

การพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์

นางสาวทอแสงรัศมี ถีณะแก้ว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาประชากรศาสตร์

วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The Development of Television Programs for Older Persons and Completed Aged Society.

Miss Torsangrasmee Teetakaew



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Demography

College of Population Studies

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับ  
การเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์  
โดย นางสาวทอแสงรัศมี ถีตะแก้ว  
สาขาวิชา ประชากรศาสตร์  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร. วิไล วงศ์สืบชาติ

---

วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

..... คณบดีวิทยาลัยประชากรศาสตร์  
(วิพรรณ ประจวบเหมาะ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ ประจวบเหมาะ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิไล วงศ์สืบชาติ)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนาวดี ชูโต)

ทอแสงรัศมี ถีเถะแก้ว : การพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (The Development of Television Programs for Older Persons and Completed Aged Society.) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. ดร. วิไล วงศ์สืบชาติ, 146 หน้า.

การเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยและการเปลี่ยนระบบการผลิตและการออกอากาศของสื่อโทรทัศน์ไปสู่ระบบดิจิทัลของประเทศไทยทำให้สามารถใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ 2) ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ และ 3) ศึกษาแนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้แนวคิด “การสูงวัยเชิงรุก” เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้ 1) สํารวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง และวิพากษ์รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุจำนวน 15 ตอนโดยสุ่มแบบง่ายจากรายการโทรทัศน์ 5 รายการที่ออกอากาศในช่วงปี พ.ศ.2557-2558 2) สํารวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ โดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้สูงอายุตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน ที่สุ่มแบบง่ายหลายขั้นตอน และ 3) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน เพื่อทราบแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประเทศไทยมีสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล 48 สถานีทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ทั้งระบบมีสถานีรวมทั้งสิ้น 768 สถานี ในจำนวนนี้มีรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุโดยตรงน้อยมาก คือ มี 5 รายการจาก 4 สถานี 2) รายการที่มีอยู่มีบทบาทส่งเสริมแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก แต่ขาดมิติด้านความลึก และภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในแต่ละรายการแตกต่างกันตามนโยบายของเจ้าของปัจจัยการผลิต โดยมีवादิตต่อผู้สูงอายุในหลายลักษณะ 3) ผู้สูงอายุตัวอย่างรู้จักและรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุในสัดส่วนที่ต่ำ เพราะไม่รู้ว่ามีรายการดังกล่าว แต่ส่วนใหญ่ต้องการรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุทุกวัน โดยเฉพาะรายการที่เกี่ยวกับสุขภาพ และต้องการมีส่วนร่วมในรายการ ขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจกับการเชื่อมโยงรายการเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สื่อสังคม เพื่อความสะดวกในการรับชมและในการมีส่วนร่วมในรายการ และ 4) ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่าการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุต้องกำหนดเป็นวาระเร่งด่วน โดยให้บรรจุไว้ในผังรายการของทุกสถานีโทรทัศน์ และนอกจากจะมีเนื้อหาการสูงวัยเชิงรุก ต้องมีเนื้อหาที่เชิดชูคุณค่าของผู้สูงอายุ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขของประชากรทุกรุ่นวัย งานวิจัยนี้ยังมีข้อเสนอแนะและเสนอแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบ เพื่อให้สื่อโทรทัศน์ของไทยมีทั้งบทบาทนำและเสริมย้ำการสูงวัยเชิงรุก เพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ไว้ด้วย

สาขาวิชา ประชากรศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลายมือชื่อ นิสิต .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

## 5786954051 : MAJOR DEMOGRAPHY

KEYWORDS: OLDER PERSONS / ACTIVE AGEING / AGEING SOCIETY / TELEVISION PROGRAMS / COMPLETED AGED SOCIETY

TORSANGRASMEE TEETAKAEW: The Development of Television Programs for Older Persons and Completed Aged Society.. ADVISOR: ASSOC. PROF. WILAI WONGSERBCHART, 146 pp.

Thailand's shift towards an aging society and the transition of the country's content production and television broadcasting towards digitalization will enable the utilization of the television media more effectively. The objectives of this study are 1) to examine conditions and roles of television broadcast in disseminating knowledge to older persons; 2) to study needs and behaviors of older persons in watching television programs which directed towards them; and 3) to investigate directions of policy-making for producing television programs that are suitable for older persons by implementing "active aging" concept in order to collect the following quantitative and qualitative data. 1) Surveying relevant documents and criticizing 15 episodes of television programs which were randomly selected from five television programs aired during 2014 and 2015. 2) Exploring needs and behaviors of older persons in watching senior-targeted television programs through a survey interviewing 420 older persons in Bangkok which were gathered by random selection. 3) Conducting in-depth interviews with 11 key informants in order to gauge the direction of policy-making regarding the productions of television programs targeted at older persons.

The study shows following results: 1) The television industry in Thailand has a total of 768 television broadcasting stations, out of these, 48 are digital television broadcasting stations. Among these stations, television programs targeted at older persons are scarce. There are only five such television programs from four stations. 2) The existing television programs promote the active aging concept, but they are inadequate in presenting its dimensions in depth. However, the image of older persons shows on various television programs vary depending on media owners, and also reflect ageism. 3) Proportion of the respondents who know of the targeted programs is low because they do not know that such programs exist. However, most of the respondents want to watch television programs which target towards older persons every day, especially those related to health and also want to participate in interactive programs. Many respondents are also interested in connecting television programs with innovative technologies, such as social media, to facilitate older persons in watching such television programs and in making their response to the programs. 4) The key informants believe that the production of television content for older persons should be given high priority in the programs run by each television channel. The programs should also include content that raises the value of older persons in order to promote peaceful coexistence among all age groups. This research also proposes a direction for the production of television programs along with model prototypes for Thai television networks to implement the concept of active aging for the purpose of building a complete knowledge base to welcome the completed aged society.

Field of Study: Demography

Academic Year: 2016

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

สิ่งใดเกิดขึ้นแล้ว . . . สิ่งนั้นย่อมดีเสมอ

ข้อคิดนี้ คือ สิ่งเตือนใจในทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงในชีวิต เพราะไม่ว่าการเปลี่ยนแปลง ณ เวลานั้นจะเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ ล้วนเป็นสิ่งที่ไม่อาจกำหนดได้ แต่เลือกที่จะคิดและมุ่งมั่นเพื่อสร้างสรรคสิ่งที่ดีกว่าได้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตและนำมาซึ่งความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ในช่วงชีวิตของผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อประวิทย์ และคุณแม่ ดร.ทองแสงรวี ถิณะแก้ว ผู้เป็นต้นแบบในการดำเนินชีวิต ท่านทั้งสองให้การสนับสนุนทั้งในด้านการเรียน การทำกิจกรรม การแสดง และการมีความรู้ภาษาต่างประเทศเป็นสำคัญ รวมทั้งให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างในทุกการตัดสินใจของชีวิต ทำให้สามารถเติบโตมาด้วยหัวใจที่อบอุ่น อ่อนโยน และเข้มแข็ง ขอกราบขอบพระคุณทั้งสองท่านอีกครั้งด้วยความรักอย่างล้นพ้น และขอขอบคุณ คุณธรรปกรณ์ ถิณะแก้ว น้องชายผู้เป็นที่รักยิ่ง ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา

ในช่วงชีวิตด้านการเรียน ตั้งแต่เยาว์วัย จวบจนความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่เมตตาสอนสั่งและให้ความรู้ สำหรับวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิไล วงศ์สืบชาติ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เป็นที่รักและเคารพ ที่ได้ทุ่มเทแรงกายแรงใจ ให้คำปรึกษาข้อชี้แนะ ให้ความช่วยเหลือในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์ ให้กำลังใจและให้ความเมตตา ขอมอบความรักและความสำนึกในพระคุณอย่างมากแต่อาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ชาติ ชูโต ผู้เป็นดั่งที่ปรึกษา ซึ่งเป็นผู้ให้กำลังใจ แนะนำแนวทางทั้งเรื่องการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด และช่วยให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เกิดประโยชน์ต่อวงการโทรทัศน์ และการเผยแพร่ความรู้ด้านการสูงวัยของประเทศไทยได้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ ประจวบเหมาะ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธาดารี ใต้ฟ้าพูล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม ตลอดจนคณาจารย์วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และกำลังใจตลอดการศึกษาที่ผ่านมา และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยประชากรศาสตร์ทุกคน โดยเฉพาะคุณวิษณุ ญาณเนตร ผู้คอยช่วยประสานการเรียน การสอบ และเป็นกำลังใจให้เสมอ

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต ที่ให้โอกาสในการทำงาน ทำให้ผู้วิจัยมีแรงบันดาลใจในการทำวิทยานิพนธ์ให้เกิดประโยชน์แก่วงการสื่อโทรทัศน์ของประเทศไทย และขอขอบพระคุณ ดร.วีระยุทธ โชคชัยมาดล ผู้อำนวยการอาร์เอสยูวิสตคอมทีวี สำหรับการสนับสนุนให้ใช้เวลาทุ่มเทกับการทำวิทยานิพนธ์ได้อย่างเต็มที่

ขอขอบคุณกัลยาณมิตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนุวิศ สาคกริก คุณอภิธา พรหมสุนทร คุณรสลิน เทพวัลย์ คุณกมลวรรณ ตริพงษ์ ตลอดจนเพื่อนร่วมรุ่นวิทยาลัยประชากรศาสตร์ คุณอรวรรณ ประสิทธิ์ศิริผล คุณเสาวรส อ่อนคำ คุณมณฑกานต์ รอดคล้าย และคุณสุพัชรินทร์ วัฒนกุล ที่คอยติดตามสอบถามความก้าวหน้าในการทำวิจัย ตลอดจนรุ่นพี่รุ่นน้องวิทยาลัยประชากรศาสตร์ทุกท่านที่คอยห่วงใยและช่วยเหลือในด้านการเรียนและการวิจัยมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ ด.ญ.ทองแสงระพี และคุณทศพร ไชยเดช ผู้เป็นที่รักยิ่ง รวมถึงผู้สูงอายุทั้ง 420 ท่าน ผู้ให้ข้อมูลหลัก 11 ท่าน และผู้ประสานงานทุกท่าน ที่หากปราศจากข้อมูล ข้อคิดเห็น และความร่วมมือจากทุกท่านแล้ว วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงมีอาจเกิดขึ้นได้ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
บทที่ 1 .....	1
บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
1.3 กรอบแนวทางในการวิจัย .....	4
1.4 นิยามศัพท์.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
บทที่ 2.....	8
การทบทวนวรรณกรรม .....	8
2.1 ความรู้ด้านพฤติกรรมวิทยา.....	8
2.1.1 ความหมายของผู้สูงอายุ.....	8
2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสูงวัย.....	10
2.1.3 วายาคติ 11 .....	
2.1.4 แนวคิดการสูงวัยเชิงรุก.....	12
2.1.5 งานวิจัยและข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและการสูงวัยเชิงรุก .....	14
2.2 ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน .....	19
2.2.1 ความหมายและกระบวนการของการสื่อสารมวลชน .....	19
2.2.2 บทบาทของสื่อมวลชน .....	20

2.2.3 ทฤษฎีอิทธิพลเชิงการเลือกสรร .....	21
2.2.4 ทฤษฎีวิพากษ์.....	22
2.2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและสื่อ .....	24
2.3 สรุปและกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ .....	28
บทที่ 3.....	31
ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
3.1 วิธีการวิจัย .....	31
3.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ .....	31
1) การศึกษาเอกสาร .....	31
2) การวิพากษ์สื่อ .....	32
3) การสัมภาษณ์เชิงลึก .....	32
3.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	34
1) ประชากรและตัวอย่าง.....	34
2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
3) การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม.....	36
4) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
5) นิยามตัวแปร .....	38
3.2 ขอบเขตของการวิจัย.....	39
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย .....	40
3.4 ข้อจำกัดของการวิจัย .....	41
บทที่ 4.....	42
สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ .....	42



4.1 สภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม .....	42
4.1.1 ความหมายของโทรทัศน์ดิจิทัล.....	43
4.1.2 กำเนิดโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย .....	43
4.1.3 การดำเนินการเพื่อรับชมโทรทัศน์ดิจิทัล.....	46
4.1.4 ผลการดำเนินการโทรทัศน์ดิจิทัล.....	47
4.1.5 ปัญหาและอุปสรรคของโทรทัศน์ดิจิทัล .....	49
4.2 บทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ .....	51
4.2.1 รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ.....	51
4.2.2 รูปแบบรายการสะท้อนใจของปัจจัยการผลิต .....	52
4.2.3 เนื้อหารายการสะท้อนบทบาทของสื่อโทรทัศน์ .....	53
1) รายการที่นำเสนอในสื่อรัฐ .....	54
รายการที่ 1 .....	54
2) รายการที่นำเสนอในสื่อสาธารณะ.....	57
รายการที่ 2 .....	57
รายการที่ 3 .....	60
3) รายการที่นำเสนอในสื่อพาณิชย์.....	62
รายการที่ 4 .....	63
รายการที่ 5 .....	64
4.2.4 ผู้รับชมรายการสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุ.....	67
4.3 สรุป .....	68
บทที่ 5.....	70
ความต้องการและพฤติกรรมมารับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ.....	70

5.1 ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง .....	70
1) ลักษณะทางประชากร .....	70
2) การศึกษาและการทำงาน .....	71
3) การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยและลักษณะการอยู่อาศัย .....	72
4) การประเมินสุขภาพตนเอง .....	73
5) การเป็นสมาชิกและการร่วมกิจกรรมชมรม .....	73
5.2 ความรู้ ทักษะ และค่านิยมของตัวอย่าง .....	74
1) ความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ .....	74
2) ทักษะต่อผู้สูงอายุ .....	75
3) ค่านิยมของผู้สูงอายุ .....	75
5.3 ความสัมพันธ์ทางสังคมของตัวอย่าง .....	76
1) การรับข้อมูลและช่องทางการสื่อสาร .....	77
2) การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล .....	77
3) การสื่อสารผ่านสื่อสังคม .....	77
5.4 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปของตัวอย่าง .....	78
1) ความถี่ จำนวนชั่วโมง และช่วงเวลาในการรับชม .....	78
2) ประเภท/รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ .....	79
3) สถานที่โทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ .....	79
4) ผู้ที่ร่วมรับชมด้วย .....	79
5) เหตุผลที่รับชมเป็นประจำ .....	80
5.5 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง .....	80
1) การรู้จักและการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ .....	81

2) เหตุผลที่ไม่เคยและเคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ .....	81
5.6 ความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง.....	83
1) ประเภท/รูปแบบรายการโทรทัศน์ .....	83
2) ความถี่ จำนวนเวลา และช่วงเวลาในการออกอากาศ.....	83
3) เนื้อหาและผู้ดำเนินรายการ .....	83
4) ประเภทของการมีส่วนร่วมในรายการ .....	84
5) ภาพลักษณ์ที่ต้องการและไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการ .....	84
5.7 สรุป	85
บทที่ 6.....	88
แนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ .....	88
6.1 สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยในการเผยแพร่ความรู้สำหรับ ผู้สูงอายุ.....	88
6.2 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ .....	91
6.2.1 เนื้อหาที่ควรนำเสนอในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ.....	91
6.2.2 แนวคิดการสูงวัยเชิงรุกที่ควรปรากฏในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ .....	93
ด้านสุขภาพ.....	93
ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม.....	95
ด้านความมั่นคงในชีวิต .....	95
6.2.3 เนื้อหาอื่นๆ ที่ควรปรากฏในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ .....	96
6.3 ผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสม .....	97
6.4 การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในรายการ .....	98
6.5 เทคนิคการผลิตรายการ .....	99
6.6 ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการ .....	100

6.7 การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุและการออกอากาศรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ	101
6.8 สรุป	102
บทที่ 7.....	104
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	104
7.1 วิธีการวิจัย .....	104
7.2 ข้อค้นพบจากการวิจัย.....	104
7.2.1 ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง.....	104
7.2.2 สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ ..	105
7.2.3 ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ.....	107
7.2.4 แนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ .....	108
7.3 ข้อเสนอแนะ .....	109
7.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย .....	109
7.3.2 ข้อเสนอแนะการผลิตรายการ.....	112
1) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 5 นาที .....	112
2) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 15 นาที .....	113
3) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 30 นาที .....	114
4) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 60 นาที .....	115
7.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการวิจัย.....	116
รายการอ้างอิง.....	118
ภาคผนวก.....	125

ใบรับรองโครงร่างการวิจัยของคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน.....	126
ข 127	
การทดสอบความยากง่ายของข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่.....	127
ค 128	
การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามทัศนคติต่อผู้สูงอายุ.....	128
ง 129	
ผลสำรวจความต้องการและพฤติกรรมมารับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ .....	129
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	146



# บทที่ 1

## บทนำ

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงความสำคัญของปัญหาที่นำมาสู่การศึกษาเรื่องการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ วัตถุประสงค์และกรอบแนวทางที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งนิยามศัพท์สำคัญที่เกี่ยวข้องและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยครั้งนี้ รายละเอียดของส่วนต่างๆ มีดังนี้

### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

หนึ่งในประเด็นข่าวที่เป็นที่สนใจของสื่อมวลชนทั่วโลกตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไปสู่สังคมสูงวัย (ageing society) และสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (completed aged society) ซึ่งเกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลกโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ทั้งในภูมิภาคยุโรปและภูมิภาคเอเชีย รวมถึงในประเทศไทย ทำให้วิวัฒนาการของมนุษยชาติตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมานั้นมิใช่แค่การปรับตัวให้มีชีวิตอยู่รอด และการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ หากแต่ยังหมายถึงการมีชีวิตที่ยืนยาวอย่างมีสุขภาพที่แข็งแรงอีกด้วย สิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงนี้คือการตื่นตัวของนักวิชาการด้านประชากรศาสตร์ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และสังคมศาสตร์อื่นๆ ซึ่งเห็นได้จากการศึกษาวิจัยด้านผู้สูงอายุ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับประชากรสูงอายุของประเทศ และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ รวมถึงการตราพระราชบัญญัติผู้สูงอายุขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2546

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้เริ่มดำเนินการสำรวจประชากรสูงอายุของประเทศครั้งแรกในปี พ.ศ. 2537 และอีก 4 ครั้งถัดมาในปี พ.ศ. 2545, ปี พ.ศ. 2550, ปี พ.ศ. 2554, และปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเห็นได้ว่าจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.8 ในปีแรกของการสำรวจ เป็นร้อยละ 9.4, 10.7, 12.2, และ 14.9 ในปีการสำรวจครั้งต่อๆ มาตามลำดับ จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นสังคมสูงวัยอย่างแท้จริง และคาดว่าจะเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในอีก 10 ปีข้างหน้า และคาดประมาณว่าสัดส่วนของผู้สูงอายุจะเพิ่มเป็นร้อยละ 25.1 ในปี พ.ศ. 2573 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2557)

ภาพของผู้สูงอายุที่มีอายุยืนยาวขึ้นปรากฏผ่านสื่อในหลายลักษณะ ทั้งผู้สูงอายุที่มีสุขภาพแข็งแรงและผู้สูงอายุที่ต้องได้รับการดูแล นำไปสู่การตั้งคำถามถึงการรับมือกับสังคมสูงวัย ทั้งการ

รับมือสำหรับประชากรผู้สูงอายุ การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณ และการวางแผนเกษียณอายุ ตลอดจนนโยบายของรัฐในการจัดการด้านสวัสดิการ การดูแลผู้สูงอายุ และการให้ความสำคัญกับคุณค่าของผู้สูงอายุ ซึ่งสื่อโทรทัศน์มีศักยภาพเหมาะสมที่จะมีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวกับการสูงวัย โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุเสนอข้อค้นพบว่าสื่อโทรทัศน์ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางการสื่อสารหลักที่ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ง่ายและโดยสะดวก แต่สื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อมวลชนสำคัญลำดับแรกที่ประชาชนทั่วไปและผู้สูงอายุใช้เปิดรับสารต่างๆ ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์มีพื้นที่แพร่สัญญาณออกอากาศที่ครอบคลุมทั้งประเทศและผู้เปิดรับไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ จึงทำให้เกิดคำถามสำคัญตามมาว่า สื่อโทรทัศน์จะสามารถเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ความรู้ในการเตรียมพร้อมสำหรับสังคมสูงวัยหรือไม่ และควรมีแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์อย่างไร และเมื่อกล่าวถึงความรู้ในการเตรียมความพร้อมสำหรับสังคมสูงวัยนั้น แนวคิด “การสูงวัยเชิงรุก” ที่เสนอโดยองค์การอนามัยโลก (WHO 2002) เมื่อช่วงปลายคริสต์ทศวรรษที่ 90 เป็นแนวคิดสำคัญที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การสูงวัยเชิงรุก (active aging) เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้โอกาสที่มีให้เหมาะกับการยกระดับคุณภาพชีวิตในด้านสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านความมั่นคง เมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งกับปัจเจกบุคคลและกับประชากรกลุ่มต่างๆ โดยกระบวนการนี้ช่วยให้บุคคลตระหนักถึงศักยภาพของตนในด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านสภาพจิตที่ดีไปตลอดอายุขัย และช่วยให้บุคคลเข้ามีส่วนร่วมในสังคมตามความจำเป็นตามความต้องการ และตามความสามารถของตน ขณะเดียวกันบุคคลก็ได้รับการคุ้มครอง ได้รับความปลอดภัย และได้รับการดูแลอย่างเพียงพอในยามที่ตนร้องขอความช่วยเหลือ การสูงวัยเชิงรุกประกอบด้วยเสาหลัก 3 ด้าน คือ 1) ด้านสุขภาพ (health) 2) ด้านการมีส่วนร่วม (participation) และ 3) ด้านความมั่นคง (security) ซึ่งน่าจะใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุทั่วโลกได้ องค์การอนามัยโลกจึงเสนอให้เป็นแนวคิดที่ประเทศต่างๆ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาประชากรสูงอายุให้ตระหนักถึงสิทธิในคุณภาพชีวิต เป็นผู้สูงอายุที่มีความเป็นอยู่ที่ดีทั้งกาย จิต และสังคม มีความสุขในการดำเนินชีวิต มีความสามารถในทางสังคมและเศรษฐกิจ และสามารถใช้ศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ในการพึ่งพาตนเอง ตลอดจนช่วยเหลือเกื้อกูลครอบครัวและบุคคลอื่น ทั้งนี้เพื่อความเป็นปึกแผ่นของครอบครัว ชุมชน และสังคม

การสูงวัยเชิงรุกจึงเป็นแนวคิดสำคัญสำหรับการวางแผนเพื่อรองรับสังคมสูงวัย ดังจะเห็นได้จากการศึกษาและการวิจัยเกี่ยวกับประชากรสูงอายุ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา

คุณภาพชีวิตของประชากรสูงอายุและการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุที่ต่างก็ใช้แนวคิดนี้เป็นกรอบแนวคิดของการศึกษา ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับตัวกำหนดของการสูงวัยเชิงรุกก็จะเป็นประโยชน์ในการค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือมีผลต่อการสูงวัยเชิงรุก อันจะนำไปสู่แนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและส่งเสริมความเท่าเทียมและความเสมอภาคของคนในสังคม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงผ่านเข้าสู่สังคมสูงวัยได้อย่างราบรื่น

ในบริบทของสังคมช่วงเดียวกันนี้ ประเทศไทยได้ลงทุนกับการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตรายการและการออกอากาศของสื่อโทรทัศน์จากระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล และมีการจัดประมุขคลื่นความถี่และการลงทุนของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการต่างๆ เป็นเงินมูลค่านับแสนล้านบาท ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่ควรเกิดขึ้นเพียงเพื่อให้รายการโทรทัศน์มีคุณภาพ ทั้งในด้านระบบการส่งสัญญาณและมีความคมชัดของภาพและเสียงเพิ่มขึ้นในระดับสูงหรือที่เรียกว่าโทรทัศน์ความคมชัดสูง (High Definition Television [HDTV]) และเปลี่ยนจากการมีจำนวนช่องโทรทัศน์เพิ่มจาก 6 ช่อง (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และไทยพีบีเอส) ไปเป็น 48 ช่องเท่านั้น แต่ควรหมายถึงคุณค่าของเนื้อหารายการที่นำเสนอที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติก็ควรเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาผู้สูงอายุก็เป็นกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้สนใจให้ความสำคัญกับการจัดสรรพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับผู้สูงอายุ แต่เมื่อสถานีโทรทัศน์มีช่องรายการเพิ่มมากขึ้นพร้อมกับศักยภาพในการผลิตรายการและแพร่สัญญาณที่มีคุณภาพมากขึ้น ในขณะที่ผู้สูงอายุก็เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วพร้อมกับความสามารถที่จะควบคุมการเปิดรับชมหรือตอบสนองได้อย่างทัน่วงที จึงเป็นการสมควรที่ผู้สูงอายุจะได้รับการพิจารณาจัดสรรพื้นที่ให้เป็นการเฉพาะทางสื่อโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน และในเมื่อผู้สูงอายุส่วนใหญ่ก็ให้ความสำคัญกับการเปิดรับสื่อจากสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับต้นๆ จึงน่าที่จะได้ศึกษาว่าสภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลในปัจจุบันเป็นอย่างไร มีรายการเพื่อผู้สูงอายุอยู่มากน้อยเพียงใด และเนื้อหาจากรายการเพื่อผู้สูงอายุเหล่านั้นสะท้อนบทบาทและการหน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้เพื่อผู้สูงอายุในฐานะสื่อมวลชนหรือไม่และเพียงใด อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจผังรายการของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย ในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ.2557-2558 พบว่ามีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุหรือรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาหลักเกี่ยวกับผู้สูงอายุเพียง 5 รายการ จึงกล่าวได้ว่าปัจจุบันนี้ยังไม่มีสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องใดเลยที่นำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุในสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ แม้กระทั่งโทรทัศน์ดาวเทียมที่ประกาศตัวว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุแห่งแรกในประเทศไทยก็ต้องยุติการออกอากาศไปภายหลังจากออกอากาศได้เพียงครึ่งปีเท่านั้น



จากการสืบค้นข้อมูลพบว่างานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ที่ให้ความสำคัญและศึกษาสื่อโทรทัศน์ ในฐานะเป็นสื่อทางเลือกของกลุ่มผู้สูงอายุในการรับข้อมูลข่าวสารมักเน้นพฤติกรรมการรับชม รายการโทรทัศน์หรือการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาหารายการเพื่อผู้สูงอายุที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ แต่ยังคงขาดการศึกษาที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่การกำหนดนโยบายการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการสูงวัยเชิงรุก งานวิจัยนี้จึง น่าที่จะเปิดช่องว่างดังกล่าวเนื่องจากการประสานความรู้ด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรเข้ากับความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะการทำงานของสื่อมวลชนในสาขาการผลิตรายการโทรทัศน์เข้าด้วยกัน ผลการวิจัยจึงน่าจะสามารถต่อยอดไปสู่การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์รวมถึงการพัฒนารายการเพื่อผู้สูงอายุได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ
- 2) เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

## 1.3 กรอบแนวทางในการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ 3 ประการข้างต้น ผู้วิจัยใช้กรอบแนวทางในการดำเนินการวิจัยดังปรากฏตามภาพที่ 1

## 1.4 นิยามศัพท์

ในการศึกษาเรื่องการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยให้คำจำกัดความคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

**ผู้สูงอายุ** หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยแบ่งประชากรสูงอายุเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชากรสูงอายุวัยต้น (younger old population) อายุ 60-69 ปี ประชากรสูงอายุวัยกลาง (older old population) อายุ 70-79 ปี และประชากรสูงอายุวัยปลาย (oldest old population) อายุ 80 ปีขึ้นไป

ภาพที่ 1 กรอบแนวทางในการวิจัย



**สังคมสูงวัย** หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปอาศัยอยู่จริงในพื้นที่ ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปอาศัยอยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 7

**สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์** หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปอาศัยอยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 20 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปอาศัยอยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกัน ในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 14

**สภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์** หมายถึง ภาวะหรือลักษณะที่เป็นอยู่ของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยให้หมายรวมถึงความหมายของโทรทัศน์ดิจิทัล กำเนิดโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย การดำเนินการเพื่อรับชมโทรทัศน์ดิจิทัล และผลการดำเนินการโทรทัศน์ดิจิทัล ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของโทรทัศน์ดิจิทัล

**บทบาทของสื่อโทรทัศน์** หมายถึง การทำตามหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ การให้ข่าวสาร ให้ความคิดเห็น ให้ความบันเทิง ถ่ายทอดวัฒนธรรม จัดระเบียบวาระ และระดมความร่วมมือ ซึ่งหน้าที่เหล่านี้เป็นหน้าที่ที่พึงประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรและสังคม

**ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ** หมายถึง ความรู้ต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก ซึ่งเป็นความรู้เพื่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ผู้สูงอายุ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ และความรู้อื่นที่เกี่ยวข้อง

**การสูงวัยเชิงรุก** หมายถึง แนวคิดเชิงนโยบายที่เสนอโดยองค์การอนามัยโลก ที่มุ่งให้เกิดกระบวนการในการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากโอกาสในด้านสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านความมั่นคง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งกับปัจเจกบุคคลและกับประชากรกลุ่มต่างๆ

**พฤติกรรมมารับชมรายการโทรทัศน์** หมายถึง แบบอย่างของการกระทำเมื่อบุคคลมารับชมรายการโทรทัศน์ เช่น ประเภทหรือรูปแบบรายการที่รับชม ความถี่ในการรับชม จำนวนชั่วโมงของการรับชม ช่วงเวลาในการรับชม สถานที่ที่รับชม บุคคลที่ร่วมรับชม และเหตุผลที่รับชมเป็นประจำ เป็นต้น นอกจากนี้ หากเป็นพฤติกรรมมารับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุให้หมายถึงพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อผู้สูงอายุในฐานะที่เป็นผู้รับสารเป้าหมาย

**ความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ** หมายถึง ความอยากได้ ใคร่ได้ หรือประสงค์ที่จะได้รับชมประเภท/รูปแบบของรายการ ความถี่ จำนวนเวลา และช่วงเวลาการออกอากาศ เนื้อหาและผู้ดำเนินรายการ และประเภทของการมีส่วนร่วมในรายการ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ต้องการและไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

**ประเภท/รูปแบบรายการโทรทัศน์** หมายถึง การจัดจำแนกประเภทหรือลักษณะของวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์ออกเป็นรายการต่างๆ คือ ข่าว สารคดี ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ทอล์กโชว์ เกมโชว์ เรียลลิตีโชว์ เพลง และอื่นๆ

**เนื้อหารายการ** หมายถึง เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ ได้แก่ ความรู้ด้านสุขภาพ เช่น การรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายและการออกกำลังกายที่เหมาะสม เป็นต้น ความรู้ด้านการมีส่วนร่วม เช่น ข่าวสารและกิจกรรมของชุมชนและสังคม เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วม เป็นต้น และความรู้ด้านความมั่นคง เช่น การออมและการลงทุนในวัยสูงอายุ การหารายได้พิเศษ/โอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุ และลักษณะที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม เป็นต้น

**ผู้ดำเนินรายการ** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่กล่าวนำและเรียบเรียงเรื่องราวในรายการให้มีความราบรื่น ซึ่งควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสื่อสาร มีความรู้ในประเด็นที่กล่าวถึงในรายการ และมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม โดยวิธีดำเนินรายการและลักษณะของผู้ดำเนินรายการอาจแตกต่างกันไปตามประเภทของรายการ

**เวลาในการออกอากาศ** หมายถึง เวลาที่รายการโทรทัศน์เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ ตามกำหนดที่ระบุในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ โดยกำหนดเวลาการออกอากาศให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ

**นโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ** หมายถึง หลักและวิธีปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการในการกำหนดแผนการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และวางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการสูงอายุ

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ น่าจะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการเสนอ นโยบายการพัฒนารายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อรองรับการเป็นสังคมสูงวัยและการเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ของประเทศไทยในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเป็นประโยชน์ในการต่อยอดและขยายฐานความรู้ด้านการสูงวัยเชิงรุกและการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

เนื่องจากเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้คือการแสวงหาแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับสังคมสูงวัยและสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ของประเทศไทย การทบทวนวรรณกรรมและผลงานที่เกี่ยวข้องจึงเน้นความรู้ด้านพฤฒวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก และความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน ทั้งนี้ รายละเอียดของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

#### 2.1 ความรู้ด้านพฤฒวิทยา

ความรู้ด้านพฤฒวิทยาเป็นการรวบรวมความรู้ที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ ทั้งกระบวนการและผลของการที่ประชากรมีอายุสูงขึ้น ซึ่งความรู้นี้มีประโยชน์ต่อการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ผู้สูงอายุและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ มีรายละเอียดดังนี้

##### 2.1.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ (elderly persons, older persons, หรือ seniors) เป็นคำที่น่าสนใจในการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพราะผู้สูงอายุมิใช่เป็นเพียงคำเรียกผู้ที่มีอายุตามเกณฑ์ที่กำหนดแตกต่างกันไปของแต่ละประเทศ แต่ความหมายของผู้สูงอายุสะท้อนถึงวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันอีกด้วย สำหรับประเทศไทย มีการให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ดังนี้

พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ.2494 (ราชกิจจานุเบกษา 2494) มาตรา 13 ไม่ได้ให้ความหมายผู้สูงอายุโดยตรงแต่ระบุว่า “บำเหน็จบำนาญเหตุสูงอายุนั้น ให้แก่ข้าราชการผู้มีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์แล้ว” ส่วนพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 (ราชกิจจานุเบกษา, 2546) มาตรา 3 ระบุว่า “ในพระราชบัญญัตินี้ “ผู้สูงอายุ” หมายความว่าบุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย” และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 (ราชกิจจานุเบกษา, 2550) ซึ่งแม้จะไม่นิยามไว้ตรงๆ ว่าผู้สูงอายุคือคนที่มีอายุเท่าใด แต่ที่ระบุในมาตรา 53 ว่า “บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์และไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพมีสิทธิได้รับสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะอย่างสมศักดิ์ศรี และความช่วยเหลือที่เหมาะสม” ขณะที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546:

1062) เรียกว่าวัยที่ต่อจากวัยกลางคน อายุเกิน 60 ปีว่า “วัยชรา” และพจนานุกรมศัพท์ประชากรศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน, 2557: 7) ระบุว่า ประเทศไทยนิยามว่าผู้สูงอายุ (elderly) คือผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และแบ่งประชากรกลุ่มนี้ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชากรสูงอายุวัยต้น (younger old population) อายุ 60-69 ปี ประชากรสูงอายุวัยกลาง (older old population) อายุ 70-79 ปี และประชากรสูงอายุวัยปลาย (oldest old population) อายุ 80 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ยังเรียกคนที่มีอายุ 100 ปีขึ้นไปว่า “คนร้อยปี” หรือ “ศตวรรษิกชน” (centenarian) ซึ่งประชากรที่มีอายุสูงมากๆ กลุ่มนี้มักได้รับความสนใจเมื่อต้องการศึกษาเรื่องความยืนยาวของชีวิตหรือเรื่องอายุขัยของประชากร

อย่างไรก็ดี เริ่มมีข้อโต้แย้งในทางวิชาการถึงการกำหนดอายุเริ่มต้นของผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ 60 ปีว่าควรปรับเป็นอายุเริ่มต้นที่ 65 ปี เนื่องจากวิวัฒนาการทางการแพทย์ การพัฒนาทางด้านการสาธารณสุขและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้สุขภาพและชีวิตความเป็นอยู่ในทุกด้านของประชากรดีขึ้น เป็นผลให้อายุคาดเฉลี่ยของประชากรไทยยืนยาวถึง 73 ปี ดังนั้น ผู้ที่อายุ 60 ปีจึงยังไม่แก่และแข็งแรงไม่ต่างจากคนวัยหนุ่มสาวหรือวัยกลางคน สำหรับความหมายของวัยสูงอายุนั้นอาจอธิบายแตกต่างกันได้หลายแบบ (ศรีรินทร์ เกรย์ 2556)

- 1) อายุตามปีปฏิทินหรืออายุตามวัย (calendar age หรือ chronological age) เป็นตัวชี้วัดอายุของบุคคลโดยแสดงระยะเวลาเป็นจำนวนปีที่บุคคลนั้นมีชีวิตนับตั้งแต่เกิด ปีปฏิทินที่เป็นตัวเลขนี้สามารถนำมาเปรียบเทียบระหว่างบุคคลได้
- 2) อายุทางชีววิทยา (biological age) เป็นอายุที่อธิบายด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกายและจิตใจของบุคคล สะท้อนผ่านลักษณะทางกายภาพภายนอก สถานะสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ หรือความสามารถในการทำบทบาทและหน้าที่ของบุคคล
- 3) อายุทางสังคม (sociological age) เป็นอายุที่อธิบายด้วยการเปลี่ยนแปลงของสถานภาพและบทบาททางสังคม ที่เปลี่ยนแปลงไปตามลำดับขั้นของช่วงชีวิตคนในแต่ละช่วง
- 4) อายุตามอัตวิสัย (subjective age) เป็นอายุที่ประเมินจากประสบการณ์ส่วนบุคคลหรืออัตวิสัยในระดับชุมชน ซึ่งหมายถึงการสูงอายุที่ตัดสินโดยการรับรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของชุมชนหรือสังคมที่บุคคลอาศัยอยู่

- 5) อายุในมิติอื่นๆ อาจเป็นอายุตามเกณฑ์ต่างๆ เป็นต้นว่าการใช้อายุคาดเฉลี่ยที่เหลืออยู่ของบุคคลเป็นเกณฑ์พิจารณา

Moody (Moody 2002) เสนอมุมมองไว้ในหนังสือเรื่อง “Aging : Concept and Controversies” ว่า การตั้งคำถามเกี่ยวกับวัยสูงอายุ นั้นเป็นทั้งประเด็นส่วนบุคคล และเป็นประเด็นที่ทำนายทางพฤฒวิทยาทางสังคม (social gerontology) โดยในประเด็นส่วนบุคคลจะเกี่ยวข้องกับทำให้คุณค่าแก่ช่วงชีวิตสุดท้ายของตนเองที่นำไปสู่การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว และด้านสังคม และวัยสูงอายุยังเกี่ยวข้องกับบทบาทด้านการทำงาน กล่าวคือ วัยสูงอายุจะเริ่มต้นเมื่อบุคคลเกษียณอายุจากงานประจำแต่อาจมีกิจกรรมอดิเรกทำต่อเนื่อง และการที่ผู้สูงอายุยังมีกิจกรรมหรืองานอดิเรกทำหรือไม่นั้น เป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งที่บอถึงการสูงวัย ในขณะที่พฤฒวิทยาสังคมให้ความสนใจเรื่องสถานภาพและบทบาทของผู้สูงอายุ แบบแผนการอยู่อาศัย การจัดสรรสวัสดิการ และการดูแลสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ

กล่าวได้ว่า แม้การกำหนดอายุเริ่มต้นของการสูงอายุจะมีความแตกต่างกันตามแนวคิดทฤษฎีหรือสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละประเทศ แต่เป้าหมายของการถกเถียงในประเด็นนี้ กลับทำให้เห็นถึงการให้คุณค่ากับบุคคลที่อยู่ในกลุ่มวัยสูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุวัยต้นว่ายังสามารถทำงานได้และมีบทบาทต่อสังคม นับเป็นการยกระดับคุณค่าและคุณภาพชีวิตของประชากรสูงอายุ

สำหรับงานวิจัยนี้ นิยามว่า ผู้สูงอายุหมายถึงผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยแบ่งประชากรสูงอายุ เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชากรสูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) ประชากรสูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) และประชากรสูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป)

### 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสูงวัย

ทฤษฎีเป็นเครื่องมือของนักวิชาการที่เสนอขึ้นเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ ซึ่งทำให้สามารถตีความหมายและเข้าใจความเป็นไปของโลกได้ง่ายขึ้น สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการสูงวัย (Theories of aging) จะมุ่งอธิบายกระบวนการที่ประชากรมีอายุสูงขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยแนวศึกษาจากสาขาวิชาชีววิทยา สังคมวิทยา และจิตวิทยาสังคม คำอธิบายโดยย่อเกี่ยวกับกระบวนการสูงวัยของทฤษฎีต่างๆ มีดังนี้ (ผู้สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก (Ebersole 1985), (Kossuth 1988), (Bengtson V. L. 2009) และ Touhy and Jett (Touhy 2016) เป็นต้น)

1) **ทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological theory)** อธิบายว่าการสูงวัยทางชีวภาพหรือกระบวนการชราภาพเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เป็นปฏิกิริยาซับซ้อนเกี่ยวข้องกับพันธุกรรม การเผาผลาญฮอร์โมน ระบบภูมิคุ้มกัน ระบบประสาท และต่อมไร้ท่อ รวมถึงการ

เปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานของเซลล์ เนื้อเยื่อ และอวัยวะต่างๆ ตัวอย่างของทฤษฎีทางชีววิทยา เช่น ทฤษฎีพันธุศาสตร์ ทฤษฎีอวัยวะ และทฤษฎีสรีรวิทยา เป็นต้น

2) **ทฤษฎีทางสังคมวิทยา (Sociological theory)** กล่าวถึงบทบาทสัมพันธภาพ และการปรับตัวทางสังคมในช่วงท้ายของชีวิต และวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุมีสถานะทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป โดยอธิบายว่าถ้าสังคมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะทำให้สภาพของผู้สูงอายุเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วย และหากผู้สูงอายุยังคงยึดติดกับบทบาทเดิม จะเกิดความเครียดซึ่งจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกแปลกแยกและปลีกตัวออกจากสังคม ดังนั้น การจะใช้ชีวิตในช่วงสูงอายุให้มีความสุขจึงต้องคงบทบาทและสภาพทางสังคมไว้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ตัวอย่างของทฤษฎีทางสังคมวิทยา เช่น ทฤษฎีบทบาท ทฤษฎีกิจกรรม ทฤษฎีความต่อเนื่อง และทฤษฎีการจัดช่วงชั้นทางอายุ เป็นต้น

3) **ทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Psychosocial theory)** เสนอว่าการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพและพฤติกรรมของผู้สูงอายุเป็นผลของการพัฒนาและการปรับปรุงปรับความนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจ และเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งความสามารถในการปรับปรุงปรับจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสำเร็จ เช่น ทฤษฎีขั้นพัฒนาการทางจิตสังคม เป็นต้น

### 2.1.3 วายาคติ

พจนานุกรมศัพท์ประชากรศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ราชบัณฑิตยสถาน 2557) ให้ความหมายของวายเป็น (ageism) ว่าหมายถึง

อคติและการเลือกปฏิบัติต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลด้วยเหตุแห่งอายุหรือวัย อคติเช่นนี้อาจเกิดขึ้นจากความเชื่อทัศนคติ ค่านิยม หรือบรรทัดฐานในทางลบที่คนมีต่อบางกลุ่มอายุ ซึ่งนำไปสู่ความลำเอียงและการเลือกปฏิบัติ . . . หรือการไม่ยอมรับพฤติกรรมบางอย่างของผู้สูงวัย เพราะมีทัศนคติว่าผู้สูงอายุไม่ควรทำอย่างนั้น

Nelson (Nelson 2004) อธิบายไว้ในหนังสือเรื่อง Ageism: stereotyping and prejudice against older persons ว่าในทางสังคมวิทยานั้น พื้นฐานของการจำแนกประเภทบุคคลมาจากลักษณะทางประชากร 3 ลักษณะ คือ เพศ อายุ และเชื้อชาติ การศึกษาทางสังคมวิทยาในยุคต้น ก็เน้น 3 ลักษณะนี้ว่าส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ให้กับบุคคลได้อย่างไร แต่การวิจัยในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1970 จะเน้นที่การมีอคติทางเพศและทางเชื้อชาติมากกว่า อย่างไรก็ตาม



ดี Nelson ย้ำว่าการให้ความสนใจกับวัยคาดเดาถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะอายุเป็นสิ่งที่สังเกตได้ง่าย เมื่อทราบอายุแล้วก็มักจะตัดสินลักษณะอื่นๆ ของบุคคลนั้นในทันที เช่น ลักษณะทางกายภาพ ความสามารถในการรับรู้ ความสนใจทางการเมือง และวัฒนธรรม เป็นต้น การที่ลักษณะประจำอายุแตกต่างจากลักษณะทางประชากรอื่นๆ ก็เพราะว่าลักษณะอื่นๆ เป็นต้นว่า เพศ หรือเชื้อชาติ เปลี่ยนแปลงไม่ได้หรือเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่รูปลักษณะของบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และอายุที่เปลี่ยนไปมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลอย่างเห็นได้ชัด ในขณะเดียวกัน การแบ่งกลุ่มอายุเป็นช่วงวัยต่างๆ ก็เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของความแตกต่างของบุคคลในแต่ละช่วงวัยด้วยเช่นกัน ดังนั้น การฝังภาพของบุคคลรุ่นสูงวัยจึงเป็นการผลิตซ้ำภาพลักษณ์นั้นๆ ไปจนกลายเป็นการเหมารวม ด้วยเหตุนี้ การสนใจและการศึกษาเกี่ยวกับวัยคาดเดาและผลของวัยคาดเดาต่อผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ทั้งในมิติทางสังคม และมิติทางสื่อมวลชน

#### 2.1.4 แนวคิดการสูงวัยเชิงรุก

การสูงวัยเชิงรุก (Active aging)<sup>1</sup> เป็นกรอบแนวคิดเชิงนโยบายที่พัฒนาขึ้นจากหลักฐานในทางทฤษฎีและการวิจัยเป็นสำคัญ และองค์การอนามัยโลกเสนอให้นานาชาติประเทศรับไปเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยใช้เป็นกรอบแนวทางเพื่อสร้างแผนปฏิบัติการเพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ การมีส่วนร่วมทางสังคม และการมีความมั่นคง

องค์การอนามัยโลก (WHO 2002) ให้ความหมายของการสูงวัยเชิงรุกว่าหมายถึงกระบวนการที่บุคคลใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากโอกาสทางด้านสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านความมั่นคง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเมื่อบุคคลสูงวัยขึ้น ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งกับปัจเจกบุคคลและประชากรกลุ่มต่างๆ โดยกระบวนการนี้ช่วยให้บุคคลตระหนักถึงศักยภาพของตนในด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านสภาพจิตที่ตีไปตลอดอายุขัย และช่วยให้บุคคลเข้ามีส่วนร่วมในสังคมตามความจำเป็น ตามความต้องการ และตามความสามารถของตน ขณะเดียวกันบุคคลก็ได้รับการคุ้มครอง ได้รับความปลอดภัย และได้รับการดูแลอย่างเพียงพอในยามที่ตนร้องขอความช่วยเหลือ แนวศึกษาการสูงวัยเชิงรุกตระหนักถึงสิทธิส่วนบุคคลและความเป็นอิสระของผู้สูงอายุ ซึ่งตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อการสูงวัยเชิงรุกของประชากรสูงอายุก็คือสิ่งที่อยู่รอบตัวบุคคล ครอบครัว และสังคม การศึกษาและการทำความเข้าใจอิทธิพลของตัวกำหนดเหล่านี้

<sup>1</sup> มีผู้ใช้ภาษาไทยสำหรับคำว่า active aging อยู่หลายคำ เช่น พดุมพลัง พดุมพลัง และวุฒิวัย สำหรับงานวิจัยนี้เลือกใช้คำว่า “การสูงวัยเชิงรุก” เนื่องจากเป็นการแปลคำว่า active และคำว่า aging ตามศัพท์บัญญัติโดยราชบัณฑิตยสถาน

ตลอดเส้นทางชีวิตของผู้สูงอายุจะเป็นประโยชน์สำหรับการเปลี่ยนผ่านและเป็นหน้าต่างแห่งโอกาสเพื่อส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนร่วม และความมั่นคงในทุกๆ ระยะของชีวิต และสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับกำหนดนโยบาย วางแผน และสร้างโครงการที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสูงวัยเชิงรุก มีดังนี้

- ตัวกำหนดเชิงตัดขวาง ได้แก่ วัฒนธรรม และสถานะเพศ
- ตัวกำหนดที่เกี่ยวข้องกับระบบบริการทางสุขภาพและสังคม ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค การให้บริการด้านการรักษาพยาบาล การดูแลระยะยาว และการให้บริการสุขภาพจิต
- ตัวกำหนดเชิงพฤติกรรม ได้แก่ การสูบบุหรี่และการดื่มแอลกอฮอล์ กิจกรรมทางกายภาพ การกินเพื่อสุขภาพ สุขภาพช่องปาก โอสถบำบัด ทูรเวชปฏิบัติ และการกระทำตามกฎหมายเกณฑ์หรือความเชื่อต่างๆ
- ตัวกำหนดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ชีววิทยาและพันธุศาสตร์ และปัจจัยทางจิตวิทยา
- ตัวกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย การหกล้ม น้ำสะอาด อากาศสะอาด และอาหารที่ปลอดภัย
- ตัวกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม ความรุนแรงและการกระทำทารุณ การศึกษา และการอ่านออกเขียนได้
- ตัวกำหนดทางเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ การปกป้องคุ้มครองทางสังคม และการทำงาน

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรผันของตัวกำหนดแต่ละตัวว่ามีอิทธิพลต่อการสูงวัยเชิงรุกอย่างไร จะทำให้สามารถวางแผน จัดโครงการ และมุ่งใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้สูงอายุ (หรือแม้แต่ประชากรวัยอื่น) มีพฤติกรรมที่เหมาะสมในเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่องไปตลอดเส้นทางของการสูงอายุ (ผู้สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก (WHO 2002) อย่างไรก็ตาม ในการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสูงวัยเชิงรุกไม่อาจแยกพิจารณาเฉพาะวัยสูงอายุ แต่ต้องวิเคราะห์จากทุกช่วงวัยตลอดเส้นทางชีวิตเพื่อประเมินผลที่ส่งไปถึงสุขภาพเมื่อสูงวัย นอกจากนี้ การเตรียมความพร้อมเพื่อวัยสูงอายุก็ถือเป็น การเสริมสร้างหน้าต่างโอกาส ทั้งจากการมีประชากรที่มีสุขภาพดี

และมีความมั่นคง ยังผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอันเป็นการปันผลทางประชากรได้อีกด้วย

### 2.1.5 งานวิจัยและข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและการสูงวัยเชิงรุก

เนื่องจากคำว่า การสูงวัยเชิงรุก มีผู้ใช้คำเรียกที่แตกต่างกัน ในส่วนนี้จึงคงคำดังกล่าวไว้ตามที่เจ้าของงานวิจัยนั้นใช้จริง จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและการสูงวัยเชิงรุก พบงานวิจัยดังนี้

จิราพร เกศพิชญวัฒนา และคณะ (2552) ศึกษาภาวะพุดมพลังจากผู้สูงอายุที่ได้รับการยอมรับในสังคมจำนวน 12 ราย พบว่าผู้สูงอายุตัวอย่างแม้จะมีลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน แต่ก็มีภาวะพุดมพลังที่ชัดเจนร่วมกัน ได้แก่ การมีสุขภาพที่ดี โดยผู้สูงอายุทั้งที่ปลอดโรคและไม่ปลอดโรคสามารถดูแลตนเองได้ดีทั้งสุขภาพกาย ใจ สังคมและจิตวิญญาณได้เหมาะสมกับวัย การไม่อยู่เฉยและมีส่วนร่วมโดยทำกิจกรรมตลอดเวลา ทั้งกิจกรรมยามว่าง และกิจกรรมในองค์กรที่ตนเองเป็นสมาชิก และการมีความมั่นคงในชีวิต รู้สึกปลอดภัยและมีความแน่นอนในด้านรายได้ ที่อยู่อาศัย และด้านการมีผู้ดูแล (จิราพร เกศพิชญวัฒนา 2552)

กุศล สุนทรธาดา และกมลชนก ขำสุวรรณ (2553) นำเสนอระดับและแนวโน้มความมีพุดมพลังของผู้สูงอายุไทย พบว่าผู้สูงอายุไทยมีระดับพุดมพลังอยู่ในระดับกลาง มีแนวโน้มการมีพุดมพลังลดลงเนื่องจากการมีสุขภาพดีและการมีรายได้พอเพียงลดลง โดยปัจจัยกำหนดดัชนีความมีพุดมพลังของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคม (สถานภาพสมรส เขตที่อยู่อาศัย อาชีพ หนี้สิน) การได้รับข้อมูลข่าวสาร และสุขภาพ (การไม่มีโรคเรื้อรังและการไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์) และมีข้อเสนอแนะ เช่น รัฐบาลควรรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกายที่ดี มีการคัดกรองโรคเรื้อรังและหลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยงก่อนวัยสูงอายุ และให้มีนโยบายสร้างโอกาสการทำงานของผู้สูงอายุที่มีความยืดหยุ่นหลากหลาย เพื่อให้ผู้สูงอายุมีอาชีพ มีรายได้ และพึ่งตนเองได้ รวมทั้งสนับสนุนข้อมูลข่าวสารแก่ผู้สูงอายุ (กุศล สุนทรธาดา 2553)

วิไลพร วงศ์คีรี และคณะ (2556) ศึกษาปัจจัยทำนายพุดมพลังของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการที่ตัวอย่างจะมีพุดมพลังหรือมีพฤติกรรมเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ พบว่าเมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้นจะรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงของสุขภาพร่างกายที่เสื่อมโทรมลง ส่งผลถึงอารมณ์ ความมุ่งหมายในชีวิต และการสร้างสัมพันธภาพ ทำให้ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินชีวิตเพื่อเตรียมการเข้าสู่วัย

สูงอายุ ปัจจัยด้านเพศ พบว่าเพศชายมีพัฒนาพลังในระดับดีมากกว่าเพศหญิง ส่วนปัจจัยด้านสถานภาพสมรส พบว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีพัฒนาพลังมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสโสดถึง 3 เท่า และผู้ที่มีสถานภาพสมรสโสดมีพัฒนาพลังมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสหย่าร้างหรือหม้าย 0.5 เท่า สำหรับปัจจัยด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุและความมั่นใจในการเกษียณอายุ ส่วนปัจจัยด้านรายได้ การทำงาน และอาชีพ พบว่ารายได้ยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเตรียมตัวเกษียณอายุ ส่วนผู้ที่ทำงานราชการหรือระดับผู้เชี่ยวชาญมีพัฒนาพลังในระดับดีสูงกว่าผู้ที่ทำงานในอาชีพอื่นหรือผู้ที่ว่างงาน และผู้ที่ทำงานนอกภาคเกษตรกรรมมีพัฒนาพลังมากกว่าผู้ทำงานในภาคเกษตรกรรมถึง 1.3 เท่า และปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย โดยผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสูงอายุมักจะมีพฤติกรรมการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุที่เหมาะสม นอกจากนี้ ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการสูงอายุมักจะมีพัฒนาพลังหรือมีพฤติกรรมการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุทั้งในเรื่องสุขภาพ ความมั่นคงหรือหลักประกันในชีวิต และเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมในสังคม ส่งผลให้มีภาวะซึมเศร้าและความวิตกกังวล ในขณะที่เข้าสู่วัยสูงอายุลดลง และมีความผาสุกหรือความพึงพอใจในชีวิตเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุมากขึ้น และปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคมจะทำให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสมและมีความพึงพอใจในชีวิตภายหลังเกษียณอายุมากขึ้น (วิไลพร วงศ์คินี 2556)

ดวงเดือน รัตนะมงคลกุลและคณะ (2558) ศึกษาภาพสุขภาพของผู้สูงอายุผ่านมุมมองแนวคิดพัฒนาพลัง 3 เสาหลัก พบว่าด้านสุขภาพ ปัญหาสุขภาพที่พบในผู้สูงอายุคือปัญหาเรื่องการมองเห็น การสูญเสียความทรงจำ และปัญหาเรื่องการนอนหลับ โดยปัญหาการมองเห็นมีสาเหตุมาจากต้อกระจกและต้อหิน ส่วนความสามารถทางกายในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน พื้นฐานของผู้สูงอายุ พบว่ามีผู้สูงอายุร้อยละ 1 ที่ต้องการการพึ่งพาตั้งแต่ระดับมากถึงพึ่งพาทั้งหมด ส่วนกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุเป็นอิสระไม่ต้องพึ่งพาที่พบได้มากประกอบด้วย การเดินหรือเคลื่อนที่นอกบ้าน การทอนเงิน การแลกเงิน และการทำหรือเตรียมอาหาร และเรื่องสุขภาพจิตพบภาวะซึมเศร้าปานกลางถึงรุนแรงอยู่ที่ร้อยละ 2.7 และพบผู้สูงอายุที่มีภาวะสมองเสื่อมร้อยละ 21.6 ด้านการมีส่วนร่วมพบว่าการเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมทางด้านศาสนา รองลงมาเป็นกิจกรรมการพัฒนาชุมชน ส่วนด้านการมีหลักประกันความมั่นคงในชีวิต พบว่าผู้สูงอายุที่ยังมีคู่สมรสอยู่ด้วยมีถึงร้อยละ 60 และพบว่าบุตรมีบทบาทสำคัญมากที่สุดในการเป็นหลักประกันความมั่นคงของผู้สูงอายุ กล่าวคือ เป็นแหล่งช่วยเหลือด้านการเงินและเป็นผู้ดูแลเมื่อเจ็บป่วย ช่วยเหลือเรื่องกุศลด้านจิตใจ เป็นแหล่งสนับสนุนด้านจิตสังคมและเป็นบุคคลที่ผู้สูงอายุวางใจ แหล่งหลักประกันทางการเงินของผู้สูงอายุที่

สำคัญคือ บุตรและเงินสนับสนุนเบี้ยยังชีพจากรัฐบาล แต่ผู้ดูแลผู้สูงอายุประมาณกว่าหนึ่งในสาม ต้องทำงานนอกบ้าน (ดวงเดือน รัตนมงคลกุล 2558)

Plouffe and Kalache (2010) ได้ศึกษาถึงแนวทางในการส่งเสริมการสูงวัยเชิงรุกให้แก่ผู้สูงอายุในเขตเมือง เพื่อให้เมืองใหญ่ๆ มีบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุตามแนวทางขององค์การอนามัยโลกที่กำหนดลักษณะของเมืองใหญ่ทั่วโลก 35 เมืองให้เป็นเมืองน่าอยู่สำหรับผู้สูงอายุ โดยมีเกณฑ์สำคัญ 8 ประการ ได้แก่ การมีพื้นที่ภายนอกอาคารสำหรับผู้สูงอายุ ระบบคมนาคมขนส่ง ที่อยู่อาศัย การมีส่วนร่วมทางสังคม การเคารพและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การมีโอกาสในการทำงาน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนจากชุมชนและบริการด้านสุขภาพ โดยวิธีการศึกษาหลักคือการสนทนาแบบกลุ่มกับตัวอย่างประชากรสูงอายุในพื้นที่เมืองที่อยู่ในรายชื่อเมืองเป้าหมายจำนวน 158 กลุ่ม ผลการศึกษาพบว่าแต่ละเมืองไม่ได้มีความแตกต่างในด้านแนวคิดการทำให้เมืองเป็นเมืองน่าอยู่สำหรับผู้สูงอายุ แต่ในด้านการให้บริการสุขภาพกลับมีความแตกต่างตามลักษณะของเมืองต่างๆ นอกจากนี้ ยังพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกและข้อจำกัดของเมืองต่างๆ ที่แตกต่างกันนั้นมีผลอย่างมากต่อการสร้างความน่าอยู่ให้กับผู้สูงอายุ เพราะเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุจะทำให้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่ดี มีสุขภาพะที่ดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสังคม รวมถึงการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ดีทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าในตัวเอง (Plouffe 2010)

นอกจากข้อมูลจากข้อค้นพบของงานวิจัยต่างๆ ข้างต้นแล้ว ยังมีข้อเสนอต่างๆ จากสถาบันและนักวิชาการที่สนใจงานด้านพฤฒวิทยาและแนวคิดการสูงวัยเชิงรุกอีกมากมาย ดังเช่นข้อเสนอต่อไปนี้

ปราโมทย์ ประสาทกุล และคณะ (2555: 118-119) เสนอโครงการ “พฤฒศึกษา” (ageing education) เพื่อเป็นการให้ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้แก่ประชาชนทุกเพศทุกวัยเกี่ยวกับกระบวนการที่ประชากรมีอายุสูงขึ้น ซึ่งมีสาระครอบคลุมสถานการณ์ แนวโน้ม สาเหตุ และผลที่ตามมาของการมีอายุสูงขึ้นของประชากร มีสาระที่มุ่งให้ผู้สูงอายุดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า รู้วิถีครองชีวิตยามชรา และรู้ทันโลก โครงการพฤฒศึกษานี้จะต้องทำทั้งในระบบการศึกษาในโรงเรียนและนอกโรงเรียน ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และต้องอาศัยสื่อการสอนและสื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายให้คนทุกเพศทุกวัยอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในสังคมผู้สูงอายุ โดยเสนอว่าในกลุ่มประชากรสูงอายุ ผู้สูงอายุที่ยังแข็งแรงและมีสุขภาพอนามัยสมบูรณ์ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุวัยต้น ควรเน้นการให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการใช้

เทคโนโลยีสมัยใหม่ ข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมกันทำกิจกรรมทางสังคม การส่งเสริมการทำงาน และความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทั้งกายและใจ ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุวัยกลาง ซึ่งอาจมีโรคภัยไข้เจ็บบ้างแต่ยังช่วยเหลือตนเองได้ พหุศึกษาจะต้องเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งบริการทางสุขภาพอนามัยที่ผู้สูงอายุจะเข้าถึงได้ ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเอง การออกกำลังกายที่เหมาะสม และวิธีการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้กับคนรุ่นหลัง ส่วนผู้สูงอายุวัยปลายและกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการความช่วยเหลือหรือต้องพึ่งพิงผู้อื่นในการดำรงชีวิต ต้องเป็นข่าวสารความรู้ที่ให้ผ่านผู้ดูแล โดยมีสาระเรื่องวิธีการดูแลและการอยู่กับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง รวมทั้งสาระที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ สำหรับประชากรวัยแรงงาน ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ควรเน้นให้แรงงานเตรียมตัวเตรียมใจทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และการอยู่อาศัย เพื่อก้าวเข้าสู่ชีวิตสูงวัยที่มีคุณภาพ ส่วนประชากรวัยเด็กและเยาวชน ให้นั้นเรื่องการอยู่ร่วมกันในสังคมผู้สูงอายุ ปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมที่ดีของไทยเรื่องการให้ความเคารพและให้คุณค่าผู้สูงอายุ รวมทั้งให้ข้อมูลข่าวสารที่จะส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีความรู้และความเข้าใจในผู้สูงอายุ (ปราโมทย์ ประสาทกุล 2555)

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2557) เสนอการสร้างภูมิคุ้มกันให้ผู้สูงอายุในการปกป้องตนเองจากภัยรอบด้านด้วยการให้ข่าวสารความรู้ รวมทั้งพัฒนาเครื่องมือกลไก และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตอย่างปลอดภัยและมีศักดิ์ศรี ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนมีบทบาทในการดูแลผู้สูงอายุเพื่อแบ่งเบาภาระของครอบครัว สร้างระบบเฝ้าระวังและดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังทั้งในเขตเมืองและเขตชนบท ออกแบบ สร้าง และปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทั้งอาคารบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย ยานพาหนะ รวมทั้งระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่างๆ ให้เอื้อต่อการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ ลด “วัยาคติ” หรือแนวความคิดเชิงลบต่อผู้สูงอายุในหมู่ประชากรทุกเพศทุกวัย สนับสนุนให้กลุ่ม/ชมรมผู้สูงอายุมีบทบาทและความเข้มแข็ง สนับสนุนให้ผู้สูงอายุดำรงชีวิตอยู่อย่างมั่นคงและมีศักดิ์ศรี ตลอดจนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีหลักประกันรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืน (ปราโมทย์ ประสาทกุล 2555)

จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปเป็นตัวแบบความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยที่ควรนำเสนอผ่านสื่อมวลชน มีดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแบบความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย
1) ความหมายของผู้สูงอายุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้ความหมาย “ผู้สูงอายุ” ในสังคม</li> <li>- อายุเริ่มต้นของการสูงอายุ</li> <li>- การแบ่งกลุ่มวัยสูงอายุ</li> </ul>
2) ลักษณะของผู้สูงอายุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะทางชีวภาพ ทางสังคม และทางจิตสังคมของผู้สูงอายุ</li> <li>- การเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกายและสภาพจิตใจตามวัย</li> <li>- คุณค่าทางวัฒนธรรมของผู้สูงอายุในสังคม</li> <li>- วยาคติต่อผู้สูงอายุ</li> </ul>
3) แนวคิดการสูงวัยเชิงรุก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่ดี</li> <li>- โอกาสในการเกิดโรคและการป้องกันโรค</li> <li>- พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ</li> <li>- การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพจากภาครัฐและสถาบันอื่นๆ ในสังคม</li> <li>- การเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตแตกต่างกัน</li> <li>- การมีสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและเหมาะสมสำหรับสังคมสูงวัย เช่น การมีกรอกแบบเพื่อทุกคน (universal design) ซึ่งเป็นการออกแบบที่เป็นสากลและเป็นธรรม</li> <li>- การมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ดี และการป้องกันความรุนแรงและการกระทำทารุณ</li> <li>- การเตรียมตัวเพื่อความมั่นคงของชีวิตในด้านเศรษฐกิจ การมีรายได้ การวางแผนการเงิน และการออมเพื่อชีวิตหลังเกษียณ การเข้าถึงการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น ระบบประกันสังคม และโอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุ</li> <li>- การจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมกับการให้การปกป้องคุ้มครองดูแลผู้สูงอายุ การจัดสวัสดิการ และระบบการดูแลระยะยาว</li> <li>- การสนับสนุนและส่งเสริมการทำกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อรักษารูปแบบและการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในครอบครัว ชุมชน และสังคม</li> </ul>
4) อื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเรียนรู้ตลอดชีวิต</li> <li>- การให้ข้อมูลข่าวสาร และรายงานสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและสังคมสูงวัย</li> <li>- การให้ความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายและสิทธิของผู้สูงอายุ</li> <li>- การให้ความบันเทิงและการผ่อนคลายที่เชิดชูคุณค่าผู้สูงอายุ</li> </ul>

ถึงแม้ว่าเนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวกับการสูงวัยเหล่านี้จะมีเป้าหมายเพื่อเป็นรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ แต่ผลกระทบต่อสังคมมิได้จำกัดเฉพาะผู้รับชมรายการที่เป็นผู้สูงอายุเท่านั้น เนื่องจากผู้รับชมรายการทั่วไปในวัยต่างๆ ก็ย่อมจะมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและแนวทางการสูงวัยเชิงรุกเช่นกัน เพราะคุณค่าของแนวคิดนี้ไม่เพียงแต่ทำให้ประชากรทุกกลุ่มอายุได้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมสำหรับวัยสูงอายุเท่านั้น แต่ยังทำให้ประชากรเหล่านั้นได้กลายเป็นผู้สูงอายุที่มีการสูงวัยเชิงรุก และทำให้ประชากรในทุกช่วงวัยได้เห็นคุณค่าของผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์อีกด้วย

## 2.2 ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีความสำคัญต่อประชากรทุกกลุ่ม ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม กระบวนการสื่อสารมวลชนเกี่ยวข้องกับทั้งกับสถาบันสื่อ ผู้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อ สารที่ส่ง ช่องทางการส่งสาร และผู้รับสาร การศึกษาด้านการสื่อสารมวลชนจึงมีความสลับซับซ้อนและเกี่ยวโยงกับปัจจัยต่างๆ มากมาย และการศึกษาสื่อมวลชนโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีจากสำนักคิดทางการสื่อสารที่แตกต่างกันก็นำไปสู่มุมมองและความเข้าใจที่หลากหลายเกี่ยวกับอิทธิพลและผลของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม มุมมองและความเข้าใจที่เกิดจากแนวคิดหรือทฤษฎีจากต่างสำนักคิดทางการสื่อสารก็สามารถเชื่อมโยงและเสริมซึ่งกันและกัน และน่าที่จะก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อสังคมในการค้นหาแนวทางเพื่อให้สื่อมวลชนสามารถปฏิบัติหน้าที่สื่อได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และรอบด้าน จนสามารถเป็นผู้นำเสนอสารที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและสังคมโดยรวมได้ รายละเอียดของความรู้ด้านการสื่อสารมวลชนมีดังนี้

### 2.2.1 ความหมายและกระบวนการของการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่ประกอบด้วยสถาบันและเทคนิค ซึ่งกลุ่มคนที่มีความชำนาญพิเศษใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีเพื่อกระจายหรือส่งสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันและอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้อย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน (Janowitz 1968), (McQuail 1981)

การทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารมวลชนจะทำให้ทราบถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร โดยนักวิชาการด้านการสื่อสารได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายโครงสร้างและองค์ประกอบของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนไว้หลาย



แบบ เช่น แบบจำลองการสื่อสารมวลชนของ (Schramm 1954) แบบจำลองการสื่อสารของ Berlo (1960) และแบบจำลองการสื่อสารนวัตกรรมของ Rogers (Rogers 1983) เป็นต้น ซึ่งอาจสรุปและอธิบายถึงองค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการสื่อสารมวลชน ได้ดังนี้

1) ผู้ส่งสาร (sender) คือ องค์การสื่อสารมวลชน สื่อมวลชน หรือกลุ่มคนที่มีความชำนาญพิเศษ ซึ่งจะทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสาร ในงานวิจัยนี้ ผู้ส่งสารคือสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์

2) สาร (message) คือ เนื้อหา ข้อมูล หรือข่าวสารที่ส่งออกไป โดยสารที่ส่งออกไปอาจจะไปถึงผู้รับเพียงบางคนหรือทุกคน และสารอาจจะไปถึงผู้รับโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้ ในงานวิจัยนี้ สารคือความรู้หรือเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สูงอายุหรือที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเชิงรุก

3) ช่องทาง (channel) คือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการส่งสาร ในงานวิจัยนี้ ช่องทางคือสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

4) ผู้รับสาร (receiver) คือ กลุ่มบุคคลจำนวนมาก มีความต่างแบบกัน และกระจายกันอยู่ทั่วไป ในงานวิจัยนี้ ผู้รับสารคือผู้สูงอายุ

5) ผล (effect) คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติของบุคคล ในงานวิจัยนี้ ผลคือสิ่งที่คาดหวังจากผู้สูงอายุภายหลังจากการรับสารที่เป็นความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเชิงรุก เช่น เมื่อมีความรู้ ก็ปรารถนาที่จะเตรียมความพร้อมเพื่อการสูงวัย และลงมือปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป้าหมายในการเป็นผู้สูงวัยเชิงรุก

6) ผลป้อนกลับ (feedback) คือ ปฏิกริยาจากผู้รับสาร ในงานวิจัยนี้ ผลป้อนกลับอาจอนุมานจากจำนวนผู้ที่รู้จักรายการ จำนวนผู้รับชมรายการ จำนวนผู้ที่โทรศัพท์หรือส่งข้อความสั้นเข้ารายการ จำนวนผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมของรายการ หรือรายได้จากค่าโฆษณา เป็นต้น

7) ผลกระทบ (impact) คือ ผลจากการสื่อสารที่กระทบต่อบุคคลและสังคมในวงกว้าง ภายหลังจากที่บุคคลในฐานะผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ ในงานวิจัยนี้ ผลกระทบอาจเห็นได้จากการที่ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ครอบครัวมีความสุข และการออมของประเทศดีขึ้น เป็นต้น

## 2.2.2 บทบาทของสื่อมวลชน

บทบาทและหน้าที่ที่สังคมกำหนดและคาดหวังให้สื่อมวลชนปฏิบัติมีหลายประการ ดังนี้ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จาก (Lasswell 1948), (Mendlesohn 1966),

(McCombs 1972), อ้างถึงใน วิล ไวล์ วังศ์สืบชาติ และพัฒนาวัต ชูโต(วิล ไวล์ วังศ์สืบชาติ 2551), และ (McQuail 1989) เป็นต้น)

1) หน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร (to inform) เป็นหน้าที่ที่เกิดจากการสังเกตการณ์ หรือสอดส่องดูแลความเป็นไปในสังคม

2) หน้าที่ให้ความคิดเห็น (to comment) เป็นหน้าที่ให้คำอธิบาย ให้ข้อวิจารณ์ และตีความปรากฏการณ์ต่างๆ เพื่อสร้างความเห็นร่วมกันและสนองตอบต่อความเป็นไปในสังคม

3) หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (to transmit) เป็นหน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

4) หน้าที่ให้ความบันเทิง (to entertain) เป็นหน้าที่ในการสร้างความเพลิดเพลิน และความผ่อนคลาย

5) หน้าที่ในการจัดระเบียบวาระ (to set agenda) เป็นหน้าที่ในการส่งเสริม กลั่นกรอง และตั้งประเด็นเพื่อกระตุ้นและสร้างความตระหนักของสาธารณชนและผู้วางนโยบาย เกี่ยวกับปัญหาที่โดดเด่นในช่วงเวลานั้น

6) หน้าที่ในการระดม (to mobilize) ความร่วมมือและสรรพกำลังในเวลาสำคัญ และเวลาวิกฤตต่างๆ เช่น เมื่อเกิดวิกฤตทางการเมือง หรือในยามสงคราม เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนที่กล่าวมาข้างต้นเน้นการทำหน้าที่ ในเชิงบวกและสร้างสรรค์ อันเป็นหน้าที่ที่พึงประสงค์ (function) และถือเป็นการให้การศึกษาตาม อรรถาธิบายเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต แต่สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับการปฏิบัติหน้าที่นั้นอาจมีหน้าที่แฝง (latent function) หรืออาจกลายเป็นหน้าที่ที่มีข้อบกพร่อง (malfunction) ก็เป็นไปได้ อย่างไรก็ตาม น่าที่จะทำ ให้สามารถใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อสื่อสารความรู้ด้านพฤติกรรมวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการสูงวัย เชิงรุกให้กับผู้สูงอายุและประชากรกลุ่มอื่น รวมไปถึงผู้มีหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน และ วางโครงการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสูงวัยเชิงรุกเป็นวาระสำคัญของชาติ ที่ทุกองคาพยพต้องร่วมมือ ร่วมใจกันปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายการเตรียมพร้อมเพื่อการสูงวัย และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั่นเอง

### 2.2.3 ทฤษฎีอิทธิพลเชิงการเลือกสรร

เนื่องจากผู้รับสารมิได้รับสารโดยอัตโนมัติและไม่ได้เปลี่ยนแปลงตนเองตาม ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ สื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลหรือผลโดยตรงในรูปแบบเดียว และโดยทันทีต่อผู้รับสาร หากแต่ผู้รับสารสามารถตัดสินใจเลือกที่จะสนใจ เปิดรับ รับรู้ เข้าใจ และจดจำ ตลอดจนเลือกที่จะปฏิบัติตาม ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีอิทธิพลเชิงการเลือกสรร (Theory of

selective influence) ของ Defleur and Ball-Rokeach (DeFleur 1989) ที่อธิบายว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสรรของผู้รับสารสามารถแยกอธิบายได้เป็น 3 ทฤษฎีย่อย คือ

1) ทฤษฎีความแตกต่างของปัจเจกบุคคล (The individual differences theory) อธิบายว่าการเปิดรับสื่อของบุคคลและอิทธิพลจากสื่อจะแตกต่างกันตามปัจจัยทางจิต เช่น ความนิยม ความรู้ ความเชื่อ ทศนคติ ความต้องการ ค่านิยม และบุคลิกภาพ เป็นต้น

2) ทฤษฎีการจำแนกแตกต่างทางสังคม (The social differentiation theory) อธิบายว่าการเปิดรับสื่อของบุคคลและอิทธิพลจากสื่อจะแตกต่างกันตามภูมิหลังทางประชากรและสังคม เช่น เพศ ศาสนา สถานภาพสมรส เชื้อชาติ การศึกษา อาชีพ รายได้ และชั้นชนทางสังคม เป็นต้น

3) ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The social relationships theory) อธิบายว่าการเปิดรับสื่อของบุคคลและอิทธิพลจากสื่อจะแตกต่างกันตามการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารผ่านสื่อสังคม

การศึกษาด้วยแนวทางตามทฤษฎีอิทธิพลเชิงการเลือกสรร โดยเฉพาะอย่างยิ่งทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมนั้น แสดงให้เห็นมิติของการสื่อสารสองขั้นตอน และยังสามารถเชื่อมโยงกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยของสังคม สอดคล้องกับในปัจจุบันที่ประเทศไทยมีการพัฒนาสื่อดิจิทัลตามนโยบายสำคัญ คือ ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่มีคุณลักษณะสำคัญคือทำให้ความสำคัญกับผู้รับสารในเรื่องความต้องการ ความคิดเห็น และปฏิกิริยาตอบสนอง ที่น่าจะสามารถชดเชยหรือเผชิญกับการเลือกสรรการเปิดรับสารที่สำคัญ ทั้ง 4 ประการ คือ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ การเลือกจดจำ และการเลือกนำไปปฏิบัติที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยย่อยตามทฤษฎีข้างต้น

#### 2.2.4 ทฤษฎีวิพากษ์

เหตุผลสำคัญที่งานวิจัยนี้เลือกใช้ทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory) มาร่วมวิเคราะห์สื่อ เนื่องจากกรอบแนวทางในการวิจัยมีขั้นตอนสำคัญประการหนึ่งคือการสร้างตัวแบบการวิเคราะห์ผังรายการ และรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาบทบาทของรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ได้เผยแพร่ออกอากาศไปแล้วนั้น ว่ามีส่วนช่วยในการเผยแพร่ความรู้เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยหรือไม่และอย่างไร

ทฤษฎีวิพากษ์สื่อมวลชนมีที่มาจาก Karl Marx ซึ่งเป็นนักปรัชญาและนักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมัน มุมมองของ Marx ต่อสื่อมวลชนมีรากฐานของความเชื่อที่ว่าทรัพยากรมีจำกัด สังคมมีความขัดแย้ง และความขัดแย้งเกิดจากการกระจายทรัพยากรไม่เท่าเทียมกัน

Marx สนใจชั้นชนในระบบทุนนิยมว่าเป็นที่มาของการดิ้นรนสะสมทุน สังคมเมืองต้องการแรงงาน มหาศาลทำให้คนอพยพเข้าสู่เมือง และเกิดระบบวิถีคิดแบบชั้นชนคือจำแนกชั้นชนออกเป็น 2 ชั้น ได้แก่ ชั้นชนเจ้าของปัจจัยการผลิตหรือเจ้าของทุน และชั้นชนกรรมมาชีพหรือเจ้าของแรงงาน ในขณะที่ลักษณะโครงสร้างของสังคมแบ่งออกเป็นโครงสร้างแบบส่วนบนซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการ กำหนดความคิดและสร้างจิตสำนึกให้กับคนในสังคม โดยสื่อมวลชนอยู่ในโครงสร้างส่วนนี้ และ โครงสร้างส่วนล่างซึ่งเป็นสังคมที่เกี่ยวข้องกับวิถีทางเศรษฐกิจ พลังการผลิต และความสัมพันธ์ ด้านการผลิต

แนวคิดนี้วิพากษ์สื่อมวลชนว่าอุตสาหกรรมสื่อมวลชนต่างชุดรีดไม่ต่างจาก อุตสาหกรรมอื่น และสามารถวิเคราะห์สื่อได้จากชั้นชนเจ้าของปัจจัยการผลิต นั่นคือ เจ้าของสื่อ คนคุมสื่อ และผู้ผลิตสื่อ ซึ่งต่อมาพัฒนาเป็นแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยสื่อมวลชน (political economy of mass media) ที่มองว่าอิทธิพลต่างๆ ในสังคมมีอำนาจกำหนดทิศทางและ การทำงานของสื่อ ด้วยเหตุนี้ สื่อจึงมักเป็นเครื่องมือรักษาสถานภาพเดิม (status quo) เมื่อ อุตสาหกรรมสื่อมวลชนในฐานะของระบบเศรษฐกิจมักเน้นส่วนแบ่งการตลาด การขยายตลาด และการขยายทุน ทำให้ความมีอิสระในการผลิตสื่อมีจำกัดและลดน้อยลง เนื่องด้วยต้องคำนึงถึง การหารายได้ ในที่สุดจะทำให้มีการควบคุมกิจการ สื่อเล็กๆ จะอยู่ไม่ได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) และสื่อมวลชนที่ต้องการอยู่รอดจำเป็นต้องผลิตเนื้อหาที่เป็นไปเพื่อรักษาสถานภาพเดิม นั่นคือ วาระของสังคมถูกกำหนดโดยผู้มีอำนาจในสังคมหรือเป็นการผลิตสื่อเพื่อหารายได้ ซึ่งก็คือ การสะสมทุน การลงทุน และการขยายทุนนั่นเอง

จากแนวคิดพื้นฐานเช่นนี้ ทำให้มีการแตกย่อยออกเป็นสาขาต่างๆ ตามเงื่อนไขเวลา ของประวัติศาสตร์และประสบการณ์ทางการเมืองในประเทศต่างๆ ที่สื่อมวลชนถูกใช้เป็นเครื่องมือ ในการแผ่ขยายอิทธิพลด้วยการกำหนดวาระของสังคม เพื่อสร้างค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรม ของคนในสังคม เพื่อเป้าหมายในการรักษาอำนาจของผู้ปกครองประเทศ รัฐบาล หรือกลุ่มทุน ขนาดใหญ่ โดยมีทฤษฎีย่อยที่สำคัญคือ ทฤษฎีครองความเป็นใหญ่ (Hegemony theory) เสนอ โดย Gramsci ในปี ค.ศ.1971 ซึ่งอธิบายว่าสถาบันสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการธำรงไว้ซึ่งพลัง ทางการเมืองและเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ปกครองหรือผู้ครอบครองความเป็นใหญ่ในสังคม ดังนั้น สื่อ ที่ผูกติดกับผู้มีอำนาจสูงสุดในสังคม ทั้งสื่อของรัฐหรือสื่อที่กลุ่มทุนขนาดใหญ่ให้การสนับสนุน จะ เป็นผู้มีอิทธิพลในการสื่อสารและครอบงำความคิดและอุดมการณ์ของประชาชน ซึ่งทฤษฎีนี้ คล้ายคลึงกับทฤษฎีวิพากษ์ของสำนัก Frankfurt ที่อธิบายการเกิดขึ้นของสื่อสารมวลชนและการ เกิดขึ้นของอุตสาหกรรมบันเทิงของสังคมเยอรมันในยุคคริสต์ทศวรรษ 1930 ว่าเป็นเครื่องมือใน

การครอบงำทางวัฒนธรรมโดยลัทธินาซี แต่ต่อมาในภายหลัง นักทฤษฎีวิพากษ์ได้ให้ความสนใจต่อผู้รับสารมากขึ้น โดยในช่วงหลังคริสต์ทศวรรษที่ 1960 นักทฤษฎีวิพากษ์ของสำนัก Frankfurt ได้แก่ Habermas และ Giddens ได้อธิบายว่าสื่อมวลชนสามารถเป็นทั้งเครื่องมือที่ใช้ในการครอบงำความคิดและปลดปล่อยความคิดของประชาชนได้ กล่าวคือ สื่อเป็นทั้งเครื่องมือของผู้ครอบครองอำนาจในสังคม แต่ในขณะเดียวกันสื่อก็เป็นเครื่องมือของกลุ่มขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่เพื่อล้มล้างแนวคิดเดิมที่มีอิทธิพลอยู่แล้วได้เช่นกัน การวิพากษ์เช่นนี้สอดคล้องกับทฤษฎีวิวัฒนาการของสำนัก Birmingham ที่มุ่งสนใจว่าผู้รับสารจะตีความและแปลความหมายวัฒนธรรมที่ได้รับจากสื่ออย่างไร รวมถึงวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารตอบสนองต่อสื่อแตกต่างกันไป (Kellner 2003)

แม้ทฤษฎีวิพากษ์จะแตกย่อยออกไป แต่ยังคงเชื่อมโยงด้วยหัวใจสำคัญของทฤษฎี ซึ่งก็คือการวิเคราะห์สื่อจากกระบวนการผลิตทั้งหมด ดังนั้น เมื่อใช้วิเคราะห์รายการโทรทัศน์ก็ต้องวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ทั้งหมด ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ ผู้ผลิตรายการ ผู้สนับสนุนรายการ และผู้ดำเนินรายการ รวมถึงบริบทของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในขณะนั้น ซึ่งหมายความว่าเราจะเข้าใจเป้าหมายที่แท้จริงของสื่อที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์นั้นๆ ไม่อาจวิเคราะห์เฉพาะสารที่ถูกส่ง แต่ต้องเข้าใจสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในขณะนั้นว่าเป็นอย่างไร โครงสร้างอำนาจทางการเมือง เช่น รัฐบาล และกลุ่มทุนมีผลต่อการกำหนดประเด็นที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์หรือไม่ การวิเคราะห์ด้วยมุมมองทางสื่อและวัฒนธรรมศึกษา ตัวบท (text) หรือเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อและทัศนคติของผู้เปิดรับย่อมเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ดังนั้น ตัวบทจึงเป็นภาพสะท้อนเชิงอุดมการณ์ของสื่อในสังคม

### 2.2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและสื่อ

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ มีดังนี้

ปานจักษ์ ทองปาน (2540) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในงานโฆษณาทางโทรทัศน์” ในช่วงปี พ.ศ.2533-2539 จำนวน 192 ชิ้น สรุปว่าสื่อโฆษณาได้เสนอภาพของผู้สูงอายุ 4 ด้านคือ ด้านกิจกรรมของผู้สูงอายุ เช่น เรื่องส่วนตัว ครอบครัว และสังคม ด้านบทบาทของผู้สูงอายุกับการถ่ายทอดวัฒนธรรม เช่น การเคารพผู้ใหญ่และอัยยาศัยอันดี ด้านการเน้นภูมิปัญญาผู้สูงอายุ เช่น การเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ และด้านภาพของผู้สูงอายุในเชิงลบ เช่น การหมกมุ่นทางเพศและภาพตลกล้อเลียน ภาพทั้งสี่ด้านนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นเพียงส่วนเดียวหนึ่งของภาพผู้สูงอายุในสังคมไทย และมีคำถามว่าภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่สื่อสารผ่านโฆษณา

นั้น เป็นภาพที่ใครกำหนด ผู้สูงอายุเองจะมีอำนาจกำหนดความหมายของตนเองได้หรือไม่ (ทองปาน 2540)

พรพรรณ สมบูรณ์บัติ (2549) ศึกษาเรื่อง “หญิงชรา: ภาพตัวแทนในรายการสารคดีโทรทัศน์คนค้นคน” เป็นการพยายามตอบคำถามว่า รายการสารคดีโทรทัศน์เป็นพื้นที่แห่งหนึ่ง ที่อาจมิได้สะท้อนความจริงทั้งหมด แต่กลับทำหน้าที่ของอำนาจที่กำหนดความหมายของผู้สูงอายุ เช่น หญิงชราผู้อ่อนแอ ยากจน ไร้อำนาจในการต่อรอง มีความเสื่อมถอยทางร่างกาย ความด้อยโอกาสในด้านต่างๆ และการมีชีวิตที่ต้องต่อสู้ดิ้นรน การนำเสนอทั้งภาพและวาจากรรมโดยใช้สัญลักษณ์ของหญิงชราที่เหี่ยวแห้งและอ่อนแอ อันเป็นสัญลักษณ์ในด้านลบ เป็นสิ่งที่สื่อมวลชนกำลังสร้างมายาคติด้านลบให้กับหญิงชรา ทั้งนี้เป็นไปได้ว่า ผู้ผลิตสารคดีเป็นกลุ่มคนชั้นกลางและอายุน้อย ขณะที่ผู้สูงอายุในฐานะผู้รับสารก็พยายามต่อสู้และต่อรองความหมายบางประการของอัตลักษณ์หญิงชราในรายการสารคดี และปฏิเสธนิยามหญิงชราที่ว่าด้วยผู้ไร้คุณค่ากับลูกหลานนั่นเอง (พรพรรณ สมบูรณ์บัติ 2549)

สโรชพันธุ์ สุภาวรรณ และ ชไมพร กาญจนกิจสกุล (2557) ศึกษาเรื่อง “การประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุ” ตามแนวคิดการประกอบสร้างความจริงทางสังคม (social constructivism) พบว่าภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ผลิตโดยสถาบันทางสังคม ประกอบด้วยสถาบันการเมืองการปกครอง สถาบันการแพทย์ สถาบันการศึกษา สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันสื่อสารมวลชน ที่ได้ร่วมมือกันประกอบสร้างความหมายและภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุให้ผูกโยงกับความจริงหลายชุด ขึ้นอยู่กับว่าสถาบันใดเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ใดของสถาบันนั้น เช่น มิติสถาบันการเมืองการปกครอง มักนำเสนอให้ผู้สูงอายุมีภาพลักษณ์ของความอ่อนแอหรือพิการ เพื่อเน้นนโยบายส่งเสริมให้เกิดสถานสงเคราะห์คนชราและการสังคมสงเคราะห์เป็นหลัก มิติสถาบันทางการแพทย์ กำหนดให้แพทย์มีหน้าที่จัดการผู้สูงอายุที่แก่ชราและมีโรคภัยไข้เจ็บ ส่วนมิติสถาบันการศึกษาที่ผลิตและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ มักกีดกันประเด็นผู้สูงอายุให้เป็นเรื่องแยกออกไปจากเรื่องอื่นในสังคม ขณะที่มิติของสถาบันทางเศรษฐกิจสร้างภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในฐานะปัญหาและการเป็นภาระ โดยเฉพาะการมองว่าผู้สูงอายุมิได้เป็นบุคคลที่อยู่ในระบบแรงงานการผลิต เป็นผู้อ่อนแอไม่ทันสมัยไร้ประโยชน์ (สโรชพันธุ์ สุภาวรรณ 2557)

วรรณรต ดวงอุดม (2555) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่” โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุใน 2 จังหวัดมีทั้งที่เหมือนและแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่คุณภาพชีวิตด้านร่างกายเหมือนกัน ส่วนที่แตกต่างกัน คือ ด้านจิตใจ

อารมณ์และสังคม และพบว่าสื่อวิทยุ วิทยุชุมชน และโทรทัศน์มีบทบาทต่อการพัฒนาชีวิตผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม โดยรวมสื่อเพื่อผู้สูงอายุยังมีไม่เพียงพอและขาดความน่าสนใจ สื่อที่มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุควรสามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์ของผู้สูงอายุในด้านต่างๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สำหรับคุณลักษณะของผู้จัดรายการมีความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยควรมีความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ มีบุคลิกภาพที่น่าชม น่าเชื่อถือ และมีทักษะการพูดที่ดี เป็นต้น ประเภทของสื่อและระยะเวลาที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทั้ง 2 จังหวัด มีทั้งส่วนที่เหมือนและแตกต่างกัน โดยกรุงเทพฯ ผู้สูงอายุใช้สื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยตัวอย่างทั้ง 2 จังหวัดเห็นว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด คือ เวลาเช้า เหมือนกัน รองลงมามีความต่างกัน ในกรุงเทพฯ คือ เวลาเย็นและเช้ามีด ส่วนในจังหวัดแพร่ คือ ช่วงเวลาเย็นและหัวค่ำ นอกจากนี้งานวิจัยยังได้วิเคราะห์สื่อที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทางด้านเนื้อหาของสื่อ โดยได้วิเคราะห์ประมวลทั้งเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการ เนื้อหาที่สื่อควรระมัดระวังในการนำเสนอต่อครอบครัวและสังคมในประเด็นผู้สูงอายุและพบว่า การตอบสนองของภาครัฐและสื่อยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม การบูรณาการด้านสื่อและนโยบายที่เตรียมรองรับเพื่อก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุยังไม่เพียงพอ และควรให้มีสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เตรียมก้าวสู่ผู้สูงอายุด้วย สำหรับแนวทางในการพัฒนาสื่อในงานวิจัยนี้ได้สรุปแนวทางการพัฒนาสื่อทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม โดยด้านการพัฒนาเนื้อหา พบว่าควรเพิ่มสื่อและรายการวิทยุ วิทยุชุมชนและรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์ต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้สูงอายุ เน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ความเอื้ออาทร แนวคิดแบบพอเพียง การดูแลสุขภาพ การเสนอความรู้ด้านกฎหมาย สิทธิของผู้สูงอายุในการติดต่อประสานงานแจ้งข่าวสาร มีรายการช่วยเหลือผู้สูงอายุในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งศักยภาพของผู้สูงอายุ ด้านการพัฒนาสื่อตัวอย่าง พบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อในทุกขั้นตอน ตามแนวคิดกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และมีข้อเสนอแนะให้รัฐสนับสนุนนโยบาย งบประมาณ และพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสื่อเพื่อผู้สูงอายุ รวมทั้งสร้างความตระหนักแก่สังคม (วรรณารถ ดวงอุดม 2555)

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2552) เสนอข้อเสนอเพื่อส่งเสริมแนวคิดการสูงวัยเชิงรุกว่าการเตรียมตัวให้พร้อมก่อนเป็นผู้สูงอายุและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชน ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุ ทั้งแบบที่เป็นทางการ ไม่เป็นทางการ และตามอัธยาศัย และเพิ่มการเรียนรู้ทางรายการโทรทัศน์ เนื่องจากผลการสำรวจพบว่าผู้สูงอายุนิยมรับชมสื่อโทรทัศน์สูงสุด ดังนั้นจึงควรมีการผลิตรายการ

ทั้งประเภท เนื้อหา รวมถึงรูปแบบที่ผู้สูงอายุนิยม เพื่อการเรียนรู้ได้โดยไม่เบื่อ และควรเพิ่มรายการ ในช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้ดูและสอดแทรกสาระที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ เป็นต้นว่า ด้าน สุขภาพ โดยช่องทางที่ควรเพิ่มเป็นอันดับต้นๆ คือช่องทางสื่อโทรทัศน์ทั้งของรัฐ สถานศึกษา และ ของท้องถิ่น (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. 2552)

Vickers (2007) ศึกษาเรื่อง “Aging and the media: Yesterday, Today, and Tomorrow” โดยวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุในประเทศ สหรัฐอเมริกาตามยุคสมัยต่างๆ โดยมีประเด็นคือ แม้สื่อในปัจจุบันจะเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ ผู้สูงอายุ แต่ภาพที่ปรากฏในสื่อ เช่น ผู้สูงอายุที่ยังคงความเป็นหนุ่มเป็นสาว มีความมั่งคั่งจากการ วางแผนการเงินเป็นอย่างดี ในด้านหนึ่งอาจเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการวางแผนการ เกษียณอายุที่เหมาะสม แต่อีกด้านหนึ่งเป็นเครื่องมือของการโฆษณาชวนเชื่อของผลิตภัณฑ์เสริม อาหาร กระทั่งเป็นการสร้างความเหลื่อมล้ำของผู้สูงอายุในเมืองที่มีฐานะกับผู้สูงอายุในชนบทที่ ด้อยฐานะกว่า Vickers มีแนวคิดว่าเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านสื่อล้วนเป็นพลังอำนาจสำคัญ ในการเปลี่ยนแปลงสังคมและโลก การศึกษาของ Vickers อาศัยทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social learning theory) และทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation theory) โดยทฤษฎีการเรียนรู้ทาง สังคมอธิบายว่า วัยเด็กได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่พวกเขาได้เห็นและฟังจากสื่อ ขณะที่ทฤษฎีการ ปลูกฝังอธิบายว่า เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อสมัยใหม่นั้นมีพลังอำนาจในการสร้างกรอบความคิดของ ประชากรที่มีต่อโลก ทั้งนี้ก็เพราะการที่ประชากรในปัจจุบันต่างเปิดรับเนื้อหาข้อมูลและภาพต่างๆ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงแนวคิดและความรู้สึกของคนได้ เช่น คนส่วนใหญ่ในยุคเรโทรถูกวาดภาพให้ เห็นว่า มีความอ่อนเยาว์ มีฐานะเป็นชนชั้นกลาง จึงทำให้รู้สึกว่าการกำลังอยู่ในสังคมของคนรุ่นใหม่ โดยลืมความเป็นจริงว่ากำลังอยู่ในสังคมสูงวัยกันแล้ว (Vickers 2007)

ประเด็นของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นน่าสนใจ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และ ภาพยนตร์โฆษณาที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ เพราะการนำเสนอเนื้อหาหรือภาพผ่านสื่ออาจดูว่า ไม่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ หรือมองว่าการสูงอายุนั้นเป็นเรื่องที่ไม่น่าพึงพอใจ ในมุมมองนี้ก็อาจ เป็นการสื่อให้เห็นถึงการสูงอายุอย่างแข็งแกร่ง และเห็นถึงความสำคัญของการเป็นผู้สูงอายุที่ แข็งแรง กระฉับกระเฉง เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการขายเนื้อ มีเนื้อหาต้องการให้บริโภค เนื้อเพื่อจะได้แข็งแรง ส่วนภาพสมาชิกลงดนตรีร็อคแอนด์โรลที่แสดงคอนเสิร์ตอย่างเต็มที่ ทั้งที่ สมาชิกในวงล้วนเป็นผู้สูงวัย โฆษณานี้จึงอาจมองว่าเป็นการดูถูกการสูงวัย ที่อายุมากแล้วยังเล่น ดนตรีแบบร็อคอีก แต่ในอีกด้านหนึ่งกลับสื่อว่าคนเราสามารถเป็นผู้สูงอายุที่ยังกระฉับกระเฉงและ ทำกิจกรรมได้เหมือนวัยรุ่น



ข้อสรุปจากงานวิจัยข้างต้นของการเสนอประเด็นผู้สูงอายุในสื่อมวลชน อาจต้องพิจารณาผลกระทบจากสื่อมวลชนในประเด็นการเหยียดวัยหรือวัยาคติเข้าไปด้วย เพราะการผลิตซ้ำภาพของผู้สูงอายุด้วยรูปลักษณ์ที่แก่ เป็นโรค และไม่สามารถดูแลตัวเองได้ อาจเป็นเหรียญสองด้านที่ต้องสร้างความชัดเจนในเป้าหมายของการนำเสนอผ่านสื่อว่าทำให้เกิดความรู้สึกแง่ลบ หรือเป็นการสร้างความตระหนักและการเตรียมพร้อมรับการสูงวัย การเป็นสังคมสูงวัย และการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์

### 2.3 สรุปและกรอบแนวทางในการวิเคราะห์

สื่อโทรทัศน์เป็นตัวอย่างของสถาบันสื่อสารมวลชนที่มีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ต่อประชากรทุกกลุ่มรวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่งานวิจัยส่วนใหญ่เสนอว่าเป็นสื่อมวลชนอันดับแรกสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่ในเมืองใช้เป็นช่องทางที่สำคัญในการรับสาร อีกทั้งเมื่อนำสื่อโทรทัศน์ผนวกเข้ากับเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่อื่นๆ จะทำให้เกิดการสื่อสารสองทางและหลายทาง ที่ทำให้การสื่อสารสมบูรณ์และบรรลุเป้าประสงค์ได้มากขึ้น งานวิจัยนี้จึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสื่อโทรทัศน์ในฐานะผู้นำสารการสูงวัยเชิงรุก ว่าได้ดำเนินการไปแล้วอย่างไร และมีแนวทางการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร ทั้งนี้การทบทวนวรรณกรรมในบทนี้ อาจสรุปเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ ดังปรากฏในตารางที่ 2 และกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ดังปรากฏในตารางที่ 3

ข้อสรุปตามที่ปรากฏในตารางทั้งหมดจะเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์สภาพการณ์ วิพากษ์บทบาทรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ และสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วนำมาประมวลสังเคราะห์เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุอีกต่อไป

ตารางที่ 2 กรอบแนวทางในการวิเคราะห์สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ

รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ เกณฑ์การวิเคราะห์	รายการ ที่ 1	รายการ ที่ 2	รายการ ที่ 3	รายการ ที่ 4	รายการ ที่ 5
<b>กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์</li> <li>- รูปแบบรายการโทรทัศน์</li> <li>- ผู้ดำเนินรายการ</li> <li>- ผู้ชมรายการเป้าหมาย</li> <li>- การตอบรับจากผู้ชมรายการโทรทัศน์ การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น หรือได้ตอบ</li> </ul>					
<b>บทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ สังคมสูงวัย และการสูงวัยเชิงรุก</li> <li>- ให้ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ สังคมสูงวัย และการสูงวัยเชิงรุก</li> <li>- ให้การถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นต่อไป โดยสื่อควรนำเสนอค่านิยมที่ดีงามต่อผู้สูงอายุและการสูงวัย และปฏิบัติต่อผู้สูงอายุด้วยความกตัญญู</li> <li>- ให้ความบันเทิง การพักผ่อน และการคลายเครียดสำหรับผู้สูงอายุ</li> <li>- จัดระเบียบวาระเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุ สังคมสูงวัยและสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์</li> <li>- กระตุ้นให้มีการระดมความร่วมมือและสรรพกำลังในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสูงวัย</li> </ul>					
<b>การวิพากษ์สื่อโทรทัศน์ประเด็นอื่น ๆ</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิพากษ์กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบททางโครงสร้างเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ในช่วงปี พ.ศ.2557-2558</li> <li>- การพิจารณาประเด็นวาทคดีต่อผู้สูงอายุ</li> </ul>					

ตารางที่ 3 กรอบแนวทางในการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์  
สำหรับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ	ความต้องการและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
<b>ตัวแปรด้านการจำแนกแตกต่างทางสังคม</b>	<b>ความต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- อายุ</li> <li>- เพศ</li> <li>- ศาสนา</li> <li>- สถานภาพสมรส</li> <li>- จำนวนบุตร</li> <li>- การศึกษา</li> <li>- การทำงาน</li> <li>- รายได้</li> <li>- การออม</li> <li>- การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย</li> <li>- ลักษณะการอยู่อาศัย</li> <li>- การประเมินสุขภาพกาย/สุขภาพจิต</li> <li>- การเป็นสมาชิก/การร่วมกิจกรรมชมรม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเภท/รูปแบบรายการ</li> <li>- ความถี่ในการออกอากาศ</li> <li>- จำนวนเวลาการออกอากาศ</li> <li>- ช่วงเวลาการออกอากาศ</li> <li>- เนื้อหารายการ</li> <li>- ผู้ดำเนินรายการ</li> <li>- การมีส่วนร่วมในรายการ</li> <li>- ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ต้องการ/ไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการ</li> </ul>
<b>ตัวแปรด้านความแตกต่างของปัจเจกบุคคล</b>	<b>พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปและรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย</li> <li>- ทักษะคดีต่อผู้สูงอายุ</li> <li>- ค่านิยมของผู้สูงอายุ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเภท/รูปแบบรายการที่รับชม</li> <li>- รายการโทรทัศน์ที่รับชม</li> <li>- สถานีโทรทัศน์ที่รับชม</li> <li>- ความถี่ในการรับชม</li> <li>- จำนวนชั่วโมงในการรับชม</li> <li>- ช่วงเวลาในการรับชม</li> <li>- ผู้ที่ร่วมรับชมด้วย</li> <li>- เหตุผลที่รับชม</li> </ul>
<b>ตัวแปรด้านความสัมพันธ์ทางสังคม</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสื่อสารระหว่างบุคคล</li> <li>- การสื่อสารผ่านสื่อสังคม</li> </ul>	

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ เป็นการวิจัยด้วยวิธีผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ผ่านการรับรองโครงการวิจัย (COA No. 147/ 2559) จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้พิจารณาโดยใช้หลักของ The International Conference on Harmonization-Good Clinical Practice (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยได้ เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ.2559 (ดังปรากฏในภาคผนวก ก) โดยมีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

#### 3.1 วิธีการวิจัย

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงวิธีการวิจัย โดยจำแนกตามประเภทของการวิจัย คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ รายละเอียดของแต่ละวิธีมีดังนี้

##### 3.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาเพื่อหาคำตอบของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาสภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การวิพากษ์สื่อ และการสัมภาษณ์เชิงลึก มีรายละเอียดดังนี้

##### 1) การศึกษาเอกสาร

การศึกษาเอกสารเป็นการทบทวนวรรณกรรมและผลงานที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น

- การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้ด้านพฤติกรรมและความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน เพื่อให้ได้ตัวแบบและกรอบแนวทางในการวิเคราะห์/วิพากษ์บทบาทของสื่อโทรทัศน์

ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ (ตารางที่ 1, 2 และ 3) และเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

- การศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ

## 2) การวิพากษ์สื่อ

การวิพากษ์สื่อใช้ในการวิพากษ์รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในปี พ.ศ.2557-2558 ซึ่งมีจำนวน 5 รายการและใช้วิธีสุ่มแบบง่ายมารายการละ 3 ตอน รวมเป็นรายการตัวอย่างที่ต้องวิพากษ์ทั้งสิ้น 15 ตอน โดยใช้ตัวแบบการวิเคราะห์ที่ได้จากตารางที่ 1 และกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ที่ได้จากตารางที่ 2 ในบทที่ 2 การวิพากษ์สื่อในส่วนนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่มีอยู่แล้วนั้นว่ามีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้เพื่อรองรับสังคมสูงวัยและเตรียมพร้อมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์หรือไม่และอย่างไร

## 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ และผู้สูงอายุ รวมทั้งสิ้น 11 คน ซึ่งการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นไปตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด คือ

**ผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย** ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปในสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์ทำงานด้านวิชาการหรือมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุมาเป็นเวลามากกว่า 10 ปี
- มีความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์และสื่อแขนงอื่นๆ

**ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์** ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปในสาขาที่เกี่ยวข้อง

- มีประสบการณ์ทำงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์มาเป็นเวลามากกว่า 10 ปี หรือมีประสบการณ์ทำงานด้านวิชาการสื่อและสนใจสื่อโทรทัศน์มาเป็นเวลามากกว่า 10 ปี
- มีความสนใจในการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อครอบครัวหรือรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ

#### **ผู้สูงอายุ** ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- เป็นผู้สูงอายุที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ทั้งด้านครอบครัวและการทำงาน ตลอดจนเป็นผู้ที่มีคุณธรรมและเป็นแบบอย่างที่ดีของบุตรหลานและของสังคม
- เป็นผู้สนใจติดตามข้อมูลข่าวสารด้านการสูงวัยจากสื่อโทรทัศน์

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล โดยส่งจดหมายขออนุญาตสัมภาษณ์พร้อมแนวคำถาม เพื่อนัดวันเวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ และเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักมีเวลาเพียงพอในการพิจารณาคำถามและเตรียมคำตอบ โดยกำหนดเวลาในการสัมภาษณ์เชิงลึกคนละประมาณ 1 ชั่วโมง ส่วนการบันทึกข้อมูลนั้น ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ และนำมาถอดไฟล์บันทึกเสียงเพื่อสรุปประเด็นการสัมภาษณ์ และไฟล์บันทึกเสียงการสัมภาษณ์จะถูกทำลายเมื่อการวิจัยดำเนินการเสร็จเรียบร้อยทุกขั้นตอน

ทั้งนี้ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการสัมภาษณ์ที่มีแนวคำถามที่เตรียมไว้อย่างกว้างๆ โดยแนวคำถามสร้างขึ้นจากข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาสภาพการณ์และการวิพากษ์รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งข้อค้นพบที่ได้จากการสำรวจผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่าง ซึ่งสามารถสรุปแนวคำถามได้ดังนี้

- สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันเป็นอย่างไร

- กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ได้แก่ รูปแบบรายการ จำนวนเวลาและช่วงเวลาออกอากาศ และเนื้อหารายการที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร
- ผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสมควรมีคุณลักษณะอย่างไร
- การเปิดโอกาสให้ผู้รับชมรายการมีส่วนร่วมในรายการควรเป็นอย่างไร
- เทคนิคการผลิตรายการที่เหมาะสมควรเป็นไปในลักษณะหรือรูปแบบใด
- ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ควรปรากฏในรายการ และควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอในรายการโทรทัศน์คืออะไร
- ควรมีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุหรือไม่และอย่างไร
- ควรมีการออกอากาศรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทางสถานีโทรทัศน์ที่มีอยู่แล้วหรือไม่และอย่างไร

### 3.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณเป็นการศึกษาเพื่อหาคำตอบของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 420 คน มีรายละเอียดดังนี้

#### 1) ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้สูงอายุที่มีศักยภาพและต้องการดำรงรักษาศักยภาพนั้น ซึ่งตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่าเป็นผู้ที่มีภาวะสูงวัยเชิงรุกนั่นเอง ดังนั้นประชากรของการวิจัยนี้จึงหมายถึงผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 44,344 คน (กรุงเทพมหานคร 2559) ผู้วิจัยคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (Yamane 1973) และกำหนดขอบเขตความคลื่อนคลาด 0.05 มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  คือ ขนาดตัวอย่าง

$N$  คือ ขนาดประชากร

$e$  คือ ความคลื่อนคลาดสูงสุดที่ยอมรับได้

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ

$$\begin{aligned} n &= \frac{44,344}{1 + 44,344(0.05)^2} \\ &= 396.42 \end{aligned}$$

จากขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้ ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 420 คน เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจากการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบง่ายหลายขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างเขตจำแนกตามเขตที่ตั้งของกรุงเทพมหานคร 3 กลุ่ม คือ เขตกรุงเทพชั้นใน เขตกรุงเทพชั้นกลาง และเขตกรุงเทพชั้นนอก (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร 2544) โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่ายมากลุ่มละ 1 เขต ได้จำนวนตัวอย่าง 3 เขต

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างชมรมผู้สูงอายุจำแนกตามชมรมผู้สูงอายุ 4 ประเภท คือ ชมรมผู้สูงอายุในชุมชน ชมรมผู้สูงอายุในหมู่บ้านจัดสรร ชมรมผู้สูงอายุในศูนย์บริการสาธารณสุข และชมรมผู้สูงอายุในโรงพยาบาล (กรุงเทพมหานคร 2559) โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่ายมาประเภทละ 1 ชมรมจากทั้ง 3 เขตตัวอย่าง ได้ชมรมผู้สูงอายุรวมทั้งสิ้น  $3 \times 4 = 12$  ชมรม

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจากชมรมตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่ายมาชมรมละ 35 คน ได้ตัวอย่างรวมทั้งสิ้น  $35 \times 12 = 420$  คน

## 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยอ้างอิงจาก ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามเป็น 3 ตอน คือ



**ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนบุตร เป็นต้น ลักษณะเป็นคำถามที่มีทั้งแบบให้ผู้ตอบระบุคำตอบหรือเลือกเพียงคำตอบเดียว

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการสูบบุหรี่ทัศนคติต่อผู้สูงอายุ และค่านิยมของผู้สูงอายุ โดยคำถามเกี่ยวกับความรู้เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียวว่า ใช่ ไม่ใช่ หรือไม่ทราบ ส่วนทัศนคติและค่านิยมเป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบเลือกจากมาตร 3 ระดับ คือ เห็นด้วย ไม่แน่ใจ หรือไม่เห็นด้วย สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ และไม่ทำ ทำบางครั้ง หรือทำประจำ สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับค่านิยม

**ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปและรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ประกอบด้วย ประเภท/รูปแบบรายการ ความถี่ในการรับชมรายการ จำนวนชั่วโมงในการรับชมรายการ ช่วงเวลาในการรับชมรายการ เนื้อหา รายการ ผู้ดำเนินรายการ เหตุผลที่รับชมรายการ รายการที่รับชม สถานีโทรทัศน์ที่รับชม และภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ต้องการและไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการ เป็นต้น ลักษณะเป็นคำถามที่มีทั้งแบบให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียวและเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 3) การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

เมื่อผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามที่มีข้อคำถามครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาในแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วไปทดสอบกับผู้สูงอายุที่ไม่ใช่ตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 30 คน ผลการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามมีดังนี้

ก. การทดสอบความยากง่ายของข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ในตอนที่ 2 ของแบบสอบถาม เพื่อทดสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีความยากง่ายเหมาะสมกับตัวอย่างหรือไม่ โดยข้อคำถามที่ดีควรมีค่าความยากง่ายไม่ต่ำกว่า 0.3 และไม่สูงกว่า 0.9 (Oshkosh, 2016) ผลการทดสอบพบว่าข้อคำถามที่ไม่ผ่านเกณฑ์จำนวน 8 ข้อ ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถาม

เหล่านั้นออกไป ดังนั้น ข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการสูงวัยจึงคงเหลือจำนวน 22 ข้อ (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 5 ในภาคผนวก ข)

ข. การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามทัศนคติต่อผู้สูงอายุ ในตอนที่ 2 ของแบบสอบถาม เพื่อทดสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อให้ผลของการวัดเหมือนกันหรือสอดคล้องกันหรือไม่ โดยข้อคำถามที่ดีควรมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.70 (Nunnally 1978) ผลการทดสอบพบว่าข้อคำถามทัศนคติต่อผู้สูงอายุมีค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.463 แต่เพื่อให้ค่าความเชื่อมั่นมีค่าสูงกว่า 0.70 ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามที่ 4 ออกไป ทำให้ค่าความเชื่อมั่นรวมเพิ่มเป็น 0.71 ดังนั้น ข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อผู้สูงอายุจึงคงเหลือจำนวน 9 ข้อ (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 6 ในภาคผนวก ค)

#### 4) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่าง ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

- ผู้วิจัยติดต่อผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างผ่านชมรมผู้สูงอายุเพื่อขอให้พิจารณาตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัย จากนั้นขอวันและเวลาที่ทางชมรมและผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกในชมรมสะดวก
- ขอความร่วมมือกับทางชมรมในการแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 15-20 คน
- ก่อนชั่วโมงการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดเป็นกิจกรรมพิเศษที่มีการสนทนาและซักถามเพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้สูงอายุรู้สึกผ่อนคลายและไม่เครียด
- ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้ผู้สูงอายุอ่านเพื่อทำความเข้าใจก่อน 1 รอบ จากนั้นผู้วิจัยอ่านคำถามและคำตอบ และให้ผู้สูงอายุทำพร้อมกันทีละข้อ
- เมื่อผู้สูงอายุตอบคำถามครบทุกข้อแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบ แล้วจึงเฉลยคำตอบในข้อที่เกี่ยวกับ

ความรู้เรื่องการสูงวัยและมีการสนทนาในเรื่องที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็น  
ประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ

เนื่องจากผู้วิจัยวางแผนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จึงกำหนด  
ระยะเวลาการรวบรวมข้อมูลกลุ่มละประมาณ 1 ชั่วโมง และเผื่อเวลาสำหรับการเดินทาง การ  
เตรียมความพร้อมด้านสถานที่ และการสร้างบรรยากาศสำหรับผู้สูงอายุ โดยกำหนดเวลา  
ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลชมรมละ 1 วัน ในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน พ.ศ.2559

5) นิยามตัวแปร

ในส่วนของกรวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยนั้น  
มีตัวแปรที่ควรให้ความหมาย ดังนี้

**ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย** หมายถึง ความรู้หรือความเข้าใจที่เกี่ยวกับ  
กระบวนการที่ประชากรมีอายุสูงขึ้น ซึ่งทำให้เข้าใจถึงสาเหตุของการสูงวัยและผลที่เกิดขึ้นเมื่อ  
เข้าสู่วัยสูงอายุ ตลอดจนมีความเกี่ยวข้องกับการเตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่วัยสูงอายุและการพัฒนา  
คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยวัดจากคำตอบของข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการสูงวัยว่า  
ผู้ตอบแบบสอบถามทราบหรือไม่ และมีการให้คะแนนแตกต่างกัน ดังนี้

ตอบถูก ให้ 1 คะแนน

ตอบผิด/ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ ให้ 0 คะแนน

ข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการสูงวัยมี 22 ข้อ ดังนั้นจึงมีคะแนนต่ำสุด 0 คะแนน และคะแนน  
สูงสุด 22 คะแนน ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวแปรความรู้เรื่องการสูงวัยเป็น 3 กลุ่ม คือ

ความรู้ต่ำ มีคะแนน 0-10 คะแนน

ความรู้ปานกลาง มีคะแนน 11-17 คะแนน

ความรู้สูง มีคะแนน 18-22 คะแนน

**ทัศนคติต่อผู้สูงอายุ** หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลต่อ  
ผู้สูงอายุ โดยวัดจากคำตอบของข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อผู้สูงอายุว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็น  
ด้วยมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีทั้งข้อคำถามเชิงบวกและข้อคำถามเชิงลบ และมีการให้คะแนนแตกต่าง  
กัน ดังนี้

คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ	
ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ให้ 1 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ	ให้ 2 คะแนน
เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ให้ 3 คะแนน

ข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อผู้สูงอายุมี 9 ข้อ ดังนั้นจึงมีคะแนนต่ำสุด 9 คะแนน และมีคะแนนสูงสุด 27 คะแนน ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวแปรทัศนคติต่อผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ

ทัศนคติเชิงลบ/ไม่ดี	มีคะแนน 1-17 คะแนน
ทัศนคติปานกลาง	มีคะแนน 18-22 คะแนน
ทัศนคติเชิงบวก/ดี	มีคะแนน 23-27 คะแนน

**ค่านิยมของผู้สูงอายุ** หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่ควรทำหรือสิ่งที่ไม่ควรทำด้านวิถีปฏิบัติและจุดหมายปลายทางของชีวิตที่เป็นอุดมคติของการมีชีวิตอยู่ ซึ่งแสดงออกในรูปของกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่ผู้สูงอายุเห็นควรให้ปฏิบัติ โดยวัดจากคำตอบของข้อคำถามเกี่ยวกับค่านิยมของผู้สูงอายุว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำพฤติกรรมเหล่านั้นมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีทั้งข้อคำถามเชิงบวกและข้อคำถามเชิงลบ และมีการให้คะแนนแตกต่างกัน ดังนี้

คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ	
ไม่ทำ	ทำประจำ	ให้ 0 คะแนน
ทำบางครั้ง	ทำบางครั้ง	ให้ 1 คะแนน
ทำประจำ	ไม่ทำ	ให้ 2 คะแนน

ข้อคำถามเกี่ยวกับค่านิยมของผู้สูงอายุมี 13 ข้อ ดังนั้นจึงมีคะแนนต่ำสุด 0 คะแนน และมีคะแนนสูงสุด 26 คะแนน ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวแปรค่านิยมของผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ

ไม่นิยมปฏิบัติ	มีคะแนน 0-12 คะแนน
เฉยๆ	มีคะแนน 13-19 คะแนน
นิยมปฏิบัติ	มีคะแนน 20-26 คะแนน

### 3.2 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตของการวิจัยในด้านเวลา ดังนี้

- 1) การวิจัยในส่วนของกรวิพากษ์รายการโทรทัศน์ครอบคลุมเฉพาะรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศระหว่าง ปี พ.ศ.2557-2558
- 2) การวิจัยในส่วนของกรสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามครอบคลุมเฉพาะผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร และดำเนินการวิจัย (รวมขั้นตอนการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม) ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงกันยายน พ.ศ.2559
- 3) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ และผู้สูงอายุ ดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2559

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอนตามกรอบแนวทางในการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ เป็นการดำเนินการที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ โดยแยกเป็น 2 ส่วน คือ
  - ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพการณ์โดยใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ข่าวออนไลน์ คลิปวิดีโอที่กรายการวิเคราะห์ข่าว สื่อสิ่งพิมพ์ และผลงานทางวิชาการที่เป็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์
  - ส่วนที่ 2 การศึกษาบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้เพื่อผู้สูงอายุ โดยใช้การวิพากษ์คลิปวิดีโอที่กรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจำนวน 15 ตอนจาก 5 รายการ และอ้างอิงกับทฤษฎีวิพากษ์ และตัวแบบความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย (ตารางที่ 1 ในบทที่ 2) และกรอบแนวทางการวิเคราะห์สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ (ตารางที่ 2 ในบทที่ 2) การนำเสนอข้อมูลจะไม่ใช้ชื่อรายการและสถานีจริงเพื่อปกป้องสิทธิและป้องกันผลกระทบต่อผู้ผลิตรายการที่อาจเกิดขึ้นจากการนำเสนอผลการวิจัย อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมุ่งนำเสนอข้อมูลและข้อค้นพบจากการวิจัยในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ

- 2) การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การแจกแจงอัตราร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 3) แนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยสรุปประเด็นอภิปราย และสรุปผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

### 3.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดดังนี้

- 1) อาจมีรายการโทรทัศน์บางรายการ เช่น รายการข่าว ละคร และสารคดี เป็นต้น ที่มีเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุอยู่บ้างเป็นครั้งคราว แต่ไม่ถูกนับรวมไว้ในการวิจัยครั้งนี้
- 2) เนื้อหารายการที่เหมาะสมสำหรับการเตรียมความพร้อมสำหรับวัยสูงอายุในรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นรายการสำหรับผู้สูงอายุนั้น แต่อาจเป็นรายการสำหรับคนทุกวัยเพื่อเตรียมตัวสำหรับการเข้าสู่วัยสูงอายุ
- 3) ตัวอย่างที่ศึกษาเป็นตัวแทนของประชากรสูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมเท่านั้น

## บทที่ 4

### สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ

ในบทนี้ เป็นการนำเสนอผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและข่าวสารที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็น 2 หัวข้อ คือ สภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 สภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ประเทศไทยในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมครอบคลุมบริบทของการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานดังเช่นในอดีตที่ผ่านมา หากแต่จะหลอมรวมเข้ากับชีวิตคนอย่างแท้จริง ดังนั้น นโยบายการเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล<sup>2</sup> จึงนำไปสู่การลงทุนพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเป็นพื้นฐานในการเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจและสร้างความเท่าเทียมทางสังคมที่มุ่งสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยมีการพัฒนาบุคลากรในองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมให้มีความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และมีทักษะเท่าทันความก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งของเทคโนโลยีเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพ ตลอดจนปรับระบบการเรียนการสอนในชั้นเรียนต่างๆ และปรับปรุงหลักสูตรในระดับอุดมศึกษา เพื่อพัฒนากำลังคนทุกสาขาวิชาให้มีความรู้และทักษะดิจิทัลที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับสื่อยุคดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนกระบวนการ

<sup>2</sup> เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (digital economy and society) หมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข และการบริหารราชการ รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2556). "เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล". Retrieved 7 พฤศจิกายน 2559, from <http://mict.go.th/view/1/Digital%20Economy>

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมและใช้งบประมาณมหาศาลในการเริ่มต้นลงทุนเพื่อปูทางสู่การเติบโตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลในอนาคต

#### 4.1.1 ความหมายของโทรทัศน์ดิจิทัล

โทรทัศน์ดิจิทัล (digital television) เป็นระบบการส่งผ่านสัญญาณภาพและเสียงในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งแต่เดิมระบบการส่งสัญญาณภาพและเสียงเป็นระบบแอนะล็อกที่นำสัญญาณภาพผสมกับสัญญาณวิทยุโดยใช้สถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินเป็นตัวส่งสัญญาณ และผู้รับชมที่บ้านรับสัญญาณนั้นโดยใช้ “เสาข้างปลา” หรือ “เสาหนวดกุ้ง” ซึ่งระบบนี้จะถูกรบกวนง่าย ภาพและเสียงจะไม่คมชัด ในขณะที่กลไกการทำงานของโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นระบบการรับส่งสัญญาณภาพและเสียงโดยการเข้ารหัสข้อมูลเป็นตัวเลข ที่มีค่า “0” กับ “1” เท่านั้น โดยมีกระบวนการต่างๆ ที่จะทำการแปลงสัญญาณภาพและเสียงให้เป็นดิจิทัล มีการบีบอัดข้อมูลโดยทำการเข้ารหัสข้อมูลก่อนที่จะกล่าหรือผสมสัญญาณข้อมูลเหล่านี้เพื่อส่งไปสู่ผู้รับปลายทาง เมื่อสัญญาณดิจิทัลถูกส่งมายังเครื่องรับโทรทัศน์ จะผ่านกระบวนการบีบอัดข้อมูลโดยมี MPEG-2 หรือ MPEG-4 ทำการถอดรหัส หลังจากนั้นสัญญาณจะถูกส่งไปยังหลอดภาพ แล้วหลอดภาพจะยิงลำแสงออกไปยังหน้าจอโทรทัศน์ ทำให้ภาพที่ออกมามีความคมชัด ละเอียด และไม่มีการกระพริบของสัญญาณภาพ ดังนั้น ระบบดิจิทัลจึงมีจุดเด่นกว่าระบบแอนะล็อกทั้งในด้านความคมชัด การส่งข้อมูล และประสิทธิภาพ โดยระบบดิจิทัลสามารถส่งสัญญาณภาพและเสียงที่มีความคมชัดสูง มีความเสถียร และครอบคลุมพื้นที่ได้ไกลมากขึ้น และสามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าใน 1 ช่องสัญญาณ (multicasting) คือ สามารถส่งได้ 4-6 รายการทางภาคพื้นดิน และ 8-10 รายการทางดาวเทียม<sup>3</sup> และทำให้สามารถรับชมรายการขณะอยู่ในพาหนะที่เคลื่อนที่ได้ด้วย ตลอดจนสามารถพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อรองรับโทรทัศน์จอกว้าง (wide screen) และโทรทัศน์ความคมชัดสูง (High Definition Television [HDTV]) ได้ รวมทั้งสามารถพัฒนาการรับชมไปเป็นแบบโทรทัศน์ที่มีปฏิสัมพันธ์ (interactive TV) และโทรทัศน์ตามคำสั่ง (TV on command) ได้อีกด้วย

#### 4.1.2 กำเนิดโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย

การลงทุนในการเปลี่ยนแปลงจากระบบโทรทัศน์ต้นแบบแอนะล็อกไปสู่โทรทัศน์ดิจิทัลที่มีกระบวนการซับซ้อนและมีองค์ประกอบหลายประการที่จะพัฒนาไปสู่ความสมบูรณ์

<sup>3</sup> คณะกรรมการสภภาพโทรคมนาคมสากล (ITU) ได้กำหนดมาตรฐานระบบแพร่ภาพดิจิทัล ไว้ดังนี้

- 1) ระบบแพร่ภาพดิจิทัลผ่านดาวเทียม หรือ DVB-S (the digital video broadcasting satellite system)
- 2) ระบบแพร่ภาพดิจิทัลผ่านสายเคเบิล หรือ DVB-C (the digital cable eleliverly system)
- 3) ระบบแพร่ภาพดิจิทัลภาคพื้นดิน หรือ DVB-T (the digital terrestrial television system)



พร้อมตามเป้าหมายนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย การเปลี่ยนผ่านของระบบโทรทัศน์ในประเทศไทยเกิดขึ้น โดยความรับผิดชอบของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. (National Broadcasting and Telecommunication Commission [NBTC]) ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กร จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 ที่เป็นกฎหมายซึ่งตราขึ้นให้เป็นไปตามมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร ไทย พ.ศ.2550 (ราชกิจจานุเบกษา 2550) ที่บัญญัติไว้ว่า

คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์ สาธารณะ ให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่ จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับการประกอบ กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ . . .

ตั้งแต่วันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2554 เป็นต้นมา ประเทศไทยมี กสทช. จำนวน 11 คน ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีผลงาน มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ด้านต่างๆ ที่ผ่านการ สรรหา และวุฒิสภาลงคะแนนเลือก และได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้ดำรง ตำแหน่ง กสทช. เพื่อมีอำนาจในการกำกับดูแลกิจการสื่อสารของประเทศอย่างเต็มรูปแบบ

กสทช. ได้กำหนดจำนวนและรูปแบบของช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบ ดิจิทัล เบื้องต้นไว้ทั้งสิ้นจำนวน 48 ช่อง ดังนี้

- 1) กลุ่มช่องประเภทบริการสาธารณะและชุมชน จำนวน 24 ช่อง โดยใช้ วิธีการคัดเลือกคุณสมบัติ (beauty contest) เพื่อรับรองใบอนุญาตใช้ คลื่นความถี่ ได้แก่
  - ประเภทรายการบริการสาธารณะ จำนวน 12 ช่อง (ระดับชาติ)
  - ประเภทรายการบริการชุมชน จำนวน 12 ช่อง (จำแนกเป็นแต่ละเขต บริการ)
- 2) กลุ่มช่องประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ จำนวน 24 ช่อง โดยใช้ วิธีการประมูลคลื่นความถี่ (auction) เพื่อรับรองใบอนุญาตใช้คลื่น ความถี่ ได้แก่

- ประเภทรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 3 ช่อง
- ประเภทรายการข่าวสาร และสาระ จำนวน 7 ช่อง
- ประเภทรายการทั่วไป ความคมชัดปกติ (Standard Definition [SD]) จำนวน 7 ช่อง
- ประเภทรายการทั่วไป ความคมชัดสูง (High Definition [HD]) จำนวน 7 ช่อง

ภายหลังจากที่ กสทช. ได้กำหนดนโยบาย แนวทาง และแผนแม่บทการดำเนินการด้านกิจการโทรทัศน์แล้ว คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์หรือ กสทช. ซึ่งเป็นคณะกรรมการย่อยของ กสทช. ที่ปฏิบัติภารกิจแทน กสทช. เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ก็ได้มีมติอนุมัติช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลทั้งหมด 60 ช่อง เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ.2555 แต่ต่อมามีการปรับลดจำนวนช่องรายการลงเพื่อความเหมาะสม และมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขเสียใหม่ จนในที่สุดมีประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ.2556 (ราชกิจจานุเบกษา 2556) โดยอนุมัติช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลทั้งหมด 48 ช่อง แบ่งเป็น

- 1) ช่องบริการสาธารณะ ร้อยละ 25 หรือ 12 ช่อง
- 2) ช่องบริการชุมชน ร้อยละ 25 หรือ 12 ช่อง
- 3) ช่องบริการธุรกิจ ร้อยละ 50 หรือ 24 ช่อง ได้แก่
  - ช่องรายการเด็กและเยาวชน (ความคมชัดปกติ) 3 ช่อง
  - ช่องรายการข่าวสารและสารประโยชน์ (ความคมชัดปกติ) 7 ช่อง
  - ช่องรายการทั่วไป (ความคมชัดปกติ) 7 ช่อง
  - ช่องรายการทั่วไป (ความคมชัดสูง) 7 ช่อง

กสทช. เริ่มจำหน่ายซองเอกสารเงื่อนไขการประมูลช่องรายการตั้งแต่วันที่ 10-12 กันยายน พ.ศ.2556 และเปิดประมูลช่องรายการทั่วไป (ความคมชัดสูง) และช่องรายการทั่วไป (ความคมชัดปกติ) ในวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2556 และเปิดประมูลช่องรายการข่าวสารและสารประโยชน์ และช่องรายการเด็กและเยาวชน ในวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ผลการประมูลทำให้รัฐได้รายได้เป็นจำนวนเงินสูงถึง 50,862 ล้านบาท

ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลที่เผยแพร่ผ่านระบบเคเบิลและดาวเทียม จำนวน 48 ช่องในการกำกับและดูแลของ กสทช. ประกอบด้วย

- 1) ช่องบริการสาธารณะ 12 ช่อง เป็นการจัดสรรให้ตามเกณฑ์การพิจารณา โดยปัจจุบันดำเนินการออกอากาศแล้ว 4 ช่อง ได้แก่ ททบ.5, เอ็นบีที, ไทยพีบีเอส และโทรทัศน์รัฐสภา
- 2) ช่องรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 ช่อง ได้แก่ 3 แฟมิลี, เอ็มคอตแฟมิลี และโลกา (ปัจจุบันช่องโลกาปิดการดำเนินการแล้ว)
- 3) ช่องรายการข่าวสารและสาระ 7 ช่อง ได้แก่ ทีเอ็นเอ็น 24, นิวทีวี, สปริงนิวส์, ไบรด์ทีวี, วอยซ์ทีวี, เนชั่นทีวี และไทยทีวี (ปัจจุบันช่องไทยทีวีปิดการดำเนินการแล้ว)
- 4) ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดปกติ 7 ช่อง ได้แก่ เวิร์คพอยท์ทีวี, ทูโฟร์ยู, จีเอ็มเอ็ม 25, นาว, 8, 3 เอสดี และโมโน 29
- 5) ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดสูง 7 ช่อง ได้แก่ เอ็มคอตเอชดี, วัน, ไทยรัฐทีวี, 3 เอสดี, อมรินทร์ทีวี, 7 เอสดี และพีพีทีวี

ส่วนช่องบริการชุมชนอีก 12 ช่อง ตามข้อมูล ณ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2559 ปรากฏว่ายังไม่มีมีการเปิดพิจารณาคัดเลือก

#### 4.1.3 การดำเนินการเพื่อรับชมโทรทัศน์ดิจิทัล

ภายหลังจากเสร็จสิ้นการประมูลเพื่อจัดสรรช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล กสทช. ได้ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบถึงการมีโทรทัศน์ดิจิทัล ควบคู่ไปกับการทดลองระบบออกอากาศ โดยการเปิดให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2557 ซึ่ง กสทช.ได้กำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์สำหรับการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัลเปิดให้บริการโครงข่ายจำนวน 4 สถานีหลักในกรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ และสงขลา จากนั้นในวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2557 กำหนดให้ขยายบนโครงข่ายครอบคลุมเพิ่มอีก 3 สถานีหลักในจังหวัดอุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี และระยอง และในวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2557 ให้ขยายเพิ่มอีก 4 สถานีหลักในจังหวัดสิงห์บุรี สุโขทัย ขอนแก่น และอุดรธานี ซึ่งรวมแล้วในปีแรกประเทศไทยมีโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวนทั้งสิ้น 11 สถานีหลัก โดยมีรัศมีการออกอากาศครอบคลุม 11 จังหวัดที่ตั้งสถานีหลักและจังหวัดใกล้เคียง หรือครอบคลุมจำนวนครัวเรือนไม่น้อย

กว่าร้อยละ 50 หรือ 11.45 ล้านครัวเรือนจากจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 22.9 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ

ในระหว่างช่วงการดำเนินการทดสอบโครงข่ายระหว่างวันที่ 1-24 เมษายน พ.ศ. 2557 หน่วยงานได้ทดสอบเชิงเทคนิคในการเชื่อมต่อสัญญาณกับช่องรายการโทรทัศน์ โดยการนำรายการจากช่องโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกเดิมมาแพร่ภาพบนระบบดิจิทัล จากนั้น ผู้ชนะการประมูลคลื่นความถี่ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติทั้ง 24 ช่องจึงเริ่มทดลองออกอากาศตามกระบวนการที่ กสท. กำหนดไว้ โดยเริ่มออกอากาศในส่วนกลางระหว่างวันที่ 25 เมษายนถึงวันที่ 24 พฤษภาคม และเริ่มออกอากาศเปิดผังรายการใหม่ตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ.2557 เป็นต้นมา

สำหรับการสนับสนุนประชาชนในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ดิจิทัล นั้น กสทช. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแขนงต่างๆ ถึงข้อมูลและวิธีการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัล และแจกคู่มือเพื่อนำไปแจกซื้ออุปกรณ์ที่สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล เช่น กล่องรับสัญญาณ (set-top box) พร้อมสายอากาศ หรือเป็นส่วนลดในการซื้อโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่มีรับสัญญาณดิจิทัล ซึ่ง กสทช. เริ่มแจกจ่ายคู่มือตามทะเบียนบ้านสำหรับ 21 จังหวัดแรกที่มีสัญญาณครอบคลุมตั้งแต่อ้อยละ 80 ขึ้นไปตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ.2557 โดยจัดส่งทางไปรษณีย์เท่านั้น

#### 4.1.4 ผลการดำเนินการโทรทัศน์ดิจิทัล

จากการเปิดเผยตัวเลขรายได้ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล ปี พ.ศ.2557 (โพลีซันนิ่งแมค, 2559: ออนไลน์) พบว่าช่องโทรทัศน์ที่มีฐานธุรกิจและฐานผู้รับชมเดิมได้เปรียบ ดังจะเห็นได้จากการที่ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีรายได้เป็นอันดับต้นๆ ล้วนแต่เป็นผู้ประกอบการเดิมที่มีฐานธุรกิจและฐานผู้รับชมเดิมทั้งสิ้น โดยช่องโทรทัศน์ที่ทำรายได้สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ช่อง 8 ของบริษัท อาร์เอส เทเลวิชั่น จำกัด (472.7 ล้านบาท) รองลงไปคือ เวิร์คพอยท์ทีวี ของบริษัท ไทยบรอดคาสติ้ง จำกัด (452.1 ล้านบาท), 3 เอชดี ของบริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (433.9 ล้านบาท), ทูโฟร์ยู ของบริษัท ทูโฟร์ยู จำกัด (274.4 ล้านบาท) และทีเอ็นเอ็น 24 ของบริษัท ไทยนิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด (271.8 ล้านบาท)

ส่วนการวัดความนิยมจากจำนวนผู้รับชมรายการโทรทัศน์หรือทีวีเรตติ้ง (TV rating) ที่สำรวจกลุ่มผู้รับชมทั่วประเทศที่รับชมรายการโทรทัศน์ โดยบริษัท เอจีบี นีลเสน รีเสิร์ช ประเทศไทย จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1-31 มีนาคม พ.ศ.2558 (เอจีบี-นีลเสน, 2558: ออนไลน์) ดังปรากฏในตารางที่ 4 พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ช่อง 7 เอชดี ตามด้วยช่อง 3 เอชดี, เวิร์คพอยท์ทีวี, ช่อง 8, และช่องโมโน 29 (ที่เน้นการนำเสนอซีรีส์และ

ภาพยนตร์ดังกล่าวจากฮอลลีวู้ด) ส่วนที่เหลือจะสลับตำแหน่งกันไปมาระหว่างช่องวัน, 3 เอสดี, เอ็มคอตเอชดี, ททบ.5, ไทยรัฐทีวี, ไทยพีบีเอส, 3 แฟมิลี, ทูโฟร์ยู, พีพีทีวี, และจีเอ็มเอ็ม 25 โดยอันดับความนิยมจะเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลาที่มีรายการยอดนิยม เช่น ช่องไทยรัฐทีวีได้รับความนิยมสูงในช่วงเวลาที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลทีมชาติไทย ส่วนช่องทูโฟร์ยูได้รับความนิยมสูงในตารางที่ 4 อันดับความนิยมของสถานีโทรทัศน์โดยวัดจากจำนวนผู้รับชมต่ออนาที

อันดับ	สถานีโทรทัศน์	จำนวนผู้รับชม/นาที	ค่าเรตติ้ง
1	7 เอชดี	1,944,441	3.717
2	3 เอชดี	1,215,695	2.458
3	เวิร์คพอยท์ทีวี	365,546	0.754
4	8	200,784	0.405
5	โมโน 29	157,520	0.318
6	เอ็มคอตเอชดี	147,561	0.295
7	วัน	116,977	0.236
8	ไทยรัฐทีวี	95,672	0.196
9	ททบ.5	81,888	0.167
10	ไทยพีบีเอส	80,892	0.161
11	ทูโฟร์ยู	51,748	0.101
12	พีพีทีวี	43,431	0.086
13	3 เอสดี	32,680	0.067
14	เนชั่นทีวี	29,969	0.063
15	ทีเอ็นเอ็น 24	29,139	0.061

ที่มา: เอจีบี-นิลสัน รีเสิร์ช ประเทศไทย (AGB 2558)

ช่วงเวลาที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกและฟุตบอลลา ลีกาของสเปน ในขณะที่ช่องจีเอ็มเอ็ม 25 ได้รับความนิยมสูงในช่วงเวลาที่นำเสนอละครย้อนหลังหรือละครเก่าที่ได้รับความนิยมในช่องอื่นๆ

สำหรับการลงทุนด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2558: ออนไลน์) พบว่าในปีพ.ศ.2558 สถานีโทรทัศน์ที่ใช้งบลงทุนสูงสุด 5 อันดับ

แรก คือ ช่องโมโน 29 (39.8 ล้านบาท) รองลงไปคือ ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี (34.2 ล้านบาท), พีพีทีวี (32.8 ล้านบาท), สปริงนิวส์ (32.7 ล้านบาท), และช่องวัน (17.9 ล้านบาท) ส่วนสื่อที่ได้รับความนิยมสูงในการใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มโทรทัศน์ดิจิทัลคือสื่อเคลื่อนที่ที่ผู้รับชมพบเห็นได้ง่ายในชีวิตประจำวัน เช่น รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้าบีทีเอส และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

#### 4.1.5 ปัญหาและอุปสรรคของโทรทัศน์ดิจิทัล

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลไม่เติบโตตามเป้าหมายเพราะต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากสาเหตุสำคัญหลายประการ สาเหตุประการแรกคือ การบริหารจัดการของสถานีในด้านงบประมาณ การหารายได้ และการจ่ายค่าสัมปทาน เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลคือสื่อพาณิชย์ที่มีรายได้หลักจากค่าโฆษณา แต่เมื่อจำนวนสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นในขณะที่งบประมาณในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ทั้งระบบมีอยู่เท่าเดิมหรือใกล้เคียงเดิม และบริษัทโฆษณายังคงเลือกลงโฆษณาใน “พีพีทีวี” เดิม คือ ช่อง 3 และช่อง 7 ที่มีฐานผู้รับชมและอันดับความนิยมที่สูงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาเป็นผลให้ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีผู้รับชมน้อยต้องประสบปัญหา ไม่มีเงินจ่ายค่าสัมปทาน ไม่สามารถผลิตรายการที่ดีและมีคุณภาพ จนต้องยุติการออกอากาศ เช่น ช่องไทยทีวี และช่องโลกา ของบริษัท ไทยทีวี จำกัด ในขณะที่ชมรมผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแห่งประเทศไทยได้ยื่นเรื่องต่อ กสทช. เพื่อขอเลื่อนชำระเงินค่าประมูลใบอนุญาตในงวดที่ 2 เป็นต้นไปเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 2 ปี สาเหตุประการถัดมาคือคุณภาพและการขยายโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลและสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ทำให้พื้นที่ที่อยู่ห่างไกลจากเสาส่งสัญญาณไม่สามารถรับชมได้และมีโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัลเพียง 3 โครงข่ายที่มีการติดตั้งสถานีหลักได้ตามเป้าหมาย คือ สถานีวิทยุกองทัพบก ช่อง 5, สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส, และบริษัท อสมท. จำกัด ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ยังไม่ได้ดำเนินการติดตั้งแต่อย่างใด มีแค่สัญญาณจัดซื้อจัดจ้างเท่านั้น สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การเปลี่ยนผ่านในการรับชมเพื่อขยายฐานผู้รับชมไม่มีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากการแจกคู่มือทุกครัวเรือนเพื่อนำไปแลกซื้ออุปกรณ์ที่สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลที่ไม่สามารถแจกได้ทั่วถึง ในขณะที่คู่มือที่แจกไปทั้งหมด 14.1 ล้านใบ กลับพบว่า มีผู้นำคู่มือไปใช้สิทธิ์เพียง 4.3 ล้านรายเท่านั้น ทั้งนี้ ปัจจุบันมีผู้รับชมรายการโทรทัศน์ผ่านจานดาวเทียมมากกว่า 7.5 ล้านราย ผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่นมากกว่า 2.4 ล้านราย และทรูวิชั่นส์มากกว่า 2 ล้านราย แสดงว่าผู้รับชมเหล่านี้ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องแลกกล่องรับสัญญาณที่ดูได้เพียง 28 ช่องเมื่อเปรียบเทียบกับโทรทัศน์ดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีที่มีมากกว่า 720 ช่อง (ผู้จัดการออนไลน์ 2558)

นอกจากนี้ นักวิชาการด้านสื่อบางรายเห็นว่าโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทยเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม เพราะในช่วงเวลาที่มีการจัดตั้งโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น ประเทศไทยมีโทรทัศน์ดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีอยู่แล้วถึง 720 ช่อง ทั้งยังต้องแข่งขันกับโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตอีกจำนวนมาก การที่สถานีโทรทัศน์มีจำนวนมากเช่นนี้ จึงมีปัญหาเรื่องการพัฒนาคุณภาพรายการเพื่อให้ได้ฐานผู้รับชมมากกว่า 300,000 คนขึ้นไปเพื่อให้ได้ค่าโฆษณา ซึ่งจกตารางที่ 4 จะเห็นว่าสถานีโทรทัศน์ที่มีอันดับความนิยมตั้งแต่อันดับที่ 3 ลงไปไม่มีฐานผู้รับชมมากพอ ทำให้ไม่เกิดความคุ้มค่าในการผลิต ซึ่งอาจเนื่องจากขาดผู้ผลิตรายการที่มีคุณภาพและเนื้อหารายการไม่ตอบโจทย์ผู้รับชมรายการ เป็นเหตุให้นำไปสู่การบอกเลิกกิจการและขอคืนใบอนุญาตในที่สุด ดังจะเห็นได้จากตัวเลขผลประกอบการในปีแรกที่มีผู้ได้กำไรน้อยมาก และมีการคาดการณ์ว่าจะมีผู้ประกอบการปิดตัวลงอีกในช่วง 5 ปีแรก ด้วยข้อจำกัดด้านผลประกอบการและความล้มเหลวจากการไม่สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพจึงอาจทำให้ผู้ประกอบการแก้ปัญหาโดยการใช่วิธีซื้อรายการจากต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การไม่สามารถใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากศักยภาพของโทรทัศน์ดิจิทัล เพราะโทรทัศน์ดิจิทัลนั้นสามารถพัฒนาไปสู่โทรทัศน์ที่มีปฏิสัมพันธ์และโทรทัศน์ตามคำสั่ง ซึ่งผู้รับสารสามารถจัดผังรายการได้เองตามความต้องการ รวมถึงการประเมินคุณภาพรายการ และการแสดงความคิดเห็นได้ในทันที แต่ในช่วงแรกนั้นกลับกลายเป็นว่าผู้ผลิตรายการต่างแข่งขันกันที่ความคมชัดของภาพประกอบรายการ ซึ่งไม่ได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอย่างแท้จริง รวมถึงไม่ได้คำนึงถึงพฤติกรรมของผู้รับชมรายการรุ่นใหม่ ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญหรือสนใจกับการรับชมรายการโทรทัศน์ว่าเป็นเคเบิลหรือดิจิทัล เพราะสามารถรับชมผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือรับชมรายการย้อนหลังได้ (ธาม เชื้อสถาปนศิริ (ธาม เชื้อสถาปนศิริ 2558)

ประเด็นเรื่องเนื้อหารายการและการตอบโต้กลุ่มผู้รับชมที่หลากหลายนั้น คือคำถามสำคัญที่ควรแก่การวิเคราะห์และวิพากษ์การผลิตรายการที่มีคุณค่าต่อสังคม ในกรณีของโทรทัศน์ดิจิทัลที่กำลังเผชิญกับความท้าทายในด้านงบประมาณ การบริหารจัดการ และการผลิตรายการนั้น อาจเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการเน้นการผลิตรายการที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่าในเชิงธุรกิจมากกว่าในเชิงสร้างสรรค์ เป็นผลให้รายการต่างๆ ซึ่งเป็นผลผลิตของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีไม่ตอบโจทย์ของการจัดตั้งโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีศักยภาพในการรองรับผู้รับชมรายการอันหลากหลายได้ ซึ่งกลุ่มผู้รับชมรายการที่สำคัญกลุ่มหนึ่งคือผู้สูงอายุ ที่ปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจนประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย แต่จากการทบทวนวรรณกรรมและการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นพบว่าประเทศไทยมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุหรือรายการที่มีเนื้อหารองรับการเป็นสังคมสูงวัยและเตรียมพร้อมสำหรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในสัดส่วนที่ต่ำ

มาก ๆ คือ มีเพียง 5 รายการจาก 4 สถานี ทั้งๆ ที่มีสถานีโทรทัศน์ทั้งหมด 768 สถานี ด้วยเหตุนี้ การวิพากษ์การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ โดยมองว่าสถานีโทรทัศน์ต่างๆ นั้นมีความต่างแบบกันในด้านการลงทุนและสังกัดของสถานี คือเป็นสื่อรัฐ สื่อสาธารณะ และสื่อพาณิชย์ ก็จะทำให้สามารถเข้าใจบริบทของสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน และนำไปสู่การค้นหาคำปัญหาและแนวทางสำหรับการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่เหมาะสมได้

#### 4.2 บทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ

ในช่วงเวลาระหว่างปี พ.ศ.2557-2558 ซึ่งเป็นช่วงรอยต่อสำคัญของการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยไปสู่การเป็นโทรทัศน์ดิจิทัล ยังเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่กระแสความตื่นตัวของสังคมสูงวัยที่เกิดขึ้นในประเทศไทยมีมากขึ้น สื่อโทรทัศน์นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ โดยมีทั้งรูปแบบที่เป็นรายการที่มีเป้าหมายเพื่อผู้สูงอายุโดยตรง และรายการทั่วไปที่แทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ

##### 4.2.1 รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

การสำรวจผังรายการของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2557-2558 พบว่ามีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเพียง 5 รายการ ได้แก่

รายการที่ 1 รายการสาระความรู้เชิงวาไรตี้ แบ่งรายการเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ และช่วงข่าวสารด้านสุขภาพ หรือกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 14.00-14.30 น. และ ออกอากาศซ้ำทุกวันอาทิตย์ เวลา 05.30-06.00 น.

รายการที่ 2 รายการสาระความรู้เชิงวาไรตี้ ไม่มีการแบ่งช่วงรายการ แต่เป็นการนำเสนอเรื่องราวของผู้สูงอายุ โดยให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ดำเนินเรื่องและมีบทบรรยายประกอบ

ออกอากาศทุกวันพุธและวันพฤหัสบดี เวลา 06.30-07.00 น. และออกอากาศซ้ำทุกวันศุกร์ เวลา 06.30-07.00 น.

รายการที่ 3 รายการสาระความรู้เชิงวาไรตี้ แบ่งรายการเป็น 4 ช่วง ได้แก่ ช่วงออกกำลังกาย ช่วงสัมภาษณ์แขกรับเชิญ ช่วงเกร็ดความรู้ด้านสุขภาพ และช่วงข่าวสารกิจกรรม



ออกอากาศทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 05.00-06.00 น.  
ปัจจุบันรายการนี้ยุติการออกอากาศชั่วคราวเพื่อรอการ  
ปรับปรุงรายการใหม่และมีกำหนดการออกอากาศอีกครั้งในปี  
พ.ศ.2560

รายการที่ 4 รายการสาระความรู้เชิงวาไรตี้ แบ่งรายการเป็น 4 ช่วง ได้แก่  
ช่วงแนะนำแขกรับเชิญ ช่วงทำกิจกรรม (2 ช่วง) และช่วงเปิด  
ใจ

ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 10.00-11.00 น.

รายการที่ 5 รายการสาระความรู้เชิงวาไรตี้ แบ่งรายการเป็น 4 ช่วง ได้แก่  
ช่วงประเด็นข่าว ช่วงเกี่ยวกับสมุนไพร ช่วงการดูแลสุขภาพ  
และช่วงร้านอาหารแนะนำ

ในช่วงที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ดาวเทียม ออกอากาศทุกวัน  
เวลา 9.00-10.30/15.00-16.30/18.00-19.30 น. และเมื่อ  
ย้ายมาออกอากาศที่โทรทัศน์ดิจิทัล เปลี่ยนเป็นออกอากาศทุก  
วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 8.00-9.00 น.

รายการเหล่านี้แบ่งตามเจ้าของปัจจัยการผลิตได้เป็น 3 ประเภท คือ สื่อรัฐ 1  
รายการ สื่อสาธารณะ 2 รายการ และสื่อพาณิชย์ 2 รายการ โดยหนึ่งในรายการของสื่อพาณิชย์  
เป็นรายการที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ดาวเทียมที่ประชาสัมพันธว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ  
แห่งแรกในประเทศไทย ซึ่งได้ออกอากาศเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2558 และยุติการออกอากาศ  
ในเดือนธันวาคมของปีเดียวกัน รายการนี้จึงย้ายไปออกอากาศที่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลของเจ้าของ  
เดียวกันและดำเนินการออกอากาศจนถึงปัจจุบัน รายการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นมีความเหมือนใน  
แง่ของการเน้นเนื้อหารายการเพื่อผู้สูงอายุ แต่รูปแบบรายการและวิธีนำเสนอ ตลอดจน  
ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการมีความแตกต่างกัน

#### 4.2.2 รูปแบบรายการสะท้อนเจ้าของปัจจัยการผลิต

รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ 5 รายการมีรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมากนัก  
กล่าวคือ รายการทั้งหมดเป็นรายการสาระความรู้เชิงวาไรตี้ ที่มีทั้งผู้ดำเนินรายการเป็นผู้เล่าเรื่อง  
แขกรับเชิญเป็นผู้ดำเนินเรื่อง และการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ โดยมีทั้งแบบมีพิธีกรนั่งสัมภาษณ์  
และแบบการสัมภาษณ์เดียวไม่มีพิธีกรที่ใช้วิธีนำเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลของแขกรับเชิญ  
ตามประเด็นที่มีการเตรียมไว้ล่วงหน้าที่เรียกว่าการปล่อยเสียงสัมภาษณ์ (sound bite) โดยวิธีการ

นำเสนอในแต่ละตอนของแต่ละรายการมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับทีมผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ สิ่งที่พบจากตัวอย่างรายการคือ รายการที่นำเสนอในสื่อรัฐและสื่อสาธารณะจะนำเสนอหลากหลายรูปแบบ และไม่จำกัดการถ่ายทำรายการเฉพาะในห้องส่ง ลักษณะภาพที่ปรากฏหน้าจอทำให้เห็นว่าการถ่ายทำนั้นมาจากทีมผลิตรายการแบบสมบูรณ ที่ประกอบด้วยผู้ควบคุมการผลิตรายการ ช่างภาพ ช่างเสียง ช่างไฟ ผู้กำกับรายการ และผู้ประสานงาน และถ่ายทำรายการหลายวัน ส่วนรายการที่นำเสนอในสื่อพาณิชย์เน้นรูปแบบสนุกสนานเฮฮา โดยหนึ่งในตัวอย่างรายการเน้นการออกนอกสถานที่และอ้างอิงกับผู้สนับสนุนรายการ เช่น เมื่อพักในโรงแรมก็จะแทรกการประชาสัมพันธ์สถานที่ในรายการ ส่วนอีกรายการเป็นการถ่ายทำในสตูดิโอและให้ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้เล่าเรื่อง ซึ่งความแตกต่างด้านรูปแบบการผลิตรายการนั้นอาจมาจากงบประมาณในการผลิตรายการที่แตกต่างกัน โดยสื่อรัฐและสื่อสาธารณะมีงบประมาณประจำและไม่เน้นการขายโฆษณา ส่วนสื่อพาณิชย์ต้องควบคุมต้นทุนการผลิตและเน้นการสร้างอันดับความนิยมเพราะต้องการรายได้จากการขายโฆษณาเป็นค่าใช้จ่ายของการผลิตรายการ

#### 4.2.3 เนื้อหารายการสะท้อนบทบาทของสื่อโทรทัศน์

การวิเคราะห์เนื้อหารายการตัวอย่างที่สุ่มจากทั้ง 5 รายการพบว่า ทุกรายการไม่ใช้คำว่า “การสูงวัยเชิงรุก” และไม่พูดถึงแนวคิดนี้โดยตรง แต่ทุกรายการเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับเสาหลัก 3 ด้านของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก ได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับการมีสุขภาพดีทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต การมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม และการมีความมั่นคงในชีวิต สำหรับการให้ความรู้ด้านสุขภาพนั้น สื่อรัฐและสื่อสาธารณะมักเน้นการให้ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุหรือแพทย์ ทั้งแพทย์แผนปัจจุบันและแพทย์ทางเลือก ส่วนสื่อพาณิชย์มักจะให้พิธีกรเป็นผู้เล่าโดยไม่อ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลทั้งที่พิธีกรในรายการไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวโดยตรงและการให้ความรู้ทางการแพทย์มักเน้นการคงความอ่อนเยาว์ทั้งรูปลักษณ์ ความแข็งแรงของร่างกาย และสมรรถภาพทางเพศ อย่างไรก็ตาม ตัวอย่างรายการทั้งหมดนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพในแง่การดูแลรักษาและการป้องกันการเจ็บป่วยเบื้องต้น แต่ไม่ครอบคลุมลักษณะทางชีววิทยาของผู้สูงอายุหรือความแตกต่างระหว่างบุคคล รวมถึงความแตกต่างของการดูแลรักษาและการป้องกันการเจ็บป่วยจำแนกตามช่วงอายุ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตแตกต่างกัน นอกจากนี้ เนื้อหาที่นำเสนอยังต้องพิจารณาในแง่ที่ว่ามีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุหรือไม่และอย่างไร เนื่องจากผลที่เกิดขึ้นจากการรับสารที่ไม่เหมาะสมอาจเป็นอันตรายต่อผู้สูงอายุ

ในหลายมิติ เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ถูกต้อง และการโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อโทรทัศน์ อาจส่งผลเสียหรือเป็นการหลอกลวงผู้สูงอายุได้

สำหรับด้านการมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคมนั้น ตัวอย่างรายการส่วนใหญ่จะนำเสนอการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคมค่อนข้างเด่นชัด เพราะผู้สูงอายุที่เป็นผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญในรายการมักเป็นผู้สูงอายุที่ทำกิจกรรมเพื่อสังคมหรือเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม เพียงแต่รูปแบบของการมีส่วนร่วมแตกต่างกันไปตามเจ้าของปัจจัยการผลิต โดยสื่อรัฐเน้นการนำเสนอผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญ ผู้นำชุมชน และปราชญ์ชาวบ้าน ขณะที่สื่อสาธารณะเน้นการทำกิจกรรมจิตอาสาหรือกิจกรรมร่วมกับองค์กรเพื่อสังคม ส่วนสื่อพาณิชย์เน้นการทำกิจกรรมบันเทิง ท่องเที่ยวและพักผ่อน ดาราอาวุโสในวงการบันเทิง หรือผู้ที่มีชื่อเสียงแบบหรือหิว และหากจะทำประโยชน์เพื่อสังคมก็จะมีรูปแบบที่สร้างกระแสความสนใจในสังคมเพียงชั่วคราวชั่วคราว เช่น การทำกิจกรรมที่บ้านพักคนชรา และการทำกิจกรรมกับเด็กด้อยโอกาส เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาด้านการมีส่วนร่วมในสังคมที่นำเสนอในรายการนั้นส่งผลอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุด้วย ส่วนการมีส่วนร่วมในครอบครัวปรากฏในเนื้อหาของรายการตัวอย่างน้อยมาก

ในด้านความมั่นคงในชีวิต มีข้อสังเกตว่าสื่อรัฐและสื่อสาธารณะมักเน้นความเป็นสถาบันครอบครัวแบบครอบครัวขยาย กล่าวคือ ผู้สูงอายุจะรู้สึกว่าคุณมีความมั่นคงในชีวิตหากยังมีคู่สมรสและมีบุตรหลานคอยดูแล แต่รายการของสื่อพาณิชย์มักเน้นความคิดสมัยใหม่ ผู้หญิงเป็นหัวหน้าครอบครัว แต่งตัวทันสมัย หรืออยู่เป็นโสดได้อย่างมีความสุข และการมีคู่สมรสไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชีวิตมีความสุขในวัยเกษียณ อย่างไรก็ตาม เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าความสุขในชีวิตของผู้สูงอายุคือการมีบุตรหลานคอยให้กำลังใจและแวะเวียนมาเยี่ยมเยียน ส่วนความมั่นคงด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย ปรากฏในเนื้อหาของรายการตัวอย่างน้อยมาก ตัวอย่างรายการที่ออกอากาศ มีดังนี้

1) รายการที่นำเสนอในสื่อรัฐ

รายการที่ 1

แขกรับเชิญที่ออกอากาศในสื่อรัฐมักเป็นข้าราชการบำนาญหรือปราชญ์ชุมชน เช่น ตัวอย่างรายการตอนหนึ่งเป็นการนำเสนอชีวิตหลังเกษียณของอดีตผู้ว่าราชการจังหวัด ในด้านสุขภาพนั้น แขกรับเชิญเป็นผู้ที่มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตดี มีภาพลักษณ์ของการเป็นผู้มีประสบการณ์ เป็นตัวอย่างของลูกหลาน และยังสามารถทำงานให้แก่ชุมชนได้ดี ส่วนในด้านการมีส่วนร่วมนั้นมีความชัดเจนในด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน เพราะแขก

รับเชิญมีตำแหน่งหน้าที่การงานเป็นอดีตผู้ว่าราชการจังหวัดแบบซีอีโอ ทำให้ยึดติดรูปแบบการใช้ชีวิตที่มุ่งเน้นการทำประโยชน์เพื่อสังคม สำหรับในด้านความมั่นคงนั้น แกรับเชิญเป็นผู้ที่มีความมั่นคงในชีวิต โดยอนุมานจากภาพสถานที่อยู่อาศัยที่เป็นบ้านหลังใหญ่ มีบริเวณกว้างขวาง มีการปลูกต้นไม้จัดสวนอย่างน่าอยู่ และใช้เครื่องเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ซึ่งแกรับเชิญเล่าว่าเป็นบ้านที่สร้างไว้ก่อนเกษียณ เพื่อเตรียมพร้อมใช้ชีวิตหลังเกษียณ โดยซื้อที่ดินสะสมมาตั้งแต่สมัยรับราชการแล้ว จึงค่อยๆ สร้างบ้านและขยับขยายพื้นที่ อีกทั้งการเป็นข้าราชการเกษียณนั้น ทำให้ได้รับเงินบำนาญและสวัสดิการของข้าราชการบำนาญ ทำให้มีความมั่นคงทั้งด้านการเงิน ด้านที่อยู่อาศัย และการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย

ตัวอย่างรายการที่ออกอากาศในสื่อรัฐอีกตอนหนึ่งคือการนำเสนอชีวิตของปราชญ์ชุมชน ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งโรงเรียนแพทย์แผนไทยแห่งหนึ่ง แกรับเชิญจึงเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องจากชุมชนให้เป็นปูชนียบุคคลที่ทรงคุณค่าด้านการแพทย์แผนไทย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้ ทำให้รู้จักดูแลตัวเอง และเลือกรับประทานแต่สิ่งที่มีประโยชน์ หากไม่สบายก็ใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง ส่วนในด้านการมีส่วนร่วมนั้น แกรับเชิญมีส่วนสำคัญในการผลักดันเรื่องแพทย์ทางเลือกสู่ชุมชนโดยเฉพาะเรื่องการนวดไทย และการเปิดโรงเรียนเพราะต้องการถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นต่อไป โดยสอนทุกอย่าง ทั้งการนวดและการย่ำขา ซึ่งก็คือการใช้เท้าชุบน้ำโพลและน้ำมันงา จากนั้นไปย่ำหรือวางบนขา (ผาลไถนา) ที่เผาไฟจนร้อนแดงแล้วจึงไปย่ำบริเวณร่างกายหรืออวัยวะที่มีอาการเจ็บปวด พร้อมทั้งเสกคาถาอาคมกำกับด้วย นอกจากนี้ การที่แกรับเชิญให้ความรู้และช่วยรักษาผู้อื่นโดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านได้รับการรักษาที่ถูกต้องตามหลักแพทย์แผนไทยนั้น มีผลให้แกรับเชิญมีจิตใจที่เป็นสุข ตลอดจนมีอาชีพและมีรายได้เพียงพอสำหรับตนเองและครอบครัว ซึ่งถือเป็นรากฐานของเสาหลักด้านความมั่นคง ทั้งในด้านการเงิน และการมีที่อยู่อาศัยที่ดีและแวดล้อมไปด้วยลูกศิษย์ที่คอยดูแล ซึ่งเป็นผลมาจากการมีความรู้ในด้านภาษาล้านนา ตำรายาโบราณ และการใช้สมุนไพรรักษาโรค จนได้เป็นแพทย์ประจำตำบล จัดยาสมุนไพรที่ปรุงเอง จัดตั้งหอพยาบาลล้านนา และเป็นอนุกรรมการสภาวิชาชีพแพทย์ล้านนา การที่แกรับเชิญมีชีวิตที่ต้องดิ้นรนและถือคติที่ว่า “เกิดเป็นคนถึงจะจนก็ต้องรู้ อย่าอดสู่มัวแต่เพ้อละเมอฝัน คิดต้องทำ ทำต้องคิดนิจันรันตร์ อยากลัวมันเรื่องความจนต้องทนเอา” ทำให้กลายเป็นแรงผลักดันในการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิต และยังให้บทเรียนแก่บุคคลอื่นอีกด้วย

ทั้งนี้ ในการถ่ายทอดตำราสมุนไพรนั้น แกรับเชิญยินดีถ่ายทอดให้ด้วยความเต็มใจ ถ้าผู้ใดป่วยก็จะเขียนตำราเพื่อไปผสมต้มยาได้เอง และแกรับเชิญยังฝากถึง

ผู้สูงอายุเกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพว่าต้องเป็นคนมีศีล 5 ทั้งกายวาจาใจ คบคนดี หมั่นเข้าวัด และทำตัวให้เหมาะสมเพื่อเป็นที่เคารพนับถือของลูกหลาน เนื่องจาก “พ่อแม่ดีเป็นศรีจำเริญส่ง จำเริญวงศ์วานนามหาศาล หากลูกหลานดีก็เป็นศรีแกวงศ์วาน ก่อรากฐานมั่นคงดำรงพันธุ์”

ตัวอย่างรายการที่ออกอากาศในสื่อรัฐอีกตอนหนึ่งคือการนำเสนอชีวิตของอดีตนายทหารเกษียณอายุ ซึ่งเป็นปราชญ์ชุมชนในด้านสมุนไพรและเป็นที่ปรึกษาโรงเรียนผู้สูงอายุแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ของเขารับเชิญครั้งนี้เป็นวิทยากรและเป็นผู้นำกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่เน้นนันทนาการและการหัวเราะ โดยกล่าวว่าการหัวเราะแบบต่างๆ เป็นการบริหารร่างกายและใบหน้าทำให้อ่อนวัยและกระชุ่มกระชวย ในขณะที่การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยจิตอาสาทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งการทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์นั้น เขารับเชิญเข้ามาตลอดตั้งแต่ยังไม่เกษียณอายุราชการ และการที่ยังทำงานได้อย่างคล่องแคล่วทำให้เห็นถึงสุขภาพร่างกายและจิตใจที่แข็งแรง สำหรับในด้านการมีส่วนร่วม นั้น จะเห็นว่าเขารับเชิญเป็นผู้ก่อตั้งศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแพทย์แผนไทยและเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการเปิดโรงเรียนผู้สูงอายุเนื่องจากพระครูผู้เป็นเจ้าของวัดเห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ จึงอยากให้ตั้งโรงเรียนเพื่อสร้างกิจกรรมผู้สูงอายุ และถ้าผู้สูงอายุเข้าวัดก็จะทำให้เกิดศรัทธาในพระพุทธศาสนาด้วย โรงเรียนผู้สูงอายุแห่งนี้ตั้งมา 1 ปีแล้ว มีนักเรียน 130 คน มีเจ้าอาวาสเป็นผู้อำนวยการโรงเรียน และเขารับเชิญเป็นที่ปรึกษาและคณะกรรมการ ซึ่งมีบทบาทในการแนะนำเรื่องสุขภาพและสมุนไพรที่ช่วยรักษาอาการปวดเข่า ปวดขา และปวดเส้นตลอดจนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนผลิตยารักษาอาการเหล่านี้ ส่วนในด้านความมั่นคงนั้น ประสบการณ์ชีวิตของเขารับเชิญสะท้อนถึงความมั่นคงในชีวิต กล่าวคือ นอกจากการเป็นข้าราชการทหารเกษียณอายุ ก็ยังได้ใช้ความรู้ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้คุณค่าต่อการทำกิจกรรมในวัยสูงอายุ โดยยอมรับว่าการสูงอายุเป็นการเดินถอยหลังและเวลาเหลือน้อยลงทุกวัน ผู้สูงอายุจึงเปรียบเหมือนไส้เทียนที่ยังมีแสงสว่างนั้นคือประสบการณ์ชีวิต ซึ่งต้องถ่ายทอดให้อนุชนรุ่นหลัง ในขณะที่การดำรงชีวิตในปัจจุบันปลายควรตื่นเช้าใส่บาตร เย็นสวดมนต์ ทำจิตใจให้สดชื่นเบิกบาน เมื่อแก่ก็แก่อย่างมีคุณค่า และเมื่อตายก็ตายอย่างสง่างาม ดังนั้น การยึดมั่นในศีลธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเมื่อถึงเวลาตายจะได้ตายอย่างมีสติ

ด้านข้อมูลข่าวสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นข่าวสารและกิจกรรมจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารและสวัสดิการจากรัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ การจัดทีมดูแลผู้สูงอายุทั้งที่โรงพยาบาลและที่บ้าน การจัดตั้งศูนย์สุขภาพที่มีกิจกรรมดูแลผู้สูงอายุ การพัฒนาคุณภาพชีวิต การแนะนำอาชีพที่

ผู้สูงอายุทำได้ และการมีกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสม ตลอดจนการดูแลผู้สูงอายุในช่วงเปลี่ยน ฤดูกาล

รายการที่ผลิตโดยสื่อรัฐนี้ มีเทคนิคการนำเสนอทั้งมุมภาพ การลำดับ ภาพ การคัดเลือกเพลงประกอบรายการ และกราฟิกที่ใช้ในรายการคล้ายคลึงกับรายการอื่นๆ จึง ทำให้รายการไม่โดดเด่น ทั้งที่เป็นรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเพียงรายการเดียวที่ปรากฏในผัง รายการ กล่าวคือ เป็นรายการที่เน้นการนำเสนอแบบวาไรตี้ คือ มีผู้ดำเนินรายการพาไปพูดคุย กับแขกรับเชิญหลักนอกสถานที่ และเสริมรายการด้วยช่วงสุขภาพทำรายการ ซึ่งเป็นแขกรับเชิญ คนอื่นที่มีความเชื่อมโยงกับแขกรับเชิญหลักในช่วงสัมภาษณ์ เช่น เมื่อไปสัมภาษณ์แขกรับเชิญที่ จังหวัดใด ในช่วงสุขภาพก็จะพาไปดูกิจกรรมของผู้สูงอายุหรือโรงพยาบาลประจำชุมชนของ จังหวัดนั้นๆ อย่างไรก็ตาม การที่แขกรับเชิญหลักในรายการเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการเกษียณ และมักเป็นผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี ทำให้รูปแบบการเล่าเรื่องมีความคล้ายคลึงกัน ในด้าน ที่ดี คือการเชิญผู้สูงอายุที่มีคุณค่าและเป็นผู้ที่ทำประโยชน์ให้สังคม แต่ในทางกลับกัน การมุ่งเชิญ ชุบบุคคลที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี มียศถาบรรดาศักดิ์ หรือเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ กลับ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุว่าต้องเป็นข้าราชการบำนาญหรือเป็นคนดังในสังคมจึงจะมี ชีวิตที่มีความสุขในช่วงปลายของชีวิต (พิธีกรหลักของรายการก็เป็นข้าราชการระดับสูงเช่นกันที่ เน้นการแต่งกายหรูหราและแต่งหน้าเข้มจัด) ผลที่ตามมาคืออาจทำให้รายการนี้จำกัด กลุ่มเป้าหมายของผู้รับชมที่กลุ่มข้าราชการผู้ใหญ่เท่านั้น และกลายเป็นการแบ่งกลุ่ม แบ่งชั้นชน และแบ่งแยกจากผู้สูงอายุที่ไม่ได้รับราชการและไม่ได้มีชื่อเสียงในสังคม

ทั้งนี้ รายการที่ 1 นี้มีเนื้อหาสอดคล้องกับหลักการสูงวัยเชิงรุกอย่างรอบ ด้าน เพียงแต่ไม่ได้ใช้คำว่า การสูงวัยเชิงรุกในการนำเสนอ แต่ใช้คำว่าผู้สูงอายุที่มีคุณค่าและแก่ ชราอย่างมีความสุข

## 2) รายการที่นำเสนอในสื่อสาธารณะ

รายการที่นำเสนอในสื่อสาธารณะมี 2 รายการคือ รายการที่ 2 และรายการที่ 3 ซึ่งมีเนื้อหาที่นำเสนอคล้ายคลึงกัน มีรายละเอียดดังนี้

### รายการที่ 2

รายการนี้มีแนวคิดในการผลิตรายการที่เน้นความสนุกสนาน สดใส เบิกบาน อิมเมจ และประทับใจ เพื่อทำให้เป็นรายการที่เหมาะสมกับการออกอากาศในช่วงเช้าวันหยุด ที่มีคุณค่าและความหมายต่อผู้สูงอายุในด้านต่างๆ ได้แก่

- 1) เสริมพลังการใช้ชีวิตในช่วงปลายของผู้สูงอายุ ให้เห็นคุณค่าของการมีชีวิตอยู่ และพร้อมจะก้าวออกมาใช้ชีวิตในฐานะพลเมืองอาวุโสของสังคมได้อย่างสง่างาม
- 2) สร้างการมีส่วนร่วมให้กับคนทุกวัยโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ เพื่อให้สังคมได้ตระหนักถึงคุณค่าของผู้สูงอายุและเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข
- 3) มีประโยชน์ทั้งสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ที่กำลังก้าวเข้าสู่ช่วงวัยของการเป็นผู้สูงอายุ และลูกหลานที่ต้องดูแลผู้สูงอายุ

ทั้งนี้ รายการนี้ใช้รูปแบบการนำเสนอที่เรียกลึกลับ กึ่งสารคดี โดยแขกรับเชิญเป็นผู้ดำเนินเรื่องด้วยกิจกรรมหรือกิจวัตรประจำวันที่ปฏิบัติจริง และมีเสียงพากษ์บรรยายเพื่อสรุปเนื้อหารายการ

ด้านเนื้อหาวิทยากรนั้น มีการนำเสนอด้านสุขภาพ เช่น ตัวอย่างรายการตอนหนึ่งที่กล่าวถึงคู่รักนักวิ่ง เป็นการนำเสนอภาพของแขกรับเชิญที่เป็นนักแข่งซันวิ่งมาราธอนอายุ 74 และ 75 ปี ไปแข่งขันมาแล้วเกือบทั่วประเทศเป็นเวลานานหลายสิบปี และได้รับรางวัลรวมกันมากกว่า 800 รางวัล ปัจจุบันแขกรับเชิญทั้งคู่ยังโลดแล่นอยู่บนเส้นทางมาราธอน และเน้นว่าการวิ่งทำให้มีสุขภาพกายแข็งแรง สุขภาพจิตดี และการมีสุขภาพแข็งแรงทำให้ไม่เป็นภาระผู้อื่น

ตัวอย่างรายการอีกตอนหนึ่งเป็นเรื่องของป้าหน้าใสหัวใจขอลุย โดยแขกรับเชิญมีอายุ 67 ปี แต่หน้าตาดีดูอ่อนกว่าวัย เพราะดูแลสุขภาพดี ออกกำลังกายเป็นประจำ และทำกิจกรรมร้องเพลงกับเพื่อนๆ ด้านสุขภาพจิตนั้น เป็นเรื่องของการชะลอวัยด้วยการทำจิตใจให้ผ่อนคลาย โดยบทบรรยายเน้นว่าความสดใสสร้างขึ้นได้ด้วยตัวเอง ทั้งหน้าใส สุขภาพดี และจิตใจเบิกบาน ตลอดจนเน้นด้วยว่าสุขภาพจิตดีเป็นเกราะป้องกันโรค เป็นยาวิเศษในการรักษาโรค ส่วนตัวอย่างรายการอีกตอนหนึ่งเป็นการนำเสนอแขกรับเชิญที่เป็นครูเพลงเรื่อ ซึ่งเป็นตัวอย่างของการนำเสนอประเด็นที่ว่าแม้สุขภาพกายจะไม่แข็งแรง แต่การมีจิตใจที่เข้มแข็ง มองโลกในแง่ดีจะเป็นพลังทำให้ร่างกายแข็งแรงได้ โดยแขกรับเชิญเล่าว่ามีปัญหาสุขภาพ หัวใจเต้นไม่เป็นจังหวะ และเป็นมะเร็งที่เต้านมข้างขวา แต่ก็พยายามตื่นเช้าเพื่อใส่บาตร เตือนสติและเรียนรู้เรื่องของการให้ การรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ และให้ความสำคัญกับอาหารเช้า โดยหลังใส่บาตรเสร็จก็กวาดน้ำ แล้วเข้าครัวทำข้าวต้มยามเช้า และมีเสียงพากษ์บรรยายว่าข้าวต้มย่อย

ง่ายและมีประโยชน์ ส่วนบรรยากาศการทานอาหารเข้าจะทานร่วมกับเพื่อนบ้าน โดยมีการพูดคุย และฟังข่าวไปด้วย

ด้านการมีส่วนร่วมนั้น ในรายการที่กล่าวถึงคู่รักนักวิ่ง การแข่งวิ่งมาราธอนเป็นกิจกรรมหลักในชีวิตของเขารับเชิญทั้งคู่ที่ไม่เพียงแต่สร้างความสุขในชีวิต แต่การที่เป็นผู้สูงอายุออกวิ่งยังเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ที่ทำให้ผู้พบเห็นมีแรงใจในการออกกำลังกาย นับเป็นต้นแบบของสังคมในด้านการส่งเสริมกิจกรรมการออกกำลังกายได้เป็นอย่างดี ส่วนในตัวอย่งรายการที่กล่าวถึงคุณป้าหน้าใสจะเน้นการทำงานจิตอาสาในโรงพยาบาล โดยการร้องเพลงบนเวทีคอนเสิร์ตเล็กๆ ซึ่งนอกจากต้องเตรียมรายการเพลงแล้วยังต้องเรียนรู้เรื่องคอมพิวเตอร์และเรียนร้องเพลงเพิ่มเติม โดยเขารับเชิญให้สัมภาษณ์ว่าการร้องเพลงที่บ้านก็มีความสุขแต่ไม่ปิติเท่ากับการร้องเพลงที่โรงพยาบาลที่มีผู้ป่วยและญาติมานั่งฟัง ทำให้ผู้ป่วยและญาติผ่อนคลายและมีความสุข เป็นการร้องเพลงจิตอาสาร่วมกับคุณลุงที่อายุมากกว่ามากและนักร้องอีกคนที่มีความรักในการร้องเพลง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการรวมกลุ่มจัดกิจกรรมเพื่อผู้อื่น นอกจากนี้ กิจกรรมอีกอย่างหนึ่งของเขารับเชิญ คือ ฝึกสอนเพื่อนๆ ร้องเพลงอยู่ที่บ้าน โดยการซ้อมร้องเพลง เนื้อเพลง จังหวะ และทำนอง

สำหรับตัวอย่งรายการที่กล่าวถึงครูเพลงเรื่อนั้น การที่เขารับเชิญยังรับงานแสดงร้องเพลงเรื่อในงานพิธีหรือเทศกาลต่างๆ โดยเฉพาะที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ถือเป็นการรักษาบทบาทการมีส่วนร่วมในสังคมได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่สอนเพลงเรื่อให้เด็กๆ ในโรงเรียนต่างๆ อีกด้วย บทบรรยายของรายการย้ำว่าบทเพลงเรื่อที่เขารับเชิญแต่งและถ่ายทอดให้ลูกศิษย์นั้นคือคุณค่าของเรื่อจ้างที่จะทุ่มเทให้ลูกศิษย์อีกต่อไป

ในด้านความมั่นคง ตัวอย่งรายการนี้ไม่กล่าวถึงการหารายได้พิเศษหรือการมีความมั่นคงทางการเงิน แต่เน้นการทำงานเพื่อสังคมด้วยจิตอาสา ซึ่งอาจตีความได้ว่า การได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว ชุมชน และสังคมก็ถือเป็นความมั่นคงในชีวิตของผู้สูงอายุได้ เช่น ในตัวอย่งรายการที่กล่าวถึงครูเพลงเรื่อ เขารับเชิญไม่ได้ร่ำรวย มีความเป็นอยู่ค่อนข้างสมถะ มีหลานสาวและสามีคอยดูแล แต่เขารับเชิญบอกว่าการที่มีสามีคอยดูแลเป็นเรื่องที่ดี เพราะเป็นคู่คิดในการแต่งเพลง มีการนำจดหมายตอนจับกันเป็นกลอนมาแล้วให้ฟังด้วยสีหน้ามีความสุข และการแต่งกลอนเป็นกิจกรรมที่ทำทุกวันเมื่อกลับถึงบ้าน บางครั้งก็แต่งกลอนย้อนรักสมัยยังสาวและสมัยจับกัน แล้วมีบทบรรยายแทรกว่าการรำลึกถึงความหลังทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขและรู้สึกกระชุ่มกระชวย นอกจากนี้ การฟังบทกลอนก็เป็นกำลังใจอย่างมากในตอนผู้ป่วยหนัก



อาจกล่าวได้ว่าชื่อและแนวคิดของรายการที่ 2 นี้ก่อให้เกิดความรู้สึกถึงพลังของผู้สูงอายุที่จะไม่โรยราไปตามวัย ทำให้รู้สึกว่าเป็นการให้คุณค่ากับผู้สูงอายุว่ายิ่งอายุมากยิ่งมีพลังหรือยิ่งทำประโยชน์ได้มากขึ้น แนวคิดเช่นนี้นับเป็นแนวคิดที่ดีมีพลังและสอดคล้องกับแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก แม้ในตัวอวยการที่ปรากฏนั้นไม่มีการกล่าวถึงการสูงวัยเชิงรุกทั้งในบทบรรยายและจากแทรกับเชิญ แต่พลังที่แฝงอยู่ในรายการนี้คือ การสร้างประโยชน์ให้กับสังคม ซึ่งหากผู้สูงอายุมีสุขภาพแข็งแรง มีจิตอาสา และมีฐานะทางการเงินมั่นคง จะยิ่งได้รับการส่งเสริมให้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้จิตใจเบิกบานและเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ส่วนผู้สูงอายุที่มีร่างกายไม่แข็งแรงหรือมีฐานะยากจน ภาพที่ปรากฏในรายการอาจดูน่าสงสารเพราะมีชีวิตยากลำบาก แต่ทำให้ย้อนคิดว่าผู้สูงอายุที่ทำประโยชน์ให้สังคมต่างๆ ที่ชีวิตตนเองก็ยังลำบากนั้น สังคมควรตอบแทนหรือไม่และอย่างไร

### รายการที่ 3

รายการนี้มีรูปแบบการนำเสนอหลากหลาย เป็นวาไรตี้ ที่ทีมงานพยายามนำเสนอประเด็นต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต การมีส่วนร่วม และความมั่นคง ซึ่งเป็นเสาหลักของการสูงวัยเชิงรุก แม้จะไม่มีคำว่า การสูงวัยเชิงรุกปรากฏในรายการเลย แต่แนวคิดสำคัญของรายการคือ “รายการที่จะทำให้ผู้รับชมมีสุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ” ทำให้การรับชมรายการให้ความรู้สึกว่าเป็นรายการเพื่อสุขภาพของคนทุกวัย มากกว่าเป็นรายการเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ เนื่องจากประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอไม่ได้เน้นสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ รวมถึงแทรกับเชิญยังมีความหลากหลาย ทั้งวัยทำงาน วัยกลางคน วัยสูงอายุ และมาจากหลากหลายฐานะ ภาพของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการนี้จะเน้นเพียงผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมสุขภาพ ซึ่งเป็นการออกกำลังกายตามความเหมาะสมของร่างกายและเน้นผู้สูงอายุในชุมชนและในชมรมต่างๆ

อย่างไรก็ดี ข้อสังเกตที่ปรากฏชัดที่สุดคือแนวคิดจิตอาสาที่แฝงอยู่ในเนื้อหารายการ โดยเน้นแทรกับเชิญที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้สังคมและชุมชนเป็นหลัก และการคัดเลือกกิจกรรมชุมชนที่นำมาเสนอในรายการ ล้วนเป็นงานจิตอาสาหรือเป็นเครือข่ายสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับคณะผู้บริหารของสื่อสาธารณะที่มาจากเครือข่ายสุขภาพ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เมื่อรับชมรายการหลายๆ ตอนจะพบว่าเนื้อหามีความคล้ายคลึงกันคือเป็นกิจกรรมจิตอาสาเหมือนกัน แต่ต่างสถานที่และต่างเวลา ซึ่งเป็นเทคนิคในการผลิตรายการให้ดูเสมือนมีความแตกต่างในแต่ละตอนทั้งที่เนื้อหามีความซ้ำซ้อนกัน

ด้านการคัดเลือกพีธีกรนั้น พบว่าในช่วงรายการที่กล่าวถึงการดูแล สุขภาพ การออกกำลังกาย และการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมสุขภาพและกิจกรรมเพื่อผู้สูงอายุ นั้น พีธีกรสนามหรือผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินรายการสามารถทำหน้าที่ได้ดี มีความเหมาะสม ซึ่งอาจ เป็นเพราะเคยทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตรายการเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้คนวัยต่างๆ ที่ออกอากาศ ทางสื่อสาธารณะเช่นเดียวกัน ทำให้มีความรู้ในด้านสุขภาพ มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับการสื่อสาร กับผู้สูงอายุ และมีความอ่อนน้อมถ่อมตน ตลอดจนรู้จักใช้คำพูดเชิญชวนผู้สูงอายุให้ร่วมทำ กิจกรรมหรือซักถามแซกรับเชิญหรือผู้ร่วมรายการได้อย่างเหมาะสม นับเป็นคุณสมบัติสำคัญของ ผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

ด้านเนื้อหาข่าวยการและรูปแบบรายการมีความหลากหลาย สอดคล้อง กับเสาหลักของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก เช่น ด้านสุขภาพ มีทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต โดยมีการ จัดกิจกรรมออกกำลังกายเพื่อผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นความร่วมมือกับกรมอนามัยและมีผู้สูงอายุให้ ความสนใจเข้าร่วมจำนวนมาก โดยมีการสาธิตการออกกำลังกายและการฝึกทำโยคะที่ช่วยให้ หน้าอ่อนเยาว์ ทำให้ร่างกายแข็งแรง และมีการเหยียดกล้ามเนื้อเพื่อผ่อนคลาย เช่น สาธิตการ ออกกำลังกายง่ายๆ ภายในบ้าน สำหรับคนวัยทำงานที่ทำได้กับไซฟาเพื่อเพิ่มกำลังแขนขา โดยย้ำ ว่าทำอะไรก็ได้ที่สบายไม่หักโหม แล้วจึงค่อยๆ เพิ่มแรงขึ้นเรื่อยๆ จากนั้นต่อด้วยการสาธิตการ ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ โดยให้นั่งบนเก้าอี้ แล้วยกมือที่ละข้างสลับกันไปมา รวมทั้งยกแขน ยกศอก สะบัดแขน และเน้นว่าก่อนออกกำลังกายควรยืดเส้นและกล้ามเนื้อด้วยการทำกิจกรรมเบาๆ แล้วจึงออกกำลังกาย โดยใช้เวลาอย่างน้อยประมาณครึ่งชั่วโมง

เนื้อหาด้านสุขภาพจิตนั้น ในตัวอย่างรายการทุกตอนเน้นว่าสุขภาพจิต ดีเกิดจากการที่ร่างกายแข็งแรงและจิตใจจะผ่อนคลายตามไปด้วย ส่วนประเด็นที่ทำให้ผู้สูงอายุกังวล ก็จะมีคำแนะนำ เช่น คำแนะนำของจิตแพทย์เกี่ยวกับการทำงานของผู้สูงอายุว่าผู้สูงอายุทำงาน แล้วมีความสุขหรือไม่เป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้สูงอายุบางคนไม่อยากทำ แต่ที่ทำเพราะต้องการ รายได้ ซึ่งอาจทำให้เป็นปัญหาต่อสุขภาพ จึงต้องคำนึงถึงสุขภาพด้วย หากต้องการทำอะไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือความสุขในการทำและความแข็งแรงของร่างกาย

ส่วนตัวอย่างประเด็นการรับประทานอาหารนั้น เนื้อหารายการเน้นว่า ผู้สูงอายุควรรับประทานอาหารให้เป็นยา หลีกเลี่ยงการดื่มกาแฟและคาเฟอีนในผู้ป่วยโรคอ้วนและ โรคกระเพาะ โดยมีผู้เชี่ยวชาญคือเภสัชกรจากโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นผู้ให้ คำแนะนำ และมีการสนทนาในหัวข้อ “อาหารพร้อมกินสำหรับผู้สูงอายุ” ซึ่งเป็นผลการวิจัยของ สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เหล่านี้เป็นต้น

ด้านการมีส่วนร่วม ตัวอย่างรายการมีช่วงสุขใจ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานด้านจิตอาสาเป็นหลัก เช่น สัมภาษณ์แขกรับเชิญที่เป็นผู้ก่อตั้งคลินิกเวชกรรมแห่งหนึ่งที่เน้นการรักษาด้วยสมุนไพรและคิดค่ารักษาในราคา 1 บาท โดยเนื้อหาที่น่าสนใจเน้นเรื่องคุณหมอช่วยเหลือสังคมและใช้ธรรมะในการดำเนินชีวิต ซึ่งคุณหมอก็เป็นแขกรับเชิญย้ำว่า “การช่วยเหลือผู้อื่นไม่จำเป็นต้องให้ใครมาชื่นชม เพราะสิ่งที่ได้คือความสุขใจของตัวเอง” และ “การเข้าหาธรรมชาติแต่พอดีเป็นสิ่งที่ดี แต่ไม่ควรทำอย่างทรมาน หรือหากต้องเสียเงินทองมากมายก็ไม่ควรทำ”

อีกตัวอย่างของจิตอาสาที่ปรากฏในตัวอย่างรายการคือเรื่องบาร์เบอร์เดลิเวอรี่ ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของแขกรับเชิญที่ให้บริการตัดผมฟรี โดยติดตั้งอุปกรณ์ไว้บนรถจักรยานยนต์และให้บริการตามชุมชนหลังเลิกงาน ซึ่งแรงบันดาลใจในการทำร้านตัดผมเคลื่อนที่ก็เพื่อช่วยทำบุญให้แม่ที่ป่วยเป็นโรคอัมพาตและย้ำว่า “การปฏิบัติตนบนพื้นฐานศีล 5 คือสิ่งที่ทำให้ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข”

ด้านความมั่นคง ตัวอย่างรายการมีช่วงวางแผนการเงิน โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินการลงทุนมาให้คำแนะนำ เช่น ผู้บริหารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาให้ความรู้เกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงด้วยตัวเองในการลงทุน และความเสี่ยงในการลงทุนของคนแต่ละช่วงวัยที่ถือเป็นการวางแผนทางการเงินในช่วงอายุต่างๆ ตลอดจนแนะนำว่าผู้สูงอายุไม่ควรลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น หุ้น ในสัดส่วนที่สูง แต่สามารถลงทุนได้โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอเรื่องการหารายได้พิเศษ เช่น ตัวอย่างรายการตอนหนึ่งนำเสนอเรื่องราวของชาวชุมชนแห่งหนึ่งในภาคอีสานที่มีรายได้จากโครงการสมุนไพรสร้างเศรษฐกิจชุมชน โดยมีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์เป็นผู้คอยช่วยเหลือให้ความรู้ด้านสมุนไพร

แนวคิดต่างๆ ที่แฝงอยู่เช่นนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่ารายการที่รายการนี้ผลิตโดยทีมผลิตของสื่อสาธารณะ ซึ่งมีนโยบายการผลิตรายการเช่นเดียวกับรายการที่ 2 ทำให้รายการนี้มีเนื้อหาแฝงที่ไม่ต่างจากรายการที่ 2 เมื่อเป็นเช่นนี้ รายการทั้ง 2 รายการนี้อาจรวมกันได้ แต่รายการที่ 2 มีข้อเด่นคือการนำเสนอแค่เพียงเรื่องราวของผู้สูงอายุที่เป็นแขกรับเชิญก็ทำให้เรื่องราวของแขกรับเชิญเป็นที่จดจำมากกว่าการนำเสนอแบบวไรตี้ของรายการที่ 3

### 3) รายการที่นำเสนอในสื่อพาณิชย์

รายการที่นำเสนอในสื่อพาณิชย์มี 2 รายการคือ รายการที่ 4 และรายการที่ 5 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### รายการที่ 4

รายการนี้มีสี่สัณมากกว่ารายการที่ 1, 2, และ 3 ทั้งชื่อรายการ ผู้ดำเนินรายการ แยกรับเชิญ และเนื้อหา เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้รับชมรายการ โดยกำหนดคำขวัญรายการว่า “รายการที่จะพาไปค้นหาคุณภาพคนไทย” ซึ่งการเจาะกลุ่มเป้าหมายเป็นไปตามการให้คำนิยามในรายการว่าผู้หญิงอายุ 50 ปีขึ้นไปคือเป้า แต่รายการต้องการลบภาพลักษณ์ของเป้าแก่ผู้ชู้ชู้ปั่น จึงนำเสนอภาพลักษณ์ของเป้าหมายใหม่ โดยเน้นภาพเป้าวัยรุ่น เป้าร้องรำทำเพลง และเป้าใส่ชุดกระชากวัย เป็นต้น

รายการนี้มีแนวคิดคล้ายคลึงกับรายการที่ 2 เพียงแต่เน้นแยกรับเชิญที่เป็นเป้าที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ซึ่งมีทั้งปรมาจารย์ด้านลำตัด อดีตไฮโซชื่อดังที่ผันตัวมาเป็นดารา และอดีตนักร้องหญิงฝึกปากกล้า เป็นต้น

ในด้านสุขภาพนั้น ตัวอย่างรายการตอนหนึ่งนำเสนอเรื่องราวของแยกรับเชิญที่เป็นผู้แสดงลำตัดอายุ 68 ปี แต่มีสุขภาพแข็งแรงและยังทำงานที่ตนรัก เพราะว่าการทำงานทำให้ร่างกายกระฉับกระเฉงอยู่เสมอ มีสุขภาพจิตและความจำดี โดยบอกว่าร้องลำตัดจำได้ทุกเพลง ไม่กลัวความจำเสื่อมเพราะสมองได้ใช้งานตลอดเวลา ส่วนการมีสุขภาพจิตดีมาจากการร้องลำตัดและการเลี้ยงหลาน ชีวิตจึงมีความสุขมาก ซึ่งความหวังในชีวิตคืออยากให้ลูกหลานสบาย ส่วนการดูแลตัวเองคือคิดดี พูดดี ทำดี รู้จักปล่อยวาง ไม่เครียด และขอบอะไรก็ควรทำ

ในด้านความมั่นคง พบว่าการที่แยกรับเชิญยังทำงานทำให้รู้สึกมั่นคงในด้านรายได้และการทำงานยังทำให้มีเพื่อนคู่คิด เช่น แยกรับเชิญคนหนึ่งที่เป็นหม้าย แต่ก็ยังสามารถใช้ชีวิตอย่างมีความสุขเพราะได้ร้องเพลง และมีคนมาเยี่ยมเยียน โดยบอกว่าอยู่ได้ด้วยตนเอง ไม่อยากให้ลูกหลานดูแล ดังนั้น สิ่งสำคัญคือทำตัวเองให้แข็งแรงและอยากเป็นเป้าที่มีคุณภาพ

สำหรับความมั่นคงในชีวิตครอบครัว มีข้อสังเกตว่าแยกรับเชิญส่วนใหญ่แยกห่างกับคู่สมรสและอยู่คนเดียว เช่น แยกรับเชิญคนหนึ่งแยกห่างกับสามีมานานกว่า 15 ปี เมื่อชีวิตไม่สมหวังกับความรักก็ไม่อยากเอาชีวิตไปผูกกับความรัก แต่ตั้งใจทำงานและมีความสุขดี จึงเป็นไอดอลของสาว ๆ ที่ผิดหวังจากความรัก

ในขณะที่แยกรับเชิญอีกคนหนึ่งมีความสุขเพราะลูกไม่ค่อยดูแล มีลูกเหมือนไม่มี ลูกมาหาแค่วันแม่ 10 นาทีเท่านั้น ไม่ชอบวันเทศกาลเพราะเหงาและคิดถึงลูกมากๆ ทำให้ซึมเศร้า สิ่งที่ต้องการในชีวิตคืออยากให้ลูกมาหาบ้าง ไม่ถึงกับต้องกลับมาอยู่ด้วยกัน เพราะเข้าใจดีว่าลูกมีครอบครัวของตัวเองแล้ว เพียงอยากให้โทรศัพท์มาพูดคุยบ้าง เพราะตอนนี้รู้สึก

เหมือนอยู่ตัวคนเดียวในโลก เคยอยากไปเที่ยวก็ต้องจ้างคนไปเป็นเพื่อนเพราะไม่อยากง้อลูก เคยป่วยไปโรงพยาบาล ลูกก็บอกว่าไม่ว่าง สุดท้ายก็เลยต้องรักตัวเอง และให้ข้อคิดในรายการไว้ว่าอยากให้ลูกๆ ดูแลพ่อแม่ ทำให้พิจารณาได้ว่า การได้รับการดูแลจากบุตรหลานเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขและมีความมั่นคงในชีวิต

#### รายการที่ 5

รายการนี้มีแนวคิดคือ “วาไรตี้คู่สนุก สำหรับรุ่นใหญ่ คุญเพลิน” มีผู้ดำเนินรายการ 3 คนที่มีบุคลิกลักษณะและการวางบทบาทในรายการที่แตกต่างกัน โดยผู้ดำเนินรายการคนที่ 1 มีบุคลิกชายอาวุโส ดูน่าเชื่อถือ มีความรู้รอบตัว และชอบเล่นมุกตลก ส่วนผู้ดำเนินรายการคนที่ 2 มีบุคลิกสาวทันสมัย ชอบแต่งตัว ดูแลสุขภาพและความงาม ทำหน้าที่พิธีกรตามบทพูดที่ได้รับ ในขณะที่ผู้ดำเนินรายการคนที่ 3 เป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศจีน มีความรู้อย่างมากในเรื่องสมุนไพรและแพทย์แผนจีน สำหรับรูปแบบรายการนั้น เป็นรายการสนทนาที่ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้เล่าเรื่อง โดยในรายการแต่ละตอน ทีมงานจะเตรียมเนื้อหาแยกออกเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงประเด็นข่าวซึ่งมีทั้งข่าวเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ข่าวนวัตกรรม และข่าวสังคมทั่วไป ช่วงเกี่ยวกับสมุนไพร ช่วงการดูแลสุขภาพ และช่วงร้านอาหารแนะนำ โดยแบ่งเวลาการพูดคุยในแต่ละช่วงประมาณ 10-15 นาที มีการจัดฉากในห้องส่งให้เป็นเหมือนห้องรับแขกในสวน และพิธีกรแต่งตัวกึ่งทางการ เน้นความทันสมัยหรูหรา

รายการนี้เริ่มต้นจากการเป็นรายการของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมที่ประชาสัมพันธ์ว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุแห่งแรกในประเทศไทย และมีผู้ดำเนินรายการที่เป็นตัวแทนของผู้สูงอายุตามสถานะเพศ เนื่องจากเป็นโทรทัศน์ดาวเทียมทำให้รูปแบบการผลิตรายการมีลักษณะของสถานีโทรทัศน์ต้นทุนต่ำ กล่าวคือ เป็นรายการสนทนาที่จำกัดการบันทึกรายการเฉพาะในห้องส่งและเน้นการใช้ข้อมูลสำหรับบทพูดของพิธีกรจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าการส่งทีมผลิตรายการหรือทีมข่าวไปลงพื้นที่จริง แสดงถึงข้อจำกัดของงบประมาณการผลิตรายการในที่สุดสถานีโทรทัศน์แห่งนี้ได้ยุติการออกอากาศและย้ายรายการนี้ไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล สะท้อนว่าสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุแห่งนี้ไม่ประสบความสำเร็จในด้านการบริหารงาน และโดยเหตุที่รายได้หลักของสถานีโทรทัศน์มาจากค่าโฆษณา จึงแสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์แห่งนี้ไม่สามารถหาผู้สนับสนุนรายการได้เพียงพอจึงต้องยุติสถานี โดยเหตุผลที่รายการนี้เป็นรายการเดียวของโทรทัศน์ดาวเทียมที่ถูกเลือกมาผลิตและออกอากาศต่อเนื่องทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งจำเป็นต้องมีการหารายได้และต้องสร้างอันดับความนิยม ทีมงานจึง

คัดเลือกพิธีกรที่เป็นดาราและเป็นผู้มีชื่อเสียง เพื่อดึงอันดับความนิยมของรายการและนำมาซึ่งรายได้จากการโฆษณา

กรณีปัญหาด้านการหารายได้เพื่อผลิตรายการ ทำให้มีข้อสังเกตว่า เนื้อหารายการนี้มีการแฝงไว้ด้วยค่านิยมของการมีสุขภาพดีด้วยผลิตภัณฑ์เสริมความงาม การรับประทานยาสมุนไพรซึ่งพิธีกรเป็นผู้จำหน่ายหรือเป็นผู้นำเสนอสินค้า รวมถึงแขกรับเชิญที่ปรากฏในรายการก็เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบจากตัวอย่างรายการพบว่า มีการนำเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ดังนี้

ด้านการป้องกันโรคและการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ ตัวอย่างรายการมีการนำเสนอข้อควรระวังของการขับขียานยนต์สำหรับผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว โดยยกตัวอย่างคุณลุงอายุ 65 ปีที่มีโรคประจำตัวคือโรคลมบ้าหมู ซึ่งสามารถมีอาการได้ทุกเวลา เช่น เมื่อหิวมากๆ โกรธมากๆ หรือร่างกายผิดปกติ เป็นโรคที่รักษาไม่หายขาด ต้องคอยควบคุมและระมัดระวังตัวอยู่เสมอ เพราะหากชักหรือเกร็งมากจะเกิดอาการจุกจนหายใจไม่ออกและเสียชีวิตได้ แต่ในกรณีของคุณลุงคนนี้ เมื่อโรคกำเริบขณะขับรถยนต์ ทำให้เกิดอุบัติเหตุชนรถยนต์คันอื่น 4 คันรวด

ด้านการรู้จักและเลือกรับประทานสมุนไพร ตัวอย่างรายการมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร โดยพิธีกรกล่าวถึงสมุนไพรชนิดหนึ่งที่มีชื่อจีนแปลว่า “หญ้าหนอน” พร้อมบรรยายสรรพคุณและสรุปด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากหญ้าหนอนมาแสดงในรายการ ตัวอย่างรายการอีกตอนหนึ่งกล่าวถึงสรรพคุณของการนำผักชีฝรั่ง คื่นช่าย ผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ ไซดา และน้ำแข็ง ผสมกันแล้วใส่ลงในขวดแก้ว แช่ในตู้เย็น ปิดฝาทิ้งไว้ค้างคืน แล้วดื่มตอนเช้าจะช่วยสร้างความสดชื่นให้กับร่างกาย ส่วนกากผลไม้ที่เหลือเอาลงเครื่องปั่นกับโยเกิร์ตและรับประทานได้

นอกจากนี้ มีข้อสังเกตว่าผู้ดำเนินรายการอาจใช้คำพูดที่สื่อว่ามีความรู้ไม่เพียงพอหรือมีทัศนคติที่ไม่เหมาะสม เช่น ในตัวอย่างรายการตอนที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแห่งหนึ่งแจกอุดมบัตรให้กับผู้สูงอายุที่จบหลักสูตรขั้นต้น 4 วิชา คือ วิชาแนวคิดทางศาสนา วิชาการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ วิชาวิถีชีวิตวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิชาตามอัธยาศัยตามบริบทเมือง พิธีกรได้พูดขึ้นว่าไม่เข้าใจคำว่า “บริบท” คืออะไร พิธีกรอีกคนหนึ่งจึงเสนอว่าบริบทน่าจะหมายถึงแม่บท ในขณะที่เมื่อมีภาพผู้สูงอายุใส่ครุยและมีลูกหลานร่วมแสดงความยินดี พิธีกรคนหนึ่งพูดว่าผู้สูงอายุเหล่านี้เป็นปราชญ์พื้นบ้านได้ แต่พิธีกรอีกคนหนึ่งพูดติดตลกว่า

ปราชญ์พื้นบ้านเอามาทำพื้นบ้านได้หรือไม่ และก็สรุปว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผู้สูงอายุ จะได้ไม่ไปบั่นจู้จี้จุกจิกกับลูกหลาน

ด้านการรับประทานอาหารและสุขอนามัย ตัวอย่างรายการมีการ แนะนำให้ผู้สูงอายุตรวจสุขภาพฟันทุก 6 เดือน เนื่องจากผู้สูงอายุมักประสบปัญหาฟันกร่อนและ ร่องห่างระหว่างฟัน โดยเฉพาะผู้ที่ถอนฟัน และแนะนำวิธีการครอบฟันด้วยเซรามิก ขัดฟัน และ เคลือบฟันเพื่อป้องกันฟันผุ รวมถึงการใช้ไหมขัดฟัน ซึ่งการดูแลสุขภาพช่องปากเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการเป็นโรคในช่องปาก เช่น โรคเหงือกอักเสบ อาจทำให้เป็นโรคหัวใจได้ด้วย เพราะเชื้อ แบคทีเรียเข้าถึงหัวใจ และเป็นอันตรายถึงชีวิตได้ วิธีป้องกันคือเลือกแปรงสีฟันแบบอ่อนนุ่ม ใช้ยา สีฟันชนิดผสมฟลูออไรด์ แปรงฟันหลังรับประทานอาหาร และควรแปรงลิ้นหรือซูดลิ้นด้วย นอกจากนี้ ก็มีการพูดคุยถึงปัญหาของผู้สูงอายุที่ทานอาหารได้น้อยกว่าอาจต้องดูว่ามีโรคประจำตัว อะไรบ้างหรือไม่ และต้องเปลี่ยนการโน้มน้าวจิตใจอย่างไร เช่น การใช้คำพูด การเปลี่ยนเพลง หรือ การจัดบ้านใหม่เพื่อสร้างบรรยากาศในบ้าน

ส่วนเรื่องอื่นๆ ที่สนทนาในรายการนั้น เป็นการพยายามสร้างความ บันเทิงเพื่อการผ่อนคลาย โดยการหาเรื่องราวที่ผู้สูงอายุผลิตเพลินใจ เช่น การเล่าย้อนรำลึกถึง เรื่องราวในอดีต สถานที่ท่องเที่ยวตอนเย็นหรือตอนกลางคืน โรงภาพยนตร์ โรงละคร และเพลง ย้อนยุคที่โด่งดังในสมัยที่ผู้สูงอายุยังเป็นหนุ่มเป็นสาว เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ในช่วงต่างๆ ของรายการมีการสอดแทรกการขายสินค้าเพื่อ สุขภาพ เช่น หมอนสุขภาพที่ข้างในเป็นเปลือกข้าว ซึ่งพิธีกรบอกว่าอยู่ในตำรานับพันปี เป็นหมอน ที่หนุนแล้วเย็นเพราะเปลือกข้าวเมื่อเจอความชื้นจะม้วนตัว เป็นการระบายอากาศได้ ซึ่งช่วยให้ นอนหลับได้อย่างสนิท เป็นการพักผ่อนที่เต็มที่ และยังสามารถแก้ปัญหาการปวดต้นคอและศีรษะ ร้อนได้ ส่วนช่วงรายการที่เหลืออาจเป็นการแนะนำร้านอาหารจานเด็ดและก๊วยเตี๋ยวยอดนิยม เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการทั้งสิ้น

จึงพิจารณาได้ว่า รายการที่ 5 นั้นแม้รูปแบบจะไม่หวือหวา แต่ก็มี ลักษณะที่ทำให้ผู้รับชมรายการรู้สึกเหมือนอยู่ในห้องนั่งเล่น หรือมุมพักผ่อนในสวน ที่บอกเล่า เรื่องราวต่างๆ ทั้งข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ซึ่งทำให้ผู้รับชมรายการ เพลิดเพลินไปกับเรื่องราวที่รับฟังและนำไปปฏิบัติตาม แต่การที่มีเนื้อหาหลากหลาย โดยพิธีกรเป็น ผู้เล่าโดยไม่ได้อ้างอิงแหล่งที่มา ทำให้เกิดเป็นประเด็นว่าเนื้อหาดังกล่าวเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ หรือไม่ เป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้กับทุกคนได้หรือไม่ หรือข้อมูลเหล่านี้เป็นโฆษณาชวนเชื่อ หรือไม่ และแม้จะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ เช่น ในประเด็นเรื่องสมุนไพร แต่ผู้ดำเนิน

รายการก็มักแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมมากจนทำให้ข้อมูลอาจไม่ตรงกับข้อเท็จจริงได้ นับเป็นข้อควรระวังอย่างยิ่งในการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ และเป็นการพิจารณาถึงความเหมาะสมของสถาบันสื่อว่าควรทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับผู้สูงอายุ มากกว่าจะเป็นสถาบันพาณิชย์ที่ให้ผู้สูงอายุเป็นเป้าหมายของการขายโฆษณา

#### 4.2.4 ผู้รับชมรายการสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุ

ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์มีความแตกต่างชัดเจนตามเจ้าของปัจจัยการผลิต โดยรายการจากสื่อรัฐเน้นการนำเสนอว่าผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญหรือประชาชนชาวบ้านจะมีความมั่นคงและมีชีวิตที่มีความสุข รายการดังกล่าวนี้อาจจำกัดเป้าหมายของผู้รับชมที่กลุ่มข้าราชการชั้นผู้ใหญ่หรือข้าราชการบำนาญเท่านั้น จึงดูเหมือนเป็นการแบ่งกลุ่ม แบ่งชั้นชนทางสังคม และแบ่งแยกผู้สูงอายุที่ไม่ได้รับราชการและผู้ที่ไม่มีชื่อเสียงในสังคม ขณะที่ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในรายการจากสื่อสาธารณะเน้นผู้สูงอายุที่มีจิตอาสา มุ่งสร้างประโยชน์ให้สังคมและชุมชน มักเป็นผู้มีฐานะปานกลาง มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เน้นความเรียบง่าย สมถะ ซึ่งแตกต่างจากภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการจากสื่อพาณิชย์ซึ่งไม่ว่าจะเป็นผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญ ต่างมีบุคลิกของความเป็นผู้ที่เชื่อมั่นในตนเอง ต้องการพัฒนาตนเองให้ก้าวทันโลก ทันสมัย ไม่ยอมรับคำว่าแก่ สนใจการดูแลสุขภาพและความงามด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกายต่างๆ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ทุกรายการอาจเป็นทั้งแรงบันดาลใจหรือส่งผลกระทบเป็นวาทศิลป์ต่อผู้สูงอายุที่สื่อต่อระมัดระวังในการนำเสนอ เพราะการผลิตซ้ำภาพผู้สูงอายุที่ไม่ยอมแก่หรือแต่งตัวไม่สมวัย อาจทำให้การรับรู้และทัศนคติของผู้รับชมรายการทั่วไปมองผู้สูงอายุไปในทางตลกขบขันหรือมองว่าผู้สูงอายุไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและไม่ยอมรับความเป็นจริง ในทางกลับกัน การนำเสนอชีวิตผู้สูงอายุที่ลำบาก เจ็บป่วย หรือยากจน ก็อาจทำให้ผู้รับชมรายการมองว่าผู้สูงอายุเป็นภาระของสังคม ส่วนการเปิดให้ผู้รับชมรายการเข้ามามีส่วนร่วมในรายการนั้น เป็นกิจกรรมที่ไม่ชัดเจนในตัวอย่างไรรายการและมักจะเป็นการจัดฉากการทำกิจกรรมในรายการหรือเป็นการเตรียมการล่วงหน้า ซึ่งไม่ตอบโจทย์แนวคิดของการทำให้สื่อโทรทัศน์เป็นมากกว่าเครื่องมือรับสารของผู้สูงอายุ หากแต่เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เป็นดังเพื่อน และสร้างสังคมให้แก่ผู้สูงอายุได้อีกทางหนึ่งด้วย (IndependentAge 2010)



### 4.3 สรุป

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุมีจำนวนน้อยมาก คือมีเพียง 5 รายการเมื่อเทียบกับจำนวนรายการโทรทัศน์ทั่วประเทศ แม้ทุกรายการจะนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย แต่ถือว่าบทบาทและหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้แก่ผู้สูงอายุยังมีไม่มากพอที่จะเป็นแนวทางส่งเสริมหรือเปลี่ยนแปลงผู้สูงอายุไทยให้พัฒนาสู่การสูงวัยเชิงรุกที่ครอบคลุมเสาหลักทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม และด้านความมั่นคง เนื่องจากเนื้อหาที่นำเสนอมักเป็นข้อมูลข่าวสารทั่วไป โดยเฉพาะในประเด็นด้านสุขภาพที่ไม่ได้ลงลึกในมิติอื่นๆ เช่น การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิตจากภาครัฐและสถาบันอื่นๆ ในสังคม การเข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลต่อความแตกต่างด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต และการมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่ดีและเหมาะสมสำหรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมกับการให้การปกป้องคุ้มครองดูแลผู้สูงอายุ การจัดสวัสดิการ และระบบการดูแลระยะยาว

นอกจากนี้ยังพบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุที่มีอยู่นั้น ให้คุณค่าและเชิดชูผู้สูงอายุในมุมมองที่แตกต่างกันตามนโยบายของผู้ผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์ต้นสังกัดรายการ โดยสื่อรัฐจะเชิดชูผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญ ส่วนสื่อสาธารณะจะให้คุณค่าแก่ผู้สูงอายุที่อุทิศตนเพื่อสังคม มีชีวิตที่ต้องต่อสู้ดิ้นรน ลำบาก และมีโรคประจำตัวแต่มีสภาพจิตใจที่เข้มแข็ง ขณะที่สื่อพาณิชย์จะเน้นการสร้างภาพผู้สูงอายุให้โดดเด่น มีบุคลิกน่าสมั้ย และแต่งกายตามแฟชั่น การวิพากษ์สื่อโทรทัศน์ในการวิจัยครั้งนี้ทำให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสูงวัยที่ปรากฏในรายการแฝงด้วยประเด็นที่ผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์เป็นผู้กำหนดเพื่อประโยชน์ต่อผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตมากกว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม กล่าวคือ สื่อรัฐยังเชิดชูคุณค่าของระบบราชการ สื่อสาธารณะเน้นการทำงานจิตอาสาและแนวคิดของกลุ่มนักพัฒนาสังคม สื่อพาณิชย์เน้นการสร้างความนิยมในผู้สูงอายุที่ดูอ่อนกว่าวัยและแฝงด้วยการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ความงามและการชะลอวัย ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของสโรหพันธ์ สุภาวรรณ และชไมพร กาญจนกิจสกุล (2557) ที่พบว่าภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ผลิตจากสถาบันทางสังคม อันประกอบด้วยสถาบันการเมืองการปกครอง สถาบันการแพทย์ สถาบันการศึกษา สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันสื่อมวลชน ที่ได้ร่วมมือกันประกอบสร้างความหมายและภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุให้ผูกโยงกับความจริงหลากหลายชุด ขึ้นอยู่กับว่าสถาบันใดเป็นผู้กำหนดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดของสถาบัน

เช่นเดียวกับแนวคิดของ Nelson (2004) ที่พบว่าการศึกษาของผู้สูงอายุเป็นการผลิตซ้ำภาพลักษณ์นั้นต่อไปในสังคมจนกลายเป็นการเหมารวม

อย่างไรก็ดี ในภาพรวมอาจกล่าวได้ว่าสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุตามที่ปรากฏในรายการต่างๆ สะท้อนให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความคิดเห็น ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม และให้ความบันเทิงไปพร้อมกันแล้วในระดับหนึ่ง ส่วนหน้าที่ที่ยังไม่ได้ปฏิบัติหรือยังไม่เห็นชัดคือหน้าที่ในการจัดระเบียบวาระและการระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่กลับพบการทำหน้าที่แฝงในด้านกรโฆษณาสวนเชื้อ และการสร้างวาทศิลป์ที่กลายเป็นการทำหน้าที่ที่มีขอบของสื่อโทรทัศน์ในบางรายการ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องได้รับการพิจารณาแก้ไขต่อไป



## บทที่ 5

### ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปและรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่น่าสนใจในบทนี้ เป็นข้อค้นพบจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม จากผู้สูงอายุที่สุ่มจากชมรมผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน ผลการวิจัยปรากฏตามตารางที่ 7-21 ในภาคผนวก ง มีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในส่วนนี้ คือ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครจำนวน 420 คน ซึ่งใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายในทุกขั้นตอน กล่าวคือ สุ่มเขตที่อยู่อาศัย 3 เขต จำแนกตามเขตที่ตั้ง คือ เขตกรุงเทพมหานครชั้นใน เขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง และเขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก จากนั้นในแต่ละเขตตัวอย่างสุ่มชมรมผู้สูงอายุ 4 ชมรม จำแนกตามประเภทชมรม คือ ชมรมผู้สูงอายุในชุมชน ชมรมผู้สูงอายุในหมู่บ้าน ชมรมผู้สูงอายุในศูนย์บริการสาธารณสุข และชมรมผู้สูงอายุในโรงพยาบาล และในขั้นตอนสุดท้ายสุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละชมรมตัวอย่างมาชมรมละ 35 คน ได้กรณีตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 420 คน สำหรับรายละเอียดของลักษณะทั่วไปของตัวอย่างมีดังนี้

##### 1) ลักษณะทางประชากร

จากตารางที่ 7 ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างมีอายุตั้งแต่ 60-87 ปี และมีอายุเฉลี่ย 66.30 ปี เมื่อจัดกลุ่มตามช่วงวัย พบว่าผู้สูงอายุวัยต้น (60-69 ปี) มีสัดส่วนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 73.1 รองลงไปเป็นผู้สูงอายุวัยกลาง (70-79 ปี) ร้อยละ 21.9 และผู้สูงอายุวัยปลาย (80 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 5.0 ทั้งนี้ ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.5) เป็นเพศหญิง ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้หญิงมีอายุคาดเฉลี่ยสูงกว่าผู้ชายและชอบที่จะเข้ากลุ่มและสังสรรค์กับกลุ่มมากกว่าผู้ชาย และเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 93.6) นับถือศาสนาพุทธ ที่เหลือนับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 6.2 และนับถือศาสนาคริสต์เพียงร้อยละ 0.2

ด้านสถานภาพสมรส พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.2) มีสถานภาพสมรสสมรส โดยคู่สมรสอาศัยอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน ร้อยละ 79.8 และคู่สมรสอาศัยอยู่นอกครัวเรือน ร้อยละ 2.4 ที่เหลือมีสถานภาพสมรสหม้าย (ร้อยละ 9.3) หย่า (ร้อยละ 2.1) และแยก (ร้อยละ

0.7) ส่วนผู้ที่มีสถานภาพสมรสโสด มีเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามข้อเท็จจริงที่ว่าคนรุ่นก่อนนิยมที่จะแต่งงานและมีคู่

สำหรับผู้สูงอายุที่สมรสหรือเคยสมรสมีบุตรที่มีชีวิตอยู่เฉลี่ย 2.04 คน ในจำนวนนี้มากกว่าครึ่งหนึ่งเล็กน้อย (ร้อยละ 54.6) มีบุตร 1-2 คน และร้อยละ 32.8 มีบุตร 3 คนขึ้นไป ส่วนผู้ที่ไม่ใช่บุตรที่มีชีวิตอยู่เลยมี ร้อยละ 12.6 ทั้งนี้ ในจำนวนบุตรที่มีชีวิตอยู่นั้น เป็นบุตรที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน เฉลี่ย 1.21 คน และอาศัยอยู่นอกครัวเรือน เฉลี่ย 1.13 คน ในเรื่องจำนวนบุตรนั้น จะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุกลุ่มนี้ มีครอบครัวขนาดเล็กสอดคล้องกับการที่ผู้สูงอายุเหล่านี้เติบโตมาในช่วงเวลาที่สังคมไทยกำลังตื่นตัวกับการวางแผนครอบครัวและการป้องกันการปฏิสนธิ ซึ่งมีผลให้อัตราการเกิดลดลง

นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกอื่น เฉลี่ย 2.75 คน โดยผู้สูงอายุเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 44.5) อาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกอื่น 2-3 คน รองลงไปคืออาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกอื่นตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป (ร้อยละ 29.8) และมีสมาชิกอื่นเพียงคนเดียว (ร้อยละ 16.2) ในขณะที่มีผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่เพียงลำพังถึงร้อยละ 9.5 สำหรับจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีน้อยนั้น เป็นไปตามบริบทของสังคมไทยในปัจจุบันที่โครงสร้างของครัวเรือนมีขนาดเล็กลง

## 2) การศึกษาและการทำงาน

ในด้านการศึกษานั้น ไม่มีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่ได้รับการศึกษาเลย โดยพบว่าผู้สูงอายุกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 55.9) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา รองลงไปคือจบการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 31.2) และระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 12.9) ซึ่งการที่ไม่มีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่ได้รับการศึกษานั้นสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาที่กำหนดให้ประชาชนทุกคนต้องจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และโดยทั่วไปแล้ว ผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมในชมรมมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาดีกว่าค่าเฉลี่ยของบุคคลในสังคม

ด้านสถานภาพการทำงานก่อนเกษียณอายุ พบว่าตัวอย่างที่เคยเป็นลูกจ้างเอกชนมีสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 41.7) รองลงไปคือ ลูกจ้างรัฐและช่วยงานในธุรกิจ/กิจการครัวเรือน ร้อยละ 15.5 เท่ากัน ส่วนที่เหลือแยกเป็นธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15.0 จ้างงานตนเอง ร้อยละ 10.7 และอื่นๆ (เช่น ทำการเกษตร เป็นต้น) ร้อยละ 1.6 สำหรับสถานภาพการทำงานในปัจจุบันพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.1) ไม่ทำงานและไม่อยากทำงาน รองลงไปคือยังทำงานอยู่ ร้อยละ 19.0 และไม่ทำงานแต่ยังอยากทำงาน มีถึงร้อยละ 16.9 ซึ่งจากการสอบถามเพิ่มเติมพบว่าตัวอย่างกลุ่มนี้เห็นว่าตนเองยังมีสุขภาพดีและยังสามารถทำประโยชน์ในการทำงานได้

ส่วนเรื่องรายได้ต่อเดือน พบว่าตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 51.4) มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 1,000-14,999 บาท รองลงไปที่ไม่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 25.7) และรายได้น้อยกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 17.4) แต่ที่น่าสังเกตคือมีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่มีรายได้เลย ร้อยละ 5.5 ซึ่งเมื่อผู้วิจัยสอบถามผู้สูงอายุเหล่านี้ก็ให้คำตอบว่า เมื่อมีลูกหลานดูแลอยู่แล้วก็ไม่จำเป็นต้องหาเงินอีก ในขณะที่ผู้สูงอายุบางคนบอกว่าไม่ได้สนใจเบี้ยยังชีพเนื่องจากมีจำนวนน้อยเกินไป

อย่างไรก็ดี ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.4) ระบุว่าไม่มีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ส่วนผู้ที่ระบุว่าไม่มีรายได้ไม่เพียงพอ มีเพียงร้อยละ 28.6 แต่ผู้สูงอายุเหล่านี้ระบุว่ามียุทธศาสตร์ดูแลอยู่

สำหรับการออม ซึ่งเป็นคำถามที่ครอบคลุมถึงสินทรัพย์ทุกประเภท เช่น บ้าน และรถยนต์ เป็นต้น พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่มีเงินออมตั้งแต่ 200,000-999,999 บาทมีสัดส่วนสูงที่สุด คือร้อยละ 34.8 รองลงไปที่คือผู้ที่มีเงินออม 100,000-199,999 บาท (ร้อยละ 26.7) มีเงินอมน้อยกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 18.8) และมีเงินออมตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป (ร้อยละ 11.4) ในขณะที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่มีเงินออมเลย มีร้อยละ 8.3 ทั้งนี้ เนื่องจากผู้สูงอายุบางคนไม่ได้สนใจเรื่องการออมเพราะมีลูกหลานคอยดูแลอยู่แล้ว และบางคนบอกว่าบ้านและที่ดินหรือเงินเก็บต่างๆ นั้นได้มอบให้กับลูกหลานไปแล้ว ซึ่งมีข้อสังเกตว่าตัวอย่างในกลุ่มนี้บางคนตอบในข้อการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยว่าอยู่บ้านของตัวเอง/คู่สมรส แต่เมื่อซักถามเพิ่มเติมพบว่าไม่ได้ทำอะไร เพราะยกทรัพย์สินสมบัติให้ลูกหลานไปแล้วนั่นเอง

ในด้านการออมนั้นจะเห็นได้ว่าการที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการออมนั้นถือว่าเป็นเรื่องที่ดี และเป็นการแสดงให้เห็นถึงการมีความมั่นคงในชีวิต ทั้งในด้านที่อยู่อาศัยและการเงิน จากการพูดคุยสอบถามผู้สูงอายุที่มีเงินเก็บออมพบว่าผู้สูงอายุมองว่าเงินเก็บออมคือเงินที่เก็บไว้ไม่ใช้เลยหรือเงินที่เก็บไว้เพื่อยกให้ลูกหลานในภายหน้า ในขณะที่ผู้สูงอายุบางคนมองว่าเงินเก็บออมคือเงินที่เก็บไว้ใช้ยามเจ็บป่วย การที่ผู้สูงอายุมีเงินเก็บออมนั้นถือเป็นการสูงวัยเชิงรุกที่เหมาะสมเป็นไปตามแนวคิดการบันผลทางประชากร และแนวนโยบายของประเทศที่ต้องการส่งเสริมการออมให้กับประชาชน

### 3) การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยและลักษณะการอยู่อาศัย

บ้านที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่นั้น พบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.2) เป็นบ้านของตัวเอง/คู่สมรส รองลงไปที่คือบ้านของบุตร/หลาน (ร้อยละ 19.5) บ้านญาติ (ร้อยละ 5.0) และบ้านพักผู้สูงอายุหรือบ้านเช่า (ร้อยละ 3.3) ส่วนลักษณะการอยู่อาศัย พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ

63.6) อาศัยอยู่กับคู่สมรสและคนอื่น รองลงไปคืออาศัยอยู่กับคู่สมรสตามลำพัง (ร้อยละ 15.7) และอาศัยอยู่กับคนอื่น (ร้อยละ 11.2) ในขณะที่มีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างอาศัยอยู่คนเดียวถึงร้อยละ 9.5

การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยและลักษณะการอยู่อาศัย พบว่าการที่ผู้สูงอายุมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองหรือมีที่อยู่อาศัยเป็นหลักแหล่ง และการอยู่อาศัยกับคู่สมรส บุตร หลาน และญาตินั้นถือได้ว่าเป็นความมั่นคงในชีวิตอีกมิติหนึ่ง (นอกเหนือจากการออม) เพราะแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยและความมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าจะมีผู้ดูแล ในขณะที่ผู้สูงอายุที่ต้องอยู่เพียงลำพังนั้น น่าเป็นห่วงถึงความปลอดภัยและการดูแลตนเองในช่วงสูงวัยตอนปลายหรือเมื่อเจ็บป่วย ผู้เกี่ยวข้องจึงน่าจะให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุกลุ่มนี้เพื่อให้มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่เหมาะสมภายในบริบทของชุมชน

#### 4) การประเมินสุขภาพตนเอง

การประเมินสุขภาพแบ่งเป็นการประเมินสุขภาพกายและการประเมินสุขภาพจิต ซึ่งตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.0) ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพกายดี รองลงไปคือผู้ที่ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพกายปานกลาง (ร้อยละ 16.9) ส่วนผู้ที่ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพกายไม่ดี มีเพียงร้อยละ 7.1 แต่เมื่อสอบถามถึงการมีโรคเรื้อรังกลับพบว่าตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 57.4) ระบุว่าตนเองมีโรคเรื้อรัง เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ผู้สูงอายุจะระบุว่าตนเองมีโรคเรื้อรัง แต่ก็ประเมินสุขภาพตนเองว่าดี เพราะเห็นว่าการมีโรคเรื้อรัง เช่น ความดัน เบาหวาน และปวดข้อ เป็นต้น เป็นเรื่องปกติของผู้สูงอายุ

ในทำนองเดียวกัน ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.8) ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพจิตดี ในขณะที่ผู้ที่ประเมินว่ามีสุขภาพจิตไม่ดี มีเพียงร้อยละ 3.8

#### 5) การเป็นสมาชิกและการร่วมกิจกรรมชมรม

ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเป็นสมาชิกชมรมตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชมรม โดยเฉลี่ยเป็นสมาชิกชมรม 2.32 ชมรม และส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.0) เข้าร่วมกิจกรรมชมรมบ่อยๆ ส่วนผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมชมรมเป็นบางครั้งบางคราวหรือไม่บ่อยมีเพียงร้อยละ 10.9 และร้อยละ 3.1 ตามลำดับ การเข้าร่วมกิจกรรมชมรมเช่นนี้ เป็นเพราะตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วงผู้สูงอายุวัยต้น และการที่เป็นสมาชิกชมรมอยู่แล้ว จึงเป็นผู้ที่สนใจการทำกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ ซึ่งเป็นลักษณะของตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในระเบียบวิธีการวิจัย

กล่าวโดยสรุปได้ว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรสูงอายุวัยต้น ที่มีลักษณะของการสูงวัยเชิงรุก กล่าวคือ ตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพกายและ

สุขภาพจิตที่ดี แม้มีโรคเรื้อรังแต่ก็ถือว่าเป็นเรื่องปกติของวัยสูงอายุ ตัวอย่างที่มีความมั่นคงในชีวิตทั้งในด้านที่อยู่อาศัย การเงิน ครอบครัว และสังคม แม้ตัวอย่างบางคนจะตอบว่าไม่มีเงินออมแต่ก็มีลูกหลานคอยให้การเกื้อหนุน ขณะที่ตัวอย่างที่เข้าชมรมผู้สูงอายุเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ นั้น ถือได้ว่าเป็นเสาหลักของการสูงวัยเชิงรุกในด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนและสังคมอีกด้วย

## 5.2 ความรู้ ทักษะ และค่านิยมของตัวอย่าง

ความรู้ ทักษะ และค่านิยมของผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่าง มีดังนี้

### 1) ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย

ผลการศึกษาด้านความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยดังปรากฏในตารางที่ 8 แสดงว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างมีคะแนนความรู้ตั้งแต่ 6 ถึง 22 คะแนน และมีคะแนนความรู้โดยเฉลี่ย 15.57 คะแนน จากคะแนนเต็ม 22 คะแนน โดยตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.5) มีความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยในระดับปานกลาง รองลงไปคือมีความรู้ระดับสูง ร้อยละ 26.7 และมีความรู้ระดับต่ำเพียงร้อยละ 3.8

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเป็นรายข้อ (ตารางที่ 9) พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ดีในด้านการออกกำลังกาย โดยรู้ว่าการออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุเป็นการกระทำอย่างช้าๆ ไม่ต้องการความเร็ว และมีเวลาพักผ่อนได้ตามความจำเป็น (ร้อยละ 98.3) และรู้ว่าผู้สูงอายุควรออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 15-20 นาที (ร้อยละ 97.1) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างยังรู้ว่าชุมชนมีหน้าที่จัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุในวันสำคัญ/เทศกาลสำคัญ (ร้อยละ 95.7) และชุมชนต้องมีการประสานงานกับภาครัฐและหน่วยงานด้านสุขภาพในการจัดกิจกรรมหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุ (ร้อยละ 94.8) ซึ่งการมีความรู้ที่ถูกต้องด้านการออกกำลังกายนั้นน่าจะเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุที่จะได้ปฏิบัติตนให้เหมาะสมเพื่อให้มีสุขภาพที่ดี ขณะที่ความรู้เกี่ยวกับชุมชนว่ามีการจัดกิจกรรมต่างๆ นั้นก็จะเป็นแนวทางให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมได้อีกด้วย

สำหรับข้อคำถามที่ตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้น้อย คือ ความรู้เกี่ยวกับการเงิน กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.8) คิดว่าผู้สูงอายุทุกคนมีสิทธิได้รับเบี้ยยังชีพเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งผู้สูงอายุอาจจะไม่ทราบว่าผู้ที่เป็นข้าราชการเกษียณอายุจะไม่ได้รับสิทธิในเรื่องนี้ และตัวอย่างยังคิดว่าผู้สูงอายุมีสิทธิได้รับบริการรักษาพยาบาลทุกโรคโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ สูงถึงร้อยละ 89.3 ทั้งๆ ที่การรักษาพยาบาลบางอย่างไม่รวมอยู่ในสิทธิการรักษาโดยไม่มี

ค่าใช้จ่าย เช่น การปลูกถ่ายไต และการครอบฟัน เป็นต้น และมีข้อสังเกตเรื่องการทำงานหลังเกษียณ คือ มีตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งไม่ทราบว่าการทำงานหลังเกษียณนั้นเป็นสิ่งที่ควรทำหากร่างกายแข็งแรง มีความรู้ ความสามารถ และยังสามารถทำงานต่อได้ โดยมีผู้ตอบว่า ผู้สูงอายุไม่ควรทำงานหลังเกษียณ เพราะสภาพร่างกายไม่เอื้ออำนวย ร้อยละ 45.2

## 2) ทักษะติดต่อผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาทักษะติดต่อผู้สูงอายุดังปรากฏในตารางที่ 10 แสดงว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างมีคะแนนทักษะติดต่อตั้งแต่ 19 ถึง 27 คะแนน และมีคะแนนเฉลี่ย 24.89 คะแนน จากคะแนนเต็ม 27 คะแนน โดยตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.4) มีทักษะติดต่อเชิงบวกหรือมีทักษะติดต่อที่ดีต่อผู้สูงอายุ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 7.6 มีทักษะติดระดับปานกลาง และไม่พบตัวอย่างที่มีทักษะติดต่อลบหรือทักษะติดต่อที่ไม่ดีต่อผู้สูงอายุเลย

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อคำถามทักษะติดต่อผู้สูงอายุเป็นรายข้อ (ตารางที่ 11) พบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่มีทักษะติดต่อเชิงบวกต่อผู้สูงอายุ โดยเห็นว่าผู้สูงอายุสามารถทำประโยชน์ให้แก่ครอบครัวได้ (ร้อยละ 99.3) ผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีคุณค่าแก่สังคม (ร้อยละ 98.3) ผู้สูงอายุสามารถทำประโยชน์ให้แก่สังคมได้ (ร้อยละ 98.1) ผู้สูงอายุสามารถเป็นที่พึ่งแก่รุ่นลูกหลาน (ร้อยละ 97.4) และผู้สูงอายุสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีแก่รุ่นลูกหลาน (ร้อยละ 97.2)

สำหรับทักษะติดต่อเชิงลบต่อผู้สูงอายุ พบว่ามีตัวอย่างที่เห็นว่าผู้สูงอายุเป็นคนน่าเบื่อ เอาใจยาก จู้จี้ขี้บ่น ถึงร้อยละ 23.3 และไม่แน่ใจถึงร้อยละ 33.8 ซึ่งอาจเป็นเพราะลักษณะเหล่านี้พบมากในผู้สูงอายุ ที่อาจทำได้เพียงอธิบายให้เข้าใจว่าที่ผู้สูงอายุเป็นเช่นนี้เพราะอะไร และขอความเข้าใจที่ถูกต้องต่อผู้สูงอายุ เนื่องจากความซื่อสัตย์เป็นความจริงประการหนึ่งของชีวิตที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนี้ ยังมีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่เห็นว่าผู้สูงอายุมักเป็นภาระแก่บุตรหลานหรือครอบครัว และผู้สูงอายุเป็นคนไม่ทันสมัย ตามโลกไม่ทัน ถึงร้อยละ 17.9 และ ร้อยละ 11.9 และไม่แน่ใจถึงร้อยละ 30.2 และร้อยละ 25.5 ตามลำดับ ซึ่งเป็นเรื่องที่สังคมจะต้องทำความเข้าใจในข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้เช่นกัน

## 3) ค่านิยมของผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาค่านิยมของผู้สูงอายุดังปรากฏในตารางที่ 12 แสดงว่า ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างมีคะแนนค่านิยมตั้งแต่ 10 ถึง 22 คะแนน และมีคะแนนเฉลี่ย 16.62 คะแนน จากคะแนนเต็ม 26 คะแนน โดยตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.1) มีค่านิยมระดับปานกลางหรือเฉยๆ ในขณะที่มีค่านิยมที่เหมาะสมหรือนิยมปฏิบัติในสิ่งที่เหมาะสม เพียงร้อยละ 8.1 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 3.8 เป็นผู้ที่มีค่านิยมไม่เหมาะสมหรือไม่นิยมปฏิบัติในสิ่งที่เหมาะสมนั่นเอง



เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อความคำถามค่านิยมของผู้สูงอายุเป็นรายข้อ (ตารางที่ 13) พบว่ากิจกรรมของผู้สูงอายุที่ตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ควรทำและนิยมทำเป็นประจำ ได้แก่ การร่วมกิจกรรมทางสังคม (ร้อยละ 78.3) การออกกำลังกาย (ร้อยละ 78.1) การรับชมโทรทัศน์ (ร้อยละ 76.7) การเข้านอนหัวค่ำ/ตื่นเช้า (ร้อยละ 67.4) และการไปวัด ทำบุญ ฟังธรรม ปฏิบัติธรรม (ร้อยละ 66.2) ส่วนกิจกรรมที่ตัวอย่างประมาณ 2 ใน 3 ไม่ทำ คือ การเล่นไพ่/เล่นเกมลับสมอง (ร้อยละ 66.0) และการทำงานพิเศษ/หารายได้พิเศษ (ร้อยละ 60.2) นั้น จะเห็นได้ว่ากิจกรรมเหล่านี้ล้วนเป็นกิจกรรมที่น่าจะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุปฏิบัติทั้งสิ้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ช่วยบริหารสมอง ทำให้ได้ใช้ความคิด จะได้ช่วยชะลอการเป็นโรคความจำเสื่อม

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และค่านิยมของผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างทำให้เห็นว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการร่วมกิจกรรมทางสังคมและการมีบทบาทในครอบครัว ชุมชน และสังคม ซึ่งสะท้อนว่าผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีสุขภาพแข็งแรง และน่าจะเป็นผลมาจากความรู้และค่านิยมในด้านการออกกำลังกายเป็นประจำของตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตประการหนึ่งคือผู้สูงอายุที่มีความรู้ดีในด้านการออกกำลังกายมีสัดส่วนสูงกว่าผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายเป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่พบเห็นโดยทั่วไปคืออยู่แต่ไม่ได้ปฏิบัติ ส่วนทัศนคติเชิงลบต่อผู้สูงอายุสะท้อนให้เห็นว่าผู้สูงอายุยังต้องการติดตามข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะเป็นคนทันสมัยและทันเหตุการณ์ ดังนั้น การติดตามข่าวสารบ้านเมืองและข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อ ทั้งสื่อบุคคล สื่อสังคม และสื่อมวลชนจึงยังเป็นช่องทางสำคัญสำหรับผู้สูงอายุเช่นกัน

### 5.3 ความสัมพันธ์ทางสังคมของตัวอย่าง

ในเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งก็คือการติดต่อสื่อสารเพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ นั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นในการอยู่ร่วมกันในสังคม ขณะที่เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารก็มีพัฒนาการไปตามยุคสมัย โดยเฉพาะปัจจุบันนี้บุคคลสามารถรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารที่มากมายและหลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อสังคม กระนั้นก็ดี ในความเป็นจริงแล้วบุคคลมักจะนิยมติดต่อสื่อสารเพื่อรับและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากบุคคลที่ใกล้ชิดผ่านสื่อบุคคลและสื่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อน คนในครอบครัว หรือผู้นำชุมชน จนทำให้บุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร การตีความหมาย และการปฏิบัติตาม ดังนั้น บทบาทของความสัมพันธ์เชิงกลุ่มที่ผ่านสื่อบุคคลหรือสื่อสังคมในกระบวนการสื่อสารมวลชนจึงควรได้รับความสนใจศึกษาไปพร้อมกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1) การรับข้อมูลและช่องทางการสื่อสาร

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างทั้งหมดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุหรือข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ โดยช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ 3 อันดับแรก คือ สื่อบุคคล (ร้อยละ 95.2) โทรทัศน์ (ร้อยละ 87.4) และหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 60.7) ส่วนสื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับและใบปลิว เป็นต้น เป็นช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารของผู้สูงอายุในสัดส่วนที่ต่ำที่สุด คือ ร้อยละ 13.3

### 2) การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล

จากตารางที่ 14 และตารางที่ 15 พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุหรือข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุผ่านสื่อบุคคล ร้อยละ 95.2 ในจำนวนนี้เป็นผู้สูงอายุที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย การออกกำลังกายที่เหมาะสมกับวัยสูงอายุ การออมและการลงทุนในวัยสูงอายุ และการหารายได้พิเศษ/โอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุ จากบุตร/หลานในสัดส่วนที่สูงที่สุด ส่วนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับบริการสุขภาพ/บริการทางสังคมเพื่อผู้สูงอายุ และกิจกรรมของชุมชนและสังคมเพื่อผู้สูงอายุนั้น ตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ โดยตรง คือ ผู้ให้บริการสุขภาพ และผู้นำชุมชน ในสัดส่วนที่สูงที่สุด เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเกือบหนึ่งในสาม (ร้อยละ 30.8) ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการหารายได้พิเศษ/โอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุ และประมาณหนึ่งในสี่ (ร้อยละ 24.5) ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของชุมชนและสังคมเพื่อผู้สูงอายุจากสื่อบุคคลเลย

### 3) การสื่อสารผ่านสื่อสังคม

สำหรับการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุหรือข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุผ่านสื่อสังคม จากตารางที่ 14 และตารางที่ 16 พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.6) ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมเลย มีเพียงร้อยละ 22.4 เท่านั้นที่มีการสื่อสารผ่านสื่อสังคม โดยช่องทางการสื่อสารที่สำคัญคือไลน์ (line) ในขณะที่มีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (facebook) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และเป็นที่น่าสังเกตว่ามีตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 51.1) ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการหารายได้พิเศษ/โอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุ และเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.9) ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการออมและการลงทุนในวัยสูงอายุจากสื่อสังคมเลย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการรับข้อมูลและช่องทางการสื่อสารสามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุจากสื่อบุคคลเป็นสำคัญ ในขณะที่สื่อสังคมนั้น แม้จะไม่ได้มีบทบาทมากนักในการให้ข้อมูลข่าวสาร แต่ก็มีผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข่าวสารอยู่ ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้สูงอายุเหล่านี้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่จากลูกหลาน ดังนั้น ไม่เพียงแต่การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่เนื้อหาของสื่อยังต้องหลากหลายทันใจ ทันเหตุการณ์อีกด้วย ส่วนการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลพบว่า ข้อมูลที่เกี่ยวกับสุขภาพเป็นเรื่องที่ผู้สูงอายุพูดคุยกับบุตร/หลานเป็นหลัก ทำให้เห็นถึงความใส่ใจและสนใจต่อการมีสุขภาพดี ซึ่งสอดคล้องกับการทำกิจกรรมของผู้สูงอายุที่ส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมเพื่อสุขภาพ

#### 5.4 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปของตัวอย่าง

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปของผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างปรากฏในตารางที่ 17 มีรายละเอียดดังนี้

##### 1) ความถี่ จำนวนชั่วโมง และช่วงเวลาในการรับชม

ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.2) รับชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน ในขณะที่ร้อยละ 16.7 รับชมสัปดาห์ละ 5-6 วัน และร้อยละ 7.9 รับชมสัปดาห์ละ 3-4 วัน โดยมีผู้สูงอายุเพียง 1 คนหรือร้อยละ 0.2 ที่ไม่ได้รับชมรายการโทรทัศน์เลย

ในจำนวนผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์ พบว่ารับชมรายการโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 2.9 ชั่วโมง โดยมีผู้สูงอายุมากกว่าครึ่งหนึ่งเล็กน้อย (ร้อยละ 53.5) รับชมรายการโทรทัศน์วันละ 3 ชั่วโมงขึ้นไป รองลงไปที่รับชมวันละ 1-2 ชั่วโมง (ร้อยละ 42.2) และรับชมวันละ 30 นาที (ร้อยละ 4.3)

สำหรับช่วงเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่าผู้สูงอายุที่รับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 04.00-09.59 น. มีสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 39.8) รองลงไปที่รับชมในช่วงเวลา 18.00-19.59 น. (ร้อยละ 22.9) ช่วงเวลา 10.00- 12.59 น. (ร้อยละ 20.8) ช่วงเวลา 20.00-23.59 น. (ร้อยละ 10.3) และช่วงเวลา 13.00-17.59 น. (ร้อยละ 6.2) เป็นที่น่าสังเกตว่าไม่มีผู้สูงอายุคนใดเลยที่รับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 24.00-03.59 น. ซึ่งอาจเป็นเพราะเป็นเวลาที่พักผ่อนของผู้สูงอายุ

จากการสอบถามเพิ่มเติมพบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน นั้น มักทำเป็นกิจวัตร มีเวลารับชมที่แน่นอน และมีเป้าหมายในการรับชม ส่วนผู้สูงอายุ 1 คนที่

ไม่ได้รับชมรายการโทรทัศน์นั้น ไม่ได้หมายความว่าไม่เปิดรับสื่อ หากแต่เลือกที่จะรับชมคลิป รายการโทรทัศน์ย้อนหลังที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตหรือยูทูปแทน โดยให้เหตุผลว่าดูรายการโทรทัศน์ ย้อนหลังในอินเทอร์เน็ตมีข้อดีกว่าการชมจากสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เพราะสามารถเลือกชม เฉพาะเนื้อหารายการที่สนใจได้

นอกจากการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงต่างๆ แล้ว ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน ให้เหตุผลว่าเปิด โทรทัศน์ไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา โดยจะเปิดทิ้งไว้ตลอดเวลาที่อยู่บ้าน และขณะทำกิจวัตรต่างๆ เช่น ระหว่างทำอาหาร รับประทานอาหาร หรือเปิดฟังแล้วหลับพักผ่อน ซึ่งการเปิดโทรทัศน์เป็นเพื่อน แก้เหงาแสดงนัยว่าผู้สูงอายุคาดหวังว่ารายการต่างๆ จะนำมาซึ่งความบันเทิงและเพลิดเพลินใจ มากกว่าความสลดหดหู่หรือสร้างความวิตกกังวล และผู้สูงอายู้รู้สึกว่าสามารถเชื่อคำแนะนำต่างๆ ที่นำเสนอในรายการต่างๆ ได้อีกด้วย นับเป็นข้อควรระวังในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง กับผู้สูงอายุเป็นอย่างยิ่ง

#### 2) ประเภท/รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ

ประเภทหรือรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.6) รับชมเป็นประจำคือรายการข่าว รองลงไปคือ รายการบันเทิง เช่น ละคร ทอล์กโชว์ เพลง และกีฬา เป็นต้น (ร้อยละ 14.3) และรายการสาระความรู้/สารคดี (ร้อยละ 8.1)

#### 3) สถานีโทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ

สถานีโทรทัศน์ที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างรับชมเป็นประจำเป็นอันดับแรก คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เอชดี ร้อยละ 80.9 อันดับถัดไปคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เอชดี ร้อยละ 75.4 และช่องไทยพีบีเอส และช่องเคเบิลและดิจิทัลอื่นๆ ร้อยละ 74.0 เท่ากัน

#### 4) ผู้ที่ร่วมรับชมด้วย

ในการรับชมรายการโทรทัศน์นั้น ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างรับชมรายการโทรทัศน์ ร่วมกับคู่สมรสและกับบุตร/หลานในสัดส่วนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 31.3 เท่ากัน รองลงไปคือรับชม รายการโทรทัศน์คนเดียว ร้อยละ 26.7 และรับชมรายการโทรทัศน์ร่วมกับคนอื่น เช่น เพื่อน หรือญาติ เป็นต้น ร้อยละ 10.7

#### 5) เหตุผลที่รับชมเป็นประจำ

สำหรับเหตุผลที่ตัวอย่างรับชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ 3 อันดับแรก คือ เนื้อหารายการน่าสนใจทำให้ได้ความรู้เพิ่มเติม ร้อยละ 78.8 เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 67.5 และเพื่อเห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคม ร้อยละ 59.4

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปของตัวอย่างทำให้เห็นว่าผู้สูงอายุตัวอย่างยังคงให้ความสนใจกับการรับชมข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญ แต่เนื่องจากช่องโทรทัศน์ที่ตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเป็นสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ซึ่งไม่มีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุปรากฏในผังรายการ จึงทำให้วิเคราะห์ได้ว่าผู้สูงอายุชอบรูปแบบการผลิตรายการแบบใดของสถานีโทรทัศน์แห่งนี้ เนื่องจากผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเลือกรับชมช่วงเวลาเช้า ซึ่งเป็นเวลาของรายการข่าวและคุยข่าว ในขณะที่ช่วงเวลาค่ำของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ เป็นช่วงเวลาของรายการข่าวค่ำ ยกเว้นช่อง 3 ที่เป็นรายการละครภาคค่ำ ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสำหรับรายการทั่วไปนั้น ผู้สูงอายุสนใจรับชมรายการข่าวและละคร ซึ่งสอดคล้องกับเหตุผลในการรับชมว่าต้องการความรู้เพิ่มเติม ความบันเทิง และเห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคม และสอดคล้องกับทัศนคติของผู้สูงอายุตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยกับการบอกว่าผู้สูงอายุเป็นคนไม่ทันสมัย ดังนั้นรายการโทรทัศน์ที่ผู้สูงอายุตัวอย่างต้องการจึงเป็นรายการข่าวสารและความบันเทิงที่จะทำให้ผู้สูงอายุเป็นคนทันสมัยและไม่ตกเทรนด์นั่นเอง

#### 5.5 พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง

ในส่วนนี้เสนอผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่มีอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 5 รายการ จำแนกเป็น

- รายการที่ 1 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ของรัฐ ทุกวันอังคาร เวลา 14.00-14.30 น. และออกอากาศซ้ำทุกวันอาทิตย์ เวลา 05.30-06.00 น.
- รายการที่ 2 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ทุกวันพุธและวันพฤหัสบดี เวลา 06.30-07.00 น. และออกอากาศซ้ำทุกวันศุกร์ เวลา 06.30-07.00 น.
- รายการที่ 3 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 05.00-06.00 น.

รายการที่ 4 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เอกชน ทุกวันอังคาร เวลา 10.00-11.00 น.

รายการที่ 5 ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เอกชน ทุกวัน เวลา 9.00-10.30 น. 15.00-16.30 น. และ 18.00-19.30 น. และเมื่อย้ายมาออกอากาศที่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล เปลี่ยนเป็นออกอากาศทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 8.00-9.00 น.

สำหรับรายละเอียดของพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทั้ง 5 รายการดังกล่าวปรากฏในตารางที่ 18 มีรายละเอียดดังนี้

#### 1) การรู้จักและการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างรู้จักหรือเคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ 5 รายการดังกล่าวข้างต้นในสัดส่วนที่ต่ำมาก โดยรู้จักรายการที่ 2 ในสัดส่วนสูงที่สุดคือร้อยละ 19.3 รองลงไปคือรู้จักรายการที่ 3 ร้อยละ 18.8 รายการที่ 4 ร้อยละ 14.5 รายการที่ 1 ร้อยละ 11.7 และรู้จักรายการที่ 5 เพียงร้อยละ 4.8 ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนของผู้สูงอายุที่เคยรับชมรายการดังกล่าว นั่นคือ มีผู้สูงอายุที่เคยรับชมรายการที่ 2 ในสัดส่วนสูงที่สุดคือร้อยละ 19.0 รองลงไปคือเคยรับชมรายการที่ 3 ร้อยละ 18.1 รายการที่ 4 ร้อยละ 14.0 รายการที่ 1 ร้อยละ 11.7 และเคยรับชมรายการที่ 5 เพียงร้อยละ 4.8

จากการวิเคราะห์พบว่าสาเหตุที่รายการที่ 2 และรายการที่ 3 มีผู้รู้จักและรับชมรายการมากที่สุดเป็นเพราะที่มผลิตรายการทั้ง 2 รายการนี้มีการประสานงานกับชมรมผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครอยู่เสมอ และมีการเชิญผู้สูงอายุมาร่วมรายการในรูปแบบต่างๆ เช่น เป็นแขกรับเชิญ ทำกิจกรรมจิตอาสา ออกกำลังกาย ตลอดจนไปร่วมบันทึกเทปรายการนอกสถานที่ โดยเน้นไปตามชมรมผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครเพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในรายการ มีการสร้างเครือข่ายผู้ชมรายการ และเครือข่ายผู้สูงอายุที่เป็นแฟนรายการในกลุ่มสื่อสังคม จึงทำให้ทั้ง 2 รายการนี้เป็นที่รู้จักมากกว่ารายการอื่นๆ ซึ่งก็สอดคล้องกับตัวอย่างบางคนที่ตอบว่ารู้จักและเคยรับชมรายการเพราะได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมกับทางรายการมาก่อน

#### 2) เหตุผลที่ไม่เคยและเคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

สำหรับเหตุผลหลักของผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่เคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทั้ง 5 รายการดังกล่าวเลย คือ ไม่รู้จัก/ไม่รู้ว่ามียุทธการนี้อยู่ ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 91.1 ที่เหลือคือเหตุผลที่ว่ารูปแบบรายการไม่น่าสนใจ ร้อยละ 7.1 และเนื้อหารายการไม่น่าสนใจ ร้อยละ 1.8

ส่วนผู้ที่เคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุดังกล่าว ให้เหตุผลในการรับชมรายการแตกต่างกันตามแต่ละรายการ ดังปรากฏในตารางที่ 19 สำหรับเหตุผลหลัก 3 อันดับแรกในการเลือกรับชมแต่ละรายการมีดังนี้

**รายการที่ 1** ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเลือกรับชมรายการนี้เพราะเนื้อหารายการน่าสนใจทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเพิ่มเติมเป็นอันดับแรก ร้อยละ 87.8 อันดับถัดไปคือ รูปแบบรายการน่าสนใจ ร้อยละ 83.7 และวันเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม และผู้ดำเนินรายการมีความรู้ความสามารถเหมาะสม มีบุคลิกภาพดี ร้อยละ 75.5 เท่ากัน

**รายการที่ 2** ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเลือกรับชมรายการนี้เพราะรูปแบบรายการน่าสนใจ และเนื้อหารายการน่าสนใจทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเพิ่มเติม เป็นอันดับแรก ในสัดส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 90.0 อันดับถัดไปคือ ช่วยสร้างแรงบันดาลใจในชีวิต ร้อยละ 81.3

**รายการที่ 3** ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเลือกรับชมรายการนี้เพราะทำให้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุเป็นอันดับแรก ร้อยละ 92.1 อันดับถัดไปคือ เนื้อหารายการน่าสนใจทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเพิ่มเติม ร้อยละ 90.8 และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ ในสังคม ร้อยละ 86.8

**รายการที่ 4** ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเลือกรับชมรายการนี้เพราะให้ความบันเทิงเป็นอันดับแรก ร้อยละ 84.7 อันดับถัดไปคือ ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ความสามารถเหมาะสม มีบุคลิกภาพดี ร้อยละ 76.3 และวันเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม ร้อยละ 69.5

**รายการที่ 5** ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเลือกรับชมรายการนี้เพราะให้ความบันเทิงเป็นอันดับแรก ร้อยละ 55.0 อันดับถัดไปคือ เนื้อหารายการน่าสนใจทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเพิ่มเติม ช่วยสร้างแรงบันดาลใจในชีวิต และทำให้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุ มีสัดส่วนเท่ากัน คือร้อยละ 50

จากข้อค้นพบข้างต้นมีข้อสังเกตว่าพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุแต่ละรายการแตกต่างกันตามรูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการ และผู้ผลิตรายการ ดังจะเห็นได้จากเหตุผลสำคัญที่ผู้สูงอายุเลือกรับชมรายการที่ 1, รายการที่ 2, และรายการที่ 3 คือ การได้ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่ว่ารายการเหล่านี้มีผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือ เช่น ผู้ดำเนินรายการที่ 1 เป็นอดีตอธิบดี จึงมีภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่มีคุณวุฒิและวัยวุฒิ ส่วนผู้ดำเนินรายการที่ 2 และรายการที่ 3 เป็นผู้ควบคุมรายการและพิธีกรมืออาชีพ ในขณะที่เหตุผลสำคัญที่เลือกรับชมรายการที่ 4 และรายการ

ที่ 5 คือ ให้ความบันเทิง ซึ่งผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างบางคนระบุว่าไม่ทราบว่ารายการที่ 4 เป็นรายการเพื่อผู้สูงอายุ เพราะดูเหมือนรายการท่องเที่ยวมากกว่า หรือรายการที่ 5 น่าจะเป็นรายการท่องเที่ยวไรต์ทั่วไป เพราะพิธีกรไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย

## 5.6 ความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง

ข้อมูลที่ได้รับจากข้อคำถามในส่วนนี้ (ตารางที่ 20) เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ มีรายละเอียดดังนี้

### 1) ประเภท/รูปแบบรายการโทรทัศน์

ประเภทหรือรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างต้องการรับชมมากที่สุด คือ รายการสาระความรู้/สารคดี ร้อยละ 65.2 รองลงไปที่รายการข่าว ร้อยละ 24.3 ที่เหลืออีกร้อยละ 10.5 ต้องการรับชมรายการบันเทิง เช่น ละคร เกมโชว์ และเพลง เป็นต้น

รูปแบบรายการที่ต้องการสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชม เพราะผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างตอบว่ารับชมรายการข่าวเป็นประจำ แสดงว่าข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการและสะท้อนว่าผู้สูงอายุต้องการเป็นคนทันเหตุการณ์และทันข่าวด้วย

### 2) ความถี่ จำนวนเวลา และช่วงเวลาในการออกอากาศ

สำหรับความถี่ในการออกอากาศนั้น ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.4) ต้องการให้มีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทุกวัน รองลงไปที่ต้องการให้รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุออกอากาศสัปดาห์ละ 1-2 วัน (ร้อยละ 16.9) สัปดาห์ละ 5-6 วัน (ร้อยละ 11.0) และสัปดาห์ละ 3-4 วัน (ร้อยละ 10.7) โดยผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54.5) ต้องการให้รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุมีความยาวประมาณ 30 นาที รองลงไปที่ 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 25.3) 15 นาที (ร้อยละ 17.6) และ 5 นาที (ร้อยละ 2.6) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.4) ยังต้องการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุในช่วงเวลา 04.00-09.59 น. รองลงไปที่ช่วงเวลา 18.00-19.59 น. (ร้อยละ 24.3) และช่วงเวลา 20.00-23.59 น. (ร้อยละ 11.0) ส่วนช่วงเวลาอื่นที่เหลือเป็นช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุต้องการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุน้อยมาก ซึ่งอาจเป็นเพราะเป็นเวลาที่ทำกิจกรรมอื่น หรือเป็นเวลาพักผ่อน เป็นต้น

### 3) เนื้อหาและผู้ดำเนินรายการ

ด้านเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ตัวอย่างต้องการรับชมมากที่สุด คือ ความรู้ที่เกี่ยวกับสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย การออกกำลังกายที่เหมาะสมกับวัยสูงอายุ และการได้รับบริการสุขภาพ/บริการสังคมเพื่อผู้สูงอายุ โดยมี



สัดส่วนสูงถึงร้อยละ 82.1 ในขณะที่ตัวอย่างเพียงส่วนน้อยต้องการรับชมความรู้ที่เกี่ยวกับความมั่นคงทางการเงิน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชนและสังคม และความบันเทิงเพื่อการผ่อนคลาย ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้สูงอายุเห็นว่าการมีสุขภาพดีเป็นปัจจัยสำคัญในการมีชีวิตในบั้นปลายอย่างมีความสุข และจากการพูดคุยกับผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างพบว่า ความรู้ด้านสุขภาพมีหลายมิติ ทั้งการป้องกันโรคและการดูแลตนเองเมื่อมีอาการเจ็บป่วย รวมถึงการออกกำลังกายและการรับประทานอาหาร ซึ่งแต่ละคนมีความต้องการและความเหมาะสมในการปฏิบัติแตกต่างกัน

ส่วนผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย (ร้อยละ 49.5) รองลงไปคือผู้ดำเนินรายการที่มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม (ร้อยละ 30.2) มีทักษะในการสื่อสารได้ดี (ร้อยละ 13.1) และมีความเป็นกันเองและทันสมัย (ร้อยละ 7.2)

#### 4) ประเภทของการมีส่วนร่วมในรายการ

การมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้รับชมรายการมีส่วนร่วมกับรายการทั้งในรายการและกิจกรรมพิเศษ ร้อยละ 58.8 รองลงไปคือ มีช่องทางให้ผู้ชมรายการติดต่อและได้รับการตอบสนองในทันทีหรือในเวลาที่เหมาะสม ร้อยละ 24.8 มีการเชื่อมโยงกับสื่อสังคม ร้อยละ 12.8 และมีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารในรายการสดที่มีความชัดเจนและปราศจากเสียงรบกวน ร้อยละ 3.6

ความต้องการในด้านนี้ของผู้สูงอายุตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นรูปแบบพื้นฐานของการเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ โดยการจัดกิจกรรมทั้งในและนอกสถานที่ ซึ่งสะท้อนว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างสนใจรายการโทรทัศน์และสนใจการทำกิจกรรมร่วมกับสื่อโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม การที่มีตัวอย่างตอบว่า อยากให้มีช่องทางติดต่อในทันที มีการเชื่อมโยงกับสื่อสังคม และใช้เทคโนโลยีทันสมัย ยังสะท้อนว่าผู้สูงอายุตัวอย่างส่วนหนึ่งพร้อมที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ผลิตรายการ ต้องการแสดงความคิดเห็นอย่างทันเวลาทันสถานการณ์ และเปิดรับการใช้อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีใหม่ๆ และสื่อสังคมซึ่งเป็นโจทย์สำคัญของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ไม่เพียงแต่ต้องก้าวทันเทคโนโลยี แต่ต้องติดตาม วิเคราะห์ และเข้าใจความต้องการของผู้สูงอายุนับปัจจุบัน และผู้สูงอายุรุ่นต่อไปที่มีความสนใจเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นด้วย

#### 5) ภาพลักษณ์ที่ต้องการและไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการ

สำหรับภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างต้องการให้ปรากฏในรายการโทรทัศน์มากที่สุด คือ เป็นบุคคลที่มีคุณค่าแก่สังคม (ร้อยละ 29.5) รองลงไปคือ เป็นผู้มีสุขภาพดี (ร้อยละ 19.3) เป็นคนจิตใจดี เป็นที่น่าเคารพนับถือ (ร้อยละ 16.4) และเป็นคนทันสมัย

(ร้อยละ 12.9) จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ในด้านที่สามารถทำประโยชน์ให้แก่สังคมและแก่ครอบครัว ตลอดจนเป็นที่พึ่งแก่รุ่นลูกหลาน กลับเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้สูงอายุต้องการให้ปรากฏในรายการโทรทัศน์ในสัดส่วนที่ต่ำมาก ซึ่งเป็นไปได้ว่าผู้สูงอายุคิดว่าคุณสมบัติเหล่านี้เป็นที่ประจักษ์แก่สังคม และตัวผู้สูงอายุเองอยู่แล้ว ในขณะที่ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการโทรทัศน์มากที่สุด คือ เป็นภาระแก่ลูกหลาน (ร้อยละ 54.3) รองลงไปคือ เป็นคนล้าหลัง ไม่ทันโลก (ร้อยละ 19.5) เป็นคนแก่ ชี้อายุ (ร้อยละ 13.1) เป็นคนน่าเบื่อ เอาใจยาก จู้จี้ขี้บ่น (ร้อยละ 7.9) และเป็นคนที่ไม่สามารถดูแลตัวเอง เป็นภาระของสังคม (ร้อยละ 5.2)

เมื่อดูรายละเอียดของข้อความคำถามดังปรากฏในตารางที่ 21 พบว่าภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ตัวอย่างต้องการให้ปรากฏในรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรก คือ เป็นบุคคลที่มีคุณค่าแก่สังคม (ร้อยละ 80.0) เป็นผู้มีความสุขภาพดี (ร้อยละ 73.3) และเป็นตัวอย่างที่ดีแก่รุ่นลูกหลาน (ร้อยละ 73.1) ในขณะที่ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ตัวอย่างไม่ต้องการให้ปรากฏในรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรก คือ เป็นภาระแก่ลูกหลาน (ร้อยละ 75.0) เป็นคนล้าหลัง ไม่ทันโลก (ร้อยละ 56.4) และเป็นคนน่าเบื่อ เอาใจยาก จู้จี้ขี้บ่น (ร้อยละ 46.9)

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุพบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างให้คุณค่ากับการเป็นผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี และจากการสอบถามเพิ่มเติมพบว่าการมีสุขภาพดีเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้สูงอายุทุกคนให้ความสนใจ เพราะการมีสุขภาพดีนอกจากจะทำให้สุขภาพจิตดีแล้ว ยังทำให้มีแรงในการทำงานทั้งงานที่สร้างรายได้ งานบ้าน และงานจิตอาสาในชุมชนและในชมรมผู้สูงอายุ ซึ่งในประเด็นการมีสุขภาพดีนี้มีทั้งการออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร การบำรุงร่างกาย การป้องกันโรค การรักษาอาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงโรคเรื้อรัง และโรคร้ายแรงต่างๆ ซึ่งผู้สูงอายุให้ความสนใจเป็นอย่างมากกว่าสามารถรับข้อมูลข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ได้เป็นประจำหรือไม่ ดังนั้น ผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ และสามารถสื่อสารได้ดีจึงเป็นประเด็นสำคัญเช่นกันในการทำหน้าที่ถ่ายทอดเนื้อหารายการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับชมรายการได้อย่างแท้จริง

## 5.7 สรุป

การมีสุขภาพดีเป็นหนึ่งในเสาหลักสำคัญของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุกสอดคล้องกับข้อค้นพบของการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุในบทนี้ โดยพบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่มีสุขภาพดีทั้งกายและใจ มีความรู้ดีในด้านสุขภาพ มี

พฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง และมีความสนใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการตระหนักว่าสุขภาพดีเป็นดังพรวิเศษที่ทำให้ผู้สูงอายุมีพลังในการทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจวัตรประจำวันและกิจกรรมร่วมกับครอบครัว ชุมชน และสังคม และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าสุขภาพดีไม่มีขาย อยากรู้ได้ต้องทำเอง ด้วยเหตุนี้ ความรู้ด้านสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการ ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างต้องการให้รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับสุขภาพเป็นประจำทุกวัน อย่างน้อยวันละ 15 นาที โดยเนื้อหารายการด้านสุขภาพควรมีทั้งการออกกำลังกาย การเลือกรับประทานอาหาร การป้องกันโรค และการดูแลตนเองในยามเจ็บป่วย

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่กับคู่สมรส ซึ่งหากอยู่กันเพียงลำพัง ก็เป็นข้อสังเกตว่าข้อมูลข่าวสารจากรายการโทรทัศน์จะเป็นประโยชน์อย่างไรและจะให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลรับผิดชอบผู้สูงอายุอย่างไร โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ไม่สามารถดูแลตัวเองได้ รายการโทรทัศน์จึงเป็นทั้งช่องทางในการสื่อสารข้อมูลเหล่านั้น และเป็นสื่อในการกระตุ้นและจัดระเบียบวาระให้ชุมชนและสังคมให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุมากขึ้น

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวาทคดีเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสนใจเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างไม่เห็นด้วยและไม่ต้องการให้นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในรายการโทรทัศน์ในลักษณะของการเป็นภาระต่อครอบครัวและสังคม เป็นคนแก่ ซ้ำโรค และจู้จี้ขี้บ่น เพราะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการรับชมและรู้สึกว่าผู้สูงอายุเป็นปัญหาสังคม รวมทั้งไม่ต้องการให้ผู้อื่นมองผู้สูงอายุเป็นเช่นนั้น แม้ว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะเป็นส่วนหนึ่งของข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมและเป็นลักษณะของผู้สูงอายุบางคน แต่การนำเสนอเนื้อหาและภาพลักษณ์เหล่านี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกทั้งในรายการโทรทัศน์ทั่วไปและรายการโทรทัศน์เพื่อสูงอายุทำให้เกิดการเหมารวมและเป็นวาทคดีต่อผู้สูงอายุ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาและภาพลักษณ์ในประเด็นดังกล่าวจึงควรกระทำด้วยความระมัดระวัง ซึ่งอาจเสนอให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริง พร้อมทั้งให้คำอธิบายเชิงเหตุผลทางการแพทย์ ไม่ใช่การเหมารวมว่าภาพลักษณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุทุกคน นอกจากนี้ วาทคดียังอาจเกิดจากการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุว่าเป็นคนทันสมัย ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีรุ่นใหม่ หรือดูอ่อนเยาว์อยู่เสมอ เนื่องจากการเชิดชูค่านิยมความทันสมัยมากเกินไปหรือล้ำเกินวัย และความอ่อนเยาว์สวยสะพรั่งเสมอนั้น ในทางกลับกัน เป็นการสร้างมุมมองเชิงลบต่อผู้สูงอายุที่มีวัยร่อยตามกาลเวลา ดังนั้น สิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการคือการนำเสนอเนื้อหาและภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับวัยและสอดคล้องกับความเป็นจริง ทั้งความงามตามวัยและพฤติกรรมสุขภาพตามวัย

อย่างไรก็ดี ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในบทนี้มีประเด็นที่นำไปสู่แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ดังนี้

- 1) ควรมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทุกวัน หรือเป็นส่วนหนึ่งของรายการสาระความรู้และรายการข่าว เพราะเป็นรายการที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเป็นประจำ
- 2) ควรมีเนื้อหาที่ครอบคลุมเสาหลักของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุกทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านความมั่นคง และควรมีเนื้อหาที่ครอบคลุมทุกมิติของเสาหลักด้วย โดยอาจทำเป็นรายการเฉพาะด้านเพื่อให้ข้อมูลอย่างละเอียด น่าสนใจ และสามารถติดตามได้อย่างต่อเนื่อง
- 3) ควรระมัดระวังเนื้อหารายการที่เป็นวาทคดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอภาพลักษณ์หรือข้อมูลเชิงลบ หรือค่านิยมตามกระแสสังคมที่ไม่เหมาะสมกับวัย
- 4) ผู้ดำเนินรายการควรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการสูงวัย มีบุคลิกภาพดี และมีทักษะในการสื่อสาร
- 5) ผู้ให้คำแนะนำในรายการควรมีความรู้และทรงคุณวุฒิในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
- 6) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรรับฟังความต้องการ ความคิดเห็น และคำติชมจากผู้ชมรายการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายการให้เหมาะสมยิ่งขึ้น
- 7) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุควรมีการเชื่อมโยงกับสื่อสังคม เช่น มีการสร้างกลุ่มไลน์ (line group) สำหรับผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชุมชนหรือชมรม รวมทั้งผู้สูงอายุที่จับกลุ่มทำกิจกรรม
- 8) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุควรมีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา รายการ เพื่อให้ทั้งความรู้และความบันเทิง รวมทั้งเนื้อหาที่มีประโยชน์และข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้สูงอายุและสังคมในภาพรวมได้อย่างเหมาะสม
- 9) สถานีโทรทัศน์ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการเพื่อผู้สูงอายุให้เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่เป็นผู้รับสารเป้าหมาย ซึ่งอาจจะทำได้โดยการจัดกิจกรรมหรือประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน ชมรม หรือชุมชน

## บทที่ 6

### แนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ และผู้สูงอายุ รวมทั้งสิ้น 11 คน ผู้วิจัยสัมภาษณ์โดยใช้แนวคำถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม (บทที่ 2) และข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาสภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ (บทที่ 4) รวมทั้งข้อค้นพบที่ได้จากการสำรวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ (บทที่ 5) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกมีรายละเอียด ดังนี้

#### 6.1 สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ

ประเทศไทยมีรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อย โดยผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นตรงกันว่า มีรายการน้อยและไม่เพียงพอต่อการทำให้รู้สึกว่ามีรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุอยู่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 รายทราบว่ามีการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ เพราะเคยร่วมรายการในฐานะวิทยากรของรายการ แต่ก็ไม่ได้รับชมรายการสำหรับผู้สูงอายุเป็นประจำ เพราะเห็นว่าเนื้อหาที่น่าสนใจเข้าไปเข้ามาและไม่ได้ลงลึกในรายละเอียดของแต่ละเรื่อง เช่น ประเด็นสุขภาพ นำเสนอเพียงแค่การออกกำลังกาย การรู้จักโรค และการดูแลสุขภาพร่างกายโดยทั่วไป ดังนั้น แม้จะรู้จักรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุทุกรายการ เพราะสนใจที่จะหาช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ แต่ก็พบว่าทุกรายการมีรูปแบบคล้ายกัน มีวิทยากรซ้ำๆ กัน บางเรื่องบางประเด็นพูดซ้ำไปซ้ำมาในรายการต่างๆ ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลักอีกรายที่ได้รับเชิญเป็นวิทยากรในรายการโทรทัศน์ต่างๆ ซึ่งโดยมากจะเป็นรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ เห็นว่าการมีโอกาสร่วมงานกับสื่อโทรทัศน์ทำให้รู้สึกว่าการผลิตรายการโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารสำหรับผู้สูงอายุ แต่รายการโทรทัศน์ควรระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลใดๆ เพราะอาจมีผลต่อการปฏิบัติของผู้สูงอายุ

ผู้ให้ข้อมูลหลักยังเห็นตรงกันว่า การที่รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุมีน้อยนั้น อาจเป็นเพราะสื่อโทรทัศน์ได้กลายเป็นหน่วยผลิตในเชิงธุรกิจ หรือเป็น “สื่อพาณิชย์” โดยผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่เป็นผู้ผลิตสื่อเพื่อการศึกษา ให้ความเห็นว่าสื่อส่วนใหญ่มักเน้นเรื่องที่เป็นการค้า

เน้นการโฆษณาและหวังผลจากการขายโฆษณา ซึ่งผู้รับชมรายการที่เป็นผู้สูงอายุเป้าหมายสนใจ ก็มีไม่กี่เรื่อง เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่มีบริษัทที่ขายโฆษณาไม่มาก รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจึงไม่ใช่รายการเป้าหมายที่จะสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตรายการมากนัก ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักก็กลายเป็นผู้ผลิตรายการให้เหตุผลคล้ายๆ กันว่าการที่รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุไม่ได้เป็นรายการหลักในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ หรือไม่ได้เป็นรายการที่ผู้ผลิตรายการนิยมทำ เป็นเพราะการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ในเรื่อง “เรตติ้งและรายได้” ทำให้ผู้รับชมรายการเป้าหมายที่ผู้สนับสนุนรายการสนใจมักเป็นกลุ่มผู้รับชมรายการวัยแรงงาน ที่มีกำลังซื้อสูง มีการตัดสินใจที่ง่ายกว่าผู้สูงอายุในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้น การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจึงไม่ค่อยจะมีเป็นการเฉพาะเจาะจง หากแต่เป็นการให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุและการชะลอวัยมากกว่าการบอกรายละเอียดของการสูงอายุ เพราะเมื่อคนดูมีจำนวนน้อยและไม่ตรงกับเป้าหมายของการหารายได้ของบริษัทสื่อ จึงไม่คุ้มทุนในการผลิต

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัยรายหนึ่งวิเคราะห์ว่า รายการโทรทัศน์ที่เสนอเรื่องราวของผู้สูงอายุในประเทศไทยที่เคยรับชม จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ รายการที่ทำให้เกิดความสงสารและสลดหดหู่ต่อชีวิตของผู้สูงอายุ เช่น รายการวงเวียนชีวิต (ปัจจุบันยุติการออกอากาศไปนานแล้ว) และรายการที่เสนอกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ รายการแบบแรก แม้ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุจะดูน่าสงสาร แต่มีประเด็นที่ต้องวิเคราะห์คือ ประเด็นแรก รายการไม่ได้ให้ข้อมูลเชิงวิชาการว่าผู้สูงอายุคนนั้นมีชีวิตลำบากเพราะเจ็บป่วยด้วยโรคอะไร หรือเป็นเพราะอะไรจึงมีชีวิตอยู่ลำพังและยากจน นอกจากนี้ ไม่มีการรายงานว่าภาครัฐได้เข้าไปช่วยเหลือแล้วหรือไม่และอย่างไร เมื่อเนื้อหารายการเป็นเช่นนี้ จึงไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรกับผู้รับชมรายการ นอกเหนือไปจากความสงสาร ส่วนประเด็นที่สอง คือ การนำเสนอผู้สูงอายุที่ทำให้เกิดความสงสาร อาจก่อให้เกิดความตระหนักในปัญหาของคนกลุ่มดังกล่าวได้ หรือแม้แต่เกิดความระลึกถึงผู้สูงอายุในครอบครัวของตัวเอง ทำให้เกิดเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความรับผิดชอบต่อผู้สูงอายุได้

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่มีอยู่เข้าไม่ถึงผู้รับชมรายการน่าจะเป็นเพราะเวลาออกอากาศ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่งเห็นว่ารายการที่นำเสนอกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุพบเห็นได้น้อยมาก และ “หากมีรายการนี้อยู่จริง แสดงว่าเวลาที่ออกอากาศไม่น่าจะอยู่ในช่วงเวลาหลักของแต่ละสถานี” ซึ่งความจริงแล้วควรมีสปอตประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อดึงผู้สูงอายุให้มาร่วมทำกิจกรรมได้ ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลักอีกรายหนึ่งก็เห็นว่ารายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการเพื่อผู้สูงอายุนั้นมีน้อยจนแทบไม่รู้สึกรู้ว่ามีรายการประเภทนี้

อยู่ ส่วน “รายการที่ไม่ได้มีกลุ่มผู้รับชมเป้าหมายคือผู้สูงอายุ แต่ที่มีเนื้อหาที่ผู้สูงอายุดูได้ มีเรื่อยๆ ได้ ซึ่งแตกต่างกัน”

ผู้ให้ข้อมูลหลักอีกรายหนึ่งที่เป็นผู้สูงอายุให้ความเห็นเพิ่มเติมว่ารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุหรือรายการโทรทัศน์เพื่อรองรับสังคมสูงวัยมีไม่เพียงพอ ทั้งๆ ที่เป็นเรื่องจำเป็นที่ “ประชาชนทุกคนควรเตรียมตัว” ถ้าจะทำรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุควรแยกผู้สูงอายุเป้าหมายเป็นหลายกลุ่ม เช่น แบ่งตามช่วงวัย หรือแบ่งตามการทำงาน เนื่องจากผู้สูงอายุที่ยังทำงานและผู้สูงอายุที่ไม่ทำงานจะมีความสนใจแตกต่างกัน

มุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อมวลชนให้ความเห็นครอบคลุมไปถึงการผลิตสื่อในอนาคตว่า สิ่งที่เป็นปัจจัยที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันต้องคำนึงถึงในอนาคตก็คือ การมีรูปแบบของโทรทัศน์ที่เล่นเสียง/ภาพขณะรับต่อเนื่อง (streaming) หรือการแพร่สัญญาณภาพและเสียงออกอากาศทางอินเทอร์เน็ตกำลังมีบทบาทในสังคม ถือเป็นเรื่องใหญ่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เพราะแม้คนไทยส่วนใหญ่จะยังยึดติดกับหน้าจอโทรทัศน์เป็นหลัก แต่ประชากรรุ่นใหม่หรือแม้แต่รุ่นเก่าจำนวนหนึ่งก็เริ่มให้ความสนใจการรับชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง และรับชมรายการผ่านอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน นับเป็นผลจากการที่ “ภูมิทัศน์สื่อ” หรือการหลอมรวมของเทคโนโลยี ธุรกิจ พฤติกรรม วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตรายการและผู้รับชมรายการเปลี่ยนไป ทำให้โทรทัศน์ในความหมายเดิมที่รู้จักกัน คือ เครื่องรับสัญญาณที่แสดงภาพออกมาทางจอที่เรียกว่าระบบการแพร่สัญญาณ (broadcast) ในคลื่นวิทยุโทรทัศน์นั้นกำลังโดน “รุกคืบ ครอบงำ และแย่งตลาด” ระบบคิดของผู้ผลิตรายการจึงต้องเปลี่ยนตามไปด้วย ดังนั้น การมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจึงต้องพิจารณาว่าสามารถทำให้ข้อมูลอันหลากหลายนั้นมีให้ใช้เพื่อการอ้างอิงได้ตลอดเวลา

กล่าวโดยสรุปได้ว่าสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยดำเนินบทบาทได้น้อยในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ เนื่องด้วยข้อจำกัดของการผลิตรายการที่อิงการพาณิชย์ อันเป็นบริบทของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน จึงทำให้เรื่องของการหารายได้คือการโฆษณากลับกลายเป็นเรื่องหลักและแฝงอยู่ทั่วไปในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุของสื่อพาณิชย์ การจะแสดงบทบาทให้ดีในฐานะสื่อมวลชนจึงจำเป็นที่เจ้าของหรือผู้ประกอบการ ผู้ผลิตรายการ และผู้ชำนาญพิเศษเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักถึงคุณค่าของผู้สูงอายุและสังคมสูงวัย ตลอดจนการได้รับการผลักดันจากรัฐ และผู้ทำงานด้านการพัฒนาผู้สูงอายุ ให้มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับการสูงวัยเชิงรุกปรากฏในรายการในรูปแบบและในช่วงเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้ ในบางกรณี ผู้สูงอายุจะได้รับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุหรือไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการเปิดเครื่องรับ

โทรทัศน์หรือเปลี่ยนช่องรายการ เพราะถึงแม้จะมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม แต่ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอาจไม่มีโอกาสได้รับชมรายการเหล่านั้น เพราะผู้สูงอายุไม่สามารถเลือกรับชมรายการที่ตนสนใจได้ด้วยตนเอง ดังนั้น สื่อโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้องจึงควรสร้างความตระหนักให้กับผู้ควบคุมการเปิดเครื่องรับโทรทัศน์หรือเปลี่ยนช่องรายการให้เห็นความสำคัญและความต้องการของผู้สูงอายุในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุด้วย

## 6.2 กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่เหมาะสมประกอบด้วย การคัดเลือกผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ดำเนินรายการ รูปแบบรายการ การเข้าถึงผู้รับชมรายการกลุ่มเป้าหมาย และการเปิดโอกาสให้ผู้รับชมรายการแสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบในรายการ แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือ ข้อมูลข่าวสารที่ควรนำเสนอในรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความรู้เพื่อผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถสรุปตามประเด็นหลักได้ดังนี้

### 6.2.1 เนื้อหาที่ควรนำเสนอในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย และผู้สูงอายุให้ความเห็นตรงกันว่า ประเด็นหลักที่รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุควรนำเสนอคือเรื่องสุขภาพ ที่เป็นหลักสำคัญของการมีชีวิตในช่วงปลายอย่างมีความสุข “เรื่องสำคัญคือสุขภาพ อาหารการกิน และการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม” การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุจะอยู่อย่างไรให้มีความสุข และสังคมควรจะสนับสนุนอย่างไร เพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ เรื่องของผู้สูงอายุจึงเกี่ยวข้องกับทุกเรื่อง ทั้งเรื่องความคิดของคน การให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุและผู้เกี่ยวข้อง รูปแบบการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ที่เหมาะสม ความเหมาะสมของสิ่งแวดล้อมหรือบริบทของสังคม แม้แต่ลูกหลานที่จะเติบโตขึ้นจะวางแผนรองรับอนาคตของบุคคลเหล่านี้ได้อย่างไร

การนำเสนอเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เนื้อหาที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ หากวิเคราะห์จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจะเห็นว่าเนื้อหาสาระและความรู้ที่ผู้สูงอายุต้องการอาจแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ การส่งเสริมสุขภาพ และการรักษาโรค ซึ่งอาจครอบคลุมเรื่องต่อไปนี้

- 1) การให้ความรู้ด้านสุขบัญญัติและความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพประจำวัน เช่น การดูแลฟันปลอม และการเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามช่วงวัยต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อผู้สูงอายุที่จ้ะรู้ว่าร่างกายของตนนั้นมีการ



เปลี่ยนแปลงทางชีวภาพ เช่น ความเสื่อมของเซลล์ ทำให้ความสามารถในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ลดลง ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงทางจิต ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคม ได้แก่ การเกษียณจากการทำงาน หรือการลดบทบาทในการทำงานลง รวมถึงการลดบทบาทในสังคมและครอบครัว

- 2) การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค โดยเนื้อหาที่ปรากฏในรายการควรครอบคลุมเรื่องการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้านต่างๆ เช่น การรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย การงดเหล้าและงดบุหรี่ การระมัดระวังอุบัติเหตุ โดยเฉพาะการหกล้ม และการไม่ใช้ยาที่ไม่จำเป็น เป็นต้น สำหรับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคที่เป็นปัญหาในผู้สูงอายุและการรับประทานยาป้องกันโรคบางชนิดก็ควรปรึกษาแพทย์และไม่ควรซื้อมารับประทานเอง เนื่องจากผู้สูงอายุแต่ละคนอาจไม่เหมาะกับยาบางตัวก็ได้ รวมทั้งการเน้นความสำคัญของการตรวจสุขภาพประจำปี
- 3) การรักษาอาการเจ็บป่วยหรือโรค ซึ่งครอบคลุมถึงอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นที่เกิดจากพฤติกรรมหรือความไม่สมดุลของร่างกาย และโรคที่เกิดจากภาวะเสื่อมของร่างกาย เช่น เบาหวาน มะเร็ง และความดันโลหิต ตลอดจนอาการป่วยจากปัญหาทางจิต เช่น ความเครียด เป็นต้น
- 4) การตั้งกองทุนดูแลและเยี่ยมเยียนผู้ป่วย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ควรมีรูปแบบการทำงานเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบุคคล จัดขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านสุขภาพของปัจเจกบุคคลโดยตรง ทำให้บุคคลมีความเข้มแข็งและสามารถที่จะแก้ปัญหาสุขภาพ ตลอดจนสามารถเผชิญกับสถานการณ์ชีวิตและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และระดับชุมชน จัดขึ้นเพื่อสร้างและเพิ่มศักยภาพของระบบนิเวศสังคมให้ดีขึ้น อันจะทำให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพโดยรวม

นอกจากนี้ ในการให้ความรู้ต่างๆ นั้น อาจแยกพิจารณาผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่อยู่ติดเตียงคือผู้สูงอายุที่เคลื่อนไหวไม่ได้หรือดูแลตนเองไม่ได้ ผู้สูงอายุที่อยู่ติดบ้านคือผู้สูงอายุที่ดูแลตนเองได้ แต่ควรออกไปทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนและสังคมบ้าง เพราะการอยู่ติดบ้านมากๆ จะนำมาซึ่งปัญหาสุขภาพได้ และผู้สูงอายุที่ติดสังคมคือผู้สูงอายุที่ชอบทำกิจกรรม เช่น ผู้ที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ ควรให้ผู้สูงอายุกลุ่มติดสังคมมีบทบาทในการเชื่อมโยงกับผู้สูงอายุอีก 2 กลุ่มข้างต้น โดยผู้ให้ข้อมูลหลักหลายรายเห็นตรงกันว่าเนื้อหารายการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

ต้องสอดคล้องกับการแบ่งกลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจากการทำงาน ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชน ต่างมีความกังวลว่าชีวิตหลังเกษียณจะมีความสุขหรือไม่ ซึ่งแน่นอนว่าหากมีรายได้ลดลง ไม่มีงานรองรับและสุขภาพเสื่อมถอย ผู้สูงอายุก็จะมีไม่มีความสุข ดังนั้น รายการโทรทัศน์จึงควรตอบใจทยัเหล่านี้โดยหาข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถติดตามได้ และเนื้อหารายการควรจัดระเบียบวาระเชิงนโยบายให้กับผู้เกี่ยวข้องว่าอายุเกษียณที่เหมาะสมควรเป็นเท่าใด ดังเช่นในหลายประเทศได้ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุทำงานต่อไปอีกโดยการขยายอายุเกษียณ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น ดังนั้น ประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งนอกจากเรื่องสุขภาพก็คือเรื่องการหารายได้เพื่อความมั่นคงของชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ

## 6.2.2 แนวคิดการสูงวัยเชิงรุกที่ควรปรากฏในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

สำหรับแนวคิดการสูงวัยเชิงรุกนั้น ผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัยให้ความเห็นตรงกันว่า สมควรที่จะนำเสนอในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ โดยมีข้อเสนอด้านเนื้อหาที่สอดคล้องกับแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก ดังนี้

### ด้านสุขภาพ

สุขภาพแยกเป็นสุขภาพกายและสุขภาพจิต ในด้านสุขภาพกายควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น สาเหตุของการเกิดโรค และการปฏิบัติตนเมื่อเป็นโรคนั้นๆ เพราะในความเป็นจริงเวลาที่คนไข้ไปพบแพทย์จะมีเวลาน้อยมาก โดยเฉพาะโรงพยาบาลรัฐ ทำให้ไม่มีเวลาซักถามข้อสงสัย นอกจากนี้ การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้ควรให้ครอบคลุมไปยังทุกคนในครอบครัว เพื่อจะได้ช่วยเหลือในการดูแลกันและกันได้ การมีสุขภาพกายที่ดีเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้สูงอายุมีพลังเชิงรุกในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้ดี ขณะที่สุขภาพจิตก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพกายเช่นกัน แต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุนั้นมาจากประสบการณ์และการเปลี่ยนแปลงในชีวิตหลังเกษียณอายุ ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกเหงา ว่าเหว และเศร้า ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการสิ้นสุดของหน้าที่การงาน การเป็นที่นับถือในสังคมจบสิ้น ความเสื่อมถอยของร่างกาย ความศรัทธาของลูกหลานลดลง และช่องว่างระหว่างวัยที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การให้ความรู้ด้านสุขภาพและการเชิญชวนผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในครอบครัว ชุมชน และสังคม ตลอดจนการสร้างความเข้าใจว่าผู้สูงอายุมีความเสี่ยงต่อกรณีปัญหาสุขภาพจิต จะมีส่วนช่วยในการการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเหล่านี้ได้

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้สูงอายุและผู้เชี่ยวชาญด้านแพทย์ทางเลือก ยังเพิ่มเติมว่าหัวใจสำคัญของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุคือ การนำเสนอค่านิยมให้ผู้สูงอายุมี “พฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัย” โดยตัวอย่างพฤติกรรมที่เหมาะสม เช่น

- การรับประทานอาหาร ให้เลือกรับประทานอาหารที่อ่อนนุ่ม เคี้ยว  
ง่าย และมีไขมันต่ำ และควรหลีกเลี่ยงแอลกอฮอล์และคาเฟอีน
- การออกกำลังกายให้เลือกการเดินหรือว่ายน้ำ และควรหลีกเลี่ยง  
การออกกำลังกายที่ต้องใช้แรงมาก เช่น การวิ่ง
- การแต่งกายด้วยสีสดใส เพื่อเพิ่มชีวิตชีวา แต่ไม่ใช่สีฉูดฉาด และ  
ควรเน้นการสวมใส่สบาย
- การทำกิจกรรมนันทนาการ ควรเลือกกิจกรรมที่เน้นการผ่อนคลาย  
และไม่เครียด แต่ก็เป็นการฝึกสมอง เช่น การเล่นเกมลับสมอง และ  
การท่องเที่ยว เป็นต้น
- การบำรุงร่างกาย เช่น การรับประทานผักผลไม้และน้ำผักผลไม้ที่มี  
ประโยชน์ การนวดร่างกายเพื่อผ่อนคลาย ซึ่งถือเป็นการบำรุง  
ร่างกายด้วยของธรรมชาติ แต่ไม่ใช่ยาบำรุงกำลัง
- การลงทุนที่เหมาะสมกับวัย ควรเลือกการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อย เช่น  
เงินฝาก หรือพันธบัตรรัฐบาล และควรหลีกเลี่ยงการลงทุนที่มีความ  
เสี่ยงสูง เช่น หุ้น แต่หากต้องการลงทุนในหุ้นหรืออนุพันธ์ ก็ไม่ควร  
ลงทุนเกินร้อยละ 20 ของเงินลงทุนที่มีอยู่

การมีพฤติกรรมที่เหมาะสมนั้น ไม่เพียงแต่จะทำให้ผู้สูงอายุได้รับประโยชน์อย่าง  
เหมาะสมแล้ว หากแต่การเป็นผู้มีบุคลิกลักษณะที่น่าเชื่อถือและมีความสุขุมรอบคอบจะทำให้  
ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่น่าเคารพนับถือ เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับบุตรหลาน และเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้  
อีกด้วย

นอกจากนี้ การปฏิบัติที่เหมาะสมกับวัยยังรวมถึงเรื่องของสุขภาพจิต เนื่องจาก  
การทำอะไรอย่างเหมาะสม ไม่เกินตัว เกินพอดี จะทำให้ผู้สูงอายุมีความสงบในใจ และนำมาซึ่ง  
ความสุขและสุขภาพกายที่ดี เพราะกายและจิตนั้นเชื่อมโยงกัน ตัวอย่างเนื้อหาสาระการที่ไม่  
เหมาะกับผู้สูงอายุ คือ การโฆษณาชวนเชื่อเรื่องการชะลอวัย หรือการทำให้กลับมาเป็นหนุ่มและ  
สาวอีกครั้ง เพราะร่างกายของคนย่อมเสื่อมตามวัย แต่การมีสุขภาพดีและดูดีตามวัย เกิดจากการ  
ออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร และการมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เหมาะสม รายการโทรทัศน์  
ในปัจจุบันกลับแฝงด้วยโฆษณา และนำผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย หรือแม้แต่แพทย์ไปร่วมเป็น  
ส่วนหนึ่งของการโฆษณาชวนเชื่อ นับเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง เพราะแพทย์ควรมี  
จรรยาบรรณวิชาชีพในการให้ความรู้เพื่อสุขภาพที่ดีของประชาชน และเพื่อประโยชน์ในการรักษา

ผู้ป่วย แต่การให้ความรู้เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าอาจแฝงไปด้วยผลประโยชน์ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบวิชาชีพแพทย์ ส่วนค่านิยมในการทำศัลยกรรมสำหรับวัยสูงอายุถือเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม หากเป็นการทำศัลยกรรมเพื่อความงาม เพราะผู้สูงอายุพ้นตัวจากการเจ็บป่วย ได้ช้ากว่าคนวัยอื่น ทำให้มีความเสี่ยง การส่งเสริมค่านิยมให้เหมาะกับวัยจึงน่าจะเหมาะสมกว่า

#### ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม

ผู้สูงอายุวัยต้นส่วนใหญ่ยังมีส่วนร่วมกับกิจกรรมนอกบ้าน หากไปร่วมกิจกรรมนอกบ้านจะเรียกว่า “ติดสังคม” แต่เมื่อเวลาผ่านไปกิจกรรมนอกบ้านจะลดลง ผู้สูงอายุจะเริ่มอยู่ติดบ้าน หันมาดูแลกิจกรรมในบ้านและลูกหลานแทน และเมื่อมีปัญหาสุขภาพที่แม้แต่จะดูแลตนเองก็ไม่ไหวกลับต้องให้ผู้อื่นดูแลก็จะติดเตียง นับเป็นเรื่องที่อาจเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุคนใดก็ได้ กลุ่มติดบ้านและกลุ่มติดเตียงนั้น หากในบ้านและเตียง “ไม่อบอุ่น” จะทำให้มีปัญหาอื่นๆ ตามมาด้วย ดังนั้น ผู้สูงอายุที่มีส่วนร่วมทางสังคมที่เหมาะสมจะทำให้สุขภาพสังคมดีตามไปด้วย จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าการสังคมยังต้องการ เห็นคุณค่า และมีพื้นที่ให้กับผู้สูงอายุอยู่เสมอ

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้นำกิจกรรมเพื่อผู้สูงอายุรายหนึ่งให้ข้อเสนอว่า การจัดกิจกรรมเพื่อผู้สูงอายุควรรวมถึงแนวคิดการตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุ เพราะน่าจะตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ยังต้องการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงผู้สูงอายุและสังคมเข้าด้วยกัน

อย่างไรก็ดี การนำเนื้อหาของผู้สูงอายุที่ทำกิจกรรมในชมรมต่างๆ มาออกอากาศทั้งเรื่องราวของผู้สูงอายุที่ยังมีความกระฉับกระเฉง สนใจที่จะร่วมกิจกรรมชมรม และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในชมรม ถือเป็นเนื้อหาที่สามารถสร้างประโยชน์แก่ผู้สูงอายุได้ เช่น ผู้สูงอายุจะทราบว่าจะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ที่ใดบ้าง ชมรมใดบ้าง และมีกิจกรรมใดที่สอดคล้องกับความสนใจของตน ในที่สุด กิจกรรมเหล่านี้ก็สามารถนำไปจัดในรายการโทรทัศน์ โดยผู้สนใจเข้าร่วมรายการ ทั้งยังเป็นการสนับสนุนชมรมผู้สูงอายุในด้านการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้วย

#### ด้านความมั่นคงในชีวิต

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความมั่นคงประการหนึ่ง คือ สิ่งแวดล้อมและลักษณะการอยู่อาศัย โดยสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับสังคมสูงวัยนั้นมีรายละเอียดในหลายมิติ ทั้งในด้านการออกแบบเพื่อทุกคน โดยเฉพาะอาคาร บ้านเรือน ทางเดิน ทางขึ้น ทางลง ทางลาด และห้องน้ำ รวมทั้งการได้รับอากาศที่บริสุทธิ์ การมีน้ำดื่มที่สะอาด และเรื่องความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยในการใช้สถานที่และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน องค์การอนามัยโลกย้ำว่า

สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสังคมทั่วไป โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ๆ และเมืองที่มีผู้สูงอายุจำนวนมาก

สิ่งแวดล้อมจึงเริ่มต้นที่ในบ้าน ด้วยการออกแบบสร้างครอบครัวและสร้างบ้านที่อยู่อาศัย “ระยะยาว” โดยวางแผนให้พร้อมไปถึงเมื่อสูงอายุ และรวมไปถึงออกแบบชุมชนและสังคมที่พึงประสงค์ การเตรียมความพร้อมเพื่อวัยสูงอายุจึงเป็นเรื่องที่สื่อต่างๆ ควรส่งเสริมข้อมูลและประชาสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นด้านการดูแลสุขภาพ การบำรุงร่างกาย การลงทุน การมีงานทำเมื่อยังสามารถทำได้ การเก็บออมเงิน และการจัดการที่อยู่อาศัยตลอดเส้นทางชีวิต

### 6.2.3 เนื้อหาอื่นๆ ที่ควรปรากฏในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

เนื้อหาอื่นที่ควรมีในรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุคือ เนื้อหาด้านความบันเทิง ซึ่งควรเป็นเนื้อหาที่ให้การผ่อนคลายและไม่ทำให้เครียด ความบันเทิงอาจพบในรายการเพลง ภาพยนตร์ หรือสารคดีท่องเที่ยว ซึ่งรายการที่น่าจะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีความสุข คือ การย้อนวัยไปรำลึกถึงสมัยวัยเด็ก สมัยวัยรุ่น หรือเมื่อเป็นหนุ่มสาว เช่น เพลงสมัยเก่าหรือที่เที่ยวสมัยก่อน เป็นเรื่องที่สร้างความรู้สึกสบายใจและอบอุ่นใจ การคิดเนื้อหารายการจึงควรยึดโยงกับผู้สูงอายุ หรืออาจต่อยอดสิ่งที่ผู้สูงอายุสนใจให้เกิดประโยชน์ เช่น ผู้ที่สนใจเรื่องธรรมะ ฟังธรรมะ ควรพิจารณาว่าจะทำแบบประยุกต์ได้อย่างไรที่ไม่ใช่การให้ท่องแต่บทสวดมนต์ แต่ควรหา “ข้อคิดจากธรรมะ” ให้ผู้สูงอายุนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตให้มีความสุขได้ เช่น ตถตา...เป็นเช่นนั้นเอง เพื่อให้รู้จักปล่อยวาง ทำใจให้สงบ โดยการนั่งสมาธิที่บ้าน การประพฤติตนเป็นคนดีไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่คิดร้ายต่อผู้อื่น ซึ่งถือเป็นผลบุญที่ทำได้ด้วยตนเอง ไม่จำเป็นต้องเสียเงินทองมากมายในการทำบุญ เพราะจะไม่มีประโยชน์เลยหากจิตใจของผู้ที่บริจาคนั้นไม่บริสุทธิ์และไม่ได้ทำความดีเหล่านี้เป็นต้น

นอกจากนี้ รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุก็ควรมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงตามวัย ได้แก่ ผู้สูงอายุวัยต้น วัยกลาง และวัยปลาย ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพที่แตกต่างกัน เป็นต้นว่าการเสื่อมถอยของสมรรถภาพทางเพศ ซึ่งผู้สูงอายุหลายรายหันไปพึ่งยาหรืออาหารเสริมต่างๆ เช่น ไวอากร้า ทำให้เป็นอันตรายได้ หรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเหตุการณ์สำคัญในครอบครัว เช่น บุตรหลานแต่งงาน แล้วแยกไปมีครอบครัวเป็นของตัวเอง อาจทำให้ผู้สูงอายุเกิดความวิตกกังวล ประเด็นเหล่านี้ถือเป็นวิกฤตในชีวิตของผู้สูงอายุที่คนวัยอื่นอาจไม่เข้าใจ ขณะที่สื่อโทรทัศน์ก็ยังนำเสนอเรื่องราวเหล่านี้น้อยมาก

เนื่องจากการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขของผู้สูงอายุเป็นเรื่องสำคัญและมีหลากหลายมิติที่สื่อควรนำเสนอให้ครบถ้วน ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้สูงอายุระบุว่า ผู้สูงอายุที่ไม่มี

ผู้ดูแล ผู้สูงอายุที่พักในบ้านพักคนชรา ผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้ง ผู้สูงอายุที่มีฐานะไม่ดี ผู้สูงอายุที่หลงทาง หลงบ้าน กลับบ้านไม่ถูก และคนหาย คือ สิ่งที่ต้องควรรู้ให้ควรรู้แก่คนในสังคมด้วยว่า “เราควรร่วมกันดูแลรับผิดชอบคนเหล่านี้ได้อย่างไร”

ประเด็นใหญ่ที่ควรปฏิรูปเป็นอย่างยิ่ง คือ ระบบประกันสังคมและการให้เบี้ยยังชีพ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นว่า “น้อยมาก ไม่พอใช้แน่นอน” รวมถึงที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุที่เหมาะสม และการดูแลสุขภาพ ระบบประกันสังคมต้องยกเครื่องทั้งระบบให้ครอบคลุมประเด็นเหล่านี้ และครอบคลุมผู้คนทุกอาชีพ ทั้งชาวนาชาวไร่ และเกษตรกร โดย “สื่อต้องช่วยทำให้เป็นวาระแห่งชาติ”

เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจะลืมผู้ดูแลไม่ได้ การให้ความรู้สำหรับผู้ดูแลจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะผู้ที่ต้องดูแลทั้งบิดาและมารดาที่สูงอายุที่มีโอกาสเจ็บป่วยพร้อมกัน ผู้ดูแลนั้นครอบคลุมไปถึงบุคคลที่ช่วยดูแลที่อาจเป็นญาติ เพื่อน และผู้รับจ้างดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงผู้สูงอายุที่ต้องดูแลผู้สูงอายุด้วยกันเองด้วย ทำอย่างไรสื่อจึงจะทำให้ผู้ดูแลคลายเครียดและมีกำลังใจที่จะดูแลผู้สูงอายุ

สิ่งที่สื่อต้องตระหนักให้มากคือการคัดสรรเนื้อหารายการ เช่น รายการที่เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ การแพทย์ และกลุ่มเปราะบาง ได้แก่ เด็ก ผู้พิการ และผู้สูงอายุนั้น จำเป็นต้องมีทีมผลิตรายการที่เป็น “มืออาชีพ และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน” เช่น ผู้ที่เขียนบทรายการต้องมีความรู้ และรู้ว่าควรจะแสวงหาเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้อย่างไร ซึ่งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เช่น การเขียนจดหมายขอข้อมูล การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ที่มีขั้นตอนทำให้ล่าช้าไม่ทันกับสถานการณ์การแข่งขันของสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันที่ต้องเร่งผลิตรายการ และเน้นความรวดเร็วฉับไวในการนำเสนอรายการ

### 6.3 ผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสม

ในรายการสุขภาพที่เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บและมีกลุ่มผู้ชมรายการเป็นผู้สูงอายุนั้น ผู้ดำเนินรายการต้องเตรียมข้อมูลอย่างละเอียดรอบคอบ แม้ว่าจะมีทีมงานจัดเตรียมข้อมูลให้ แต่การค้นคว้าหาความรู้และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติด้วยตนเองทุกครั้ง

สิ่งที่ผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์หรือพิธีกรควรปฏิบัติ มีดังนี้

- 1) พิจารณาตนเองว่ามีความพร้อม ความเหมาะสม หรือมีข้อบกพร่องในการทำรายการโทรทัศน์ที่ได้รับมอบหมายเพียงใด เพราะทุกสิ่งทุกอย่างที่กล่าวมานี้คือจุดเริ่มต้นของการวางแผนการปฏิบัติงาน ในการผลิตรายการสุขภาพหรือรายการเพื่อผู้สูงอายุ หากมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพหรือการรับประทานอาหารและ

ยา และผู้ดำเนินรายการพิจารณาว่าตนเองว่ามีความรู้ที่น้อยก็ต้องศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม โดยการหาข้อมูลและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

- 2) ในการดำเนินรายการต้องระมัดระวังการใช้คำพูดให้เหมาะสม รายการโทรทัศน์ที่มีผู้รับชมเป็นผู้สูงอายุ ผู้ดำเนินรายการต้องมีความสุภาพ อ่อนน้อม การให้คำแนะนำในรายการต้องทำอย่างนอบน้อม ไม่ใช่การออกคำสั่ง การแต่งกายต้องเหมาะสมกับบริบทของรายการ และหากมีข้อผิดพลาดต้องแก้ไขทันที
- 3) การสัมภาษณ์แขกรับเชิญควรมีการเตรียมประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า และทำความเข้าใจกับผู้ร่วมรายการเสียก่อน โดยเฉพาะผู้ร่วมรายการที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งอาจมีปัญหาในการทำความเข้าใจคำถาม และบางเรื่องอาจเป็นเรื่องส่วนตัวที่ต้องระวัง ส่วนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นใดก็ตาม หากคำตอบเป็นคำตอบแบบกว้าง อาจต้องระบุว่านี่เป็นคำแนะนำเบื้องต้นเท่านั้น แต่ในรายละเอียดผู้รับชมรายการควรปรึกษาแพทย์
- 4) ระมัดระวังการโฆษณาชวนเชื่อที่แฝงมาในรายการ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผู้ดำเนินรายการที่ดีไม่ควรทำตัวเอนเอียงไปในการสนับสนุนสินค้า เพราะจะกลายเป็นเครื่องมือในการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว เป็นผลทำให้ขาดความน่าเชื่อถือได้
- 5) ต้องรักในสิ่งที่ทำและให้ความสนใจกับรายการที่ทำ และควรให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต ผู้ให้ข้อมูลหลักๆ หนึ่งแนะนำว่า หากต้องทำรายการสุขภาพหรือรายการเพื่อผู้สูงอายุ “ให้เป็นผู้ที่สนใจสุขภาพจริงๆ” โดยต้องเป็นคนที่มีความสุขดี มีจิตใจผ่องใส มีความรักและเคารพให้กับผู้สูงอายุทุกคนอย่างเท่าเทียม จึงจะทำให้ดำเนินรายการได้อย่างมีคุณภาพ และผู้รับชมรายการก็รู้สึกเพลิดเพลินไปกับสาระความรู้ที่ปรากฏในรายการ

#### 6.4 การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในรายการ

ข้อเสนอแนะในการผลิตรายการเพื่อผู้สูงอายุที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในรายการ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์เห็นพ้องกันว่า ควรให้มีการเชื่อมโยงรายการโทรทัศน์กับสื่อออนไลน์และสื่อสังคม เพราะผู้รับชมรายการในปัจจุบันไม่ได้ต้องการรับชมทุกรายการที่ปรากฏในผัง นอกจากนี้ยังสนใจรับชมรายการย้อนหลังหรือเลือกเฉพาะรายการที่ต้องการรับชมเท่านั้น ซึ่งการที่ผู้รับชมรายการสามารถเลือกรายการที่ชอบ ที่สนใจ ดาวนั้โหลดคลิปรายการเก็บไว้ หรือแบ่งปันคลิปผ่านสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ต่างๆ นับเป็นแนวโน้มที่สำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อสร้างช่องทางการเปิดรับการมีส่วนร่วมจากผู้รับชม

รายการได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของผู้รับชมรายการได้ ทำให้รายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลสามารถใช้ศักยภาพของระบบที่ทันสมัยได้อย่างเต็มที่

ส่วนการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์นั้น ผู้ผลิตรายการควรเชิญผู้สูงอายุมาเป็นแหล่งข่าวหรือแหล่งข้อมูลในรายการเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์บ้าง หากเป็นรายการสุขภาพควรเปิดสายโทรศัพท์ให้ผู้สูงอายุที่รับชมรายการอยู่สามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามปัญหาในรายการได้ นอกจากนี้ การที่ทีมผลิตรายการโทรทัศน์ลงพื้นที่จัดกิจกรรมเพื่อผู้สูงอายุก็เป็นเรื่องที่มีประโยชน์ โดยทีมงานควรบันทึกเทปรายการแล้วตัดต่อออกอากาศให้ผู้ชมทางบ้านได้ร่วมสนุกสนานจากบรรยากาศที่รับชมไปด้วย ถือเป็น การส่งความสุขให้ผู้ชมทางบ้านได้รับชม เพราะผู้สูงอายุบางรายไม่สามารถออกจากบ้านได้ ส่วนผู้สูงอายุบางรายที่ชอบอยู่บ้าน จะเกิดมีแรงจูงใจให้อยากออกไปร่วมทำกิจกรรมนอกบ้านบ้าง

## 6.5 เทคนิคการผลิตรายการ

ด้านเทคนิคการผลิตรายการนั้น เมื่อเป็นรายการที่เจาะกลุ่มผู้สูงอายุโดยตรง ก็ต้องออกแบบการผลิตรายการให้เหมาะสม เช่น ภาพประกอบรายการต้องเหมาะสม ผู้ดำเนินรายการต้องมีความรู้ และมีบุคลิกลักษณะที่ดี สุภาพอ่อนน้อม กราฟิกในรายการต้องมีขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรที่ชัดเจน อ่านง่าย เหมาะกับสายตาของผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับเสียงที่ใช้ในรายการก็ต้องปรับให้มีความดังเหมาะสม ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นเรื่องที่ต้องออกแบบอย่างเฉพาะเจาะจง

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์และเป็นผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลมากมายให้หลักคิดของการผลิตรายการใดๆ ก็ตามว่า ผู้ผลิตรายการ “ต้องรู้จริง” ในเรื่องที่จะทำ ต้องเข้าใจเนื้อหา เข้าใจบริบทของเรื่องที่เกิดขึ้น รายการที่เป็นสารคดีที่ทางบริษัทของผู้ให้ข้อมูลหลักผลิตนั้น ใช้เวลาศึกษาต่อเทปนานมากเพราะต้องการความเข้าใจเรื่องอย่างลึกซึ้ง และทำรายการในฐานะเป็นผู้ผลิตรายการที่ต้องการผลิตสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อผู้รับชมรายการเป้าหมายของตน รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุยังต้องเคารพวิถีชีวิตของผู้สูงอายุด้วย เป็นต้นว่าเมื่อนำเรื่องราวของผู้สูงอายุมาทำให้ดูเป็นเรื่องแปลก เช่น เรื่องของปู่คนหนึ่งอาศัยอยู่ที่จังหวัดหนึ่ง การที่นำปู่มาเป็น “พรีเซ็นเตอร์” เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดนั้น ไม่ใช่แนวคิดที่ดี เพราะปู่มีชีวิตอยู่โดยไม่รู้ว่าโลกนี้มีการทำมาหากินและเอาเงินเข้าประเทศจากธุรกิจท่องเที่ยว การที่คิดจะเอาปู่ไปใช้ในเรื่องของผลประโยชน์จึงเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังอย่างมาก

ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล ให้ข้อคิดว่าการจะผลิตรายการต้องคำนึงว่าคนไทยหันไปใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทั้งเพื่อติดต่อเพื่อนฝูงติดตามข่าวสาร และผู้รับชมรายการก็สามารถเป็นผู้ผลิตรายการเองได้โดยผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์



(facebook live) หรือโปรแกรมประยุกต์ (application) เพื่อการติดต่อสื่อสารอื่นๆ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้ผู้รับชมรายการสามารถแสดงความคิดเห็นมากขึ้น เชื่อมโยงกันมากขึ้น และสามารถที่จะกระตุ้นการมีส่วนร่วมได้มากขึ้นด้วย นอกจากนี้ ผู้รับชมยังให้ความสำคัญกับเนื้อหาตามวันเวลาที่ตนสะดวก มีผู้รับชมตามผังการออกอากาศที่สถานีโทรทัศน์จัดผังมาให้ และผู้รับชมเลือกรายการที่ตอบใจത്യเฉพาะกลุ่มมากกว่ารายการแบบมวลดชน ทั้งหมดนี้มาจากปัญหาของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ คือ การที่จำนวนช่องของสถานีโทรทัศน์มีมากขึ้น ดังนั้น การจะผลิตรายการใดก็ตามจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้รับชมรายการเป้าหมาย ทั้งแบบแผนการใช้สื่อพฤติกรรมการรับชมที่เข้ากับฐานเพศ วัย การศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการบริโภคอื่นๆ เพื่อให้รายการโทรทัศน์สามารถผลิตโดยใช้ภาษาและรูปแบบการนำเสนอที่ตรงใจผู้รับชมรายการได้ ด้วยเหตุนี้ รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจะเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับผลการวิจัยเป็นสำคัญ และนำไปเชื่อมโยงกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและรูปแบบของโทรทัศน์ยุคใหม่ เพราะ “สังคมสูงวัยเปิดรับสมาชิกใหม่ทุกวัน และหนึ่งในสมาชิกที่ก้าวเข้ามานั้นก็เป็นคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้มีโทรทัศน์ในแบบเดิมไว้เป็นเครื่องมือในการรับสารอีกต่อไปแล้ว”

## 6.6 ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการ คือ ควรเป็นการเชิดชูคุณค่าของผู้สูงอายุในฐานะผู้ที่ได้ทำประโยชน์ให้แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคม และแม้ในความเป็นจริงจะมีผู้สูงอายุที่มีปัญหาชีวิต มีความแก่ เป็นโรค แต่การนำเสนอต้องทำอย่างสร้างสรรค์ อาจสรุปความคิดเห็นในประเด็นนี้ได้ดังนี้

- 1) ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่นำเสนอในรายการนั้น อาจเป็นไปตามความจริงที่ว่า เมื่อถึงวัยสูงอายุ ร่างกายและอวัยวะต่างๆ ของผู้สูงอายุก็ต้องเสื่อมสภาพลง ความสามารถต่างๆ เช่น ความจำและการช่วยเหลือตนเองก็ลดลง แต่วิธีการนำเสนอควรให้สังคมรู้สึกว่าเป็นความรับผิดชอบที่ทุกคนต้องมีต่อผู้สูงอายุ โดยไม่มองว่าผู้สูงอายุเป็นภาระ แต่ให้มองว่าในช่วงชีวิตของผู้สูงอายุนั้นได้สร้างคุณค่า สร้างคุณประโยชน์ต่อสังคมมามากแล้ว ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ที่ต้องตอบแทนพระคุณด้วยหลักกตัญญู นอกจากนี้ การนำเสนอคุณค่าของผู้สูงอายุในสื่อยังเป็น การเสริมย้ำและสร้างแรงบันดาลใจให้รู้สึกได้ว่า แม้ผู้สูงอายุจะมีวัยเกิน 60 ปีแล้ว แต่กลับยังมีคุณค่า มีประโยชน์ ให้คำปรึกษาแก่คนรุ่นหลังได้ และควรสนับสนุนให้ผู้สูงอายุทำงานต่อไปตราบเท่าที่ยังคงแข็งแรงอยู่ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นงานประจำในสำนักงาน แต่อาจเป็นงานเพื่อสังคม งานจิตอาสา งานสอน

หนังสือ เพราะคุณค่าของผู้สูงอายุที่มีอยู่นั้นควรได้รับการถ่ายทอดให้กับบุตรหลานและผู้คนในสังคม ดังเช่นแนวคิดของประเทศญี่ปุ่นที่สนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีหน้าที่สอนหนังสือเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น

- 2) ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการต้องให้ความระมัดระวังอย่างมากในการนำเสนอ เพราะผู้สูงอายุมีความอ่อนไหวในการรับสาร การนำเสนอภาพบางอย่างอาจละเมิดสิทธิของผู้สูงอายุและเป็นการลดทอนคุณค่าของผู้สูงอายุได้ เช่น การสร้างภาพให้ผู้สูงอายุดูน่าสงสาร เป็นตัวตลก หรือผู้ชู้ขี้บ่น ในความเป็นจริงแล้วสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุทุกคน ดังนั้น การนำเสนอจึงควรคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมสากลที่ทุกคนพึงรับไว้เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต และจะทำให้ผู้สูงอายุสูงวัยอย่างมีความสุขในสังคมเดียวกัน
- 3) รายการโทรทัศน์ควรนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในภาพเชิงบวกมากกว่าภาพเชิงลบ เพราะจะได้เป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้สูงอายุที่จะมีชีวิตที่แข็งแรงสดใส เพราะการเป็นโรคหรือการเจ็บป่วย กระทั่งปัญหาผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้ง ผู้ชู้ขี้บ่น ในรายการโทรทัศน์นั้นมีมากแล้ว ซึ่งการเสนอภาพเชิงลบที่มีมากและเสนอซ้ำแล้วซ้ำเล่า จะทำให้ผู้รับชมรายการมีอคติต่อผู้สูงอายุมากกว่า

## 6.7 การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุและการออกอากาศรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุนั้นเป็นแนวคิดที่ดี เป็นเรื่องที่ทำได้ และเคยมีผู้ทดลองเปิดสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเพื่อผู้สูงอายุแต่ยุติการออกอากาศภายหลังดำเนินการได้เพียง 6 เดือน ซึ่งไม่ได้มีการแถลงข่าวอธิบายสาเหตุในการปิดสถานี แต่จากการสำรวจผังรายการพบว่า น่าจะเป็นเพราะต้นทุนการผลิตสูงจึงไม่สามารถผลิตรายการได้เต็มผังรายการ โดยในช่วงที่ออกอากาศนั้น มีแต่การวนเสนอรายการอย่างซ้ำไปซ้ำมา อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ที่แตกต่างกัน โดยผู้สนับสนุนการตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ให้เหตุผลดังนี้

- 1) การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุนั้น ควรผลักดันให้เกิดเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะโดยจับประเด็นความต้องการของผู้สูงอายุในวัยหลังเกษียณมาเป็นโจทย์ แล้วแตกประเด็นเป็นรายการต่างๆ เช่น การดูแลสุขภาพ การทำอาหาร การออกกำลังกาย การแต่งกายที่เหมาะสม การเงิน การลงทุน การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และจัดสรรช่วงเวลาให้สามารถออกอากาศได้ตลอดทั้งวัน

- 2) การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ควรให้เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อครอบครัว และจัดสรรเวลาเพื่อคน 3 รุ่น คือ รุ่นเด็ก รุ่นพ่อแม่ และรุ่นผู้สูงอายุ ซึ่งจะทำให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย และมีการลงทุนผลิตรายการที่คุ้มค่ากว่า เพราะสามารถตอบใจพหุชนหลายกลุ่ม

ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลักที่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องจัดตั้งสถานีโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุโดยตรง แต่เห็นว่าควรมีรายการเพื่อผู้สูงอายุที่ออกอากาศในช่องต่างๆ โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการรับชมรายการของผู้สูงอายุ และให้เหตุผลว่าในโลกยุคใหม่นี้ ผู้รับชมรายการไม่ได้ยึดติดกับสถานีโทรทัศน์แล้ว แต่ควรผลิตรายการที่มีคุณค่าและนำเสนอไว้ในทุกๆ ช่อง เพื่อให้ผู้รับชมรายการทุกวัยได้รับชม เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่ประชาชนทุกคนควรจะรับรู้

ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นตรงกันว่าควรมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุออกอากาศทุกวันเป็นสิ่งจำเป็น แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นรายการที่มีความยาวจนเกินไป กล่าวคือ อาจผลิตรายการเป็นชุดความรู้หรือเป็นกิจกรรมที่ต้องทำต่อเนื่อง เช่น การออกกำลังกายทุกวัน หรือการทำอาหารประจำวัน เป็นต้น โดยช่วงเวลาการออกอากาศของรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาในการวางแผนการออกอากาศ เพราะโดยทั่วไปผู้สูงอายุนอนหัวค่ำ ตั้งแต่เช้าสนใจรายการธรรมะ รายการสุขภาพ อาหาร และการออกกำลังกาย ขณะที่ผู้สูงอายุในต่างจังหวัด ในช่วงหมดฤดูการเกษตรจะว่างอยู่บ้านตลอดวัน รายการโทรทัศน์อาจต้องนำเสนอเนื้อหาที่มากกว่าการดูแลสุขภาพหรือความบันเทิง แต่อาจเป็นเรื่องของการหารายได้เสริม หรือการรวมกลุ่มสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

## 6.8 สรุป

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 11 คน เห็นด้วยว่าประเทศไทยมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุน้อยมาก และรายการที่มีอยู่ไม่มีผลเพียงพอที่ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปจะรู้สึกว่ามีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุอยู่ เหตุผลที่รายการมีน้อยจนไม่ทำให้เกิดการรับรู้ว่ามีอยู่เป็นเพราะรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเป็นรายการที่ไม่สร้างรายได้ในการขายโฆษณามากนัก ทำให้การลงทุนผลิตไม่คุ้มค่า ส่วนรายการที่มีอยู่นอกจากมีน้อยแล้วยังมีเนื้อหาที่เป็นความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสูงวัยที่ไม่ลงลึกในรายละเอียด

ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดเห็นพ้องกันว่า การผลิตและการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุมีความสำคัญในการรองรับสังคมสูงวัยและเตรียมพร้อมสำหรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ อันเป็นวาระสำคัญของประเทศไทย แต่มีความเห็นต่างกันในเรื่องการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ทั้งนี้ต่างเห็นว่าการมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทุกวัน ในทุกช่องทาง และออกอากาศใน

ช่วงเวลาที่เหมาะสม ตลอดจนการใช้สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงเผยแพร่รายการเหล่านี้ ก็เป็นเรื่องที่ควรกำหนดให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถติดตามได้ และคนในวัยอื่นจะได้เข้าใจเรื่องของผู้สูงอายุด้วย

สำหรับด้านเนื้อหา นั้น ประเด็นเรื่องสุขภาพคือเรื่องสำคัญที่สุดที่ควรมีในรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ รองลงไป คือ กิจกรรมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ รวมถึงการทำงาน และกิจกรรมนันทนาการ ซึ่งประเด็นเหล่านี้คือปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุมีชีวิตที่มีความสุข สอดคล้องกับเสาหลักของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก ที่จะทำให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีได้ ได้แก่ การมีสุขภาพดี มีส่วนร่วมในสังคม และมีความมั่นคงในชีวิต

การนำเสนอเนื้อหารายการนั้นต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุเป็นสำคัญ สิ่งที่ทำให้ข้อมูลหลักมีความสำคัญ คือ ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่มีคุณค่าแก่สังคมต้องครอบคลุมถึงผู้สูงอายุทุกคน ทั้งผู้ที่ยังมีแรงทำงาน ทำประโยชน์ให้แก่สังคม และผู้สูงอายุที่เจ็บป่วย ยากจน และต้องการผู้ดูแล โดยต้องสื่อสารให้ผู้รับสารทุกคนเห็นว่าเป็นหน้าที่ที่สังคมต้องดูแลผู้สูงอายุเหล่านี้ด้วยความกตัญญู ส่วนการเสนอภาพเชิงลบและความหดหู่ ไม่ควรเกิดขึ้นในรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ ผู้ผลิตรายการต้องตั้งใจให้แตกต่างจากการนำเสนอเนื้อหารายการที่ระบุว่าผู้ชมรายการเป้าหมายคือผู้สูงอายุ ต้องเป็นรูปแบบที่จรรโลงใจ ไม่ก่อให้เกิดความเครียด หรือท้อถอยในชีวิต ส่วนรายการประเภทบันเทิงและรายการย้อนเวลาหาความสุขกับอดีตก็เป็นรูปแบบรายการที่ควรมีอยู่ เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้สูงอายุ และก็เป็นเรื่องที่ต้องสนใจดำเนินการเช่นกัน

สำหรับผู้ดำเนินรายการนั้น ควรเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมและมีความรู้ในเรื่องการสูงอายุ เช่นเดียวกับทีมงานผลิตรายการที่ต้องศึกษาข้อมูลและวางแผนการผลิตรายการทั้งด้านเนื้อหาและเทคนิคที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม ในภาพรวมนั้น หากผู้ผลิตรายการตระหนักในหน้าที่สื่อมวลชนในการถ่ายทอดความรู้แก่สังคม รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุตลอดจนรายการที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องก็จะเกิดขึ้นอย่างเป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุและผู้รับชมรายการโทรทัศน์กลุ่มอื่นๆ ได้ แต่ทราบได้ว่าการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ยังอยู่ในสภาพการณ์เช่นนี้ โอกาสที่จะเกิดรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ดีและมีคุณภาพเพื่อดำรงอยู่เป็นสื่อหลักในการรับสารของผู้รับชมรายการก็เป็นเรื่องยากและท้าทายมาก จึงควรที่ผู้เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือให้การสนับสนุนเพื่ออรรถสัทธิตีของผู้สูงอายุอย่างเท่าเทียมกันกับผู้รับสารกลุ่มวัยอื่น

## บทที่ 7

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้ “การสูงวัยเชิงรุก” ที่เสนอโดยองค์การอนามัยโลก (WHO, 2002) เป็นแนวศึกษา สามารถสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

#### 7.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบ่งเป็น 1) การสำรวจเอกสารเพื่อทราบสภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์และวิพากษ์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุซึ่งมีจำนวน 5 รายการที่ออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ในปี พ.ศ.2557-2558 โดยสุ่มตัวอย่างแบบง่ายมารายการละ 3 ตอน รวมเป็นจำนวนรายการที่วิพากษ์ทั้งสิ้น 15 ตอน 2) การสำรวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ โดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้สูงอายุตัวอย่างที่สุ่มแบบง่ายหลายชั้นตอนจากชมรมผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการสูงวัย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ และผู้สูงอายุ จำนวน 11 คน ด้วยแนวคำถามที่สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมและข้อค้นพบจาก 1) และ 2) จากนั้นนำข้อค้นพบทั้งหมดที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ

#### 7.2 ข้อค้นพบจากการวิจัย

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

##### 7.2.1 ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างมีอายุตั้งแต่ 60-87 ปี และมีอายุเฉลี่ย 66.30 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุวัยต้น เพศหญิง และเกือบทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ ตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ

สมรสสมรส โดยคู่สมรสอาศัยอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน สำหรับผู้สูงอายุที่สมรสหรือเคยสมรสมีบุตรที่มีชีวิตอยู่เฉลี่ย 2.04 คน ในจำนวนนี้มากกว่าครึ่งหนึ่งเล็กน้อย มีบุตร 1-2 คน และในจำนวนบุตรที่มีชีวิตอยู่นั้นเป็นบุตรที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน เฉลี่ย 1.21 คน และอาศัยอยู่นอกครัวเรือน เฉลี่ย 1.13 คน นอกจากนี้ ผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกอื่น เฉลี่ย 2.75 คน แต่ก็มีผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่เพียงลำพังถึงร้อยละ 9.5 ในด้านการศึกษานั้น ไม่มีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่ได้รับการศึกษาเลย โดยพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ด้านสถานภาพการทำงานก่อนเกษียณอายุ พบว่าตัวอย่างที่เคยเป็นลูกจ้างเอกชนมีสัดส่วนสูงที่สุด สำหรับสถานภาพการทำงานในปัจจุบันพบว่าตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทำงานและไม่อยากทำงาน ส่วนเรื่องรายได้ต่อเดือน พบว่าตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 1,000-14,999 บาท แต่ก็มีผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่มีรายได้เลย ร้อยละ 5.5 ตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่ามีการดำรงชีวิต ส่วนผู้ที่ระบุว่ามีการดำรงชีวิตได้ไม่เพียงพอ มีร้อยละ 28.6 ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่มีเงินออมตั้งแต่ 200,000-999,999 บาท มีสัดส่วนสูงที่สุด ในขณะที่ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่ไม่มีเงินออมเลย มีร้อยละ 8.3 ทั้งนี้ ผู้ที่มีรายได้ไม่เพียงพอ ไม่มีรายได้เลย และไม่มีเงินออม ต่างตอบว่าไม่ได้สนใจเรื่องเหล่านี้เพราะมีลูกหลานคอยดูแลอยู่แล้ว ส่วนในด้านบ้านที่ตัวอย่างอาศัยอยู่นั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นบ้านของตัวเอง/คู่สมรส โดยลักษณะการอยู่อาศัยนั้น ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรสและคนอื่น ในด้านสุขภาพ ตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินว่าตนเองมีสุขภาพกายดี และมีสุขภาพจิตดี แต่เมื่อสอบถามถึงการมีโรคเรื้อรังกลับพบว่าตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งระบุว่าตนเองมีโรคเรื้อรัง แต่ไม่ได้รบกวนการทำกิจวัตรประจำวันและกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิต นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างเป็นสมาชิกชมรมตั้งแต่ 1 ถึง 4 ชมรม โดยเฉลี่ยเป็นสมาชิกชมรม 2.32 ชมรม และส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมชมรมบ่อยๆ

#### 7.2.2 สภาพการณ์และบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้สำหรับผู้สูงอายุ

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้มาจากการศึกษาเอกสารและเรื่องที่เกี่ยวข้อง และการวิพากษ์รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจำนวน 15 ตอน จาก 5 รายการเป้าหมาย พบว่าประเทศไทยมีสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล 48 สถานีทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ทั้งระบบมีสถานีรวมทั้งสิ้น 768 สถานี และเคยมีสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมที่ประกาศตนว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ 1 สถานี แต่ยุติกิจการภายหลังออกอากาศเพียงครั้งปี อย่างไรก็ตามก็มีรายการที่ระบุกลุ่มเป้าหมายคือผู้สูงอายุ ออกอากาศในสถานีดังกล่าว 1 รายการ ภายหลังเมื่อสถานีโทรทัศน์ดังกล่าวยุติการออกอากาศไปแล้ว จึงย้ายรายการเพื่อผู้สูงอายุนี้ออกอากาศทางโทรทัศน์ดิจิทัล ทำให้ประเทศไทยมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุจำนวน 5 รายการ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ 4 สถานี ซึ่งเมื่อ

เปรียบเทียบกับจำนวนรายการโทรทัศน์ทั่วประเทศ ถือว่าอยู่ในสัดส่วนที่ต่ำมาก ๆ ถึงแม้ว่ารายการเพื่อผู้สูงอายุทุกรายการจะมีบทบาทในการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย โดยเฉพาะการสูงวัยเชิงรุก ในรูปแบบของข่าว สาระ ความรู้ ความคิดเห็น และความบันเทิง แต่เนื้อหาของรายการยังขาดมิติด้านความลึก และยังมีไม่มากพอที่จะเป็นแนวทางส่งเสริมหรือเปลี่ยนแปลงผู้สูงอายุไทยให้พัฒนาการสูงวัยเชิงรุกโดยครอบคลุมเนื้อหา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม และด้านความมั่นคง

**ด้านสุขภาพ** เป็นการพูดถึงสุขภาพทั่วไปที่เป็นเรื่องพื้นฐาน เช่น การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ การหลีกเลี่ยงของทอด และการออกกำลังกายเป็นประจำ เป็นต้น นอกจากนี้ข่าวสารบางเรื่องยังเป็นเรื่องที่ถกเถียงในวงวิชาการ เช่น การรับประทานสมุนไพร ซึ่งอาจไม่ได้เหมาะกับร่างกายของทุกคน การให้ความรู้ที่ไม่ได้รับการรับรองทางวิชาการจึงอาจทำให้เกิดผลเชิงลบกับผู้สูงอายุที่นำไปปฏิบัติได้ นอกจากนี้ การให้ความรู้ด้านสุขภาพจิตมีน้อย ทั้งที่ปัญหาสุขภาพจิตเป็นเรื่องสำคัญมากต่อผู้สูงอายุที่ต้องเผชิญปัญหาโดยตรงและผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ที่อยู่ใกล้ชิด

**ด้านการมีส่วนร่วม** ทั้งการมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม มักเป็นการเสนอภาพผู้สูงอายุที่ทำความดีประโยชน์ให้แก่แผ่นดิน หรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น นักการเมือง อาวุโส นักวิชาการ นักร้อง หรือนักแสดง เป็นต้น การมีส่วนร่วมจึงมักเป็นเรื่องของการทำงานเพื่อสังคมหรือจิตอาสาเพื่อสังคม ในทางกลับกันการนำเสนอคุณค่าของผู้สูงอายุในด้านบทบาทของครอบครัวหรือการให้ความสำคัญกับครอบครัวกลับมีน้อย และมีเพียงในช่วงเทศกาลสำคัญ

**ด้านความมั่นคง** แม้ความมั่นคงจะหมายรวมถึงการมีที่อยู่อาศัย การมีสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย และการมีเงินใช้จ่ายอย่างเพียงพอ แต่ที่นำเสนอมักเป็นเรื่องความมั่นคงทางการเงินและการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยเกษียณอายุ ซึ่งมีสถาบันการเงินเป็นผู้สนับสนุนรายการ จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นการนำเสนอและขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุแฝงมากับการให้ความรู้ในด้านนี้ ส่วนประเด็นที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุนั้น อาจเป็นเพราะโครงการบ้านที่นำเสนอขายในปัจจุบันไม่ได้ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุเป็นการเฉพาะ จึงไม่มีปรากฏในโฆษณาขายโครงการ รวมทั้งการออกแบบเพื่อทุกคนเพื่อรองรับสังคมสูงวัยในประเทศไทยนั้นยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ไม่อยู่ในประเด็นข่าวของสังคม และมีผู้สนับสนุนรายการที่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการประเภทนี้ด้วย

นอกจากเนื้อหาด้านการสูงวัยเชิงรุก การวิพากษ์ในประเด็นภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ตัวอย่างก็เป็นตัวสะท้อนถึงเจ้าของสื่อหรือเจ้าของปัจจัยการ

ผลิต ได้แก่ สื่อรัฐ สื่อสาธารณะ และสื่อพาณิชย์ เพราะเมื่อรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเปรียบเสมือนผลผลิตของสถานีโทรทัศน์ที่ยังคงต้องการรายได้จากการโฆษณา เมื่อรายการเช่นนี้มีผู้สนับสนุนรายการน้อย จึงไม่คุ้มค่าในการผลิตรายการ ดังนั้น รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่ยังสามารถอยู่ได้โดยไม่ถูกถอดจากผังรายการจึงเป็นรายการที่ผลิตโดยสื่อรัฐและสื่อสาธารณะ ที่แม้จะหยุดออกอากาศในบางครั้งบางคราว แต่นั่นก็เป็นไปเพื่อการปรับปรุงรายการให้ทันสมัยมากขึ้น ส่วนรายการที่ผลิตโดยสื่อพาณิชย์จำเป็นต้องสร้างความน่าสนใจและความดึงดูดใจต่อผู้สนับสนุนรายการ ทำให้รูปแบบและเนื้อหา ตลอดจนผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญต้องเน้นดาราและผู้มีชื่อเสียงในสังคมที่โด่งดังหรือหือหาว มากกว่าการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือในทางวิชาการของรายการ การนำเสนอภาพลักษณ์ผู้สูงอายุที่ไม่เหมาะสมกับวัยซ้ำแล้วซ้ำอีกในเนื้อหารายการทำให้เกิดการเหมารวมและเป็นวาทคติต่อผู้สูงอายุ ด้วยเหตุนี้ การนำเสนอเนื้อหาและภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุจึงควรนำเสนออย่างระมัดระวัง โดยเสนอให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงพร้อมให้คำอธิบายเชิงเหตุผลทางการแพทย์ ไม่ใช่เป็นการเหมารวมว่านี่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุทั้งหมด

### 7.2.3 ความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้สูงอายุตัวอย่างที่สุ่มแบบง่ายหลายชั้นตอนจากชมรมผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1) พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจข่าวสารและความบันเทิง และรับชมรายการจากสื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญ โดยส่วนใหญ่รับชมในช่วงเวลาเช้า รองลงไปคือช่วงเวลาค่ำ ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่ตัวอย่างรับชมเป็นประจำคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ซึ่งช่วงเช้าเป็นรายการข่าวและคุยข่าว ส่วนช่วงค่ำเป็นละคร จึงสะท้อนว่าตัวอย่างสนใจรับชมรายการข่าวและละคร ซึ่งสอดคล้องกับเหตุผลในการรับชมว่าต้องการความรู้เพิ่มเติม ความบันเทิง และเห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคม และสอดคล้องกับทัศนคติของตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยกับการบอกว่าผู้สูงอายุเป็นคนไม่ทันสมัย

2) ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุแต่ละครรายการมีสัดส่วนที่ต่ำมาก คือ ไม่ถึงร้อยละ 20 เนื่องจากไม่รู้จักหรือไม่รู้ว่ามีรายการดังกล่าว

3) ความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ นั้น ผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างต้องการรายการสาระความรู้/สารคดี ต้องการเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับสุขภาพ และต้องการให้รายการออกอากาศทุกวัน ส่วนผู้ดำเนินรายการควรมีความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย และควรมีการจัด



กิจกรรมเพื่อให้ผู้รับชมรายการมีส่วนร่วมกับรายการทั้งกิจกรรมในรายการและกิจกรรมพิเศษนอก  
รายการ ขณะเดียวกันผู้สูงอายุที่เป็นตัวอย่างก็ให้ความสนใจกับการเชื่อมโยงรายการเข้ากับ  
เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สื่อสังคม เพื่อความสะดวกในการรับชมและในการมีส่วนร่วมในรายการ

ทั้งนี้ ผู้สูงอายุตัวอย่างให้คุณค่ากับการเป็นผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี จึงสนใจเรื่อง  
การออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร การบำรุงร่างกาย การป้องกันโรค การรักษาอาการ  
เจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ ไปจนถึงโรคเรื้อรังและโรคภัยร้ายแรงต่างๆ การเป็นผู้มีสุขภาพดียังเป็น  
ภาพลักษณ์ที่ผู้สูงอายุต้องการให้ปรากฏในรายการ และปฏิเสธการนำเสนอภาพลักษณ์ของ  
ผู้สูงอายุที่เป็นคนแก่ ขี้โรค และจู้จี้ขี้บ่น รวมถึงเป็นภาระต่อครอบครัวและสังคม

#### 7.2.4 แนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับ ผู้สูงอายุ

การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแนวคำถามกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการ  
สูงวัย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโทรทัศน์ และผู้สูงอายุ จำนวนทั้งสิ้น 11 คน มีข้อค้นพบดังนี้

1) การผลิตและการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุมีความสำคัญ  
และเป็นวาระเร่งด่วนสำหรับสังคมสูงวัยที่เกิดขึ้นแล้วในประเทศไทยและเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคม  
สูงวัยอย่างสมบูรณ์ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งการจัดตั้งเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ และ  
การให้มีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุหรือการมีเนื้อหาแทรกในรายการอื่นๆ ของสถานีโทรทัศน์ทุก  
ช่อง

2) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุควรออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับ  
พฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุ ตลอดจนเหมาะสมกับแนวโน้มเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัล  
ใหม่ๆ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และควรประชาสัมพันธ์ให้รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเป็นที่  
รู้จักกันโดยทั่วไป

3) เนื้อหาที่ต้องปรากฏในรายการ คือ ประเด็นเรื่องสุขภาพ กิจกรรมการใช้  
เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และความบันเทิงเพื่อการผ่อนคลาย เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้  
ผู้สูงอายุมีชีวิตที่มีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับเสาหลักของการสูงวัยเชิงรุกที่จะทำให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่  
มีคุณภาพชีวิตที่ดีได้

4) การนำเสนอเนื้อหาของรายการต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุเป็น  
สำคัญ สิ่งให้ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความสำคัญ คือ ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุที่มีคุณค่าแก่สังคมและการ  
เชิดชูผู้สูงอายุด้วยความกตัญญู ส่วนการนำเสนอภาพเชิงลบหรือความหดหู่ไม่ควรเกิดขึ้นใน  
รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ

5) ผู้ดำเนินรายการควรเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมและมีความรู้ในเรื่องการสูงวัย เช่นเดียวกับทีมงานผลิตรายการ ต้องศึกษาข้อมูลและวางแผนการผลิตรายการทั้งด้านเนื้อหาและเทคนิคต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการถ่ายทอดความรู้แก่สังคมผ่านรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุเป็นสำคัญ

### 7.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้ แบ่งเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะการผลิตรายการ และข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

#### 7.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากข้อค้นพบข้างต้นสามารถนำมาพิจารณาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสำหรับการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ดังนี้

1) ควรกำหนดสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องให้มีอย่างน้อยร้อยละ 10 เพื่อให้สอดคล้องกับการที่ประเทศไทยเป็นสังคมสูงวัยที่มีประชากรสูงอายุมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ และเป็นสัดส่วนที่จะทำให้สามารถผลิตรายการที่มีความยาว 60 นาที จากผังรายการออกอากาศปกติของสถานี โดยอาจเป็นรายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการเชิดชูคุณค่าผู้สูงอายุ หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ทั้งนี้ ถือเป็นการจัดระเบียบวาระที่สำคัญของประเทศ โดยเลือกวันเวลาออกอากาศและความยาวของรายการให้เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ และถือเป็นการจัดระเบียบวาระที่สำคัญของประเทศ

2) รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุควรมีรูปแบบรายการ ความยาวของรายการ ช่วงเวลาการออกอากาศ เนื้อหาของรายการ และผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ เช่น ผลิตรายการในรูปแบบของสาระความรู้/สารคดี หรือมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมทั้งในรายการและกิจกรรมพิเศษ หรือสอดแทรกเนื้อหาเรื่องการออม การลงทุน และการหารายได้ไว้ในรายการบันเทิง เนื่องจากการวิเคราะห์เพิ่มเติมในระดับ 2 ตัวแปรพบว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีเงินออมหรือมีเงินอมน้อยมีสัดส่วนของผู้ที่ต้องการรับชมรายการบันเทิง เช่น ละคร ภาพยนตร์ เกมโชว์ หรือเพลงสูงกว่าผู้สูงอายุที่มีเงินออมมากกว่า

3) ควรกำหนดเนื้อหารายการให้มีการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยอย่างครอบคลุม รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมสูงวัย ตลอดจนเชิดชูการสร้างแนวทางการสูงวัยเชิงรุกให้กับผู้สูงอายุและสังคมไทย ซึ่งแม้ว่าในเนื้อหารายการจะมีการเสนอความรู้ที่เกี่ยวกับการสูงวัยเชิงรุกอยู่แล้ว แต่การที่ผู้ดำเนินรายการตั้งใจใช้คำว่า “การสูงวัยเชิงรุก” ในการนำเสนอจะทำให้ผู้รับชมรายการเกิดการตระหนักและรับรู้ถึงแนวคิดนี้มากขึ้น

4) เนื้อหารายการที่ผู้สูงอายุต้องการรับชมและควรมี คือ ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งเป็นหนึ่งในเสาหลักของแนวคิดการสูงวัยเชิงรุก โดยควรลงลึกให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเรื่องการดูแลสุขภาพทั่วไป การดูแลสุขภาพเมื่อเจ็บป่วย การทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และการรับประทานอาหารสุขภาพ เป็นต้น ส่วนความรู้เกี่ยวกับเสาหลักในด้านการมีส่วนร่วมและด้านความมั่นคง ก็ควรที่จะต้องจัดหารูปแบบและวิธีนำเสนอให้มีความน่าสนใจเพื่อให้ผู้รับชมรายการได้ตระหนักและเห็นความสำคัญต่อเสาหลักของการสูงวัยเชิงรุกทั้ง 3 ด้านทัดเทียมกัน

5) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุควรหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ทำให้เห็นว่าเป็นการเลือกปฏิบัติหรือวางอคติต่อผู้สูงอายุ เช่น มองว่าผู้สูงอายุเป็นภาระของครอบครัวหรือมีสังขารที่ทรุดโทรม ในทางตรงกันข้ามสื่อโทรทัศน์อาจเชิดชูคุณค่าของผู้สูงอายุโดยนำเสนอประเด็นวัยรุ่นที่เติบโตขึ้นด้วยความรักและความเอาใจใส่ของปู่ย่าตายาย หรือคนวัยแรงงานที่ได้อาศัยพึ่งพิงความสามารถในการให้คำปรึกษาและการช่วยเหลือดูแลบุตรหลานของพ่อแม่ หรือแม้แต่การยอมรับความชราว่าเมื่อสูงวัยแล้วสังขารต้องเสื่อม ก็จะเป็นประโยชน์และเป็นการอยู่ร่วมกันกับผู้สูงอายุอย่างมีความสุข

6) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากร การเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ และการดูแลผู้สูงอายุ อาจบรรจุไว้ในรายการอื่นๆ เช่น รายการเกี่ยวกับครอบครัว และรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์

7) การนำเสนอความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุในรายการโทรทัศน์ต้องเป็นข้อมูลที่มาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น ข้อมูลที่ได้รับการรับรองทางวิชาการ และมีผู้ให้คำแนะนำที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณวุฒิและมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมแก่การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และเนื่องจากการทำงานของสื่อเป็นการทำงานที่แข่งกับเวลา หากผู้ทำงานด้านการสร้างการยอมรับและการสนับสนุนในสายงานที่เกี่ยวข้องของปฏิบัติการเชิงรุกด้วยการเป็นพันธมิตรด้านข้อมูลข่าวสารกับสื่อจะทำให้สื่อทำงานได้เร็วขึ้น (สนใจอาจศึกษาเพิ่มเติมได้จาก พัฒนาวดี ชูโต และวิไล วงศ์สืบชาติ (2545) เป็นต้น) แต่เหนืออื่นใด ผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ต้องเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการส่งเสริมและ

สนับสนุนการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการสูงวัยอย่างต่อเนื่อง สื่อโทรทัศน์จึงจะทำหน้าที่ส่งเสริมการสูงวัยเชิงรุกให้กับผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

8) การผลิตและการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ควรคำนึงถึงการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่รายการเหล่านี้ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถติดตามได้ เช่น การเชื่อมโยงรายการที่ออกอากาศทางระบบโทรทัศน์ดิจิทัล เข้ากับการแพร่สัญญาณภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต และเชื่อมโยงไปสู่กลุ่มสนทนาทางไลน์และเฟซบุ๊ก ตลอดจนฉบับที่รายการไว้ในสถานีสื่อออนไลน์ยูทูป เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเลือกรับชมย้อนหลังได้ รวมไปถึงการถอดเทปรายการเพื่อบันทึกในรูปแบบบทความและเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมอีกช่องทางหนึ่ง

9) ควรสนับสนุนให้ผู้สูงอายุที่สนใจและต้องการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ ได้มีโอกาสผลิตคลิปวิดีโอที่เป็นของตนเอง โดยอาจเริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิตรายการมืออาชีพเป็นผู้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการผลิตรายการ จนกลุ่มผู้สูงอายุสามารถผลิตได้เอง และเผยแพร่ผ่านสื่อสังคม เช่น กลุ่มไลน์ เฟซบุ๊กไลฟ์ และยูทูปแชนแนล

10) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุต้องเชื่อมโยงกับสื่อสังคม และสื่อสังคมนั้นต้องเชื่อมโยงกับคนวัยอื่นๆ ด้วยเพื่อให้การมีความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยและสังคมสูงวัย มิใช่เป็นเพียงเรื่องของผู้สูงอายุเท่านั้น แต่เป็นเรื่องที่ทุกคนในสังคมต้องตระหนักร่วมกัน

11) สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในช่องบริการสาธารณะและช่องบริการชุมชนที่ยังไม่ได้จัดตั้งนั้น ควรกำหนดให้สร้างสถานีโทรทัศน์เพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ของประเทศไทย เพราะเป็นวาระแห่งชาติ และมีผลต่อผู้สูงอายุและกระทบต่อสังคมไทยในที่สุด ซึ่งการเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์นั้น ไม่จำเป็นต้องเจาะกลุ่มผู้รับชมรายการเฉพาะผู้สูงอายุ แต่ควรวางเป้าหมายผู้รับชมให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

12) รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ โดยอาจให้แต่ละสถานีผลิตเองหรือรัฐเป็นผู้รับผิดชอบผลิต โดยรูปแบบและเนื้อหารายการที่น่าเสนอนั้นควรเป็นนวัตกรรมสื่อโทรทัศน์ที่ล้ำสมัย อ้างอิงงานวิจัย และมีเป้าหมายเป็นรายการหลักที่ทุกคนมีโอกาสได้รับชม และควรประชาสัมพันธ์รายการด้วยสปอตสั้นผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสังคม ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้สะดวก รวดเร็ว และใช้งบประมาณการประชาสัมพันธ์ไม่มาก เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านไลน์ และเฟซบุ๊ก เป็นต้น

แนวทางการพัฒนารายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอนี้ แม้จะเน้นที่ผู้สูงอายุในฐานะผู้รับสารเป้าหมาย หากแต่สารหรือเนื้อหาจากรายการเพื่อผู้สูงอายุนี้ไม่ได้มีผลเฉพาะต่อผู้สูงอายุ

เท่านั้น แต่สารนี้ยังส่งผลกระทบต่อผู้รับชมรายการต่างวัยอีกด้วย จึงน่าที่จะทำให้ประชากรทุกวัยได้เห็นความสำคัญและคุณค่าของผู้สูงอายุมากขึ้น ดังที่ยอมรับว่าบุคคลสูงวัยขึ้นในบริบทของครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน และสังคม และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศที่มุ่งใช้ดิจิทัลเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

### 7.3.2 ข้อเสนอแนะการผลิตรายการ

จากข้อค้นพบทั้งหมดที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ด้วยรายการต้นแบบ 4 รายการ สำหรับออกอากาศตามความยาวรายการและช่วงเวลาต่างๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงอายุ และสามารถออกอากาศได้ในทุกสถานีโทรทัศน์ แต่ผู้วิจัยไม่ขอเสนอเป็นผังรายการสำหรับการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ณ เวลานี้ เนื่องจากผลการวิจัยในเรื่องสภาพการณ์ของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น พบว่าการลงทุนในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และเป็นเรื่องยากในการสร้างความคุ้มทุน แม้จะให้จัดตั้งเป็นสื่อรัฐ สื่อสาธารณะ หรือสื่อพาณิชย์ ก็ยากที่จะหลุดพ้นไปจากการถูกรอบงำโดยเจ้าของสื่อ ดังนั้น การออกแบบรายการโทรทัศน์โดยกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อโทรทัศน์และด้านการสูงวัย แล้วให้เป็นรายการต้นแบบหรือรายการที่สามารถออกอากาศได้ในทุกสถานี จึงน่าจะเป็นแนวคิดที่เหมาะสมกับสภาพการณ์สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันที่มีการพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในศักยภาพที่เป็นไปได้ คือการที่ผู้รับชมรายการโทรทัศน์สามารถเป็นผู้กำหนดผังรายการได้เอง โดยสามารถเลือกรายการที่สนใจ และเลือกรับชมได้ตามเวลาที่ต้องการ ดังนั้น สิ่งที่คุณกำหนดนโยบายการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุควรคำนึงถึงคือ การพัฒนาทั้งในด้านกระบวนการผลิต การออกอากาศ และการเปิดรับผลป้อนกลับจากผู้รับชมรายการ โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุในปัจจุบันและผู้สูงอายุในอนาคต ก็น่าจะเป็นการตอบโจทย์บทบาทและหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ในการสร้างความรู้สำหรับสังคมสูงวัยได้ ทั้งนี้ แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุยึดข้อค้นพบข้างต้นและการใช้แนวคิดการสูงวัยเชิงรุกเป็นแนวคิดสำคัญในการออกแบบรายการ ดังนี้

#### 1) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 5 นาที

รายการโทรทัศน์ที่มีความยาว 5 นาทีจะสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยว่า ควรมีรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุทุกวัน และควรมีปรากฏในช่วงเวลาต่างๆ รายการลักษณะนี้จึงเป็นรายการที่สามารถกำหนดเวลาออกอากาศประจำได้ทุกวัน และมีการลำดับเนื้อหาให้มี

ความต่อเนื่องชวนติดตาม โดยเนื้อหาเป็นได้ทั้งเนื้อหาที่เป็นความรู้ และข่าวสารความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุและสังคมสูงวัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอ ดังนี้

### รายการ Happy Sixty Plus

รายการนี้เป็นรายการที่ควรออกอากาศในช่วงเช้า ทุกวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เป็นการชวนเชิญให้ผู้สูงอายุตื่นขึ้นมาด้วยความสดใสเบิกบาน ควรบันทึกเทปในสวนสาธารณะ มีสนามหญ้าสวยๆ สบายตา และมีผู้ดำเนินรายการและผู้สูงอายุตัวอย่าง 2-3 คน ออกกำลังกาย เคลื่อนไหวร่างกายเพื่อการยืดเส้นยืดสายตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกาย ซึ่งต้องคัดเลือกทำออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ รายการนี้ควรให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกายเป็นผู้ดำเนินรายการ เพื่อที่จะอธิบายวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสม และสาธิตได้อย่างถูกต้อง ซึ่งน่าจะมีส่วนในการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุปฏิบัติตามได้

ทั้งนี้ เวลาที่ควรออกอากาศคือ 05.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์และเป็นเวลาที่ควรยืดเส้นยืดสาย และในบทพูดของผู้ดำเนินรายการควรสอดแทรกเกร็ดความรู้ด้านสุขภาพไปด้วย นอกจากนี้รายการนี้ควรมีการเผยแพร่ต่อเนื่องในสื่อสังคม และมีการเชื่อมโยงกับสื่อสังคม เช่น ไลน์กรุป เพื่อการเป็นการสื่อสารมวลชนเชิงรุกและสร้างเครือข่ายผู้สูงอายุแฟนรายการ รวมทั้งจัดกิจกรรมนอกสถานที่เพื่อพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการออกกำลังกาย หรือเป็นการติดตามผลจากการออกกำลังกายตามแบบรายการเพื่อประเมินผลการสื่อสารด้วย

### 2) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 15 นาที

รายการโทรทัศน์ที่มีความยาว 15 นาทีจะสามารถเพิ่มรูปแบบรายการจากที่มีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียว ไปสู่การสัมภาษณ์หรือทำเป็นรายการสารคดีสั้นได้ รายการที่มีความยาว 15 นาทีควรเป็นรายการที่สอดแทรกความรู้และข่าวสารให้มากขึ้น เช่น รายการตอบปัญหาสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งอาจแบ่งย่อยเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพในช่วงต้นรายการ และเป็นการตอบปัญหาสุขภาพเชิงลึกในช่วงท้ายรายการ โดยผู้ตอบคำถามต้องเป็นแพทย์เฉพาะทางหรือผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอ ดังนี้

### รายการ คุณหมอ ก๊อก ๆ ๆ

รายการนี้เกิดขึ้นจากข้อค้นพบจากงานวิจัยว่า ผู้สูงอายุที่เป็นผู้สูงวัยเชิงรุกหลายคนที่สามารถดูแลตัวเองได้ดีต้องรับผิดชอบดูแลคู่สมรส เพื่อนหรือญาติ ที่เป็นผู้สูงอายุเช่นกัน และผู้สูงอายุเหล่านี้ต้องการทราบวิธีการดูแลตัวเองเบื้องต้นเมื่อมีอาการเจ็บป่วย รวมถึงวิธีการสังเกตอาการผิดปกติของร่างกาย และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ซึ่งเป็นเรื่องจำเป็นอย่างมากที่ควรจะได้รับข้อมูลความรู้เหล่านี้เป็นประจำ และมีรายการโทรทัศน์ที่จะเป็นพื้นที่ตอบคำถามนี้ รายการนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อให้คุณหมอ (ที่คัดเลือกมาแล้วจากทุกสาขาที่เกี่ยวข้อง) มีความใกล้ชิดกับผู้สูงอายุที่เป็นผู้รับชมรายการ จนรู้สึกเสมือนว่าคุณหมอเดินมาเคาะประตูบ้านเพื่อถามไถ่อาการและตรวจโรคเบื้องต้น รายการนี้จึงต้องมีการออกแบบช่องทางการเปิดรับคำถามจากผู้สูงอายุและติดตามผลต่อเนื่อง และควรมีการสร้างเชื่อมโยงกับโรงพยาบาลเพื่อส่งต่อผู้ชมรายการที่มีอาการเจ็บป่วยไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญได้

รายการนี้ควรออกอากาศทุกวัน หรือสามารถออกแบบให้สอดแทรกไปอยู่ในรายการสุขภาพทั่วไปได้ สำหรับช่วงเวลาการออกอากาศที่เหมาะสมควรเป็นช่วงเวลา 9.00 น. เพราะอยู่ในช่วงเวลาที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่รับชมรายการ และเป็นช่วงที่ผู้สูงอายุน่าจะทำการกิจวัตรประจำวันในช่วงเช้าเรียบร้อยแล้ว และมีเวลาเพียงพอในการตั้งใจรับชมรายการและมีส่วนร่วมกับการ

### 3) รายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ ความยาว 30 นาที

รายการที่มีความยาว 30 นาที โดยทั่วไปผู้ผลิตรายการจะแบ่งช่วงรายการออกเป็น 2 ช่วง (มีช่วงโฆษณาคั่นกลาง) ดังนั้น เนื้อหารายการจึงสามารถมีความหลากหลายมากขึ้น รายการนี้ควรกำหนดให้เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับเสาหลักด้านการมีส่วนร่วมในครอบครัว ชุมชน และสังคม และเสาหลักด้านความมั่นคง โดยดึงแนวคิดเมื่อนำอยู่สำหรับผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องมีสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางสังคมที่เหมาะสม รวมทั้งมีพื้นที่ให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนและสังคม ตลอดจนมีบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความสุขสำหรับผู้สูงอายุและผู้คนในสังคม ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอ ดังนี้

### รายการ ผู้สูงอายุที่รัก

รายการนี้เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ที่สร้างความรู้สึกของเมืองนำ อยู่สำหรับผู้สูงอายุ ผู้ดำเนินรายการเป็นพิธีกรที่เป็นหนุ่มสาวที่มีความ ทันสมัย แต่มีบุคลิกลักษณะของวัยทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว เป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจแนวคิดสังคมสูงวัย และพร้อมรับผิดชอบ ดูแล เป็นดังเพื่อนคู่คิดของผู้สูงอายุ

เนื้อหาของรายการช่วงแรก เน้นเรื่องการออกแบบเพื่อทุกคน ได้แก่ บ้านเรือน อาคารสถานที่ ทางเดิน และถนนหนทางที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยสอดแทรกประโยชน์ของการออกแบบในด้านความปลอดภัยและสิทธิของผู้สูงอายุที่จะได้รับในสังคม

เนื้อหาของรายการช่วงที่สอง เป็นเรื่องความมั่นคงทางการเงิน ช่องทางการลงทุน และการหารายได้เสริมสำหรับผู้สูงอายุ และนำเสนอกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถทำร่วมกับครอบครัว ชุมชน และสังคม (เช่น ตารางกิจกรรมของชมรมผู้สูงอายุว่ามีที่ไหนบ้าง และสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนสำหรับทุกคนในครอบครัว เป็นต้น)

สำหรับเวลาออกอากาศนั้น ควรออกอากาศสัปดาห์ละครั้ง ทุกวัน เสาร์หรือวันอาทิตย์ และนำมาออกอากาศซ้ำในช่วงระหว่างสัปดาห์ได้ เวลาที่ควรออกอากาศอยู่ในช่วงเช้า ระหว่างเวลา 04.00-9.59 น.

#### 4) รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ ความยาว 60 นาที

รายการที่มีความยาว 60 นาทีควรเป็นรายการกึ่งสารคดีที่มีการลำดับเรื่องราว ให้อย่างน่าสนใจ ซึ่งรายการที่มีความยาวเช่นนี้ ควรมีเนื้อหาที่ครอบคลุมแนวคิดการสูงวัยเชิงรุกได้ ทั้งหมด และสอดแทรกเรื่องคุณค่าของผู้สูงอายุไว้ เพื่อให้ผู้รับชมรายการที่เป็นผู้สูงอายุมีความรู้ และความสุขในการรับชมรายการ ขณะที่ผู้รับชมรายการที่เป็นวัยอื่น ก็มีความรู้ในการเตรียมพร้อมสำหรับการสูงวัย และมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อผู้สูงอายุทุกคนในสังคม เพราะได้เห็นคุณค่าของผู้สูงอายุเหล่านั้นที่ได้สร้างไว้ให้แก่สังคมตลอดช่วงชีวิตที่ผ่านมา ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอ ดังนี้



### รายการ เมื่อคุณตาคุณยายยังเด็ก

รายการนี้เป็นรายการที่มีแรงบันดาลใจจากหนังสืออ่านนอกระยะเวลาในสมัยเด็ก ที่ทำให้รู้สึกมีความสุขทุกครั้งที่ได้รับฟังเรื่องเล่าของคุณตาคุณยาย ความสุขนั้นสอดคล้องกับข้อคิดเห็นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลและข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ว่า ผู้สูงอายุเองก็มีความสุขที่ได้บอกเล่าเรื่องราวสมัยก่อนให้กับลูกหลานฟัง และอยากให้ลูกหลานได้เห็นคุณค่าของผู้สูงอายุจากประสบการณ์ชีวิตของตนเช่นกัน

เรื่องเล่าของผู้สูงอายุเปรียบได้กับสุภาวศิตไทยที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน หรือเดินตามหลังผู้ใหญ่หมาไม่กัด และเป็นข้อคิดที่ทำให้เห็นว่า บัจฉัยใดบ้างที่ทำให้ชีวิตประสบความสำเร็จ มีความสุข และแม้กระทั่งมีอายุยืนยาวอย่างมีสุขภาพดี ขณะเดียวกันก็เห็นความจริงว่า บัจฉัยใดบ้างที่ทำให้ชีวิตก้าวพลาด ไม่มีความสุข สุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตไม่ดี ซึ่งการได้เรียนรู้ประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุที่ทำให้รู้สึกสัมผัสได้ถึงวงจรชีวิตคนนั้น เป็นข้อเท็จจริงและเป็นบทเรียนที่ทำให้ผู้รับชมรายการเห็นคุณค่าของการเตรียมพร้อมสำหรับการสูงวัยด้วยการสูงวัยเชิงรุกได้

รายการเมื่อคุณตาคุณยายยังเด็ก แตกต่างจากรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุที่มีอยู่แล้วในประเทศไทย เพราะเป็นการเล่าเรื่องในอดีตตั้งแต่วัยเด็ก ทำให้เห็นว่าการเตรียมพร้อมสำหรับการสูงวัยเป็นเรื่องที่ต้องเตรียมมาตั้งแต่ยังเล็ก และเกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปกับบริบทของครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ดังนั้น การสร้างผู้สูงอายุที่มีการสูงวัยเชิงรุกและการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ จึงไม่ใช่เพียงการลุกขึ้นมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือออมเงินในช่วงใกล้เกษียณ แต่เป็นเรื่องที่ต้องเตรียมพร้อมมาโดยตลอดทุกช่วงชีวิต และความชราคือสิ่งที่ไม่มีความหลีกเลี่ยงได้ แต่สามารถแก่ชราอย่างมีคุณภาพได้

รายการนี้ควรออกอากาศทุกวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาเช้า เพราะเป็นเวลาที่สมาชิกมักอยู่กันพร้อมหน้าพร้อมตาทั้งครอบครัว

#### 7.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการวิจัย

ประเทศไทยมีรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยสื่อรัฐ สื่อสาธารณะ และสื่อพาณิชย์ในสัดส่วนที่ไม่สมดุล โดยสื่อพาณิชย์มีจำนวนมากกว่าอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเมื่อเป้าหมายของสื่อ

พาณิชย์คือการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจเป็นความสำคัญลำดับแรก ทำให้ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ผู้รับสารเป็นความสำคัญลำดับรองลงไป

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยและการวิพากษ์สื่อประเภทต่างๆ นั้น จึงยังเป็นสิ่งที่ควรกระทำเพื่อค้นหาปัญหาและอุปสรรคของการปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี และหาแนวทางแก้ไขปรับปรุง โดยไม่เพียงแต่เป็นการหาแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ควรศึกษาแตกแขนงไปยังรายการโทรทัศน์สำหรับช่วงวัยต่างๆ ด้วย สำหรับการศึกษานวทางการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุนั้น ยังสามารถศึกษาต่อยอดไปตามการแบ่งช่วงวัยสูงอายุ ได้แก่ รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุวัยต้น วัยกลาง และวัยปลาย ตลอดจนรายการโทรทัศน์สำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาทั้งสองศาสตร์คือ ประชากรศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ได้อย่างมีคุณค่าต่อไป นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยเช่นเดียวกันนี้อาจขยายไปครอบคลุมประชากรสูงอายุทั่วประเทศ และเปรียบเทียบระหว่างผู้สูงอายุในเขตเมืองและเขตชนบท เป็นต้น



รายการอ้างอิง



## ภาษาไทย

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2556). "เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล". Retrieved 7 พฤศจิกายน 2559, from <http://mict.go.th/view/1/Digital%20Economy>

กรุงเทพมหานคร, ส. (2559). "ข้อมูลชมรมผู้สูงอายุในพื้นที่ 50 สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร." Retrieved 25 กรกฎาคม, 2559, from <http://www.bangkok.go.th/social/page/sub/7600ข้อมูลชมรมผู้สูงอายุในพื้นที่ 50 สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร>.

กุศล สุนทรธาดา, กมลชนก ขำสุวรรณ, (2553). "ระดับและแนวโน้มความมีคุณภาพของผู้สูงอายุไทย (Thai Active Ageing)." การประชุมวิชาการประชากรศาสตร์แห่งชาติ จัดโดยสมาคมประชากรไทย.

จิราพร เกศพิชญวัฒนา, สุวิณี วิวัฒน์วานิช และคณะ (2552). รายงานการวิจัย โครงการพัฒนาพลัง: กรณีศึกษาจากผู้สูงอายุที่ได้รับการยอมรับในสังคม, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

ดวงเดือน รัตนมงคล, ส. ส., สุธีร์ รัตนมงคล, และสิริดาภัทร สุขขวี (2558). "ภาพสุขภาพของผู้สูงอายุผ่านมุมมองพัฒนาพลังในจังหวัดนครนายก." *Journal of Medicine and Health Science* 22: 48-59.

ทองปาน, ปานจักษ์ (2540). ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในงานโฆษณาทางโทรทัศน์. *มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. มหาบัณฑิต*

ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2558). *อนาคตที่ดิจิทัลไทย*.

ปราโมทย์ ประสาทกุล, ศุทธิดา ชนวนัน และกาญจนา เทียนฉาย (2555). ผู้สูงอายุ: คนวงในที่จะถูกลืมให้ไปอยู่ชายขอบ. การประชุมวิชาการ "ประชากรและสังคม" ครั้งที่ 8 ณ ห้องกรุงธนบอลรูม

โรงแรมรอยัลริเวอร์ กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

ผู้จัดการออนไลน์ (2558). "วิพากษ์ทีวีดิจิทัล: สงครามยังไม่จบ...อย่าเพิ่งนับศพเจ็ดติม." Retrieved 25 สิงหาคม 2559, from <http://www.manager.co.th/Columnist/ViewNews.aspx?NewsID=9580000064591>.

พรพรรณ สมบูรณ์บัติ (2549). หญิงชรา: ภาพตัวแทนในรายการสารคดีโทรทัศน์ "คนค้นคน". คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. มหาบัณฑิต.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2552). รายงานประจำปีผู้สูงอายุไทย ปี 2552. กรุงเทพมหานคร, มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.

รศรินทร์ เกรย์, อุมารณ ภัทรวณิชย์ เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และเรวดี สุวรรณนพเก้า(2556). มโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ: มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคมและสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด.

ราชกิจจานุเบกษา (2494). "พระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ.2494 ". Retrieved 19 เมษายน 2559, from <http://www.mratchakitcha.soc.go.th/>

ราชกิจจานุเบกษา (2550). "รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ". Retrieved 19 เมษายน 2559, from <http://www.mratchakitcha.soc.go.th/>

ราชกิจจานุเบกษา (2556). "ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ.2556 ". Retrieved 19 เมษายน 2559, from <http://www.mratchakitcha.soc.go.th/>

ราชบัณฑิตยสถาน (2557). พจนานุกรม ศัพท์ประชากรศาสตร์: ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร, อรุณการพิมพ์.

วรรณารถ ดวงอุดม (2555). "การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่." วารสารจันทร์เกษมสาร 18(34): 13-22.

วิไล วงศ์สืบชาติ และพัฒน์นาดี ชูโต. (2551). "การจัดระเบียบวาระทางประชากร: แนวทางที่ควรพิจารณา." วารสารประชากรศาสตร์ 24(1): 1-8.

วิไลพร วงศ์ศิณี , โรจน์ จินตนาวัฒน์ และกนกพร สุคำวัง. (2556). "ปัจจัยทำนายพฤติกรรมของประชากรเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่." พยาบาลสาร 40(4): 91-99.

สโรชพันธุ์ สุภาวรรณ , และชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2557). "การประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุ." วารสารสังคมศาสตร์ 10(1).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557). การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557. . กรุงเทพมหานคร, เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.

สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร (2544). "กรุงเทพฯ ปัจจุบัน ". Retrieved 22 กรกฎาคม, 2559, from <http://203.155.220.230>.

### ภาษาอังกฤษ

AGB (2558). "อันดับความนิยมต่อสถานีโทรทัศน์". Retrieved 25 สิงหาคม 2559, from <http://www.agbnielsen.net/whereweare/dynPage.asp>

Bengtson V. L., D. G., N. M. Putney, and M. Silverstein (2009). Theories About Age and Aging. . Handbook of Theories of Aging. M. S. Bengtson V. L., N. M. Putney, and D. Gans (eds.) Springer Publishing Company.

DeFleur, M. L. a. S. B.-R. (1989). *Theories of Mass Communication* White Plains, New York, Longman.

Ebersole, P. A. a. P. H. (1985). *Toward Healthy Aging: Human Needs and Nursing Response*. St. Louis Missouri, The C.V. Mosby Company.

IndependentAge (2010). "Older People, Technology and Community: the Potential of Technology to Help Older People Renew or Develop Social Contacts and to Actively Engage in their Communities ". Retrieved 12 January, 2016, from <https://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/wp/ps/Report.pdf>.

Janowitz, M. (1968). *The Study of Mass Communication International Encyclopedia of the Social Sciences*. D. E. Sills. Macmillan and Free Press, New York. 3: 41.

Kellner, D. (2003). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London and New York, Routledge.

Kossuth, P. M. a. V. B. (1988). *Sociological Theories of Aging: Current Perspectives and Future Directions*. Emergent Theories of Aging. J. E. B. V. L. Bengtson. New York, Springer Publishing Company.

Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication and Society: the Communication of Ideas*. New York, Institute for Religious and Social Studies.

McCombs, M. E. a. D. L. S. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *The Public Opinion Quarterly* 36(2): 176-187.

McQuail, D. (1989). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London, Sage.

McQuail, D. a. S. W. (1981). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. New York, Longman.

Mendlesohn, H. (1966). *Mass Entertainment*. New Haven, Conn, College and University Press.

Moody, H. R. (2002). *Aging: Concept and Controversies United State of America* Sage.

Nelson, T. D. (2004). *Ageism: Stereotyping and Prejudice against Older Persons*. United States of America, MIT Press.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* New York, McGraw-Hill.

Oshkosh., U. o. W. (2016). "Level of Difficulty ". Retrieved 2 June 2016, from <http://www.uwosh.edu/academics/learning-assistance-services.html>

Plouffe, L. a. A. K. (2010). "Towards Global Age-Friendly Cities: Determining Urban Features that Promote Active Aging." *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine* 87(5): 733-739.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* New York, The Free Press.

Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Communication*. . Urbana, Illinois, University of Illinois Press.

Touhy, T. A. a. K. F. J. (2016). *Ebersole and Hess' Gerontological Nursing & Healthy Aging*. St. Louis, Missouri, Elsevier.



Vickers, K. (2007). "Aging and the Media: Yesterday, Today, and Tomorrow." *Californian Journal of Health Promotion* 5(3): 100-105.

WHO (2002). "Active Ageing: A Policy Framework ". Retrieved 12 January 2016, from [http://www.who.int/ageing/active\\_ageing/en/](http://www.who.int/ageing/active_ageing/en/).

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* New York, Harper and Row Publication.





ก

## ใบรับรองโครงการวิจัยของคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

AF 01-12



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

254 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ โทรสาร: 0-2218-3202 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 147/2559

## ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 112.1/59 : การพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวทอแสงรัสมิ์ ถิระแก้ว

หน่วยงาน : วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม.....  
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปริลา ทັນประคิษฐ)

ประธาน

ลงนาม.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์)

กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 19 สิงหาคม 2559

วันหมดอายุ : 18 สิงหาคม 2560

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

- 1) โครงการวิจัย
- 2) ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- 3) ผู้วิจัย
- 4) แบบสอบถาม

เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการคิดจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-12) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

## ข

## การทดสอบความยากง่ายของข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับการสู้งวัย

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความยากง่ายของข้อคำถามความรู้เกี่ยวกับการสู้งวัย

ข้อที่	ความยากง่าย	ข้อที่	ความยากง่าย
1	1.00*	16	0.50
2	0.90	17	0.60
3	0.96*	18	0.57
4	0.20*	19	0.93*
5	1.00*	20	0.20*
6	0.90	21	0.57
7	0.76	22	0.63
8	0.76	23	0.23*
9	0.76	24	0.40
10	0.60	25	0.57
11	0.70	26	0.80
12	0.80	27	1.00*
13	0.57	28	0.80
14	0.63	29	0.83
15	0.73	30	0.87

หมายเหตุ: \* หมายถึง ค่าความยากง่ายที่ไม่ผ่านเกณฑ์

ค

## การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อความทัศนคติต่อผู้สูงอายุ

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อความทัศนคติต่อผู้สูงอายุ

ข้อความที่	ค่าความเชื่อมั่นของข้อความทัศนคติต่อผู้สูงอายุ	
	ก่อนตัดข้อความ	หลังตัดข้อความ
1	0.092	0.528
2	0.417	0.729
3	0.468	0.718
4	0.707	-
5	0.092	0.528
6	0.474	0.718
7	0.538	0.761
8	0.092	0.528
9	0.408	0.698
10	0.468	0.718
<b>ค่าความเชื่อมั่นรวม</b>	0.463	0.707

ง

## ผลสำรวจความต้องการและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ

ตารางที่ 7 การกระจายอัตราร้อยละของลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไป	ร้อยละ
<b>อายุ (n = 420)</b>	
วัยต้น (60-69 ปี)	73.1
วัยกลาง (70-79 ปี)	21.9
วัยปลาย (80 ปีขึ้นไป)	5.0
ค่าต่ำสุด = 60	ค่าสูงสุด = 87
ค่าเฉลี่ย = 66.30	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน =
6.006	
<b>เพศ (n = 420)</b>	
ชาย	35.5
หญิง	64.5
<b>ศาสนา (n = 420)</b>	
พุทธ	93.6
คริสต์	0.2
อิสลาม	6.2
<b>สถานภาพสมรส (n = 420)</b>	
โสด	5.7
สมรส	82.2
สมรสโดยคู่สมรสอยู่ในครัวเรือน	
79.8	
สมรสโดยคู่สมรสอยู่นอกครัวเรือน	
2.4	

หม้าย	9.3
หย่า	2.1
แยก	0.7

**จำนวนบุตรที่มีชีวิต (n = 396)**

ไม่มี	12.6
1-2 คน	54.6
3 คนขึ้นไป	32.8

ค่าต่ำสุด = 0

ค่าสูงสุด = 8

ค่าเฉลี่ย = 2.04

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน =

1.496

**จำนวนบุตรในครัวเรือน (n = 346)**

ไม่มี	22.0
1-2 คน	69.0
3 คนขึ้นไป	9.0

ค่าต่ำสุด = 0

ค่าสูงสุด = 5

ค่าเฉลี่ย = 1.21

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน =

0.999

**จำนวนบุตรนอกครัวเรือน (n = 346)**

ไม่มี	38.4
1-2 คน	50.0
3 คนขึ้นไป	11.6

ค่าต่ำสุด = 0

ค่าสูงสุด = 5

ค่าเฉลี่ย = 1.13

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน =

1.235

**จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (ไม่รวมตนเอง) (n = 420)**

อยู่คนเดียว	9.5
1 คน	16.2
2-3 คน	44.5

4 คนขึ้นไป

29.8

ค่าต่ำสุด = 0

ค่าสูงสุด = 10

ค่าเฉลี่ย = 2.75

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน =

1.845





**ระดับการศึกษา (n = 420)**

ไม่ได้รับการศึกษา	-
ประถมศึกษา	31.2
มัธยมศึกษา/ปวช.	55.9
อุดมศึกษา/ปวส.	12.9

**สถานภาพการทำงาน (ก่อนเกษียณ) (n = 420)**

ลูกจ้างเอกชน	41.7
ลูกจ้างรัฐ	15.5
ธุรกิจส่วนตัว (นายจ้าง)	15.0
จ้างงานตนเอง	10.7
ช่วยงานในธุรกิจ/กิจการในครัวเรือน	15.5
อื่นๆ (เช่น เกษตรกร เป็นต้น)	1.6

**สถานภาพการทำงาน (ปัจจุบัน) (n = 420)**

ไม่ทำงานและไม่อยากทำ	64.1
ไม่ทำงานแต่อยากทำ	16.9
ทำงาน	19.0

**รายได้ (n = 420)**

ไม่มีรายได้	5.5
น้อยกว่า 1,000 บาท	17.4
1,000-14,999 บาท	51.4
15,000 บาทขึ้นไป	25.7

**ความเพียงพอของรายได้ (n = 420)**

ไม่เพียงพอ/เพียงพอเป็นบางครั้ง	28.6
เพียงพอ/เกินเพียงพอ	71.4

**การออม (n = 420)**

ไม่มี	8.3
น้อยกว่า 50,000 บาท	18.8
50,000-99,999 บาท	-
100,000-199,999 บาท	26.7
200,000-999,999 บาท	34.8
1 ล้านบาทขึ้นไป	11.4

**การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย (n = 420)**

บ้านตัวเอง/คู่สมรส	72.2
บ้านบุตร/หลาน	19.5
บ้านญาติ	5.0
อื่นๆ (เช่น บ้านเช่า เป็นต้น)	3.3

**ลักษณะการอยู่อาศัย (n = 420)**

อยู่คนเดียว	9.5
อยู่กับคู่สมรส	15.7
อยู่กับคู่สมรสและคนอื่น	63.6
อยู่กับคนอื่น	11.2

**การประเมินสุขภาพกาย (n = 420)**

ไม่ดี/ไม่ดีมากๆ	7.1
ปานกลาง	16.9
ดี/ดีมาก	76.0

**การมีโรคเรื้อรัง (n = 420)**

ไม่มี	42.6
มี	57.4

การประเมินสุขภาพจิต (n = 420)

ไม่ดี/ไม่ดีมากๆ	3.8
ปานกลาง	7.4
ดี/ดีมาก	88.8

จำนวนชมรมที่เป็นสมาชิก (n = 420)

1 ชมรม	20.7
2 ชมรม	36.4
3 ชมรม	33.1
4 ชมรม	9.8

ค่าต่ำสุด = 1

ค่าสูงสุด = 4

ค่าเฉลี่ย = 2.32

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน =

0.910

การเข้าร่วมกิจกรรมชมรม (n = 420)

ไม่บ่อย	3.1
บางครั้งบางคราว	10.9
บ่อยๆ	86.0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Chulalongkorn University

ตารางที่ 8 การกระจายอัตราร้อยละของความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยของตัวอย่าง (n = 420)

ความรู้เกี่ยวกับการสูงวัย	ร้อยละ
ต่ำ (6-10 คะแนน)	3.8
กลาง (11-17 คะแนน)	69.5
สูง (18-22 คะแนน)	26.7
ค่าต่ำสุด = 6	ค่าสูงสุด = 22
ค่าเฉลี่ย = 15.57	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 2.631

ตารางที่ 9 การกระจายอัตราร้อยละของข้อความคำตอบความรู้เกี่ยวกับการสูงวัยของตัวอย่าง  
(n = 420)

ข้อความคำตอบ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ
- ผู้สูงอายุควรทานของทอดและอาหารที่มีไขมันสูงเพื่อบำรุงร่างกาย	12.6	84.8	2.6
- ผู้สูงอายุควรออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 วัน วันละ 15-20 นาที	97.1	2.9	-
- การออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการกระทำอย่างช้าๆ ไม่ต้องการความเร็ว และมีเวลาพักผ่อนได้ตามความจำเป็น	98.3	1.7	-
- ผู้สูงอายุควรออกกำลังกาย และทานน้ำหรืออาหารไปพร้อมกัน	20.7	78.3	1.0
- ผู้สูงอายุไม่ควรออกกำลังกายที่ทำให้เกิดความตื่นเต้น เช่น การแข่งขัน แต่ควรออกกำลังกายกับผู้ที่อยู่ในวัยใกล้เคียงกัน และจังหวะการเคลื่อนไหวไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน	90.7	6.9	2.4
- ผู้สูงอายุที่รู้สึกตัวตัวเองแข็งแรงควรออกกำลังกายอย่างหนักทุกวัน เพื่อให้ร่างกายมีความแข็งแรงอยู่เสมอ	34.5	65.5	-
- ผู้สูงอายุไม่ควรนำเงินออมทั้งหมดมาลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น หุ้น และอนุพันธ์ เป็นต้น	80.5	8.1	1.4
- รัฐมีการส่งเสริมการออมภาคบังคับ มีอยู่ 2 กองทุนหลักๆ คือ กองทุนประกันสังคม และกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ(กบข.) โดยในกรณีที่เงินข้าราชการที่เป็นสมาชิกกองทุนจะได้รับเงินบำนาญหรือเงินบำเหน็จ	55.2	8.1	36.7
- รัฐมีการส่งเสริมการออมภาคสมัครใจ คือ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ	67.4	6.0	26.7
- ผู้สูงอายุทุกคนมีสิทธิได้รับเบี้ยยังชีพเป็นประจำทุกเดือน	89.8	5.2	5.0
- ผู้สูงอายุไม่ต้องวางแผนการเงิน เพราะมีลูกหลานเลี้ยงดูอยู่แล้ว	38.1	61.4	0.5
- สถานประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีการวางแผนเพื่อเตรียมจ้างงานผู้สูงอายุ	77.4	3.6	19.0
- บริษัทหรือหน่วยงานบางแห่งเริ่มเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุทำงาน	74.8	11.4	13.8
- ผู้สูงอายุไม่ควรทำงานหลังเกษียณ เพราะสภาพร่างกายไม่เอื้ออำนวย	45.2	50.7	4.1
- แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) มีการกำหนดให้รัฐจัดบริการสุขภาพ/บริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	74.3	1.4	24.3

- ผู้สูงอายุมีสิทธิได้รับบริการสุขภาพอนามัย ได้แก่ การจัดระบบบริการสุขภาพ ทั้งการรักษา ป้องกัน และฟื้นฟูสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ	91.9	0.5	7.6
- ผู้สูงอายุมีสิทธิเข้าโครงการส่งเสริมการศึกษาต่อเนื่องสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการศึกษานอกระบบ	83.3	2.4	14.3
- ผู้สูงอายุมีสิทธิได้รับบริการรักษาพยาบาลทุกโรคโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ	89.3	4.5	6.2
- ชุมชนมีหน้าที่จัดกิจกรรมเพื่อผู้สูงอายุในวันสำคัญ/เทศกาลสำคัญ	95.7	2.6	1.7
- ผู้สูงอายุไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนเพราะสามารถติดตามข่าวสารได้จากสื่อต่างๆ อยู่แล้ว	38.8	56.0	5.2
- ชุมชนต้องมีการประสานงานกับภาครัฐและหน่วยงานด้านสุขภาพ ในการจัดกิจกรรมหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุ	94.8	5.0	0.2
- ชุมชนไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุ	29.5	69.1	1.4

ตารางที่ 10 การกระจายอัตราร้อยละของทัศนคติต่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง (n = 420)

ทัศนคติต่อผู้สูงอายุ	ร้อยละ
เชิงลบ/ไม่ดี (1-17 คะแนน)	-
ปานกลาง (18-22 คะแนน)	7.6
เชิงบวก/ดี (23-27 คะแนน)	92.4
ค่าต่ำสุด = 19	ค่าสูงสุด = 27
ค่าเฉลี่ย = 24.89	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.661

ตารางที่ 11 การกระจายอัตราร้อยละของข้อความทัศนคติต่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง (n = 420)

ข้อความ	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย
- ผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นหลัง	96.7	0.9	2.4
- ผู้สูงอายุเป็นคนไม่ทันสมัย ตามโลกไม่ทัน	11.9	25.5	62.6
- ผู้สูงอายุสามารถเป็นที่พึ่งแก่รุ่นลูกหลาน	97.4	2.6	-
- ผู้สูงอายุสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีแก่รุ่นลูกหลาน	97.2	2.6	0.2
- ผู้สูงอายุมักเป็นภาระแก่บุตรหลานหรือครอบครัว	17.9	30.2	51.9
- ผู้สูงอายุเป็นคนน่าเบื่อ เอาใจยาก จู้จี้ขี้บ่น	23.3	33.8	42.9
- ผู้สูงอายุสามารถทำประโยชน์ให้แก่ครอบครัวได้	99.3	0.7	-
- ผู้สูงอายุสามารถทำประโยชน์ให้แก่สังคมได้	98.1	1.9	-
- ผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีคุณค่าแก่สังคม	98.3	1.7	-

ตารางที่ 12 การกระจายอัตราร้อยละของค่านิยมของผู้สูงอายุของตัวอย่าง (n = 420)

ค่านิยมของผู้สูงอายุ	ร้อยละ
ไม่นิยมปฏิบัติ (10-12 คะแนน)	3.8
เฉยๆ (13-19 คะแนน)	88.1
นิยมปฏิบัติ (20-22 คะแนน)	8.1
ค่าต่ำสุด = 10	ค่าสูงสุด = 22
ค่าเฉลี่ย = 16.62	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 2.273

ตารางที่ 13 การกระจายอัตราร้อยละของข้อความค่านิยมของผู้สูงอายุของตัวอย่าง (n = 420)

ข้อความ	ไม่ทำ	ทำเป็นบางครั้ง	ทำเป็นประจำ
- ออกกำลังกาย	0.2	21.7	78.1
- ร่วมกิจกรรมทางสังคม	3.8	17.9	78.3
- อ่านหนังสือ/สิ่งพิมพ์ต่างๆ	20.7	60.7	18.6
- รับชมโทรทัศน์	0.7	22.6	76.7
- ฟังวิทยุ	10.7	55.2	34.1
- สื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	25.0	43.3	31.7
- ท่องเที่ยว	-	61.2	38.8
- เล่นไพ่ เล่นเกมลับสมอง	66.0	28.1	5.9
- นอนดึก/ตื่นสาย	59.3	26.4	14.3
- นอนหัวค่ำ/ตื่นเช้า	13.8	18.8	67.4
- ไปวัด ทำบุญ ฟังธรรม ปฏิบัติธรรม	0.5	33.3	66.2
- เดินรำ/ฟังเพลง/ร้องเพลง/เล่นดนตรี	18.8	54.5	26.7
- ทำงานพิเศษ/หารายได้พิเศษ	60.2	24.3	15.5

ตารางที่ 14 การกระจายอัตราร้อยละของการสื่อสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุของตัวอย่าง (n = 420)

การสื่อสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	ร้อยละ
<b>การรับข้อมูล</b>	
ไม่ได้รับ	-
ได้รับ	100.0
<b>ช่องทางการสื่อสาร</b>	
วิทยุ	23.8
โทรทัศน์	87.4
หนังสือพิมพ์	60.7
นิตยสาร	17.6
สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ/ใบปลิว	13.3
สื่อบุคคล	95.2
สื่ออินเทอร์เน็ต	21.7
สื่อสังคม	22.4
<b>การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล</b>	
สื่อสาร	95.2
ไม่ได้สื่อสาร	4.8
<b>การสื่อสารผ่านสื่อสังคม</b>	
สื่อสาร	22.4
ไม่ได้สื่อสาร	77.6



ตารางที่ 15 การกระจายอัตราร้อยละของการสื่อสารเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุผ่านสื่อบุคคลของตัวอย่าง (n = 400)

เรื่องที่สนทนา	ไม่ได้ สนทนา	ไม่ได้ คู่สมรส	บุตร/ หลาน	พ่อ/แม่	ญาติ	เพื่อน	ผู้ ให้บริการ สุขภาพ	ผู้นำ ชุมชน	ผู้รับจ้าง ดูแล	อื่นๆ (ปธ./ จนท. ชมรม จนท. ธนาคาร)
- ความรู้ด้านการ รับประทานอาหาร ที่เป็นประโยชน์ต่อ ร่างกาย	11.5	20.0	45.0	5.3	6.3	6.0	4.3	0.3	1.3	0.3
- ความรู้ด้านการ ออกกำลังกายที่ เหมาะสมกับวัย สูงอายุ	10.0	20.5	36.5	4.5	7.0	12.5	5.8	0.3	2.8	0.3
- ความรู้ด้านการ ออมและการลงทุน ในวัยสูงอายุ	20.5	21.5	39.5	3.3	5.8	5.5	0.3	1.0	0.5	2.3
- ความรู้ในการ หารายได้พิเศษ/ โอกาสในการ ทำงานของผู้สูงอายุ	30.8	18.3	23.0	3.3	6.8	10.5	3.0	1.8	0.3	2.5
- ความรู้ด้าน การได้รับบริการ สุขภาพ/ บริการ ทางสังคมเพื่อ ผู้สูงอายุ	9.0	8.5	9.8	2.8	2.5	7.5	58.3	1.3	-	0.5
- ความรู้ด้าน ข่าวสาร และ กิจกรรมของ ชุมชนและสังคม เพื่อผู้สูงอายุ	24.5	11.3	11.5	2.8	3.0	13.3	9.0	23.3	-	1.5



ตารางที่ 16 การกระจายอัตราร้อยละของการสื่อสารเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุผ่านสื่อสังคมของตัวอย่าง (n = 94)

เรื่องที่สนทนา	ไม่ได้สนทนา	Line	Twitter	Facebook	Skype	WhatsApp	Instagram
- ความรู้ด้านการรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	36.2	63.8	-	-	-	-	-
- ความรู้ด้านการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับวัยสูงอายุ	38.3	59.6	-	2.1	-	-	-
- ความรู้ด้านการออมและการลงทุนในวัยสูงอายุ	48.9	50.0	-	1.1	-	-	-
- ความรู้ในการหารายได้พิเศษ/โอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุ	51.1	45.7	-	3.2	-	-	-
- ความรู้ด้านการได้รับบริการสุขภาพ/บริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	45.7	53.2	-	1.1	-	-	-
- ความรู้ด้านข่าวสารและกิจกรรมของชุมชนและผู้สูงอายุ	11.7	86.2	-	2.1	-	-	-

ตารางที่ 17 การกระจายอัตราร้อยละของพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไปของตัวอย่าง

พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการรับชม (n = 420)</b>	
ไม่ได้ชม	0.2
สัปดาห์ละ 3-4 วัน	7.9
สัปดาห์ละ 5-6 วัน	16.7
ทุกวัน	75.2
<b>จำนวนชั่วโมงในการรับชม (n = 419)</b>	
30 นาที	4.3
1-2 ชั่วโมง	42.2
3 ชั่วโมงขึ้นไป	53.5
ค่าต่ำสุด = 0.30	ค่าสูงสุด = 8.00
ค่าเฉลี่ย = 2.9150	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.77111
<b>ช่วงเวลาในการรับชม (n = 419)</b>	
04.00-09.59 น.	39.8
10.00-12.59 น.	20.8
13.00-17.59 น.	6.2
18.00-19.59 น.	22.9
20.00-23.59 น.	10.3
24.00-03.59 น.	-
<b>ประเภท/รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ (n = 419)</b>	
ข่าว	77.6
สาระความรู้/สารคดี	8.1
บันเทิง (ละคร ภาพยนตร์ ทอล์กโชว์ เพลง กีฬา รายการต่างประเทศ)	14.3

**สถานีโทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ (n = 419)**

สถานีช่อง 3	80.9
สถานีช่อง 7	75.4
สถานีช่องไทยพีบีเอส	74.0
สถานีช่องเคเบิลและดิจิทัล	74.0

**ผู้ที่ร่วมรับชมด้วย (n = 419)**

คนเดียว	26.7
คู่สมรส	31.3
บุตร/หลาน	31.3
อื่นๆ (เช่น เพื่อน ญาติ ผู้ดูแล)	10.7

**เหตุผลที่รับชมเป็นประจำ (n = 419)**

รูปแบบรายการน่าสนใจ	54.7
วันและเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม	49.6
ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ความสามารถเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	39.9
เนื้อหารายการน่าสนใจทำให้ได้ความรู้เพิ่มเติม	78.8
ให้ความบันเทิง	67.5
ช่วยสร้างแรงบันดาลใจในชีวิต	32.7
ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคม	59.4
เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ในสังคม	29.6

ตารางที่ 18 การกระจายอัตราร้อยละของพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุของตัวอย่าง

พฤติกรรมการรับชม	ร้อยละ
<b>การรู้จักรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ (n = 420)</b>	
รายการที่ 1	11.7
รายการที่ 2	19.3
รายการที่ 3	18.8
รายการที่ 4	14.5
รายการที่ 5	4.8
<b>การเคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ (n = 420)</b>	
รายการที่ 1	11.7
รายการที่ 2	19.0
รายการที่ 3	18.1
รายการที่ 4	14.0
รายการที่ 5	4.8
<b>เหตุผลที่ไม่เคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ (n = 226)</b>	
ไม่รู้จักรู้ว่ามีรายการนี้อยู่	91.1
รูปแบบรายการไม่น่าสนใจ	7.1
เนื้อหารายการไม่น่าสนใจ	1.8

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-สกุล น.ส. ทอแสงรัศมี ถีตะแก้ว

การศึกษา

ปริญญาตรี รัฐศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับสอง) สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาโท เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาเอก เข้าศึกษาที่วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2557

การทำงานปัจจุบัน

- รองผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ อาร์เอสยู วิสดอม ทีวี ทีวีแห่งมหาวิทยาลัยรังสิต



