

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี” ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อออนไลน์ และการเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์ที่ได้ทำการศึกษาเอกสารทั้งในด้านวรรณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบ และแนวในการอธิบาย และวิเคราะห์การใช้สื่อออนไลน์ และการเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์ของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
 - 1.1 ความสำคัญของการสื่อสารทางสุขภาพ
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
3. ทฤษฎีการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยในประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ

ปัจจุบันนี้หลายคนให้ความสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น อันจะเห็นได้จากการกำหนดสุขภาพที่ดีเป็นวาระแห่งชาติ รวมถึงการสร้างประเด็น กระแสข่าว รวมถึงการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับสุขภาพจากหน่วยงาน ภาครัฐบาล ภาคเอกชนและภาคประชาคมสังคมอย่างกว้างขวาง เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่สร้างกระแสปลูกเร้าให้คนหันมาใส่ใจการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ก่อนการเจ็บป่วย จนต้องซ่อมแซมสุขภาพ ดังนั้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่ถูกต้องจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้น ความตระหนักต่อค่านิยมและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ โดยเฉพาะการได้รับข้อมูลสุขภาพจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ก็จะส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพที่ดีของประชาชน จะเห็นได้ว่า การส่งเสริมสุขภาพดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยเรื่องของการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารจึงเป็น "เครื่องมือ" ที่สำคัญของการสร้างสังคมใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการสื่อสารเพื่อสุขภาพแนวใหม่ สาเหตุ

ที่ทำให้คนสนใจการสื่อสารสุขภาพจากการระดมความคิดเห็นนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ ด้าน "การสื่อสารเพื่อสุขภาพ" พบว่า จุดเริ่มต้นที่ทำให้คนสนใจศึกษาเรื่อง "การสื่อสารเพื่อสุขภาพ" มีหลากหลายเหตุผล ได้แก่ การสื่อสารสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัว ไม่ว่าจะ เป็นความสนใจส่วนตัว ประสบปัญหาจากคนใกล้ตัว สื่อใกล้ตัว หรืออาจเป็นปัญหาของตนเองที่กำลังเดือดร้อน เช่น พระซึ่งถือเป็นผู้บริโภคระดับล่าง เนื่องจากไม่สามารถเลือกสิ่งที่จะบริโภค และไม่สามารถจะสื่อสารไปยังบุคคลอื่นเพื่อบอกปัญหาของตนได้ จึงคิดว่าน่าจะมีวิธีการสื่อสารกับคนทั้งหลาย ให้วิธีการทำบุญการถวายสังฆทาน เป็นสิ่งที่ทำแล้วได้ประโยชน์จริง ซึ่งจำเป็นต้องมีองค์ความรู้ เรื่องการสื่อสาร ในการนำเสนอเรื่องสุขภาพ เป็นต้น เป็นเรื่องของกระแสสังคมที่ปัจจุบันนี้ คนหันมาสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นกำหนดวาระของรัฐบาล สื่อมวลชน หรือองค์กรต่าง ๆ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ทำให้คำขวัญ "สร้างนำซ่อม" กลายเป็นกระแส ที่ปลูกเร้าให้คนหันมาใส่ใจการสร้างเสริมสุขภาพ ให้แข็งแรง ก่อนการเจ็บป่วยจนต้องซ่อมแซมสุขภาพโดยระบบบริการ หรือกระแสสุขภาพที่ปรับเปลี่ยน จากเรื่อง "เชื้อโรคและการจัดการเชื้อโรค" มาสู่เรื่อง "คุณภาพชีวิตและการจัดการกับความเสี่ยง ที่ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ไม่ดี" เป็นต้น ซึ่งการสร้างกระแสดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยเรื่องการสื่อสาร เข้ามาเกี่ยวข้อง อาจมีจุดเริ่มต้นจากปัญหาในการสื่อสารของผู้ที่ต้องสื่อสารเรื่องสุขภาพ เช่น นักสาธารณสุขมักประสบปัญหาในการสื่อสารให้คนเข้าใจเรื่องสุขภาพ และการดูแลสุขภาพตนเอง ดังนั้น จึงต้องการแสวงหาวิธีการสื่อสารระหว่างหมอกับคนไข้ (Patient-provider) ที่ก่อให้เกิดความหมายร่วมกัน และเกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง รวมทั้งการสื่อสารสุขภาพ ในภาวะวิกฤต เช่น กรณีการสื่อสารกับคนไข้ที่เรียกร้องค่าเสียหายจากการรักษาพยาบาล

1. สุขภาพในมุมมองของสามเหลี่ยมสุขภาพที่มองว่าการมีสุขภาพดีไม่ได้เกี่ยวข้อง เฉพาะการดูแล สุขภาพในระดับของปัจเจกบุคคลเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องไปถึงระดับการรักษา สิ่งแวดล้อมและการให้บริการของระบบบริการสุขภาพอีกด้วย

2. ความหมายของสุขภาพในมุมมองของจัดรัสสุขภาพะ หรือสุขภาพะ 4 มิติ ที่ใช้เกณฑ์ ขององค์การอนามัยโลก (WHO) ว่าสุขภาพเป็นองค์รวมของกาย จิตใจ สังคม และ โดยเฉพาะเรื่อง จิตวิญญาณประกอบกัน ไม่ใช่เพียงแต่การปราศจากโรคภัยไข้เจ็บหรือความพิการเท่านั้น

3. การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) หมายถึง การดำเนินงานเพื่อการสื่อสาร สองทาง ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ด้านสุขภาพ ได้ง่ายและทั่วถึง มีการจัดองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในหมู่ ประชาชน

4. การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง การแลกเปลี่ยน สื่อสารระหว่างกันที่เชื่อมั่นว่าคนเรา เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร พร้อมทั้งจะรับความคิดเห็นของผู้อื่นและยินดีแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ของตนเองร่วมกับผู้อื่นได้

ความสำคัญของการสื่อสารทางสุขภาพ

1. การสื่อสารสุขภาพสามารถช่วยชีวิต การพัฒนาระบบการสื่อสารสุขภาพที่ดี จะช่วยให้ ประชาชนรู้จักวิธีรักษาสุขภาพของตนและของคนใกล้ชิด และในหลายกรณีสามารถช่วยชีวิตคนได้ เช่น ช่วยให้เห็นไข้เลือดออกรักษาที่เหมาะสม ปฏิบัติตัวตามคำแนะนำของแพทย์ได้ถูกต้อง ช่วยให้เห็นแพทย์วินิจฉัยอาการไข้ได้ถูกต้อง ลดความเสี่ยงจากการใช้ยาผิด หรือช่วยให้ประชาชน พ้นจากการใช้ชีวิตที่เสี่ยงภัยโดยไม่รู้ตัว

2. การสื่อสารสุขภาพช่วยป้องกันการระบาดของโรคได้ การระบาดของโรค SAR โรคไข้หวัดเมื่อเกิดการระบาดของโรคภัยใหม่ ๆ ขึ้น การมีความรู้และทักษะในการสื่อสารจะมีความสำคัญไม่แพ้การมีช่องทางการสื่อสารที่ดี การสื่อสารสุขภาพสามารถช่วยกระจายข่าวสาร ความรู้ให้แก่ประชาชนช่วยทำให้ประชาชนรู้วิธีหลีกเลี่ยงป้องกัน ลดความตื่นตระหนกของ ประชาชน เมื่อประชาชนมีความรู้ในการหลีกเลี่ยง ป้องกัน มีการร่วมมือที่ดี การระบาดของโรค ก็อาจจะลดลงหรือถึงขั้นยุติลงได้

3. ช่วยให้เกิดการปรับปรุงระบบการให้บริการด้านสุขภาพ การมีบุคลากรที่เป็น นักสื่อสารสุขภาพ เช่น อาสาสมัคร รศส. หรือเจ้าหน้าที่สื่อสารของตนเองที่พร้อมจะรับฟังหรือ มีความเข้าใจในความต้องการของคนไข้ จะช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับรูปแบบการให้บริการ หรือแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องของการให้บริการได้ดี และในระดับรัฐบาล ช่วยให้เกิดการปรับปรุง นโยบายสาธารณะด้านสุขภาพได้

4. เปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วมในระบบสุขภาพ การเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือ สาธารณชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างและพัฒนาระบบสุขภาพของสังคมเป็นแหล่งที่มาของ ความริเริ่มสร้างสรรค์ในเรื่องการให้บริการและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านสุขภาพ และที่สุด สังคมจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และตรวจสอบการให้บริการจน นำไปสู่ มาตรฐานการบริการที่สูงขึ้นมีประสิทธิภาพขึ้น

5. ลดต้นทุนของการบริการด้านสุขภาพ การให้ความรู้และให้วิธีการแก่ประชาชน ในการป้องกันรักษาสุขภาพของตนเอง ในทางงบประมาณ การป้องกันหรือการหลีกเลี่ยงภาวะ เสี่ยงภัยทางสุขภาพ มีต้นทุนต่ำกว่าการรักษาเยียวยา ลดผลกระทบจากความยากจน การสื่อสารที่ดี สามารถมีบทบาทในการตัดห่วงโซ่ของวัฏจักรความยากจนเหล่านี้ การสร้าง ความเข้าใจ ชี้ให้เห็น

ทางออกที่ดีกว่าจะช่วยให้ผลกระทบจากวังวนของความยากจนลดลงได้ และอาจย้อนทวนวัฏจักรจนนำประชาชนเหล่านั้นออกมาจากวังวนของความยากจนได้

สรุปได้ว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพคือการแลกเปลี่ยน สื่อสารระหว่างกันที่เชื่อมั่นว่าคนเราเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร พร้อมทั้งจะรับความคิดเห็นของผู้อื่นและยินดีแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของตนเองร่วมกับผู้อื่นได้ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

องค์การอนามัยโลก ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้กว้าง ๆ สรุปได้ว่า หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 หรือมากกว่าเมื่อนับตามวัย หรือหมายถึง ผู้ที่เกษียณอายุจากการทำงานเมื่อนับตามสภาพเศรษฐกิจ หรือหมายถึงผู้ที่สังคมยอมรับว่าสูงอายุจากการกำหนดของสังคม วัฒนธรรม หรือวัยสูงอายุเริ่มต้นอย่างน้อยที่สุดเมื่อเข้าสู่วัยรุ่น และเป็นขบวนการต่อเนื่องไปตลอดช่วงชีวิตเมื่อนับตามชีววิทยา (WHO, Expert Committee. Online. 1989)

กฤษดา ตันติผลาชีวะ (2524 : 5) กล่าวว่า วัยผู้สูงอายุเป็นช่วงสุดท้ายของอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สภาพความเสื่อมถอยทางร่างกายและจิตใจมีมากในระยะนี้ ขาดความคล่องแคล่วว่องไว ความจำเสื่อม ความคิดอ่านช้าลง ความขยันหมั่นเพียรลดลง ความคิดก้าวหน้าลดลง สภาพทางร่างกายเสื่อมถอย หูตึง ตามัว ผมหงอก และนอกจากนี้ยังต้องพบกับปัญหาการปรับตัวให้เข้ากับสภาพร่างกายและสังคมในวัยสูงอายุด้วย

สุรกุล เจนอบรม (2534 : 2) ได้ให้ความหมายของคนสูงอายุว่า เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายของช่วงอายุมนุษย์ ดังนั้น ความสูงอายุหรือความชราภาพจึงเกี่ยวข้องกับความเสื่อมถอยทั้งทางร่างกาย จิตใจและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามอายุ

เจมส์ และเร็นเนอร์ (James and Renner. 1998 : 5; อ้างถึงใน เพ็ญผกา กาญจนภาส. 2541 : 11) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นธรรมดาในสิ่งมีชีวิตและได้แบ่งระดับของความสูงอายุออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การสูงอายุตามวัย (Chronological Aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทินโดยนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป
2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (Biological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและกระบวนการหน้าที่ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มขึ้น

3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (Psychological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ของการรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เชาวน์ปัญญาและลักษณะที่ปรากฏในระยะต่าง ๆ ของแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

4. การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological Aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม เช่น ครอบครัว หน้าที่การงาน รวมถึงความสำคัญในฐานะผู้ที่มีประสบการณ์

บริบูรณ์ พรพิบูลย์ (2536 : 10 - 11; อ้างถึงใน เพ็ญผกา กาญจนภาส. 2541 : 10) กล่าวว่า ความสูงอายุ หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายของช่วงอายุมนุษย์ ดังนั้น ความสูงอายุหรือความชราภาพจึงเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และความประพฤติที่เกิดขึ้นตามอายุ เช่น เมื่อบุคคลมีอายุเพิ่มมากขึ้น ความสามารถทางร่างกายจะลดลง ดังนั้น ความสูงอายุจึงมี 2 ลักษณะ กล่าวคือ

1. ความสูงอายุแบบปฐมภูมิ (Primary Aging) เป็นความสูงอายุที่ต้องเกิดขึ้นกับทุกคน เป็นไปตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือ เมื่ออวัยวะต่าง ๆ หรือเซลล์ต่าง ๆ ในร่างกายมนุษย์ถูกใช้งานมานานก็ย่อมเกิดความเสื่อมโทรม เสื่อมสภาพไปตามอายุขัยของการทำงาน ซึ่งการเสื่อมโทรมลงของเซลล์ต่าง ๆ ในร่างกายนี้จะส่งผลให้เห็นเด่นชัดขึ้นทีละน้อย เช่น ผิวหนังเริ่มเหี่ยวย่น ผมเริ่มเปลี่ยนเป็นสีขาว สายตายาว พละกำลังเริ่มถดถอยลง เป็นต้น

2. ความสูงอายุแบบทุติยภูมิ (Secondary Aging) เป็นความสูงอายุที่มนุษย์เราสามารถหลีกเลี่ยงได้ ความสูงอายุลักษณะนี้มักจะเกิดจากความปล่อยปละละเลย ไม่ห่วงกังวลหรือไม่รักษาสุขภาพร่างกาย การใช้ร่างกายทำงานหนักเกินไป การรับประทานอาหารมากเกินไป การที่ร่างกายมีโรคภัยมาเบียดเบียน เป็นต้น

บรรลุ ศิริพานิช (2542 : 24) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่า เป็นบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป โดยนับอายุในปีปฏิทินซึ่งเห็นเกณฑ์ที่องค์การระหว่างประเทศได้ประชุมตกลงกันเป็นมาตรฐานสากล

ในการกำหนดพิจารณาอายุเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุนั้น โดยทั่วไปแล้วอาจใช้เกณฑ์การเกษียณอายุการทำงาน แต่ในประเทศที่มีความเจริญทางการแพทย์ พบว่า ผู้สูงอายุ 60 ปีแล้วยังแข็งแรงและมีความสามารถในการทำงานได้ดี ดังนั้น องค์การอนามัยโลกจึงได้แบ่งเกณฑ์อายุตามสภาพการของการมีอายุเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ผู้สูงอายุ มีอายุระหว่าง 60 - 74 ปี
2. คนชรา มีอายุระหว่าง 75 - 90 ปี
3. คนชรามาก มีอายุ 90 ปี ขึ้นไป

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี สรุปได้ว่าผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ถ้านับตามสภาพเศรษฐกิจก็จะเป็นผู้ที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว สภาพร่างกายมีการเสื่อมถอยตามธรรมชาติที่มนุษย์มีอายุหลีกเลี่ยงได้ อันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจและสังคม การเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้านเป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กับผู้สูงอายุแต่ละบุคคล ผู้สูงอายุแต่ละคนอาจมีกระบวนการสูงอายุในแต่ละด้านหรือรูปแบบแตกต่างกัน

ทฤษฎีการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

วัชพลประสิทธิ์ ก้อนแก้ว (2557 : 27) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมดูแลตนเอง หมายถึง การปฏิบัติทางร่างกาย การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย ภาระงานเป็นนิสัย ในการดำเนินชีวิตประจำวัน มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือเพื่อรักษาสุขภาพ ป้องกันโรค ทำให้ตนเองมีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดี เช่นเดียวกับ เบญจมาศ นาควิจิตร (2553 : 23) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองว่าเป็นการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ที่ตั้งใจในการทำโดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อให้มีสุขภาพที่แข็งแรง มีอายุยืนยาว และมีความเป็นอยู่ที่ดี นอกจากนี้ยังพบว่า ศิราภรณ์ นำสุข (2556 : 5 - 6) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมดูแลตนเองว่าเป็นการกระทำของผู้สูงอายุในการดูแลตนเอง เพื่อให้มีร่างกายและสุขภาพที่แข็งแรง ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ ตลอดจนมีคุณภาพชีวิตที่ดี กล่าวโดยสรุปได้ว่า พฤติกรรมดูแลตนเอง หมายถึง การปฏิบัติทางร่างกาย การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การนอนหลับ ตลอดจนการจัดการกับอารมณ์และความเครียดของตน เพื่อให้ตนเองมีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดี

โรคและปัญหาด้านสุขภาพของผู้สูงอายุไทยในปัจจุบัน คือ โรคไม่ติดต่อ เช่น โรคหลอดเลือดในสมอง โรคข้อ อัมพฤกษ์ โรคที่มีผลต่อระบบประสาทสัมผัส เช่น ตาเป็นต้อ หูตึง นอกจากนี้ยังมีโรคกระดูกพรุน โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคสมองเสื่อม ซึ่งจะพบมากในเขตกรุงเทพมหานครมากกว่าในชนบท นอกจากโรคทางกายแล้ว ผู้สูงอายุยังป่วยโรคทางใจ มีอาการซึมเศร้า ผู้สูงอายุร้อยละ 40 มีปัญหาสุขภาพมากกว่า 2 ชนิดขึ้นไป ร้อยละ 19 ทพพลภาพในระยะยาว และร้อยละ 7 ต้องพึ่งพาให้ผู้อื่นอาบน้ำ สวมเสื้อผ้า และป้อนอาหาร โดยคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา รายได้ การประกอบอาชีพก่อนวัย 60 ปี อาชีพที่ทำในปัจจุบัน เพศ สถานภาพทางสังคม การให้การดูแลช่วยเหลือจากบุตรหลาน สภาพอารมณ์ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุที่ทำงานจะมีอัตราการตายต่ำกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีงานทำ (จักรกริช ภูพงษ์ และคณะ. 2550 : 12) โดยพฤติกรรมดูแลสุขภาพจะช่วยให้เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี ซึ่งการแสดงออกของภาวะสุขภาพ

มีทั้งด้านพฤติกรรมและด้านอารมณ์ ประกอบด้วย 5 มิติ คือ 1) มิติด้านอารมณ์ เป็นการตีความของแต่ละบุคคลต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นความรู้สึกสงบ กลมกลืนกับธรรมชาติ มีสติยับยั้งอารมณ์ตนเองและเข้าใจอารมณ์ผู้อื่น 2) มิติด้านเจตคติเป็นความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์ และการคิดอย่างมีเหตุผล ได้แก่ การมองโลกในแง่ดี เชื่อว่าทุกอย่างเกิดขึ้น ตั้งอยู่ และดับ ไปเป็นธรรมดา 3) มิติด้านกิจกรรม ประกอบด้วย การใช้ชีวิตประจำวัน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การพักผ่อนหลับนอน การออกกำลังกาย การแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับตนเอง การดูแลสุขภาพ การรักษาสีงแวดล้อมที่เกื้อกูลต่อการมีสุขภาพที่ดี และการทำงานที่มีเป้าหมาย มีงานอดิเรกที่ช่วยผ่อนคลายและทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน 4) มิติด้านความใฝ่ฝันในชีวิต และใช้ศักยภาพในการทำงานตามที่ตนเองตั้งใจไว้ รวมถึงทำประโยชน์ให้กับสังคม 5) มิติด้านการประสบความสำเร็จ หมายถึง การมีความสุขอย่างแท้จริง มีความเข้าใจธรรมชาติของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และความเห็นแก่ตัว สิ่งที่เป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ประการหนึ่ง คือ การมีสุขภาพที่ดี สุขภาพที่ดีจะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข ซึ่งต้องอาศัยวินัยในการดูแลรักษาสุขภาพของตัวเองรวมทั้งภายนอกและภายในตนเอง สุขภาพที่ดีเป็นเป้าหมาย ซึ่งต้องอาศัยวิธีการคือ พฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมการดูแลตนเอง ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการป้องกันโรคซึ่งหมายถึงการดูแล รักษาความสะอาดทางร่างกาย การดูแลสุขภาพของตนเอง การสูดอากาศที่บริสุทธิ์ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและเหมาะสมกับสภาพร่างกาย จัดการกับอารมณ์และความเครียดได้ดีและนอนหลับพักผ่อนเพียงพอ 2) การส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุรับประทานอาหารครบ 3 มื้อนอนหลับพักผ่อน 6 - 8 ชั่วโมงไม่กลั่นปัสสาวะ หลีกเลียง การกระทำที่จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ 3) การฟื้นฟูสุขภาพ โดยผู้สูงอายุต้องมีการพักผ่อนที่เพียงพอ หลีกเลียงการรับประทานยาที่มากเกินไปจนเกิดความจำเป็น เมื่อพบความผิดปกติของร่างกายต้องรีบปรึกษาแพทย์ทันที เบญจพร สว่างศรี (2556 : 129) ขณะที่วิภาพร สิทธิศาสตร์ และสุชาดา สนวนุ่ม (2550 : 25) กล่าวว่า พฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ การออกกำลังกาย โภชนาการ ความสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล การพัฒนาจิตวิญญาณ และการจัดการกับความเครียด พฤติกรรมการดูแลตนเองเป็นการจัดการที่มีเป้าหมายเกี่ยวกับตนเองและเป็นการความตั้งใจที่ผ่าน การพิจารณาแล้ว (Gibbons, 2006 : 323 - 328) เป็นกิจกรรมที่บุคคลมุ่งมั่นในการส่งเสริมสุขภาพที่ดี ป้องกันโรค ประเมินอาการเจ็บป่วยและฟื้นฟูให้มีสุขภาพที่ดี รวมถึงการกระทำของบุคคลเพื่อให้มีสุขภาพที่ดีเป็นระยะเวลานานหรือรักษาสุขภาพให้ดี โดยใช้กิจกรรมการพัฒนาร่างกาย (Kendall and Rogers, 2007 : 129 - 143) การสนับสนุนทางสังคมเกี่ยวกับอารมณ์ข้อมูลข่าวสารวัตถุสิ่งของจะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่ดี มีการออกกำลังกายเป็นประจำ (สุรีย์ ศรีอวยทอง และคณะ, 2554 : 100 - 113) ผู้สูงอายุมีภาวะสุขภาพ

แตกต่างจากช่วงวัยอื่น เพราะร่างกาย จิตใจ อารมณ์ มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เสื่อมถอย ผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพที่ดีได้จะเชื่อมั่นว่าตนเอง มีความสามารถในการทำงาน และทำกิจกรรมที่แตกต่างหลากหลายได้ (ฉัตรฤดี ภาระญาติ และคณะ. 2559 : 97 - 106)

ผลการวิจัยของแอคตัน และมาลาทัม (Acton and Malathum, 2000 : 796 - 811) พบว่า สุขภาพของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน พฤติกรรมการดูแลตนเอง และปัจจัยส่วนบุคคล ผู้สูงอายุที่มีสุขภาพกายแข็งแรง และสุขภาพใจดีมีความสุข คิดบวก เป็นคุณลักษณะที่สถานประกอบการต้องการ และมีแนวโน้มที่กลุ่มผู้สูงอายุนี้ต้องการทำงานต่อเนื่องจากการเห็นคุณค่าในตนเอง เชื่อมั่นว่ายังสามารถทำงานสร้างประโยชน์ให้กับสถานประกอบการได้ อีกทั้งต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนต่าง ๆ ทำให้ผู้สูงอายุมีความสุข ไม่เหงา ไม่รู้สึกเป็นบุคคลไร้ค่า ที่ต้องอยู่บ้านเฉย ๆ ดังนั้นคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การฝึกจิตใจให้เป็นคน คิดบวก มีสติ สมารถในการทำงาน มีความเชื่อมั่น และเห็นคุณค่าในตนเอง ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต สอดคล้องกับผลการศึกษาของโจเซฟ และคณะ (Joseph and et al. 2014 : 659 - 667) พบว่า การดูแลสุขภาพ ตนเองด้วยการออกกำลังกาย ส่งผลต่อการเห็นคุณค่าแห่งตน การดูแลรักษาสุขภาพของผู้สูงอายุจัดว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลต่อการจ้างงาน ผู้สูงอายุที่มีสุขภาพไม่ดี หรือมีอัตราการเจ็บป่วยที่สูง จะเกิดภาวะเสี่ยงที่จะได้รับการปฏิเสธการทำงานจากนายจ้าง (Strumpf, 2010 : 105 - 147) สอดคล้องกับผลการศึกษาของโด และคณะ (Do and et al. 2014 : 283 - 299) พบว่า พฤติกรรมการดูแลตนเองให้มีสุขภาพที่ดี ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณ กล่าวคือ บุคคลที่พฤติกรรมการดูแลสุขภาพไม่ดี มีโอกาสที่จะเกษียณอายุเมื่อถึงกำหนดระยะเวลา ขณะที่บุคคลที่มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่ดี มีความตั้งใจที่จะกลับมาทำงานหลังเกษียณอายุ ขณะที่ผลการศึกษาของแช็คล็อก และบรูเน็ตโต้ (Shacklock and Brunetto, 2011 : 252 - 274) เสนอว่า พฤติกรรมการดูแลตนเองให้มีสุขภาพที่ดี ส่งผลต่อความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณ เช่นเดียวกันกับผลการวิจัยของ ริเวรา-เอร์นันเดซ (Rivera-Hernandez, 2014 : 70 - 78) พบว่า พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ตนเองส่งผลต่อการเห็นคุณค่าแห่งตน สิ่งนี้ผลักดันให้ผู้สูงอายุมีการเห็นคุณค่าแห่งตน ได้แก่การที่ผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนทางสังคม และมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดี (จุฑารัตน์ แสงทอง. 2558 : 73 - 89)

ดังนั้นจากการศึกษาทฤษฎีดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่ทรงคุณค่าเป็นบุคคลที่ถ่ายทอดความรู้ ความคิด ประสบการณ์ ที่มาจากการสั่งสมอย่างต่อเนื่องและยาวนานให้กับคนรุ่นต่อไป ผู้สูงอายุเป็นบุคคลสำคัญที่สังคมควรให้ความสำคัญ และการรับบริการดูแลจากสถานดูแลผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถดูแลตัวเองได้และไม่เป็นภาระของลูกหลาน สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง

การเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ
จังหวัดจันทบุรี

ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

ลักษณะของสื่อออนไลน์ที่เป็นการสื่อสารสองทาง การเข้าถึงในวงกว้าง สื่อออนไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง สื่อออนไลน์เอื้อต่อการสร้างชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการรวมกลุ่มความคิด นำไปสู่การหลอมทัศนคติและพฤติกรรมกลุ่ม สื่อออนไลน์มีความสามารถในการประมวลเนื้อหาจากหลายแห่ง ทำให้บทบาทของ User-generated Content สำคัญ สื่อออนไลน์มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ สื่อออนไลน์ยังทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบริมิคซ์ คือ การเลือกเนื้อหามาดัดแปลง ตัดต่อประกอบสร้างใหม่ โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา

สื่อออนไลน์เป็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในหมู่คนที่สร้างการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในเครือข่าย (Networks) และชุมชนเสมือน (Virtual Communities) สื่อสังคมนั้นใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเว็บไซด์สามารถเปลี่ยนสื่อธรรมดาให้เป็นการกระจายเสียงไปยังผู้คนหลายคน (กระจายจากหนึ่งคนไปยังหลายคน) และยังสามารถรวบรวมความคิดเห็นจากผู้หลายคนเพื่อสนับสนุนความรู้และข้อมูลในการตัดสินใจ ทั้งยังสามารถเปลี่ยนผู้บริโภคเนื้อหาให้เป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้ สื่อออนไลน์มีความสามารถทำให้คนแปลกหน้าหรือไม่รู้จักมารู้จักกันและยังสามารถสื่อสารกับผู้ที่มีความสัมพันธ์กันในเครือข่ายสังคมอยู่แล้วได้ง่ายขึ้นเช่นกัน ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่งที่ทำงานโดยใช้พื้นฐานและเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0 เช่น บีโอบ มาสเปซ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ วิกิพีเดีย ไฮไฟฟ์ และบล็อกต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (Consumer-generated Media หรือ CGM) สำหรับกลุ่มบุคคลผู้ติดต่อสื่อสารกันโดยผ่านสื่อสังคม ซึ่งนอกจากจะส่งข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนกันแล้ว ยังอาจทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกันด้วย สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สังคม หรือการรวมกันของกลุ่มคนในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ทำให้ผู้คนสามารถทำความเข้าใจแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งช่องทางเครือข่ายที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารมีด้วยกันหลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น และพิสมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2558 : 503 - 516) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ว่าเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนอธิบาย ความสนใจและกิจการที่ได้ทำและเชื่อมโยงกับ

ความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่นในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การส่งข้อความ อีเมล วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก เป็นต้น เครือข่ายทางสังคมออนไลน์คล้ายคลึงกันว่า เป็นบริการบนเว็บไซต์ซึ่งอนุญาตให้บุคคลกระทำการต่าง ๆ ได้ โดยมีลักษณะ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะ หรือกึ่งสาธารณะได้ภายในระบบที่มีขอบเขต ประการที่สอง สามารถติดต่อกับผู้ใช้รายอื่นที่มีการแบ่งปัน การเชื่อมต่อสื่อสารระหว่างกัน และประการที่สาม สามารถเข้าชมและสำรวจรายการข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ใช้ภายในระบบที่ทำการเชื่อมต่อด้วยได้ ซึ่งลักษณะและการตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้ อาจแตกต่างกันไปตามแต่ละเว็บไซต์ เช่นเดียวกันกับงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่ให้ความหมายเว็บไซต์สังคมออนไลน์ว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการแก่สมาชิกด้วยบริการต่าง ๆ สำหรับการสร้างบัญชีผู้ใช้งานเพื่อน และแบ่งปันข้อมูล เนื่องจากเทคโนโลยีของแนวคิด Web-based Web 2.0 ที่มีความก้าวหน้า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงมีบทบาทสำคัญในฐานะแพลตฟอร์ม การแบ่งปันข้อมูลและความรู้ในชุมชนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครือข่ายการแบ่งปันข้อมูลประเภทต่าง ๆ รวมถึงความคิดเห็น และการแบ่งปันความรู้ ความสนใจต่าง ๆ ด้วยการทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อและโต้ตอบกับผู้อื่นได้ (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554 : 99 - 103; แสงเดือน ผ่องพูน, 2556 : 1 - 17; ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556 : 197 และ Boyd and Ellison, 2008 : 210 - 230)

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (ออนไลน์, 2557) ได้กล่าวถึง ประเภทของสื่อสังคม (Social Media) ไว้ดังนี้

1. บล็อก เป็นการลดรูปจากคำว่า Weblog ซึ่งถือเป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System : CMS) รูปแบบหนึ่งซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่า “โพสต์” แล้วทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยากในการเรียนรู้ถึงภาษา HTML หรือโปรแกรมทำเว็บไซต์ ทั้งนี้การเรียงของเนื้อหาจะเรียงจากเนื้อหาที่มาใหม่สุดก่อน จากนั้นก็ลดหลั่นลงมาตามลำดับของเวลา สำหรับการ “Chronological Order” มีบล็อกขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความสามารถด้านต่าง ๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเทคนิคอย่างในอดีตอีกต่อไป ทำให้เกิดบล็อกขึ้นมาจำนวนมาก และเพิ่มเนื้อหาให้กับโลกออนไลน์ได้เป็นจำนวนมากเช่นกัน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะของสังคม คือ การเปิดให้เพื่อน ๆ เข้ามาแสดงความคิดเห็นได้นั่นเอง

2. ทวิตเตอร์ (Twitter) และ ไมโครบล็อก (Microblog) เป็นรูปแบบหนึ่งของบล็อกที่จำกัดตัวอักษรของการโพสต์แต่ละครั้งที่ 140 ตัวอักษร ช่วงเริ่มต้นผู้ออกแบบสื่อทวิตเตอร์ต้องการให้ผู้ใช้เขียนเรื่องราวว่าคุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ (What are you doing?) แต่สื่อทวิตเตอร์

ถูกนำไปใช้ในทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อ เพิ่มยอดขาย สร้างแบรนด์ หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ทั้งนี้เรายังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ได้อีกด้วย ซึ่งทวิตเตอร์นั้นเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็วจนทำให้เว็บไซต์ประเภทสื่อเครือข่ายสังคมต่าง ๆ เพิ่มความสามารถที่ให้ผู้ใช้งานสามารถบอกได้ว่าตอนนี้กำลังทำอะไรกันอยู่ ซึ่งก็คือการนำไมโครบล็อกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของระบบนั่นเอง

3. สื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้ใช้บริการกับเพื่อนจนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้บริการจะเริ่มต้นสร้างตัวตนในส่วนของ “Profile” ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่น ๆ นอกจากนี้ สื่อเครือข่ายสังคมยังมีเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มจำนวนเพื่อนให้มากขึ้นคือ ส่วนของ Invite Friend และ Find Friend รวมถึงการเพิ่มเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนได้อีกด้วย

4. การแบ่งปันสื่อ (Media Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถอัปโหลดรูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อน หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งนักการตลาด ณ ปัจจุบันไม่จำเป็นต้องทุ่มทุนในการสร้างหนังโฆษณาที่มีต้นทุนสูง อาจจะใช้กล้องดิจิทัลราคาถูก ถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอ นำขึ้นเว็บไซต์ประเภทการแบ่งปันสื่อ เช่น ยูทูป (YouTube) หากเป็นที่ชื่นชอบจะสามารถทำให้เกิดการบอกต่อได้อย่างแพร่หลาย หรือถ้าขายสินค้าที่เน้นดีไซน์สวยงามอาจถ่ายรูปแล้วนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์ เช่น Flickr เพื่อให้ลูกค้าเข้าชมได้ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการนำชมโรงงานหรือบรรยากาศในการทำงานได้ เป็นต้น

5. สังคมข่าวและบริการบนเว็บไซต์สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (Social News and 9 Bookmarking) เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้บริการเป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้มีการให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นการให้ผู้ใช้บริการช่วยกันกรองว่า บทความหรือเนื้อหาใดน่าสนใจที่สุดในส่วนของโซเชียลบุ๊กมาร์ก (Social Bookmarking) นั้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถทำการบุ๊กมาร์ก (Bookmark) เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบและเนื้อหาในส่วนที่เราทำบุ๊กมาร์กไว้สามารถแบ่งปันให้ผู้ใช้บริการคนอื่นได้ด้วย นักการตลาดมักใช้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้ามายังที่เว็บไซต์หรือแคมเปญการตลาดที่ต้องการ

6. การสนทนาผ่านเครือข่าย (Online Forum) ถือเป็นรูปแบบของสื่อสังคมที่เก่าแก่ที่สุดเป็นสถานที่ให้ผู้ใช้บริการเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่สนใจ เช่น เพลง หนังสือ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ การลงทุน และอื่น ๆ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการแนะนำสินค้า หรือบริการต่าง ๆ นักการตลาดควรสนใจเนื้อหาที่พูดคุยในฟอรัมเหล่านี้ เพราะบางครั้งอาจจะเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการของเขา ซึ่งสามารถเข้าไปทำความเข้าใจ แก้ไขปัญหา

ตลอดจนใช้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ และเว็บไซต์ประเภทฟอรัมอาจเปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะหรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่าง ๆ

สรุปได้ว่า การศึกษาและวิเคราะห์การสื่อสารบนสื่อออนไลน์ต้องทำการศึกษาในส่วนของแพลตฟอร์ม หรือช่องทางที่มีการใช้งานเพื่อสื่อสารกระบวนการและรูปแบบของการสื่อสาร เนื้อหาในการสื่อสาร และอิทธิพลของการสื่อสารบนสื่อออนไลน์ที่มีต่อความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมในประเด็นต่าง ๆ ผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์นอกเหนือจากปัจจัยสี่ ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากและประกอบด้วย คนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ซึ่งพฤติกรรม的开รับข่าวสารเป็นการแสวงหาข้อมูล ซึ่งบุคคลจะแสวงหาข้อมูล เมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยบุคคลนั้นจะมีการเปิดรับข้อมูลที่ตัวเองสนใจหรือต้องการทราบข้อมูล และทำให้มีส่วนร่วมในการเปิดรับประสบการณ์ เนื่องจากบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อต้องการผ่อนคลายอารมณ์ เช่น ดูรายการตลกหรือละครทางโทรทัศน์ เป็นต้น (ยุพดี จิตติคุณเจริญ, 2537 : 3)

เบคเกอร์ (Becker, 1972 : n.d.; อ้างถึงใน สิริวรรณ ประสิทธิ์ศักดิ์, 2547 : 24) ยังได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโยงจำแนกตามพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากจะรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจ หรือมีผู้แนะนำหรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือชมรายการโทรทัศน์หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือเปิดดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แมคเคลอยด์ และคีฟ (McLeod and Keefe. 1972 : 168) กล่าวว่า ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง ดังนี้

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน ซึ่งแมคเคลอยด์ และคีฟยังได้กล่าวไว้ดีกว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟังเวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในเชิงจิตวิทยาและมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปร การเปิดตัวรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักด้านหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์ และความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น กล่าวโดยสรุปการเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย โดยจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ หรือเลือกรับสารบางส่วนที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อตนเอง

แคลปเปอร์ (Klapper. 1960 : 19 - 25) ได้กล่าวว่าขั้นตอนกระบวนการเลือกสรรข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารของบุคคลจากสื่อต่าง ๆ เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารด้วยการกลั่นกรอง มี 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกของกระบวนการกลั่นกรองในการเลือกช่องทางการสื่อสาร (Channel) บุคคลนั้นจะเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่งหลายช่องทางตามความถนัดและความสนใจ รวมไปถึงทักษะและความชำนาญในการรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลนั้น ๆ เช่น บางคนถนัดฟังมากกว่าอ่านบุคคลนั้นก็เลือกรับสารจากการฟังทางวิทยุมากกว่าการอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ หรือบางคนมี

ทักษะความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ต บุคคลนั้นก็จะเลือกใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูล เป็นต้น

2. การเลือกข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ (Selective Attention) เป็นขั้นที่สองของขั้นตอนการเลือกสรรในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผู้เปิดรับข่าวสารมักเลือกข้อมูลข่าวสารตามความคิดเห็นความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และเลือกที่จะหลีกเลี่ยงรับข้อมูลข่าวสาร ที่ไม่มีความสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Cognitive Dissonance) เพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจหรือขัดแย้งกับความคิดของตน

3. การเลือกรับรู้และตีความหมายของข่าวสาร (Selective Perception and Interpretation) เป็นขั้นที่สามของขั้นตอนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารได้ทำการเปิดรับและให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารนั้นแล้วก็เชื่อว่าเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารนั้นจะถูกผู้รับสารตีความหมายตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะผู้รับสารมักจะเลือกรับรู้ข่าวสารและตีความหมายของเนื้อหาของข้อมูลนั้นตามทัศนคติ ความเชื่อ อารมณ์ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นผู้รับสารแต่ละคนก็จะตีความหมายของสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ข้อมูลข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป และความหมายของข้อมูลข่าวสารยังถูกบิดเบือนไปตามแต่ความพอใจ ทัศนคติของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจากข้อมูลข่าวสารที่ได้เปิดรับ (Selective Retention) เป็นกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารขั้นสุดท้าย กล่าวคือ ผู้เปิดรับสารนั้นจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารในส่วนที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น ข่าวสารที่ตนเองนั้นเลือกที่จะจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่ช่วยสนับสนุนความต้องการ ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่ก่อนแล้ว เพื่อทำให้ข้อมูลข่าวสารเดิมนั้นมีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำได้ยากต่อการเปลี่ยนแปลงสำหรับข้อมูลที่มีความขัดแย้งในส่วนที่ตนเองไม่เห็นด้วยหรือไม่สนใจข้อมูลเหล่านั้นก็จะถูกลบและไม่ได้กล่าวถึงหรือนำไปถ่ายทอดต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับสื่อ ซึ่งพฤติกรรมของผู้เปิดรับสื่อแต่ละคนมักจะเปิดรับสื่อตามสิ่งที่น่าสนใจหรือต้องการ หรือแม้แต่เปิดรับสื่อเดียวกัน ก็อาจจะมุมมองในการตีความหรือเข้าใจสื่อเหล่านั้น ต่างกัน และอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเปิดรับสื่อในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันด้วย จึงได้นำประยุกต์กับวิจัยในเรื่อง การเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

ควอดเดอร์ และ ไซนัตดิน (Qader and Zainuddin, 2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รวมถึงผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อ่นั้นมีผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว ทั้งให้ความรู้จนนำไปสู่ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว มากขึ้น

โบ เซียน และคณะ (Bo Xie and et al, 2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การทำความเข้าใจและการเปลี่ยนการรับรู้ของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้สูงอายุในการใช้เครือข่ายออนไลน์ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการศึกษาเชิงสำรวจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 - 3 ปี ผู้สูงอายุเคยได้ยื่นเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านทางสื่อ แต่ไม่เคยมีประสบการณ์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มาก่อน ถึงแม้ผู้สูงอายุจะไม่มีประสบการณ์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่กลับมีความคิดเห็นในเชิงลบกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคสำหรับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในผู้สูงอายุ คือ ความเป็นส่วนตัว

วอสเนอร์ และคณะ (Vosner and et al, 2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะการที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ (Attitudes of Active Older Internet Users towards Online Social Networking) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 54 คน ที่มีอายุระหว่าง 45 - 74 ปี เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปีจากการศึกษาลักษณะทางประชากรพบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการอยู่อาศัยที่แตกต่างกันมีความถนัดในการใช้คอมพิวเตอร์แตกต่างกัน เพศชายจะมีความถนัดในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่าเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีความถนัดในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเมืองมีความถนัดในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า เพศชายมีความถนัดในการใช้มากกว่าเพศหญิง วัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อการศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิตเพื่อติดต่อครอบครัวและเพื่อนเพื่อลดความรู้สึกโดดเดี่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 58 ปี มีความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลางและมีความคุ้นเคยกับเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 58 ปีขึ้นไปที่มีความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับต่ำและไม่มี ความคุ้นเคยกับเครือข่ายสังคมออนไลน์จาก

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ” เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่ม ตัวอย่างที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์แตกต่างกันเป็นที่น่าสนใจว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ใช้ไลน์ แอปพลิเคชันจะมีพฤติกรรมการใช้และวัตถุประสงค์ในการใช้แตกต่างกันหรือมีความสอดคล้องกันหรือไม่

งานวิจัยในประเทศ

นันทิข ฉลอง โภคศิลาชัย และหทัยชนก สุขเจริญ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การใช้เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กเฉลี่ยสัปดาห์ละ 10 - 20 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้ 11.01 - 14.00 น. และส่วนใหญ่มักใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง โดยใช้เฟซบุ๊กมาแล้วประมาณ 1 ปี ซึ่งเฟซบุ๊กจะเข้าผ่าน โปรแกรม Google Chrome บ่อยที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลโดยรวมต่อการใช้เฟซบุ๊ก ได้แก่ ด้านการสนทนา ด้านการใช้งาน ด้านการใช้ประโยชน์

ชนัญญา เกษะนันท์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภครุ่นสูงวัย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน 10 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทันสมัยไม่ล้าหลัง 2) กลุ่มมีชีวิตชีวา 3) กลุ่มห่วงใยผู้อื่นใส่ใจตัวเอง 4) กลุ่มนักกิจกรรม 5) กลุ่มจริงจังกับชีวิต 6) กลุ่มสำมะเลเทเมา 7) กลุ่มอยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน 8) กลุ่มคุณหญิงยายคุณชายปู้ตา 9) กลุ่มหรรษาฟูฟ่า และ 10) กลุ่มรักประเพณีและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภครุ่นสูงอายุนิยมเปิดรับสื่อดั้งเดิมคือ โทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่น ๆ แต่กลับเปิดรับสื่อใหม่ทุกชนิดในระดับต่ำ รวมทั้งยังมีการยอมรับนวัตกรรมอยู่ในระดับต่ำด้วยเช่นกัน เพราะมีเพียงแค่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมีชีวิตชีวา และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจริงจังกับชีวิต

สถาพร สิงหะ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกของนักค่าน้ำชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักค่าน้ำชาวไทยมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกจากสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล ในด้านของสื่อมวลชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึก ของนักค่าน้ำชาวไทย นักค่าน้ำชาวไทยมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล

อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในด้านของสื่อเฉพาะกิจ มีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในระดับสูง

สุที ศิริวงศ์พากร (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากทุกสื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่เปิดรับสื่อจากโทรทัศน์มากที่สุด

กันตพล บันทัดทอง (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขต 7 สรุปผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก 2) ผู้สูงอายุใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับแรงจูงใจมาก ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้เป็นดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 2) ผู้สูงอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ความบ่อยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แตกต่างกันได้ มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 3) ผู้สูงอายุที่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และไลน์ (Line) แตกต่างกันได้มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน 4) แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ขวัญชนก กมลสุกจินดา (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการแสดงตัวตนของเจนเนอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ส และเจนเนอเรชั่นวาย สรุปผลงานวิจัยพบว่า สามารถแบ่งแยกเป็นประเด็นตามมุมมองความรักได้ 2 ประเด็น ได้แก่ มุมมองในด้านความรักของเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีอัตลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ 9 แบบ นั่นคือ ความฟายแพ้ เพื่อนฝูง ครอบครัว มีระดับ ขี้เล่น รักสัตว์ รักเด็ก ความสมหวัง และหวานถึงอดีต และมุมมองในด้านความรักของเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สมีอัตลักษณ์ปรากฏทั้งหมด 5 แบบ นั่นคือ รักเด็ก รักสัตว์ ครอบครัว เพื่อนฝูง และหวานถึงอดีต ส่วนมุมมองในการใช้ชีวิตนั้นสามารถแบ่งแยกได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่ มุมมองในการใช้ชีวิตของเจนเนอเรชั่นวาย โดยมีอัตลักษณ์ที่ปรากฏทั้งหมด 19 แบบ นั่นคือ อุดมการณ์ ความเบื่อหน่าย ครอบครัว การใช้ชีวิต ความน่าสงสาร สุขภาพ ขี้เล่น

เดินทางท่องเที่ยว กีฬา เห็นอกเห็นใจ ทนกระแส ทักษะ สังสรรค์ เพศ ชาตินิยม หวนถึงอดีต มีระดับตัวของตัวเอง และรักสัตว์ ส่วนมุมมองในการใช้ชีวิตของเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ส มีอัตลักษณ์ที่ปรากฏทั้งหมด 11 แบบ นั่นคือ ความเปื้อน่าย น่าสงสาร สุขภาพ ทักษะ เดินทางท่องเที่ยว กีฬา ทนกระแส ครอบครั้ว การใช้ชีวิต เห็นอกเห็นใจ และเลี้ยงโชค ซึ่งจากผลสรุป อัตลักษณ์ของทั้งเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์สจากมุมมองความรักและมุมมอง การใช้ชีวิตทำให้รับรู้ได้ว่าทั้งสองเจเนอเรชันต่างมีอัตลักษณ์ร่วมและแตกต่างกันออกไปตามช่วงวัย ความคิด และประสบการณ์

ปลื้มใจ ไพจิตร (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัด สุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน ใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่สำคัญในการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ คือ การจ่ายเบี้ยยังชีพไม่ตรงเวลา ความล่าช้าในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และการให้บริการที่ไม่ทั่วถึง ส่วนข้อเสนอแนะคือ ปรับเพิ่มเบี้ยยังชีพและกำหนดจ่ายเงินให้ตรงเวลา และจัดให้มีหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้ความรู้และความเข้าใจในการดูแล สุขภาพผู้สูงอายุ อีกทั้งให้มีการจัดตั้งศูนย์ตรวจสุขภาพและตรวจสุขภาพให้กับผู้สูงอายุในทุก ๆ เดือน

เศรษฐวิรุฬห์ คงกะพันธ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยรวมในระดับปานกลาง 2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ด้านอายุ สถานภาพอาชีพ ระดับรายได้ การศึกษาและที่อยู่อาศัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวมมากที่สุด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากที่สุด สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากที่สุด สื่อ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อเฉพาะกิจ โดยตัวแปรทั้งสามสามารถพยากรณ์ความผันแปร ได้ร้อยละ 19.70 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย การสื่อสารการตลาดถึงสูงอายุในจังหวัดภูเก็ต ธุรกิจควรให้ความสำคัญหรือมุ่งเน้นในด้านความสนใจของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะความสนใจเกี่ยวกับบ้านหรือที่อยู่อาศัย งาน และอาหารต่าง ๆ ซึ่งได้รับอิทธิพลจาก

สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ผลการวิจัยดังกล่าว ยังพบว่า ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ฉะนั้นธุรกิจควรคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ นำมาประกอบการพิจารณาด้วย

สรุป การศึกษาการเปิดรับสื่อสุขภาพออนไลน์และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ จังหวัดจันทบุรี ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ สื่อออนไลน์ การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนักวิจัยหลายท่าน มาศึกษาเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี