยอดเสียชีวิตเป็นกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่าครั้งนั้น เกิดจากผู้สูงอายุไม่น้อย ยังไม่ได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรค "โควิด 19" เนื่องจากมีความเข้าใจผิด เชื่อว่าการฉีดวัคซีนส่งผลอันตรายต่อสุขภาพ ความเชื่อทั้งหมดทั้งมวลนี้ มีสาเหตุมาจากการได้รับ ข่าวสารข้อมูลที่บิดเบือนทั้งสิ้น! ข่าวปลอม ข่าวลวง หรือที่เรียกว่า “Fake News” หรือ เฟคนิวส์ กำลังส่งผลร้ายต่อสุขภาพมากกว่าที่คิด

ความไม่เท่าทันสื่อในโลกโซเชียล ซึ่งมีทั้งการให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง บิดเบือน หรืออ้างสรรพคุณ เกินจริง กำลังกลายเป็นต้นตอที่ทำให้ “ผู้สูงอายุ” กำลังหลงเชื่อด้วยความไม่รู้ตัว เมื่อ “เฟคนิวส์” กำลังเป็นปัญหาหลัก” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มูลนิธิเครือข่าย ครอบครัว และภาคี “สูงวัยรู้ทันสื่อ” จึงมาจัดเวทีแลกเปลี่ยนผ่านงานเสวนาออนไลน์ “สูงวัยจะรับมือ กับข่าวลวงอย่างไรในช่วงโควิด” เพื่อหาทางออกร่วมกันในการสร้างภูมิคุ้มกันแก่ผู้สูงวัยกับภัยข่าวลวง

พฤติกรรมผู้สูงอายุยังเป็นกลุ่มสำคัญที่มีบทบาทต่อการ “ส่งต่อ” หรือแชร์ข่าวลวงเหล่านี้ โดยไม่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลให้ข่าวลวงเหล่านี้ยิ่งกระพือแพร่กระจาย และกลายเป็น “ข่าวลวงวนซ้ำ” อย่างไม่รู้จบ สาเหตุหลักที่ทำให้ข่าวลวงวนซ้ำในประเทศไทยมีอยู่สามสี่เรื่อง หนึ่งคือการสื่อสารในระบบแอปพลิเคชันที่เป็นระบบปิด หรือในกลุ่มปิด ซึ่งทำให้ยากหรือไม่มีการ ตรวจสอบข่าว ทำให้เขาหลงวันซ้ำถึงร้อยละ 28 นอกจากนี้ยังมีสาเหตุจากการมีอคติต่อประเด็น เนื้อหาข่าวทำให้เชื่อถือหรือไม่เชื่อถือ โดยขาดการตรวจสอบหรือไม่เปิดให้มีการโต้แย้งข้อมูล ได้ร้อยละ 27 และการขาดความร่วมมือบางแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในการแก้ปัญหา เช่นการขึ้นคำเตือนหรือลบเนื้อหา และความเกรงใจเมื่อผู้ส่งข่าวที่สงสัยว่าจะเป็นข่าวลวง มีความอาวุโสและมีฐานะทางสังคมสูงกว่าทำให้ไม่กล้าเตือนหรือตรวจสอบข้อมูล สำนักสร้างเสริม ระบบสื่อและสุขภาวะทางปัญญา (สำนัก 11) สสส. เผยถึงรายงานจากการสำรวจโดย สำนักงาน ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ร่วมกับโคแฟค สำรวจประชากรออนไลน์ 670 คน พบร้อยละ 94.7 เคยพบเห็นข่าวปลอมบนโลกออนไลน์ และมองว่าข้อมูลที่ปรากฏบนออนไลน์ไม่มั่นใจว่าจะเชื่อถือได้ และเป็นปัญหาที่พบมากสุดในปีนี้อยู่ที่ร้อยละ 13.1 จากปี 2562 ที่สำคัญ ทุกคนมีโอกาส เป็นคนส่งต่อ Fake News กันหมด จากการแชร์โดยไม่ทันคิด (ญาณิ รัชต์บริรักษ์, 2565)

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุ

ปัจจุบันสื่อสมัยใหม่นั้นพลิกบทบาทหน้าที่ไปได้ในหลายมิติ และส่งผลต่อประชาชนทุกกลุ่ม ในสังคม สื่อเพื่อการศึกษาออนไลน์ รูปแบบ YouTube ถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญการศึกษาในยุคใหม่ ที่เรียกว่า Digital for Education มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในโลกของนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในยุคดิจิทัล ถือเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ในการให้ความรู้ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านช่องทาง ออนไลน์ อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ไปได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกได้อีกด้วย นอกจากนี้ ยังยกระดับการศึกษาและเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย ด้วยสามารถเผยแพร่ และรับชมได้อย่างกว้างขวาง จัดเป็นสื่อที่สามารถเรียนรู้ไปตลอดชีวิต Live for Learner ดังนั้นการนำ สื่อการศึกษาออนไลน์ประเภทยูทูบ (YouTube) มาช่วยส่งเสริมองค์ความรู้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการ สื่อสารกับผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล เพื่อสร้างสาระความรู้ที่มีประโยชน์ถือเป็นนวัตกรรมการสื่อสารรูปแบบ

ใหม่ที่สามารถลดความเหลื่อมล้ำในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และช่วยขับเคลื่อนให้ผู้สูงอายุเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้มากขึ้นอีกด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม การรู้เท่าทันสื่อ ตามทัศนะของ Potter (2021) นั้น การรู้เท่าทันสื่อ คือการพยายามสร้างความรู้ความเข้าใจ วิธีการไหลผ่านของข้อมูลสารของสื่อในยุคปัจจุบัน ที่มีอย่างมหาศาล และไม่หยุดยั้ง เพื่อช่วยให้เข้าใจว่าสื่อทำงานอย่างไร ตั้งคำถามสงสัยอย่างไร และสื่อเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อสาธารณชนอย่างไรบ้าง โดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ รู้จักใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของตนเองและสังคม จึงเป็นสถานะที่เกิดจากความสามารถของบุคคล ในการวิเคราะห์ความหมายของเนื้อหา

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญอย่างมาก ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับมือกับข้อมูลที่ปริมาณมาก ที่เกิดจากการหลอมรวมทางเทคโนโลยีเป็นประเด็น สำคัญในการหลอมรวมสื่อ ได้มีนักวิชาการทั้งไทย ต่างประเทศ และองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมายไว้ หลากหลาย การทำความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อช่วยให้ผู้สูงวัยปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ไปและรูปแบบการสื่อสารรูปแบบใหม่ รวมทั้งเปิดใจรับข่าวสารรูปแบบใหม่ (Potter, 2021)

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าตนเองมีความรู้ด้านสื่อมากพอสมควร เพราะรู้วิธีเข้าถึงสื่อ ทุกประเภท สามารถค้นหาเพลง เกม ข้อมูล และความบันเทิงที่ต้องการ จดจำใบหน้าของคนดังได้ และรู้ข้อเท็จจริงมากมายเกี่ยวกับชีวิตของพวกเขา รู้จักสไตร์ดนตรีที่หลากหลาย สามารถสร้าง ข้อความ ผ่านรูปภาพ วิดีโอ ได้อย่างง่ายดาย แล้วอัปโหลดไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเห็นได้ชัดว่าผู้สูงวัยรู้วิธีเปิดเผยตัวเองผ่านสื่อ รู้วิธีการใช้ประโยชน์จากข้อมูล รู้วิธีที่จะได้รับความบันเทิงจากสื่อและรู้วิธีที่สื่อใช้ เพื่อสร้างข้อความของผู้สูงวัยเองและแบ่งปันกับผู้อื่นไม่ให้เกิดเป็น เหยื่อหรือคล้อยตามในสิ่งที่สื่อต้องการ เพราะผู้ผลิตหรือผู้ควบคุมสื่อมวลชน มีผลต่อการตัดสินใจ เกี่ยวกับการผลิตเนื้อหา ประกอบกับการหลั่งไหลของเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลกระทบต่อตนเอง และสังคมในทุกรูปแบบด้วยวิธีที่ละเอียดอ่อนและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ระดับความรู้ด้านสื่อ ในปัจจุบันทำให้สามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างกับสื่อได้ สามารถควบคุม และใช้ประโยชน์จากการ เปิดเผยตัวตนผ่านสื่อได้มากขึ้น เพิ่มพูนความรู้ในด้านอื่น ๆ หากผู้สูงวัยได้ตระหนักถึงการทำงานของ สื่อมวลชนและผลกระทบ จะสามารถควบคุมผลกระทบเหล่านั้นได้มากขึ้น และมากกว่านั้น จะแยกแยะตนเองจากผู้ใช้สื่อทั่วไปที่เปลี่ยนตนเองจากผู้รับสาร ไปเป็นผู้ส่งสารโดยที่ไม่รู้ตัว ทั้งนี้สื่อได้กำหนดรูปแบบความเชื่อและพฤติกรรมของผู้รับสารจนก่อตัวขึ้น จากอิทธิพลของสื่อและวิธี ที่สื่อสร้าง ทำให้ผู้รับสารจำนวนมากคล้อยตาม โดยไม่ได้คำนึงถึงอิทธิพลของสื่อที่ละเอียดอ่อน และต่อเนื่อง

ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างมากในศตวรรษที่ 21 ในยุคที่ เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับมือกับข้อมูลที่ปริมาณมาก ที่ทั้งในมุมมอง เชิงลบ และเชิงบวกเกี่ยวกับสื่อเป็นชุดมุมมองที่ผู้สูงวัยใช้ เพื่อเปิดเผยตัวเองต่อสื่อและตีความหมาย ของข้อความ

อนึ่ง สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดทั้งประโยชน์และโทษได้ ซึ่งในส่วนของผู้สูงอายุ ผลกระทบที่เกิดขึ้น มีทั้งในด้านสุขภาพ ที่นอกจากจะถูกหลอกให้ซื้อผลิตภัณฑ์ในการดูแลสุขภาพแล้ว ยังเสียโอกาสในการรักษาอย่างถูกต้องด้วย ทั้งนี้ยังพบว่าในช่วงของการแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้น

การแชร์ข้อมูลที่จะเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง แต่หากเป็นข้อมูลเก่า เมื่อนำมาแชร์ผิดเวลาทำให้เป็นข้อมูลเท็จได้เช่นกัน ซึ่งเมื่อผู้สูงอายุรับข้อมูลมาแล้ว ควรตั้งคำถามกับตัวเองก่อนที่จะแชร์ข้อมูลออกไปว่าข้อมูลที่ได้รับมานั้นเป็นเรื่องจริงหรือไม่ เป็นข้อมูลเก่าหรือไม่ และข้อมูลเกี่ยวข้องและครบถ้วนหรือไม่รวมทั้งเป็นข้อมูลที่เขียนขึ้นมาจากอคติทางความคิดหรือเปล่า ซึ่งควรตรวจสอบข้อมูลจากสื่อหลักหลาย ๆ แห่ง สิ่งสำคัญคืออย่าเชื่อข้อมูลง่าย ต้องตั้งข้อสงสัยไว้ก่อน (พีรพล อนุตรโสสถ์, 2565)

นอกจากนี้ มุลนิธินันต์ ได้เปิดเผยถึงผู้สูงอายุที่ถูกหลอกซื้อสินค้าและบริการจากสื่อโซเชียลจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ยาสมุนไพรและยาบำรุงกำลัง ซึ่งเห็นว่าเป็นเพราะผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการตรวจสอบข้อมูล ทำให้ตกเป็นจำเลยของสังคมว่าเป็นกลุ่มหลักที่เผยแพร่ข่าวปลอม (Fake News) โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด ซึ่งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลและสื่อเป็นอย่างมาก ทำให้ตกเป็นเหยื่อจากการใช้สื่อดิจิทัล และเมื่อผู้สูงอายุตกเป็นเหยื่อก็จะไม่กล้าบอกเล่าเรื่องราวให้คนในครอบครัวหรือเพื่อนในวัยเดียวกันรับรู้ ทำให้เกิดช่องว่างให้กับกลุ่มมีจิตวิพากษ์มาหลอกลวง จึงเห็นว่าผู้สูงอายุควรมีสติยับยั้งชั่งใจ และมองผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหากรับสื่ออย่างไม่มีสติด้วย โดยหากผู้สูงอายุรู้เท่าทัน จะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันและเสริมกระบวนการเรียนรู้ให้กับผู้สูงอายุ

การตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับสุขภาพ

การศึกษาถึงการเท่าทันสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับสุขภาพ นอกจากจะช่วยสนับสนุนให้ผู้สูงวัยตื่นตัวการรู้เท่าทันสื่อต่าง ๆ ช่วยกระตุ้นให้ผู้สูงวัยปรับตัวให้เข้ากับโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง ที่ต้องปรับตัวได้ด้วยการเปิดตัวเองให้กว้างขึ้นกับข้อความที่หลากหลายมากขึ้น และด้วยการวิเคราะห์ข้อความสำหรับสิ่งใหม่เหล่านั้น และประเมินสิ่งเหล่านั้นเพื่อที่ผู้สูงวัยจะได้เห็นคุณค่าต่อไป (Potter, 2021)

การรู้เท่าทันสื่อถูกกำหนดด้วยมุมมองที่ผู้สูงวัยสร้างขึ้น เพื่อที่จะได้ตีความข้อความที่ผู้สูงวัยพบเจอได้ดียิ่งขึ้น มุมมองทัศนคติของผู้สูงวัยเปลี่ยนไปหรือไม่อย่างไร เมื่อเทียบกับการเห็นเพียงรูปภาพเท่านั้น โดยสามารถสังเกตได้ว่าการแปลความหมายเริ่มต้นด้วย "ชุดของมุมมอง" ด้วยวิธีเปรียบเทียบ สมมติว่าอยากเรียนรู้เกี่ยวกับโลก สามารถสร้างทางบนหอคอย 100 ฟุตขึ้นไปบนยอด และใช้มันเป็นมุมมองของในการศึกษาโลก หอคอยนี้จะให้มุมมองที่ดี ซึ่งจะไม่ถูกต้นไม้ปิดกั้น ดังนั้นสามารถมองเห็นได้ออกไปหลายไมล์ในทิศทางต่าง ๆ ถ้าหอคอยของอยู่ในป่า จะสรุปได้ว่าโลกถูกปกคลุมด้วยต้นไม้ แต่ถ้าหอคอยของอยู่ในย่านชานเมือง จะสรุปได้ว่าโลกถูกปกคลุมไปด้วยบ้าน ถนน และศูนย์การค้า ถ้าหอคอยของอยู่ในสนามนิวยอร์กส์ ซูเปอร์โดม จะสรุปบางอย่างที่แตกต่างออกไป แต่ละมุมมองนี้ จะให้ความคิดที่แตกต่างกันมากเกี่ยวกับโลก ผู้สูงวัยสามารถโต้แย้งได้ทุกเรื่องเกี่ยวกับมุมมองที่ให้คำอธิบายที่ถูกต้องที่สุด หรือดีที่สุดของโลก แต่ข้อโต้แย้งดังกล่าวพลาดประเด็นสำคัญไป โลกเต็มไปด้วยปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน ที่ไม่สามารถเข้าใจได้โดยการมองเห็นจากมุมมองเดียว การเพิ่มความเข้าใจของเกี่ยวกับโลก จำเป็นต้องให้มองเห็นจากมุมมองที่แตกต่างกันออกไป

ยิ่งใช้มุมมองมากเท่าใด ผู้สูงวัยก็จะเข้าใจโลกนี้มากขึ้นเท่านั้น หลักการนี้ยังใช้ได้กับสื่อที่สามารถเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ยิ่งมีมุมมองมากขึ้นก็จะเข้าใจปรากฏการณ์ของสื่อได้ดีขึ้นในหลาย ๆ รูปแบบ เพื่อที่จะอธิบายความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการรู้เท่าทันต่อสื่อ (Potter, 2021)

การรู้เท่าทันโฆษณา อาหารและยา

ปัญหาเรื่องร้องเรียนโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ นำมาสู่การดำเนินคดีตามกฎหมาย ยังมีต่อเนื่อง ยิ่งในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคป้องกันสุขภาพและสรรหาวิตามิน ยา อาหารเสริมดูแลร่างกายมากขึ้นหลายเท่าตัว ไม่ว่าจะวัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงอายุ ขณะที่ผู้ประกอบการผู้ขายบางกลุ่มไม่รับผิดชอบสังคมอาศัยความกลัวและรู้ไม่เท่าทัน นำเสนอสินค้าแบบเกินจริงให้ชุดข้อมูลซ้ำ ๆ จนผู้บริโภคหลงเชื่อ โดยเฉพาะการโฆษณาบนโลกออนไลน์กระตุ้นการซื้อขายอย่างรวดเร็ว พบโฆษณาหลอกลวงเกิดขึ้นมาก ส่งผลให้ผู้สูงวัย ต้องตระหนักถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้น มีความสนใจสินค้าและบริการสนับสนุนการดูแลสุขภาพที่ดี ซึ่งเหมือนเหรียญสองด้าน สสส. มีบทบาทสำคัญทำหน้าที่จุดประกาย สานเสริม กระตุ้นพลัง เพื่อให้ประชาชนมีความรอบรู้ทางสุขภาพสามารถซื้อสินค้าและบริการอย่างรู้เท่าทัน ที่ผ่านมา สสส. ร่วมกับภาคีเครือข่ายทำงานคุ้มครองผู้บริโภค จัดการปัญหาโฆษณาเกินจริงอย่างกรณีเจลแอลกอฮอล์ หรือประกันภัยโควิด นำมาสู่การจัดการและปกป้องสิทธิผู้บริโภค

แนวทางที่ผู้จะปกป้องตัวเองเพื่อสร้างความปลอดภัยทางสุขภาพนั้น ผู้บริโภคไทยเป็นเหยื่อโฆษณาเกินจริง ปัจจุบันโฆษณากับเฟคนิวส์ ขวาลอมปะปนกัน ต้องรู้เท่าทัน พบข้อมูลพฤติกรรม การเผยแพร่ข่าวปลอมคนไทยมีจำนวนผู้แชร์ข่าวปลอม 20 ล้านคน มากกว่าร้อยละ 90 อยู่ในช่วงอายุ 18 - 34 ปี แล้วยังมีงานวิจัยคนสูงวัยแชร์ข่าวปลอมสูงกว่าวัยรุ่น 7 เท่า รวมถึงเฟคนิวส์กว่า ร้อยละ 70 เป็นเรื่องสุขภาพ ในช่วงโควิดพบโฆษณาอาหารยาเกินจริง ผลิตภัณฑ์ยอติอาหารเสริม ผสมยาโบราณ สมุนไพร รวมถึงเครื่องมือแพทย์ วิธีการดูแลรักษา

อย่างไรก็ตาม แหล่งช่วยตรวจสอบข่าวปลอมมีจำนวนมาก ช่วยตรวจสอบเฟคนิวส์ ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ประเทศไทย, COFACT หรือโคแฟค จากความร่วมมือของภาคประชาสังคม ตรวจสอบข่าวปลอม, ศูนย์ข้อมูลโควิด-19 กระทรวงดิจิทัล, ศูนย์ข่าวก่อนแชร์, อย., ไทยรู้สู้โควิด สสส. เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งข้อมูล ศูนย์เหล่านี้ต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวที่ถูกต้องเป็นระยะ กรณีฟ้าทะลายโจรเดิมเป็นเฟคนิวส์ แต่ปัจจุบันมีงานวิจัยฟ้าทะลายโจรใช้ต้าน โควิด 19 ได้จริง แต่ยังขาดการเตรียมพร้อมทั้งภาคบังคับ และการศึกษานอกโรงเรียนในการประเมินข้อมูลข่าวปลอม คนไทยยังเชื่อง่าย ขาดวิจารณญาณ ขาดแหล่งข้อมูลสนับสนุนการตรวจสอบโดยรัฐ ขาดการรวมกลุ่ม ชุมชนเฝ้าระวัง ปัจจุบันมีความอ่อนแอ มีช่องว่างของกฎหมาย รัฐบาลต้องทบทวน พ.ร.บ.ยา พ.ศ.2530 ที่ล้าสมัย ยังไม่แก้ไขกฎหมาย ขณะที่ระบบเฝ้าระวัง ภาครัฐตรวจจับได้น้อย ต่างคนต่างทำ ยุทธศาสตร์การจัดการโฆษณาระดับชาติที่ชัดเจนยังไม่มีในไทย ทั้งนี้ ที่ผ่านมา กพย. ได้มีการรณรงค์ สื่อสารภายใต้แนวคิด 4 สงสัย 2 บอกต่อ ตรวจสอบการขึ้นทะเบียน ได้รับอนุญาตโฆษณาจริงหรือไม่ อดอ้างโฆษณาเกินจริงหรือไม่ หากพบว่า โฆษณาผิดกฎหมายต้องร้องเรียนรายงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สร้างความร่วมมือเฝ้าระวัง และส่งต่อเพื่อเตือนภัยสังคมวงกว้าง โดยจากสถิติเรื่อง ร้องเรียนโฆษณาเกินจริงปี 2563 - มิ.ย. 2564 แนวโน้มกราฟพุ่งสูงขึ้น นักวิชาการมูลนิธิฯ ระบุว่า อาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีเรื่องร้องเรียน 575 รายการ ถ้าวัดสินค้าและบริการทั่วไปรวม 826 รายการ อันดับ 1 โฆษณาโอ้อวดเกินจริง รองลงมาแสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ โฆษณาสันับสนุน ทำผิดกฎหมาย โฆษณาทำให้เข้าใจผิด เพื่อให้เท่าทันปัญหามูลนิธิใช้มาตรการเชิงรุกพัฒนาระบบ สืบค้นข้อร้องเรียนในโลกออนไลน์ และจะตอบกลับให้รู้สิทธิ กลไกที่สร้างขึ้นมามีใช้เฝ้าระวัง

ในแต่ละจังหวัดตามภูมิภาคต่างของประเทศไทย และต้องมีความพร้อมที่จะรับมือกับยุคดิจิทัล เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้มากที่สุด (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2565)

จึงกล่าวได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อนั้น ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งสำหรับผู้สูงวัยที่ต้องป้องกันตนเองจากการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพที่ไม่เป็นจริง โดยการรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้จากการเรียนรู้ และมีความจำเป็นต้องถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ที่เป็นมุมมองของบุคคลที่สร้างขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยบุคคลที่มีความรู้เท่าทันสื่อจะเลือกใช้ความรู้ของตนเองในการแปลสาร (Potter, 2019) และในฐานะผู้บริโภคข่าวสารสามารถทำได้ เพื่อเท่าทันต่อข่าวปลอม หลีกเลี่ยงอิทธิพลของข่าวปลอม และกระตุ้นให้เกิดการตระหนักเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อ และกลายเป็นสิ่งกระตุ้นในการเพิ่มการควบคุมหรืออิทธิพลจากสื่อมากยิ่งขึ้น (Potter, 2021)

นอกจากการมีความรู้ในเรื่องการเท่าทันสื่อแล้วนั้น ผู้สูงวัยต้องขยายมุมมองไปถึงเรื่องของผลกระทบที่เกิดจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่มีผลต่อผู้อื่น เช่น พฤติกรรม การเลียนแบบของเด็กและอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลกระทบของสื่อ ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐาน ข้อมูลประชากร พัฒนาการ วุฒิภาวะความสามารถทางปัญญา สถานภาพส่วนบุคคล โครงสร้างความรู้ ปัจจัยทางสังคมวิทยา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เนื่องจากหลายปีที่ผ่านมา ได้เกิดข้อถกเถียงกันอย่างมาเกี่ยวกับสื่อมวลชนใน 4 ประเด็น เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อทั้งในแง่มุมมองสาธารณะสื่อ ผู้ชม เนื้อหา และผลกระทบการเป็นเจ้าของธุรกิจสื่อมวลชน คือหนึ่งในการวิพากษ์วิจารณ์ที่แพร่หลายมากที่สุดของสื่อมวลชนเกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของ ว่าอุตสาหกรรมสื่อมีการกระจุกตัวเกินไป โดยมีบริษัทเพียงไม่กี่แห่งที่เป็นเจ้าของธุรกิจสื่อ และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจและสังคม เมื่อเจ้าของน้อยลง การควบคุมสื่อมวลชนมากขึ้น การแข่งขันจะลดลงและส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจเนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่เหล่านี้ ได้สร้างอุปสรรคของบริษัทใหม่ในการเข้าสู่ตลาดได้สำเร็จยากขึ้น เมื่อการแข่งขันลดน้อยลง แรงจูงใจในการรักษาคุณภาพและราคาต่ำลง ดังนั้นผู้บริโภคจึงได้รับความเดือดร้อน เพราะพวกเขาถูกบังคับให้จ่ายสินค้าที่มีคุณภาพลดลงในราคาที่สูงขึ้น ๆ ความรุนแรงในเนื้อหาสื่อ และการโต้เถียงกันว่ามีความรุนแรงมากเกินไปในสื่อหรือไม่ และความรุนแรงในเนื้อหาสื่อที่แพร่หลายนั้นเป็นอันตรายต่อบุคคล สังคม และสิทธิส่วนบุคคล

บทสรุป

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในปัจจุบันจึงเป็นเหมือนดาบสองคม โดยเชื่อว่าการแชร์ข้อมูลไม่ใช่ปัญหาหลัก แต่ประเด็นสำคัญคือความเชื่อของผู้รับข้อมูลข่าวสาร เพราะหากบางคนมีภูมิคุ้มกันที่ดีในการรับข่าวสารจะทำให้เกิดการตรวจสอบข้อมูลนั้น ๆ และยังเป็นการขยายภูมิคุ้มกันหมู่ได้อีกด้วย ซึ่งมีการเปิดพื้นที่ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุได้แชร์ข้อมูลเพื่อให้มีการสื่อสาร และแสดงความคิดเห็นร่วมกันช่วยกันหาข้อมูลโดยเป็นการเสริมทักษะและสร้างความรู้ให้กับผู้สูงอายุ รวมถึงในชุมชนผู้สูงอายุ จะพบปัญหาด้านสุขภาพที่เกิดจากการใช้สื่อโซเชียล คือ ผู้สูงอายุในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ชอบที่จะไปพบแพทย์ตามโรงพยาบาล เมื่อมีผู้มาเสนอขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ แม้จะมีราคาแพง แต่เพื่อแลกกับการไม่ต้องไปพบแพทย์ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกที่จะเสียเงินซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาใช้

ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่มีการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้อง ทำให้ถูกหลอกสูญเสียทรัพย์สินจำนวนมากโดยเสนอให้มีหน่วยงานที่ช่วยเหลือให้ผู้สูงอายุ สามารถส่งข้อมูลเพื่อตรวจสอบโดยตรงว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมานั้น เป็นข่าวจริงหรือ Fake News ก่อนจะแชร์ข้อมูลออกไป (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ, 2564)

เอกสารอ้างอิง

- ญาณิ รัชต์บริรักษ์. (2565, 19 มกราคม). เปลี่ยน ‘สูงวัย’ เท่าทันสื่อดิจิทัล ไม่หลง ‘Fake News’ ยุคโควิด. <https://www.bangkokbiznews.com/social/958666>.
- พนม คล้ายยา. (2564). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุและข้อเสนอเพื่อการเสริมสร้างภาวะพลัมพลั่งและผลิตภาพของผู้สูงอายุไทย. *Journal of Communication Arts*. 39(2), 56-76. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/247470>.
- พีรพล อนุตรโสทธิ. (2565, 22 มกราคม). FACT CHECKING ผู้ทำงานตรวจสอบข้อมูลให้ข่าว ก่อนจะกดปุ่มแชร์. <https://adaybulletin.com/talk-conversation-peerapon-anutarasoat-sure-and-share/61791>.
- มนัส ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์. (2559). พฤติกรรมและการตัดสินใจบริโภคอาหารของประชาชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ. (2564, 26 มิถุนายน). เวทีเสวนา เพศนิวส์กับผู้สูงอายุรู้เท่าทันสื่ออย่างปลอดภัย เห็นพ้อง พบปัญหาผู้สูงวัยไม่ตรวจสอบข้อมูลก่อนแชร์. <https://thaitgri.org/>.
- ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์ และญาติณี เคารพธรรม. (2560). สื่อกับผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*. 11(2), 367-387. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/174491/124930>.
- สุพรรณิ พกษา และสุวิทย์ ศรีปุณณะ. (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงวัยที่มีสุขภาพดีในหมู่บ้านวัฒนธรรมนาอ้อ ตำบลนาอ้อ จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*. 12(42), 57-67. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/99328/91579>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2565, 23 มกราคม). รู้เท่าทันโฆษณา อาหาร-ยา ต้านโควิด. <https://www.thaihealth.or.th/Content/550264>.
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2565). โครงสร้างข้อมูลสถิติจำนวนประชากรและอายุ. https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByAge.php.
- อริชา วุฒิรังสี. (2559). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ. *วารสารสหศาสตร์*. 16(1), 90-106. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/sahasart/article/view/244781/>.
- Berkowsky RW, Czaja SJ. (2018). *Challenges associated with online health information seeking among older adults*. In: Pak R, McLaughlin AC, editors. *Aging, technology and health*. Amsterdam: Elsevier.

- Coleman EA. (2003) Falling through the cracks: challenges and opportunities for improving transitional care for persons with continuous complex care needs. *J Am Geriatr Soc.* 51(4), 549–55.
- Creber RMM, Reading M, Hiraldo G, Iribarren SJ. (2016). Review and analysis of existing mobile phone applications to support symptom monitoring and self-management for adults with heart failure. *J Card Fail.* 22(8), S81.
- Potter, W. J. (2019). *Media Literacy*. London: Sage Publications.
- _____. (2021). *Media Literacy Tenth Edition*. University of California.
- Richtering SS, Hyun K, Neubeck L, Coorey G, Chalmers J, Usherwood T, Peiris D, Chow CK, Redfern J. (2017). eHealth literacy: predictors in a population with moderate-to-high cardiovascular risk. *JMIR Hum Factors.* 4(1): e6217.
- World Health Organization. (2020). *WHO releases first guideline on digital health interventions*. Geneva: WHO.