

ISSN: 3057-1081 (Online)

ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 หน้าที่ 89-97

ลิขสิทธิ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

มกราคม-เมษายน 2568

รับเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2568/ แก้ไขเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2568/ อนุมัติเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2568

การใช้งานและรูปแบบของเนื้อหา สำหรับผู้สูงอายุในแอปพลิเคชัน TikTok

Usage and Format of Content for Seniors In the TikTok Application

กรรวิฑู อาศนะ

Korrawuth Asana

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

Faculty of Management Science, Bansomdejchaopraya rajabhat University

E-mail: korrawuth.as@bsru.ac.th

บทคัดย่อ

ประเทศไทยกำลังก้าวไปสู่สังคมผู้สูงอายุ การศึกษาถึงของผู้สูงอายุในสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพื่อทำความเข้าใจในแง่มุมต่าง ๆ ในบทความนี้ได้มีวัตถุประสงค์ ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุและศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาในแอปพลิเคชัน TikTok ของผู้สูงอายุพบว่าผู้สูงอายุในปัจจุบันมีพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok เพิ่มมากขึ้นและใช้เวลากับการใช้แอปพลิเคชัน TikTok นานขึ้น โดยใช้เพื่อความผ่อนคลาย ความบันเทิง ตลอดจนติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบัน ด้านเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุ พบว่าผู้สูงอายุต้องการเนื้อหาที่สร้างความผ่อนคลาย มีความบันเทิง และยังพบว่าผู้สูงอายุให้ความสนใจเนื้อหาทางด้านสุขภาพ โดยจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ 1) เนื้อหาด้านสุขภาพ การเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกาย 2) เนื้อหาที่ถูกแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ยาและการรับประทานอาหาร 3) เนื้อหาด้านการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้สูงอายุชื่นชอบเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวก เน้นความรักความผูกพันระหว่างครอบครัว ตลอดจนเนื้อหาที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญก็อยากที่จะสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเองและแบ่งปันบนสื่อสังคมออนไลน์เช่นกัน

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ, ดิจิทัล, สื่อสังคมออนไลน์, เนื้อหา

Abstract

Thailand is moving towards an aging society. The education of the elderly in social media is very important to understand various aspects. In this article, the purpose has been Studying the use of social media by the elderly and the trend of content in the TikTok application of the elderly, it was found that the elderly today are increasingly using the TikTok application and spending more time using the TikTok application for relaxation, entertainment, as well as keeping up with the current situation. In terms of content for the elderly, it was found that the elderly need content that creates relaxation. It was also found that the elderly were interested in health content, which was classified into 3 characteristics 1) health content, changes in physical condition, 2) content recommended by drug and diet experts, and 3) exercise and health care content. In addition, it was found that the elderly liked content that promoted a positive image. Focus on love and family bonding. Throughout the content that is necessary for the lives of the elderly, and the elderly with knowledge and expertise also want to create their own content and share it on social media.

Keywords: Elderly, TikTok, Social Media, Content

บทนำ

ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนทุกกลุ่มวัย โดยเฉพาะ TikTok ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ด้วยคุณลักษณะของระบบที่ใช้งานง่าย เนื้อหาหลากหลาย และมีปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ ทำให้ไม่เพียงแต่กลุ่มคนรุ่นใหม่เท่านั้นที่มีส่วนร่วม แต่ยังพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุเริ่มเข้ามาใช้แพลตฟอร์มนี้ในบทบาททั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น องค์การสหประชาชาติได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ผู้สูงอายุ (Elderly)” ว่าหมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งสอดคล้องกับ พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ที่ระบุว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง บุคคลที่มีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย โดยองค์การสหประชาชาติยังได้แบ่งระดับของ “สังคมผู้สูงอายุ” ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. Aging Society เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนอย่างน้อย 10% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไปเกิน 7%
2. Aged Society เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเกิน 20% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไปเกิน 14%

3. Super Aged Society เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเกิน 28% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไปเกิน 20% ประเทศไทยได้เข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) แล้ว และกำลังจะเข้าสู่ระดับ “Super Aged Society” ในอนาคตอันใกล้ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรเช่นนี้ส่งผลให้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในแง่ของการใช้สื่อดิจิทัล จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในเชิงสังคม วัฒนธรรม และการสื่อสาร งานวิจัยของ เบญจมาศ มุ่งอุ่นกลาง (2565) ชี้ให้เห็นว่าผู้สูงอายุจำนวนมากมีความต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และต้องการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดย TikTok ได้กลายเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุได้สัมผัสกับเทรนด์ใหม่ ๆ ความรู้ใหม่ ๆ และวัฒนธรรมที่หลากหลาย อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เปิดที่เอื้อต่อการแสดงออกถึงความคิด ความรู้สึก และความสามารถพิเศษของตนเองได้อย่างอิสระ ในมิติของความสัมพันธ์ทางสังคม จิตวัฒน์ สารตันติพงศ์ (2564) ระบุว่า TikTok เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเชื่อมต่อกับคนในครอบครัว เพื่อนฝูง และชุมชนออนไลน์ได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยการสร้างและแชร์วิดีโอบนแพลตฟอร์มดังกล่าวส่งเสริมให้เกิดปฏิสัมพันธ์ และความรู้สึกมีส่วนร่วมทางสังคม ตลอดจนความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้นผ่านกิจกรรมออนไลน์ นอกจากนี้ พรชิตา อุบลัมภ์ และคณะ (2562) พบว่า พฤติกรรมสารสนเทศของผู้สูงอายุมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งสารสนเทศออนไลน์ให้มีคุณภาพและเหมาะสม เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในกลุ่มผู้สูงวัยอย่างมีประสิทธิภาพ จากข้อเท็จจริงและผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า TikTok มีศักยภาพไม่เพียงแต่ในเชิงบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ การมีปฏิสัมพันธ์ และคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในหลากหลายมิติ จึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้ ที่มุ่งวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานและรูปแบบของเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม TikTok ที่สอดคล้องกับความสนใจและบริบทของผู้สูงอายุ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การใช้งานสำหรับผู้สูงอายุ ในแอปพลิเคชัน TikTok
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุ ในแอปพลิเคชัน TikTok

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ 1. วิเคราะห์การใช้งานของผู้สูงอายุในแอปพลิเคชัน TikTok และ 2. วิเคราะห์รูปแบบของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือเหมาะสมกับผู้สูงอายุในแอปพลิเคชัน TikTok การดำเนินการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok อย่างสม่ำเสมอ โดยเน้นกลุ่มที่เป็นทั้งผู้ชมและผู้ผลิตเนื้อหา อย่างน้อย 1 เดือนขึ้นไป การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากผู้สูงอายุที่สามารถใช้งานสมาร์ทโฟนได้ มีบัญชี TikTok และยินดีเข้าร่วมให้ข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเอง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ พฤติกรรมการใช้งาน TikTok ของผู้สูงอายุ เช่น ความถี่ในการใช้งาน แรงจูงใจ เนื้อหาที่สนใจ และความรู้สึกต่อการใช้งาน การรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของ TikTok ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เช่น ประเภทของคอนเทนต์ที่ดึงดูด ความเหมาะสม การสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเอง เครื่องมือจะผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริงได้ค่า 0.71

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุแบบตัวต่อตัวหรือผ่านวิดีโอคอล (กรณีไม่สะดวกเดินทาง) โดยจะมีการบันทึกเสียง (โดยได้รับความยินยอม) และจดบันทึกเพิ่มเติมระหว่างการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 15 ราย หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลครบถ้วนและเกิดการอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะถูกถอดความ (Transcription) และวิเคราะห์ด้วยวิธี การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยแบ่งเนื้อหาตามหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ รูปแบบและลักษณะของการใช้งาน TikTok รูปแบบของเนื้อหาที่ผู้สูงอายุสนใจหรือผลิตขึ้นเอง ความรู้สึก ประสบการณ์ และความคาดหวังต่อการใช้ TikTok

ผลการวิจัย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุจำนวน 15 ราย ถูกถอดความอย่างละเอียด (Transcription) และนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบและลักษณะของการใช้งาน TikTok ของผู้สูงอายุ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าผู้สูงอายุมีลักษณะการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok อย่างหลากหลาย โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ (1) ผู้รับชมเนื้อหา (Passive User) (2) ผู้มีส่วนร่วมกับเนื้อหา (Interactive User) และ (3) ผู้สร้างเนื้อหา (Content Creator) โดยส่วนใหญ่ของ

กลุ่มตัวอย่างยังคงอยู่ในบทบาทของผู้รับชมมากกว่าการสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเอง ผู้สูงอายุส่วนมากระบุว่าใช้งาน TikTok เพื่อวัตถุประสงค์ในการคลายเครียดและสร้างความเพลิดเพลิน เช่น การรับชมคลิปตลก การเต้นประกอบเพลงยอดนิยม และคลิปสัตว์เลี้ยง โดยพบว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มเลือกชมคลิปที่มีเนื้อหาเชิงบวก ให้ความรู้สึกอบอุ่น สนุกสนาน และไม่มีความรุนแรงหรือหยาบคาย นอกจากนี้ยังมีการใช้งาน TikTok เพื่อ "ติดตามข่าวสาร" ทั้งในระดับสังคมทั่วไปและระดับชุมชน เช่น เหตุการณ์บ้านเมือง ข่าวสุขภาพ หรือกิจกรรมผู้สูงอายุในพื้นที่อื่น ๆ ในเชิงการเรียนรู้ ผู้สูงอายุบางรายมองว่า TikTok เป็นสื่อที่ช่วยให้เข้าใจโลกของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะการรับรู้ "เทรนด์" ที่กำลังได้รับความนิยม เช่น เพลง การแต่งกาย หรือวัฒนธรรมอินเทอร์เน็ต ทำให้ รู้สึกว่าตนเองยังเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และไม่ถูกตัดขาดจากโลกปัจจุบัน แม้จะไม่ได้ใช้งานเชิงลึกหรือผลิตคอนเทนต์เอง แต่การที่สามารถพูดคุยหรือเข้าใจสิ่งที่บุตรหลานพูดถึงก็ช่วยสร้างความผูกพันในครอบครัวได้มากขึ้นอีกประเด็นที่น่าสนใจคือ มีผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งเริ่มใช้ TikTok เป็นสื่อเพื่อการเรียนรู้ เช่น การค้นหาคลิปสอนทำอาหาร คลิปสุขภาพ หรือเทคนิคการดูแลตนเองในชีวิตประจำวัน ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของผู้สูงอายุไทยที่เริ่มมีความคุ้นชินกับการเข้าถึงสารสนเทศผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในลักษณะ "เรียนรู้ด้วยตนเอง" (Self-directed Learning)

ลักษณะการใช้งาน TikTok ของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับแนวคิดของ เบญจมาศ มุ่งอุ้นกลาง (2565) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุมีความสนใจใฝ่รู้ และต้องการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ซึ่ง TikTok เป็นพื้นที่หนึ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อย่างไม่เป็นทางการ และเสริมสร้างความมั่นใจในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. รูปแบบของเนื้อหาที่ผู้สูงอายุสนใจหรือผลิตขึ้นเอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้สูงอายุมีแนวโน้มสนใจเนื้อหาที่ให้ความรู้ ความเพลิดเพลิน และสร้างแรงบันดาลใจ โดยสามารถจำแนกรูปแบบของเนื้อหาที่ได้รับความนิยมออกเป็นหมวดหมู่หลัก ดังนี้

1. เนื้อหาสุขภาพ เช่น คลิปเกี่ยวกับการออกกำลังกายเบา ๆ สำหรับผู้สูงอายุ การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การใช้สมุนไพรพื้นบ้าน หรือเทคนิคการดูแลสุขภาพทั่วไป ซึ่งสะท้อนความสนใจในเรื่องของการมีสุขภาพดีและการพึ่งพาตนเอง งานวิจัยของ รุ่งนภา จันทรา และคณะ (2563) พบว่าผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลสุขภาพจากสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้ให้บริการดูแลสุขภาพและวิธีการรักษาโรค

2. เนื้อหาธรรมะและจิตวิญญาณ ผู้สูงอายุจำนวนมากให้ความสำคัญกับคลิปธรรมเทศนา บทสวดมนต์ หรือคำสอนที่ให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต เนื้อหาประเภทนี้ช่วยเสริมสร้างความสงบใจและการสร้างพลังบวกในชีวิตประจำวัน งานวิจัยของ วิไลวรรณ อิศรเดช (2564) ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารออนไลน์สามารถนำมาใช้ในการเสริมสร้างสุขภาวะทางจิตใจของผู้สูงอายุในสังคมเมืองได้

3. เนื้อหาด้านความสัมพันธ์และครอบครัว เช่น คลิปเกี่ยวกับกิจกรรมระหว่างปู่ย่าตายายกับหลาน หรือการเล่าเรื่องราวจากประสบการณ์ชีวิตที่ถ่ายทอดเป็นบทเรียนแก่คนรุ่นหลัง งานวิจัยของ ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์ และญาศิณี เคารพธรรม (2560) พบว่าผู้สูงอายุต้องการเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวก และความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่ผลิตเนื้อหาด้วยตนเอง พบว่ามักเลือกนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตประจำวัน เช่น การทำอาหารที่บ้าน การปลูกผักสวนครัว งานฝีมือหรืองานอดิเรก เช่น ถักไหมพรม ทำขนมไทย การร้องเพลงหรือเดินตามจังหวะเพลงสมัยก่อน แรงจูงใจในการสร้างเนื้อหา มักเกิดจากความต้องการแบ่งปันความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ให้แก่ผู้อื่น รวมถึงความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองและการต้องการ "เป็นที่ยอมรับ" บนโลกออนไลน์ แม้ผู้สูงอายุบางรายจะไม่ได้มุ่งหวังยอดวิวหรือจำนวนผู้ติดตามมากนัก แต่การได้รับคอมเมนต์เชิงบวกหรือคำชมก็เป็นแรงเสริมสำคัญที่ทำให้รู้สึกมีคุณค่า

ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ พรชิตา อุปถัมภ์ และคณะ (2562) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูง มีแนวโน้มใช้แหล่งสารสนเทศออนไลน์เพื่อแสวงหาความรู้หรือแสดงออกทางความคิดในลักษณะ Active User มากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อช่องทางดังกล่าวมีความยืดหยุ่นและเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน

3. ความรู้สึก ประสบการณ์ และความคาดหวังต่อการใช้ TikTok

จากข้อมูลที่ได้ ผู้สูงอายุมิมองที่หลากหลายต่อการใช้ TikTok ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมุมมองเชิงบวก โดยสามารถแบ่งประเด็นได้เป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้

1. ความรู้สึกเชิงบวกและแรงบันดาลใจ ผู้สูงอายุรู้สึกสนุกและผ่อนคลายเมื่อติดตามเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ เช่น คลิปตลก เนื้อหาธรรมะ หรือกิจกรรมผู้สูงอายุรายอื่น ๆ หลายคนระบุว่า TikTok เป็น “เพื่อนแก้เหงา” และเป็นช่องทางที่ช่วยให้มีชีวิตชีวาในแต่ละวัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงวัยที่อยู่คนเดียวหรือมีเวลาว่างจำนวนมาก

2. ประสบการณ์การมีส่วนร่วมทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ผ่านคอมเมนต์ การแชร์คลิป หรือแม้แต่การตอบโต้กับผู้ใช้รายอื่นๆ ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่า “ตนยังมีคุณค่า” และ “ไม่ได้ถูกทอดทิ้งจากสังคม” หลายรายกล่าวว่า TikTok ช่วยให้เข้าใจบุตรหลานมากขึ้น และสามารถใช้บทสนทนาในครอบครัวได้ดีขึ้นจากการพูดคุยเรื่องคอนเทนต์ที่พบใน TikTok

3. ความคาดหวังต่อแพลตฟอร์มและเนื้อหา แม้จะมีมุมมองเชิงบวก แต่ผู้สูงอายุบางรายแสดงความกังวลเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น คลิปที่มีความรุนแรง หยาดบคาย หรือสร้างความเข้าใจผิด โดยคาดหวังว่า TikTok จะมีระบบคัดกรองที่ดีขึ้น รวมถึงสนับสนุนการสร้างเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ เช่น การจัดหมวดหมู่เฉพาะกลุ่ม หรือการให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุเกี่ยวกับการใช้งานและการตั้งค่าความปลอดภัย

ประเด็นนี้สะท้อนให้เห็นว่า TikTok ไม่ได้เป็นเพียงแพลตฟอร์มเพื่อความบันเทิงสำหรับผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการส่งเสริมสุขภาวะจิต ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในยุคสังคมดิจิทัล

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันมีแนวโน้มการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok เพิ่มขึ้น โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อความบันเทิง การผ่อนคลาย และการติดตามข่าวสาร ทั้งนี้ยังพบว่า TikTok ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเพื่อความเพลิดเพลิน แต่ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะในด้านสุขภาพ ความสัมพันธ์ และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จากการวิเคราะห์ลักษณะการใช้งานของผู้สูงอายุ พบว่าสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้รับชม (Passive User), กลุ่มที่มีส่วนร่วมกับเนื้อหา (Interactive User) และกลุ่มผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creator) แม้ว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะยังอยู่ในกลุ่มผู้รับชมเป็นหลัก แต่ก็มีแนวโน้มเปิดรับและปรับตัวต่อเทคโนโลยีมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีพื้นฐานการศึกษาและความคุ้นเคยกับการใช้สมาร์ตโฟนหรือสื่อดิจิทัล

ในด้านเนื้อหา ผู้สูงอายุให้ความสนใจต่อเนื้อหาที่มีลักษณะสร้างสรรค์ บันเทิง และให้ประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น การดูแลตนเอง การออกกำลังกายเบา ๆ และการรับประทานอาหารที่เหมาะสม รวมถึงเนื้อหาธรรมะและจิตวิญญาณที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาวะทางใจ ตลอดจนเนื้อหาที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัว และเรื่องราวประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุเอง

สำหรับผู้สูงอายุที่เริ่มผลิตเนื้อหาด้วยตนเอง แรงจูงใจสำคัญมาจากความต้องการแบ่งปันความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการสร้างคุณค่าในตนเองและสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคมออนไลน์ การได้รับคำชมจากผู้ชมถือเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกภาคภูมิใจและต้องการมีส่วนร่วมในสังคมมากขึ้น

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าผู้สูงอายุมีความรู้สึกเชิงบวกต่อการใช้งาน TikTok โดยมองว่าเป็นพื้นที่ที่ช่วยเติมเต็มความเหงา สร้างแรงบันดาลใจ และช่วยให้เข้าใจโลกของคนรุ่นใหม่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุบางรายยังแสดงความกังวลเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น คลิปที่มีความรุนแรง หยาดคาย หรือคลาดเคลื่อนจากความจริง จึงมีความคาดหวังว่าแพลตฟอร์มจะสามารถปรับปรุงการคัดกรองเนื้อหาให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

พัฒนาเนื้อหาเชิงสุขภาพที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ควรมีการส่งเสริมให้มีผู้ผลิตเนื้อหา ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพกายและใจ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ภาพและเสียงที่ชัดเจน และมีการแปล ความหมายหรืออธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่อาจเป็นคำเฉพาะ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและ นำไปใช้ได้จริง

สนับสนุนการสร้างคอมมูนิตี้ของผู้สูงอายุใน TikTok การสร้างกลุ่มหรือแฮชแท็กเฉพาะที่เป็นพื้นที่ สำหรับผู้สูงอายุจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่และมีความปลอดภัยทางใจมากขึ้น รวมถึงเป็นช่องทางให้ผู้สูงอายุแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แบ่งปันความรู้ และสร้างเครือข่ายทางสังคม

จัดอบรมหรือสร้างคู่มือการใช้งาน TikTok สำหรับผู้สูงอายุ หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนสามารถ จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้สูงอายุเกี่ยวกับการใช้ TikTok อย่างปลอดภัย เช่น การตั้งค่า ความเป็นส่วนตัว การรายงานเนื้อหาไม่เหมาะสม และเทคนิคการสร้างสรรค์คอนเทนต์เบื้องต้น เพื่อ ส่งเสริมความมั่นใจและทักษะในการใช้งาน

พัฒนาเครื่องมืออำนวยความสะดวก เช่น ฟอนต์ใหญ่ เสียงชัด และปุ่มช่วยเหลือนิ้วเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการเข้าถึงของผู้สูงอายุ ควรมีการออกแบบพีเจอร์เสริมในแอปที่ตอบสนองต่อข้อจำกัด ด้านสายตา การได้ยิน หรือความสามารถในการกดปุ่ม เช่น โหมดผู้สูงอายุ (Senior Mode) ที่มี อินเทอร์เฟซเรียบง่ายและใช้งานสะดวก

สนับสนุนคอนเทนต์ที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวและสังคม ควรมีการส่งเสริมให้เกิด เนื้อหาที่เชื่อมโยงระหว่างรุ่น เช่น การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุกับหลาน ๆ หรือการบอกเล่า เรื่องราวชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งเสริมสร้างความผูกพันในครอบครัวและเพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้สูงอายุใน สายตาสังคม

ส่งเสริมบทบาทของผู้สูงอายุในฐานะผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) ควรเปิดโอกาสให้ ผู้สูงอายุมีเวทีในการแสดงออกถึงทักษะ ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่าน TikTok พร้อมทั้งสนับสนุน ด้านอุปกรณ์ เทคนิคการถ่ายทำ และการสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความมั่นใจและรู้สึกถึงคุณค่าใน ตัวเอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. การศึกษาในครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น ผู้สูงอายุใน เขตเมืองและชนบท ผู้สูงอายุที่มีพื้นฐานทางการศึกษาหลากหลาย หรือกลุ่มที่มีความถนัดทางเทคโนโลยี ต่างกัน เพื่อให้ผลการศึกษามีความครอบคลุมและสะท้อนความแตกต่างเชิงประชากรมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้สูงอายุในแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น YouTube, Facebook หรือ LINE Official Account เปรียบเทียบกับ TikTok เพื่อทำความเข้าใจถึงความแตกต่างด้านรูปแบบการใช้ เนื้อหาที่ได้รับความนิยม และข้อจำกัดในการเข้าถึง

3. ควรศึกษาผลกระทบของการใช้ TikTok ต่อสุขภาพจิต ภาพลักษณ์ตนเอง และความสัมพันธ์ในครอบครัวของผู้สูงอายุอย่างลึกซึ้งมากขึ้น เพื่อประเมินว่าการใช้งานดังกล่าวส่งเสริมคุณภาพชีวิตหรือมีความเสี่ยงในด้านใดบ้าง

4. การออกแบบโครงการที่ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหา พร้อมติดตามผลอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้เกิดองค์ความรู้เชิงลึกและสามารถพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการใช้สื่อสังคมอย่างสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ควรมีการทดลองพัฒนาเนื้อหาหรือรูปแบบหน้าจอที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยอาจใช้แนวทางการออกแบบเชิง Universal Design หรือ User-Centered Design และเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานจริงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแพลตฟอร์มที่เข้าถึงได้

บรรณานุกรม

- จิตวัฒน์ สารตันติพงศ์. (2564). TikTok กับบทบาทในสังคมสูงวัย การใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 18(2), 112–129.
- เบญจมาศ มุ่งอ่อนกลาง. (2565). พฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 7(1), 55–70.
- พรชิตา อุปลัมภ์, สมชาย แสงอรุณ, & วิชชุพล ศักดิ์เสนาะ. (2562). พฤติกรรมการใช้สารสนเทศออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขตเมือง. *วารสารสารสนเทศและการสื่อสาร*, 11(3), 44–58.
- ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร, & ญาศิณี เคารพธรรม. (2560). รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวของผู้สูงอายุผ่านสื่อออนไลน์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 43(2), 99–114.
- รุ่งนภา จันทรา, วิทยา สุนทรกิจ, & อัจฉรา บุญเรือง. (2563). การสืบค้นและใช้ข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุไทยผ่านช่องทางดิจิทัล. *วารสารพัฒนาวิทยาและสุขภาพผู้สูงอายุ*, 2(1), 21–33.
- วิไลวรรณ อิศรเดช. (2564). การสื่อสารออนไลน์เพื่อส่งเสริมสุขภาวะจิตใจของผู้สูงอายุในเมืองใหญ่. *วารสารสุขภาวะ*, 10(4), 87–102.