

การใช้สื่อใหม่เพื่อนันทนาการด้านกีฬาฟุตบอล กับการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอลผู้สูงอายุ สโมสรชลบุรี เอฟซี

New Media Usage for Recreation on Football with the Perception of Social Relation of the Elderly Football Fans of Chonburi F.C. Club

สราลี พุ่มกุมาร (Saralee Poomkumarn)¹

พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภักย์ (Phithaksak Thisaphak)²

ฐิตินัน บ. คอมมอน (Thitinan B. Common)³

Received: January 23, 2019

Revised: March 11, 2019

Accepted: March 22, 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี 2. เปรียบเทียบการใช้เวลาจากสื่อใหม่กับการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอลผู้สูงอายุฯ 3. ศึกษาการรับรู้คุณค่าสื่อใหม่ของ

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Doctor of Philosophy Program in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

² คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

³ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

แฟนบอลผู้สูงอายุ 4. ศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอลผู้สูงอายุ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัย 2 รูปแบบ คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับแฟนบอลผู้สูงอายุ จำนวน 12 คน

ผลการศึกษาพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างใช้เพชฌัญญูในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร สนทนา และเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี มากที่สุด โดยใช้ผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟน ในช่วงเวลา 18.01 น.-24.00 น.

2. การใช้เวลาจากสื่อใหม่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. แฟนบอลผู้สูงอายุ รับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์ 4 ประเด็น คือ ความรวดเร็ว ระยะทาง ความสะดวกสบาย และสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ส่วนด้านของจิตใจ 3 ประเด็น คือ ทำให้ชีวิตมีความสุข ทำให้คลายเหงา และทำให้ผ่อนคลายความเครียด

4. บทบาทของสื่อใหม่ คือ สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้กับกลุ่มแฟนบอลด้วยกันเอง และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนบอลกับสโมสร

คำสำคัญ: สื่อใหม่, ความสัมพันธ์ทางสังคม, แฟนบอลผู้สูงอายุ, สโมสรชลบุรี เอฟซี

Abstract

This study aimed to 1. study the behaviors of the usage of new media of the elderly football fans of Chonburi F.C. Club, 2. compare the spending time of new media with the perception of social relationship of the elderly football fans, 3. study the perception of the value of new media of the elderly football fans, and 4. study the role of new media on building social relationship of the elderly football fans. The research methodology comprised 2 methods: 1. the quantitative research by using the survey method from 400 samples and 2. the qualitative research by using the in-depth interview from 12 elderly football fans.

The results were as follows: 1. the participants used Facebook for searching information, discussed some issues, and viewed Chonburi F.C. Club' football match via the application on smart phone during 18.01 p.m.-24.00 a.m. at the highest level.

2. The difference of spending time on the new media had affected the perception of social relationship at a statistical significance level of 0.05.

3. The elderly football fans perceived the value of new media on 2 issues: usefulness and mental issue. The usefulness comprised speediness, distances, comfort, and building social relationship and the mental issue comprised making life happy, solving loneliness, and reducing stress.

4. The new media had the important role on building social relationship among the groups of football fans and the groups of football fans with the football club.

Keywords: New Media, Social Relationship, Elderly Football Fans, Chonburi F.C. Club

บทนำ

ในปัจจุบันสังคมไทยและสังคมโลกได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว (Aging society) สังเกตได้จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ 4 ครั้งที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทย มีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยในปี 2537 มีจำนวนผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ของประชากรทั้งประเทศ และเพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 9.4 ร้อยละ 10.7 ร้อยละ 12.2 ในปี 2545 2550 2554 ตามลำดับ ผลการสำรวจพบว่า มีจำนวนผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 14.9 ของประชากรทั้งหมด (ชายร้อยละ 13.8 และหญิงร้อยละ 16.1) จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 10,014,705 คน เป็นชาย 4,514,815 คน และหญิง 5,499,890 คน หรือคิดเป็นชายร้อยละ 45.1 และหญิงร้อยละ 54.9 ของผู้สูงอายุทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ซึ่งจำนวน

ผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นนั้นอาจส่งผลกระทบต่อสภาพสังคม สถานะเศรษฐกิจ การจัดสรรทรัพยากรทางสุขภาพ และอื่น ๆ อีกมากมาย ดังนั้น มุมมองของสังคมที่มีต่อผู้สูงอายุในปัจจุบันจึงเป็นสิ่งสำคัญ

การส่งเสริมให้มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้สูงอายุด้วยตนเอง นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งตามทฤษฎีกิจกรรม (Activity theory) กล่าวได้ว่า เมื่อผู้สูงอายุได้มีการปฏิบัติกิจกรรมต่อผู้อื่น จะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกตนเองมีคุณค่า ตนเองยังเป็นประโยชน์และยังมีบทบาทต่อสังคมอยู่ ทั้ง ๆ ที่ภาวะร่างกายทำให้มีการถอยห่างออกจากสังคม จึงอธิบายได้ว่า การรวมกลุ่มและการมีกิจกรรมต่อสังคมร่วมกันของผู้สูงอายุทำให้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในชีวิต (ประนอม โอทกานนท์, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Julianne Holt-Lunstad นักวิจัยจากมหาวิทยาลัย Brigham Young University ที่ศึกษาพบว่า “การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม” หรือ “การรวมกลุ่มทางสังคม” เป็นกุญแจสำคัญในการทำนายความสำเร็จของผู้สูงอายุและเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดที่ทำให้คนเรามีชีวิตที่ยืนยาว ดังนั้น กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุ จึงเป็นตัวช่วยส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุนั้น มักจะเกิดขึ้นในช่วงที่ผู้สูงอายุมีเวลาว่าง และใช้เวลาว่างนั้นในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนรอบข้าง

การใช้เวลาว่างของผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น เพราะการมีกิจกรรมยามว่างเพื่อการนันทนาการนั้น ทำให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ช่วยให้ผู้สูงอายุได้ผ่อนคลาย อีกทั้งยังทำให้ชีวิตผู้สูงอายุมีความเพลิดเพลิน มีความพึงพอใจ ทำให้ชีวิตมีความหมาย มีชีวิตชีวา ซึ่งกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีอย่างหลากหลาย เช่น วาดรูป ทำอาหาร ทำสวน เล่นกีฬา (บรรลุ ศิริพานิช, 2545, น. 39) การรวมกลุ่มเชียร์กีฬาก็เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันได้มีปรากฏการณ์ที่กลุ่มผู้สูงอายุเข้ามาเชียร์กีฬากันเพิ่มมาก โดยสโมสรที่มีสมาชิกแฟนบอลจำนวนมาก เข้ามาเชียร์จากการปลุกกระแสท้องถิ่นนิยมเป็นทีมแรกก็คือ สโมสรชลบุรี เอฟซี และนอกจากนี้ ยังถือว่าต้นแบบของสโมสรไทยที่ประสบความสำเร็จ มีลักษณะโดดเด่นในเรื่องของการเชียร์ทีุ่ดตัน และการสนับสนุนทีมที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ถ้าแข่งในสนามชลบุรี สเตเดียม ด้านปริมาณแฟนบอลที่เข้ามาเชียร์ก็จะเต็มสนาม และในด้านคุณภาพ คือ ความผูกพันระหว่างแฟนบอลกับสโมสรก็มีในระดับมากด้วยเช่นกัน

ทำให้เห็นได้ว่า สโมสรชลบุรี เอฟซี จึงไม่ใช่เพียงแค่สโมสรฟุตบอลที่มักเตะเป็นผู้เล่นเท่านั้น แต่ยังมีแฟนคลับที่เปรียบเสมือนผู้เล่นคนที่ 12 ของทีมอีกด้วย (Localism จุฑระเบิด “ชลบุรี เอฟซี”, 2552) ซึ่งในกลุ่มแฟนบอลที่มาเชียร์สโมสรชลบุรีนั้นก็จะมียุคสมัยที่ต่างกันออกไป ซึ่งในกลุ่มแฟนบอลที่หลากหลายนั้น ก็คือ กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุ โดยโฆษกสนามกล่าวว่า “ทีมชลบุรีเป็นทีมเก่าแก่ แฟนคลับก็มีหลายหลายวัย อย่างที่นั้งเต็มความจุสนามประมาณ 8,400 ที่ จะเป็นของผู้สูงอายุประมาณ 800-1,200 ที่ โดยมีทั้งมาเป็นกลุ่มและมากับครอบครัว”

กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี มีลักษณะความเป็นแฟนสอตคล้องกับแนวคิดเรื่องแฟนกีฬาของ McPherson Curtis & Loy (อ้างถึงใน ณัฐสุพงศ์ สุขโสด, 2548) คือ 1. การอุทิศเงิน เวลา เพื่อสนับสนุนสโมสร ทั้งการเข้าไปชมเกมที่สนาม และซื้อของที่ระลึกต่าง ๆ ซึ่งแฟนบอลผู้สูงอายุจะซื้อของจากสโมสรโดยหวังว่าเงินที่เสียไป จะช่วยพัฒนาสโมสรให้ดีขึ้น 2. การมีส่วนร่วมในเกมการแข่งขัน คือ การเอาอารมณ์ของตนเองไปผูกติดไว้กับเกมการแข่งขัน คือ ถ้าฟุตบอลแพ้ก็เสียใจ ถ้าฟุตบอลชนะก็ดีใจไปด้วย 3. การสะสมข้อมูลและมีความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับสโมสรชลบุรี เอฟซี และสุดท้ายคือ การใช้เรื่องของสโมสรชลบุรี เอฟซี เป็นประเด็นในการสนทนากัน (สรวิลี พุ่มกุมาร, 2559) นอกจากกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี นั้ดกันเพื่อมาเชียร์ฟุตบอลแล้ว กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุยังมีนัดไปสังสรรค์ แข่งขันฟุตบอลกันเอง โดยใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารอีกด้วย

สื่อใหม่เป็นเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยเติมเต็มในด้านการติดต่อสื่อสารให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ และเป็นสื่อที่ช่วยให้การสื่อสารไร้ขีดจำกัด สามารถทำให้ผู้สูงอายุสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น ซึ่งสื่อใหม่มีทั้งที่เป็นอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ และสื่อใหม่ที่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ทั้งอินเทอร์เน็ตและโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น เฟซบุ๊กและแอปพลิเคชันไลน์ ที่ถูกนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร ทำให้ปัจจุบันโซเชียลเน็ตเวิร์ก กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นหา และติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนเก่าให้ได้กลับมาพบกันอีกครั้ง บนโลกออนไลน์ ได้พูดคุยสนทนากันสด ๆ ผ่านแอปพลิเคชันที่พัฒนาอยู่ตลอดเวลา (กุลล สุทรธาดา, 2556) และในปี 2558 เอ็มอินเตอร์แอคชั่น ได้ทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหน้าใหม่สามารถ

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มวัยกลางคน โดยใช้งานผ่านทางไลน์ และเฟซบุ๊ก ต่อมาในปี 2559 ได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมพบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์การสื่อสารได้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้สูงอายุไปแล้ว และนอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังได้สร้างบรรทัดฐานใหม่ที่ทำให้ชีวิตมีความสะดวก และดีขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้งาน และการบริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก (เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคอินเทอร์เน็ตหน้าใหม่ “อินเทอร์เน็ตคือชีวิต ตามติดทุกกระแส”, 2560) กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ก็เช่นเดียวกัน สื่อใหม่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ไปแล้ว กล่าวคือ กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ใช้สื่อใหม่ในการติดต่อสื่อสารกัน พบปะพูดคุยกัน แลกเปลี่ยนเรื่องราวที่ประทับใจกัน และนัดไปทำกิจกรรม นันทนาการต่าง ๆ ด้วยกัน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนทำให้กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุ สโมสรชลบุรี เอฟซี รู้สึกว่าตนเองยังมีบทบาทอยู่ในสังคม มีค่า มีชีวิตชีวา และนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ มีค่า และมีความหมายอย่างยิ่ง เพราะผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ผู้สูงอายุท่านนั้น ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ และหากครอบครัวใดมีผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ กล่าวคือ ผู้สูงอายุได้เป็นต้นแบบที่ดีงามให้กับลูกหลาน ครอบครัวนั้นก็จะเป็ครอบครัวที่มีคุณภาพ และเมื่อครอบครัวหลาย ๆ ครอบครัวเป็นครอบครัวที่มีคุณภาพ ประเทศชาติ ก็จะเป็นประเทศชาติที่มีคุณภาพตามไปด้วย (ประนอม โอทกานนท์, 2554)

อย่างไรก็ตามจะเห็นว่า การศึกษาในเรื่องผู้สูงอายุนั้นส่วนใหญ่จะศึกษาการสื่อสาร หรือวิธีการสื่อสารของผู้สูงอายุที่เกิดขึ้นในพื้นที่เฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมามักมองผู้สูงอายุเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวที่เข้ามา กำหนดการใช้งานต่าง ๆ ให้กับผู้สูงอายุ แต่มิติที่ยังขาดหายไป คือ การมองผู้สูงอายุ ที่เป็นผู้กระทำ (Active) เป็นผู้ที่เลือกใช้สื่อด้วยตนเอง และใช้สื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้กับกลุ่มของตนเองขึ้นมา ยิ่งในกลุ่มของแฟนบอลผู้สูงอายุ สโมสรชลบุรี เอฟซี ที่นำสื่อใหม่มาใช้ทั้งการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับทีม รวมถึงการใช้ สื่อใหม่ติดต่อสื่อสารกันเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม จนนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิต ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ การรับรู้คุณค่าของ สื่อใหม่ รวมไปถึงบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้กับแฟนบอล

ผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี โดยผู้วิจัยหวังว่าผลการศึกษานำไปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุต่อไป

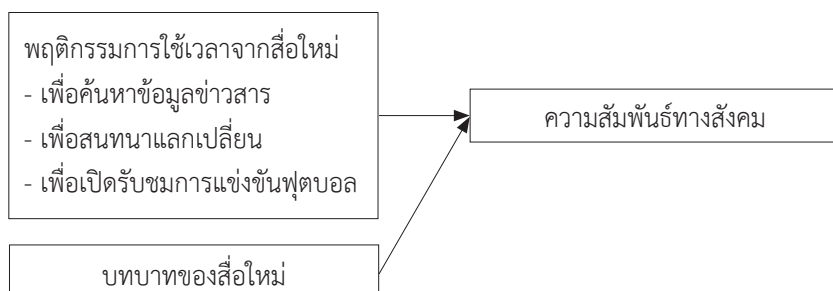
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่เพื่อนันทนาการด้านกีฬาฟุตบอลของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี
2. เพื่อเปรียบเทียบการใช้เวลาจากสื่อใหม่กับการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี
4. เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี

สมมติฐานงานวิจัย

การใช้เวลาจากสื่อใหม่ (เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร, เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยน, เพื่อเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี) แตกต่างกันมีผลทำให้การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



นิยามศัพท์เฉพาะ

แฟรนไชส์ผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี หมายถึง แฟรนไชส์ผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ที่มีอายุตั้งแต่ 55-75 ปี มีระยะเวลาในการเข้ามาเป็นแฟรนไชส์ไม่น้อยกว่า 1 ปี และแฟรนไชส์ต้องมีลักษณะความเป็นแฟรนไชส์ 4 ประการ คือ 1. การอุทิศเงิน เวลา เพื่อสนับสนุนสโมสรชลบุรี เอฟซี 2. การมีส่วนร่วมในเกมการแข่งขัน คือ การเอา อารมณ์ของตนเองไปผูกติดไว้กับเกมการแข่งขัน 3. การสะสมข้อมูลและมีความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับสโมสรชลบุรี เอฟซี 4. การใช้เรื่องของสโมสรชลบุรี เอฟซี เป็นประเด็นในการสนทนากัน ไม่จำกัดเพศ เป็นผู้ที่ไปเชียร์สโมสรชลบุรี เอฟซี ในสนามอย่างน้อย เดือนละครั้ง และมีการรวมกลุ่มในสนาม

สื่อใหม่ หมายถึง สื่อใหม่ที่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน เช่น อินเทอร์เน็ต (Internet) โซเชียลมีเดีย (Social media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line)

ความสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ติดต่อเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ระหว่างแฟรนไชส์ผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ผ่านสื่อใหม่ และทำให้มีอิทธิพลต่อกัน ในด้านความรู้สึก เจคติ และการกระทำ โดยใช้แนวคิดความสัมพันธ์ทางสังคมในเรื่องกลุ่ม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ระบุว่า ผู้สูงอายุในประเทศไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการพัฒนาของ แพค (Peck's Development Theory) ให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีช่วงวัยต่ำกว่า 60 ปี โดยระบุว่า ผู้สูงอายุแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ผู้สูงอายุวัยต้น (55-75 ปี) และผู้สูงอายุ วัยปลาย (75 ปีขึ้นไป) ทั้ง 2 ช่วงวัยนี้มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านลักษณะนิสัยและ การปฏิสัมพันธ์ทางด้านสังคม ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ประกอบกับพฤติกรรมด้านการกีฬาฟุตบอลที่ต้องใช้แรง และพลกำลังในการทำกิจกรรม เช่น การส่งเสียงเชียร์ในสนาม การเป็นผู้สนับสนุนนักกีฬาและสโมสรด้านต่าง ๆ ผู้วิจัย จึงนำทฤษฎีการพัฒนาของแพคมาใช้ในการรอบในการศึกษาครั้งนี้

แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคมในเรื่องกลุ่มของผู้สูงอายุ

Pruchno, Genderson, Rose and Cartwright. (2010) เสนอว่า ผู้สูงอายุจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนสูงอายุมากกว่าที่จะปฏิสัมพันธ์กับคนหนุ่มกว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้น เพราะว่าคนสูงอายุจะแยกออกมาเป็นกลุ่มของตนเองและมีความสนใจคล้ายกัน การรวมกลุ่มทำให้มีการพัฒนาวัฒนธรรมย่อยของผู้สูงอายุเช่นเดียวกับการเกิดลักษณะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ๆ ในสังคม แนวคิดเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ของผู้สูงอายุ (Gordon Bultena. 1968, Harris and Cole. 1980, p. 157 อ้างถึงในบุษยมาส สินธุประมา. 2539, น. 47) เสนอแนวคิดที่ว่า 1. คนที่อายุเพิ่มมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะมีความสัมพันธ์กับคนวัยเดียวกันมากกว่าจะไปสัมพันธ์กับคนที่อายุน้อยกว่า 2. ผู้สูงอายุที่มีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะสัมพันธ์กับคนวัยเดียวกันน้อยลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนอายุที่เพิ่มขึ้นด้วย เช่น คนที่อายุ 80 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนไปสังสรรค์กับคนในวัยเดียวกันน้อยลง แต่คนที่อายุ 65-75 ปี ยังมีการติดต่อสัมพันธ์กับคนในวัยเดียวกันมากกว่าคนที่อายุ 80 ปีขึ้นไป ซึ่งสาเหตุของการรวมกลุ่ม คือ 1. เพื่อให้ชีวิตอยู่รอดได้ 2. เพื่อความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ 3. เพื่อต้องการมิตรภาพมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องการมีเพื่อน ต้องการการพบปะสังสรรค์ ไม่ต้องการอยู่อย่างโดดเดี่ยว เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการรวมกลุ่ม 4. เพื่อต้องการความรัก ต้องการทั้งเป็นผู้ให้ความรัก และเป็นผู้รับความรักในเวลาเดียวกัน ซึ่งการรวมกลุ่มของแพนบอล ผู้สูงอายุสโมสรถลบุรี เอฟซี นั้นเกิดจากการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มีความรู้สึกร่วมอยู่ด้วย ซึ่งจัดเป็นกลุ่มทางสังคม และยังใช้สื่อใหม่เป็นตัวช่วยในการรวมกลุ่มทางสังคม จึงก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของแพนบอลผู้สูงอายุสโมสรถลบุรี เอฟซี

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

สื่อใหม่ (New media) คือ สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเอง และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่ายอื่น ๆ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยชุมพล, 2555) จึงนับได้ว่าสื่อใหม่เป็นนวัตกรรม ซึ่งนิคม ชัยชุมพล ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ ดังนี้

1. ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) สามารถทำงานได้รวดเร็วแม่นยำ จึงตอบสนองสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้อย่างเท่าทันต่อทุกสถานการณ์

2. มีลักษณะหลอมรวมสื่อ (Media convergence) ผู้ใช้มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสิ่งเดียว

3. มีลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ที่สามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด สามารถทำให้ผู้สูงอายุและสมาชิกในครอบครัวซักถามข้อสงสัย หรือเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. มีลักษณะเป็นการสื่อสารจากบุคคลเดียวกระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One-to-many) ได้อย่างรวดเร็ว จึงสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกครอบครัวได้แบบทันที

5. สามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ (Many-to-many) ซึ่งมองหาสิ่งที่น่าสนใจที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันได้อีกด้วย นอกจากนั้น เจนคินส์ เฮนรี (Jenkins Henry, 2006) ยังกล่าวถึงสื่อใหม่ว่ามีคุณลักษณะโดดเด่นอื่น ๆ อีก อาทิ เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง มีความสามารถเคลื่อนที่ได้สูง ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่าง ๆ สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ สามารถเชื่อมต่อกันโดยง่าย สามารถหาและใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ มีความรวดเร็วในการสื่อสาร มีลักษณะไร้พรมแดน เป็นต้น Roger, E.M. (2003) ได้นิยามสื่อใหม่ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมาก จึงเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า “สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์” หรือ “โซเชียลมีเดีย” (Social media) และเป็นเพราะสื่อใหม่นั้นเป็นเทคโนโลยีที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมทั้งการกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันด้วย ตัวอย่างเช่น โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) มีเทคโนโลยีก้าวหน้าจนสามารถรวมเอากิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาอยู่ในโทรศัพท์เครื่องเดียวได้อย่างง่ายดาย อาทิ การฟังเพลง การดูทีวี การถ่ายรูป การเล่นเกม การท่องอินเทอร์เน็ต ดังนั้น การใช้สื่อใหม่ของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี จึงเป็นการเพิ่มคุณค่าทางด้านจิตใจทำให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกโดดเดี่ยว เพราะสื่อใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยในเรื่องการสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการพูดคุย และแบ่งปันสิ่งต่าง ๆ กับเพื่อนแฟนบอลผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) โดยมีรูปแบบการศึกษาวิจัย 2 รูปแบบ คือ 1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) คือ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ที่มีอายุระหว่าง 55-75 ปี มีระยะเวลาในการเข้ามาเป็นแฟนบอลไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ โดยจะใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอนของ Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และสำรองไว้ 4% เท่ากับ 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 400 คน และการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content validity) ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยให้หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบวัดทั้งหมด อยู่ระหว่าง 0.7-1.00 และจากการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) จากผลการตอบของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม อยู่ที่ 0.92 และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยรายงานด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) จากการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance: Anova) โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กับผู้นำเชียร์และแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ที่มีการรวมกลุ่มในสนาม และเป็นผู้ที่มีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ทุกวัน รวมจำนวน 12 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเสริมข้อมูลในเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้

สื่อใหม่ของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี และการรับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ เพื่อนันทนาการด้านกีฬาฟุตบอลของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี โดยแบบสัมภาษณ์สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดการวิจัย และนำแนวคำถามที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์ไปให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณา และปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้เครื่องมือมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ส่วนการตรวจสอบข้อมูล คือ การใช้วิธีการทดสอบแบบสามเส้า ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน โดยใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์พร้อมกันกับศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือ และไว้วางใจในคุณภาพของการวิจัยได้ (นิศา ชูโต, 2551) และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ทั้งนี้ตารางมีการเปรียบเทียบผู้สูงอายุ 2 กลุ่ม เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้น ก่อนวัยเกษียณ และหลังวัยเกษียณ

ตารางที่ 1 จำนวน คำร้อยละ และไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้
สื่อใหม่กับช่วงอายุ

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	n	อายุ 55-59 ปี	อายุ 60-75 ปี	P-Value
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค้นหาข้อมูลข่าวสาร				
เฟซบุ๊ก (Facebook)	339	201 (89.3)	138 (78.9)	0.00*
ไลน์ (Line)	237	108 (48.0)	129 (73.7)	0.00*
เว็บไซต์ (Website)	111	69 (30.7)	42 (24.0)	0.14
อินสตาแกรม (Instagram)	14	12 (5.3)	2 (1.1)	0.02*
ทวิตเตอร์ (Twitter)	3	2 (0.9)	1 (0.6)	0.72
ยูทูบ (YouTube)	53	34 (15.1)	19 (10.9)	0.21
สนทนาแลกเปลี่ยน				
เฟซบุ๊ก (Facebook)	291	49 (21.8)	115 (65.7)	0.01*
ไลน์ (Line)	291	150 (66.7)	141 (80.6)	0.00*
เว็บไซต์ (Website)	49	35 (15.6)	14 (8.0)	0.02*
อินสตาแกรม (Instagram)	10	8 (3.6)	2 (1.1)	0.13
ทวิตเตอร์ (Twitter)	2	1 (0.4)	1 (0.6)	0.86
ยูทูบ (YouTube)	35	21 (9.3)	14 (8.0)	0.64
เปิดรับชมการแข่งขัน				
เฟซบุ๊ก (Facebook)	270	161 (71.6)	109 (62.3)	0.05*
ไลน์ (Line)	133	62 (27.6)	71 (40.6)	0.01*
เว็บไซต์ (Website)	139	78 (34.7)	61 (34.9)	0.97
อินสตาแกรม (Instagram)	3	3 (1.3)	0 (0)	0.13
ยูทูบ (YouTube)	167	94 (41.8)	73 (41.7)	0.99
อุปกรณ์สื่อใหม่				
คอมพิวเตอร์	5	54 (24.0)	21 (12.0)	0.00*
โน้ตบุ๊ก	59	33 (14.7)	26 (14.9)	0.96
แท็บเล็ต	64	34 (15.1)	30 (17.1)	0.58
โทรศัพท์สมาร์ทโฟน	371	210 (93.3)	161 (92.0)	0.61
ช่วงเวลาที่ใช้				
00.01 น.-06.00 น.	6	4 (1.8)	2 (1.1)	0.00*
06.01 น.-12.00 น.	91	27 (12.0)	64 (36.6)	
12.01 น.-18.00 น.	120	76 (33.8)	44 (25.1)	
18.01 น.-24.00 น.	183	118 (52.4)	65 (37.1)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 การใช้แอปพลิเคชันในการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมา คือ ไลน์ และอันดับ 3 คือ เว็บไซต์ โดยการใช้เฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรม เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี ขึ้นอยู่กับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนการใช้เว็บไซต์ ทวิตเตอร์ และยูทูบ เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การใช้แอปพลิเคชันในการสนทนาแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กและไลน์มากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์ และอันดับ 3 คือ ยูทูบ โดยการใช้เฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บไซต์ เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี ขึ้นอยู่กับช่วงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนการใช้อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูบ เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การใช้แอปพลิเคชันในการเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมา คือ ยูทูบ และอันดับ 3 คือ เว็บไซต์ โดยการใช้เฟซบุ๊ก ไลน์ เปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี ขึ้นอยู่กับช่วงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนการใช้เว็บไซต์ อินสตาแกรม และยูทูบเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากที่สุด รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์ และอันดับ 3 คือ แท็บเล็ต โดยการใช้คอมพิวเตอร์ ขึ้นอยู่กับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนการใช้โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต และโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่างใช้แอปพลิเคชันในช่วงเวลา 18.01 น.-24.00 น. มากที่สุด รองลงมา คือ 12.01 น.-18.00 น. และอันดับ 3 คือ 06.01 น.-12.00 น. โดยช่วงเวลาในการใช้แอปพลิเคชันขึ้นอยู่กับช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในรายละเอียด อธิบายได้ว่า ช่วงอายุ 50-59 ปี ส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันในช่วงเวลา ตั้งแต่หลัง 12.01 น.-24.00 น. ส่วนช่วงอายุ 60-75 ปี จะใช้แอปพลิเคชันค่อนข้างกระจายทั้งวันตั้งแต่ 06.01 น.-24.00 น.

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี

การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ทำให้ท่านรู้สึกผูกพันกับกลุ่มเพื่อนแฟนบอลที่ท่านติดต่อสื่อสาร	4.20	0.79	มาก
2. ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจในการสื่อสารทุกเรื่องกับกลุ่มเพื่อนแฟนบอล	3.96	0.79	มาก
3. ทำให้ท่านมีกลุ่มเพื่อนแฟนบอลเพิ่มมากขึ้น	4.16	0.81	มาก
4. ทำให้เพื่อนแฟนบอลในสื่อใหม่กับเพื่อนในชีวิตจริงเป็นกลุ่มเดียวกัน	3.98	0.82	มาก
5. ทำให้ท่านรู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมทางสังคมกับกลุ่มเพื่อนแฟนบอล	4.13	0.76	มาก
6. ทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข รู้สึกมีคุณค่าทางจิตใจ	4.25	0.71	มาก
7. ทำให้รู้สึกว่าสื่อใหม่เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของท่าน	4.13	0.76	มาก
รวม	4.11	0.62	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยมีการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมมากที่สุด คือ ทำให้รู้สึกมีความสุข รู้สึกมีคุณค่าทางจิตใจ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ ทำให้รู้สึกผูกพันกับกลุ่มเพื่อนแฟนบอลที่ติดต่อสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 อันดับ 3 คือ ทำให้มีกลุ่มเพื่อนแฟนบอลเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการใช้เวลาเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี กับการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม

การใช้เวลาเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร	การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P-value
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	27.24	4.78	12.87	0.00*
1-2 ชั่วโมง	29.09	3.90		
2-3 ชั่วโมง	30.46	3.68		
3 ชั่วโมงขึ้นไป	30.42	3.71		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า การใช้เวลาเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการใช้เวลาเพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี กับการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม

การใช้เวลาเพื่อสนทนาแลกเปลี่ยน ประเด็นต่าง ๆ	การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P-value
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	27.31	4.79	13.05	0.00*
1-2 ชั่วโมง	29.33	3.74		
2-3 ชั่วโมง	30.48	3.69		
3 ชั่วโมงขึ้นไป	30.45	3.66		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า การใช้เวลาเพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการใช้เวลาเพื่อเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี กับการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม

การใช้เวลาเพื่อรับชม การแข่งขันฟุตบอล	การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคม			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P-value
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	27.39	5.01	10.18	0.00*
1-2 ชั่วโมง	28.49	4.20		
2-3 ชั่วโมง	30.67	3.49		
3 ชั่วโมงขึ้นไป	29.39	3.68		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า การใช้เวลาเพื่อเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า การรับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี นั้น แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี รับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ ทั้งในด้านของการใช้ประโยชน์และด้านของจิตใจ โดยด้านการใช้ประโยชน์ แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี รับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ 4 ประเด็น คือ

1. ความรวดเร็ว ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “สื่อใหม่ช่วยในเรื่องการรับทราบข้อมูลข่าวสารรวดเร็วทันใจ เร็วกว่าข่าวหนังสือพิมพ์ ข่าวโทรทัศน์อีก ใช้ดูย้อนหลังก็ได้ด้วย” (สมบัติ เจริญวัน, สัมภาษณ์, 22 กรกฎาคม 2561)
2. ระยะเวลา ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “สื่อใหม่ช่วยลดระยะเวลาได้ อย่างเพื่อนแฟนบอลเราอยู่อีกจังหวัด มีสื่อใหม่ ทักไปก็เห็นเพื่อนกันได้” (อภิณพ รุ่งทิวรัตน์, สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2561)
3. ความสะดวกสบาย ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “สื่อใหม่นอกจากทำให้เราข่าวสารเร็ว การนัดแนะกันไปทำกิจกรรมก็สะดวกเพิ่มมากขึ้น” (ปัญญา เสริมชีพ, สัมภาษณ์, 22 กรกฎาคม 2561)
4. การสร้างสังคมสัมพันธ์ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า “สื่อใหม่นี้แทบจะเป็นปัจจัยที่ 5 แล้ว เข้ามาต้องส่งทักทายกัน เหมือนสิ่งเสพติด เราคุยกันทุกเรื่อง สนทนากัน สนทนากันไปร่วมงานกัน เหมือนญาติ เดียวนี้เวลากลุ่มแฟนบอลจะเชิญไปงานแต่ง ก็เชิญในแชท ในไลน์กันทั้งนั้น” (วิชาญ เสริมชีพ, สัมภาษณ์, 22 กรกฎาคม 2561)

ส่วนด้านของจิตใจนั้น แฟนบอลผู้สูงอายุ รับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ 3 ประเด็น คือ

1. ทำให้ชีวิตมีความสุข
2. ทำให้คลายเหงา และ
3. ทำให้ผ่อนคลายความเครียด

นอกจากนี้ ในประเด็นบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี พบว่า แฟนบอลผู้สูงอายุ ใช้สื่อใหม่ เพราะสื่อใหม่เปิดโอกาสให้ได้มีปฏิสัมพันธ์กัน โดยสื่อใหม่ไม่ได้เป็นเพียงแค่สื่อที่มีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้กับแฟนบอลด้วยกันเอง อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลกับสโมสรด้วย โดยในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้กับแฟนบอลด้วยกันเอง พบว่า สื่อใหม่

ช่วยสร้างและกระชับความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนบอล แฟนบอลผู้สูงอายุฯ ใช้สื่อใหม่ในการพูดคุยกันในทุก ๆ เรื่อง ซึ่งเป็นการสร้างและสานความสัมพันธ์ทางสังคมภายในกลุ่มให้แน่นแฟ้น จนเกิดเป็นความผูกพัน รักกันเหมือนญาติพี่น้อง ส่วนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนบอลกับสโมสรชลบุรี เอฟซี พบว่า สื่อใหม่มีส่วนช่วยให้กลุ่มแฟนบอลกับสโมสรมีความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมกันอยู่ตลอดเวลา โดยทางสโมสรชลบุรีนั้นใช้สื่อใหม่ในการติดตามความเคลื่อนไหวของแฟนบอลผู้สูงอายุ ส่วนแฟนบอลผู้สูงอายุฯ ก็ใช้สื่อใหม่เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของสโมสรเช่นกัน ซึ่งนอกจากแฟนบอลจะใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ในการหาข่าว และดูความเคลื่อนไหวของสโมสรแล้ว แฟนบอลผู้สูงอายุยังใช้สื่อใหม่ในการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับทางสโมสรอยู่ตลอดเวลา เช่น บอกจำนวนของกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุที่เข้ามาเชียร์ในสนาม หรือเวลาที่ทีมแพ้ก็ใช้สื่อใหม่เข้าไปให้กำลังใจทั้งนักเตะและสโมสรชลบุรี เอฟซี

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะขออภิปรายข้อผลการวิจัยดังที่ได้อธิบายไปแล้วข้างต้น ตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ทั้ง 4 ข้อ ดังนี้ ในประเด็นเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่นั้น แฟนบอลผู้สูงอายุฯ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและไลน์ เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารของสโมสรชลบุรี เอฟซี เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ กับกลุ่มเพื่อนแฟนบอลเกี่ยวกับสโมสรชลบุรี เอฟซี และเพื่อเปิดรับชมการแข่งขันของสโมสรชลบุรี เอฟซี โดยแฟนบอลผู้สูงอายุฯ ใช้ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิริณา สมวาทธรรม (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารกับการส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ” พบว่า การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่เพื่อติดต่อสื่อสารกับลูก หลาน ญาติ พี่ น้อง ที่มีการใช้งานผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือจำนวนมากที่สุด โดยส่วนมากเชื่อว่า การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์จะทำให้เป็นคนที่ยทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง “กรณีศึกษาการใช้สื่อใหม่ผ่านโซเชียลมีเดียในโทรศัพท์มือถือเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุกับสมาชิกในครอบครัว ณ ประเทศนิวซีแลนด์” พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือสำหรับการสื่อสารมากที่สุด โดยสื่อสารผ่านไวเปอร์มากที่สุด รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก ในการสื่อสารเรื่องทั่วไปกับกลุ่มเพื่อน

ในประเด็นเรื่องการใช้เวลาจากสื่อใหม่เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อสนทนา แลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ และเพื่อเปิดรับชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี แตกต่างกันไป ผลต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า การใช้เวลาจากสื่อใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น ยิ่งทำให้การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุฯ เพิ่มมากขึ้นไปด้วย ซึ่งแฟนบอลผู้สูงอายุฯ ใช้เวลาจากสื่อใหม่เพื่อสะสมความรู้เกี่ยวกับสโมสรชลบุรี เอฟซี เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของสโมสรชลบุรี เอฟซี เช่น ผลการแข่งขัน การซื้อขายตัวนักเตะของสโมสร เป็นต้น รวมถึงเพื่อติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนแฟนบอลผู้สูงอายุฯ ซึ่งสอดคล้องกับกานดา รุณนะพงศา สายแก้ว (2553) ที่กล่าวไว้ว่า โซเชียลมีเดียมีไว้เพื่อการแบ่งปันในสังคม เช่น การแบ่งปันเนื้อหา ข้อมูลต่าง ๆ แบ่งปันรสนิยม ความคิดเห็น หรือการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม รวมไปถึงการรวมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น สื่อใหม่จึงเป็นตัวช่วยสำคัญในการรวมกลุ่มและทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุฯ ยิ่งใช้เวลาจากสื่อใหม่มากก็ยิ่งทำให้แฟนบอลผู้สูงอายุฯ มีความสัมพันธ์ทางสังคมกันเหนียวแน่นเพิ่มมากขึ้น และยังสอดคล้องกับกันตพล บันตัทธอง (2557) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

ในประเด็นเรื่องการรับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ของแฟนบอลผู้สูงอายุฯ พบว่า แฟนบอลผู้สูงอายุฯ รับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ ทั้งในด้านของการใช้ประโยชน์และด้านของจิตใจ โดยการรับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ ด้านการใช้ประโยชน์นั้นแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ ความรวดเร็ว ระยะเวลา ความสะดวกสบาย และการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ส่วนการรับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ด้านจิตใจ แบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ ทำให้ชีวิตมีความสุข ทำให้คลายเหงา และทำให้ผ่อนคลายความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยชุมพล (2555) ที่กล่าวไว้ว่า สื่อใหม่ คือ สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเอง และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่ายอื่น ๆ ซึ่งนิคม ชัยชุมพล ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ คือ ความเป็นดิจิทัล สามารถทำงานได้รวดเร็วแม่นยำ

จึงตอบสนองข้อโซเซียลมีเดียต่าง ๆ ได้อย่างเท่าทันต่อทุกสถานการณ์ มีลักษณะเป็น
การหลอมรวมสื่อ เพื่อให้ผู้ใช้มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสิ่งเดียว มีลักษณะ
ปฏิสัมพันธ์ที่สามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด สามารถทำให้ผู้สูงอายุซักถามข้อสงสัย
หรือเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีลักษณะเป็น
การสื่อสารจากบุคคลเดียวกระจายไปยังกลุ่มคนหมู่มาก ได้อย่างรวดเร็ว จึงสะดวก
ต่อการเข้าถึงข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นกับสมาชิกได้แบบทันที และ
สามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ นอกจากนี้ การรับรู้คุณค่าสื่อใหม่ของแฟนบอล
ผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ยังสอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ตามที่ Jenkins
Henry (2006) กล่าวไว้ คือ สื่อใหม่เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง มีความสามารถ
เคลื่อนที่ได้สูง ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่าง ๆ สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้
สามารถเชื่อมต่อกันได้ง่าย สามารถหาและใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ มีความรวดเร็ว
ในการสื่อสาร มีลักษณะไร้พรมแดน ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวทำให้แฟนบอลสามารถ
แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับฟุตบอลได้ในทันที สะดวกรวดเร็ว และยังช่วยให้
คลายเหงาได้อีกด้วย

ในประเด็นเรื่องบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของ
แฟนบอลผู้สูงอายุ พบว่า แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ใช้สื่อใหม่ในการสร้าง
ความสัมพันธ์ทางสังคม โดยทำให้รู้สึกมีความสุข รู้สึกมีคุณค่าทางจิตใจ ทำให้รู้สึกผูกพัน
กับกลุ่มเพื่อนแฟนบอลที่ติดต่อสื่อสาร และทำให้มีกลุ่มเพื่อนแฟนบอลเพิ่มมากขึ้น
โดยสื่อใหม่เปิดโอกาสให้แฟนบอลได้มีปฏิสัมพันธ์กัน และสื่อใหม่ยังมีส่วนช่วยให้
กลุ่มแฟนบอลกับสโมสรมีความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมกันอยู่ตลอดเวลา โดยทาง
สโมสรชลบุรี เอฟซี นั้นใช้สื่อใหม่ในการติดตามความเคลื่อนไหวของแฟนบอลผู้สูงอายุ
ส่วนแฟนบอลผู้สูงอายุก็ใช้สื่อใหม่เพื่อดูความเคลื่อนไหวของสโมสรเช่นกัน โดยบทบาท
ของสื่อใหม่มี 2 ประเด็น คือ สื่อใหม่ทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่าง
กลุ่มแฟนบอลด้วยกันเอง และสื่อใหม่ทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่าง
กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุ กับสโมสรชลบุรี เอฟซี ซึ่งสอดคล้องกับนันทิยา หุตานุวัตร
(2546) ที่กล่าวถึงการรวมกลุ่มของบุคคลไว้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของ
บุคคลนั้น มีทั้งปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัย
ด้านชีวภาพและจิตวิทยา ซึ่งปัจจัยในการรวมกลุ่มของแฟนบอลผู้สูงอายุ คือ ปัจจัย

ด้านสังคม การรวมกลุ่มเป็นการตอบสนองความต้องการด้านสังคมของบุคคล กล่าวคือ แพนบอลผู้สูงอายุฯ ยังต้องการความรัก ความผูกพันทางใจจากกลุ่มเพื่อนแพนบอลด้วยกัน ส่วนปัจจัยด้านเทคโนโลยี ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่และการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งการรวมกลุ่มของแพนบอลผู้สูงอายุฯ นั้น ก็มีเทคโนโลยีการสื่อสารมาเป็นสื่อกลางเป็นตัวช่วยในการนัดรวมกลุ่มกัน และปัจจัยด้านชีวภาพและจิตวิทยา แพนบอลผู้สูงอายุฯ ต้องการการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ จากเพื่อนและกลุ่ม เพื่อให้เกิดความอบอุ่นทางจิตใจ โดยการสนทนากับคนที่ตนถูก หรือเป็นคนที่มีความสนใจคล้ายกัน หรือรวมกลุ่มกันเพื่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัย

ซึ่งความสัมพันธ์ทางสังคมจากการรวมกลุ่มกันของกลุ่มแพนบอลผู้สูงอายุฯ นั้น ยังสอดคล้อง Pruchno, Genderson, Rose and Cartwright. (2010) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนสูงอายุมากกว่าที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับคนหนุ่มกว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้น เพราะว่าคนสูงอายุจะแยกออกมาเป็นกลุ่มของตนเองและมีความสนใจคล้ายกัน การรวมกลุ่มทำให้มีการพัฒนาวัฒนธรรมย่อยของผู้สูงอายุเช่นเดียวกับการเกิดลักษณะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ๆ ในสังคม เช่นเดียวกับกลุ่มแพนบอลผู้สูงอายุฯ ที่รวมกันเป็นกลุ่มกับผู้สูงอายุในวัยเดียวกัน เป็นกลุ่มที่มีความสนใจในกีฬาฟุตบอลเหมือนกัน

และการใช้สื่อใหม่เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของแพนบอลผู้สูงอายุฯ นั้น ยังสอดคล้องกับ Williamson, Andy. (2013) ที่กล่าวว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น ช่วยเรื่องการเผยแพร่ให้ทั่วถึงมากขึ้น และสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ผู้ใช่มากขึ้น ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์มีข้อดี คือ สามารถใช้สร้างเป็นพื้นที่ในการสนทนาและสื่อสารแก่สาธารณะได้ องค์กรต่าง ๆ สามารถเข้าไปใกล้ชิดกับสาธารณชนมากขึ้น ดังที่ สโมสรชลบุรี เอฟซี มีความสนิทสนมกับแพนบอลผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ช่วยให้เข้าใจความคิดเห็นของประชาชนได้มากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดความสัมพันธ์กันมากขึ้น ทั้งในด้านความสัมพันธ์ของแพนบอลผู้สูงอายุด้วยกันเอง และในส่วนของแพนบอลผู้สูงอายุกับสโมสรชลบุรี เอฟซี ซึ่งสามารถที่จะนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการสื่อสาร และเป็นสื่อกลางในการขยายการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่ข่าวสารเพื่อความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี ใช้เวลากับสื่อใหม่มากขึ้น ส่งผลทำให้การรับรู้ความสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้นด้วย ดังนั้น กลุ่มเพื่อนแฟนบอลผู้สูงอายุจึงควรสนับสนุนให้เพื่อนผู้สูงอายุที่ยังไม่ได้ใช้สื่อใหม่หันมาใช้สื่อใหม่ เพื่อให้มีสังคมสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนเพิ่มมากขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี รับรู้คุณค่าของสื่อใหม่ในด้านที่มีผลต่อจิตใจในทางที่ดี ทั้งทำให้ชีวิตมีความสุข ทำให้คลายเหงา และทำให้ผ่อนคลายความเครียด ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จึงควรใช้สื่อใหม่มาเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับผู้สูงอายุ

3. จากผลการวิจัยพบว่า สื่อใหม่ทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้กับกลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุ และสโมสรชลบุรี เอฟซี ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จึงควรใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ และทางสโมสรชลบุรี เอฟซี ควรเลือกใช้สื่อใหม่ในการติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสโมสรชลบุรี เอฟซี ให้กับแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี รู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมกับทางสโมสรชลบุรี เอฟซี

รายการอ้างอิง

- กันตพล บันทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กาญจนา แก้วเทพ, และนิคม ชัยชุมพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว. (2553). *โซเชียลมีเดีย*. วันที่ค้นข้อมูล 5 กันยายน 2560, จาก <http://www.slideshare.net/krunapon/socialmedia-5661152>
- กิริณา สมวาทสรณ์. (2559). พฤติกรรมการสื่อสารกับการส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กุศล สุนทรธาดา. (2556, สิงหาคม-กันยายน). สู้วัยกับไฮเทค. *ประชากรและการพัฒนา*, 33(6), 6-7.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2558). กรณีศึกษาการใช้สื่อใหม่ผ่านโซเชียลมีเดียในโทรศัพท์มือถือเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุกับสมาชิกในครอบครัว ณ ประเทศนิวซีแลนด์. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ, 8(3), 96-117. วันที่ค้นข้อมูล 11 ตุลาคม 2560, จาก https://www.researchgate.net/profile/Nattanun_Siricharoen2/publication/309779606
- ณัฐสุพงศ์ สุขโสธ. (2548). บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทิยา หุตานุวัตร. (2546). *การพัฒนาองค์กรชุมชน*. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: พรินต์โพร.
- บรรลุ ศิริพานิช. (2542). *คู่มือผู้สูงอายุฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.
- บุษยมาส สินธุประมา. (2539). *สังคมวิทยาความสูงอายุ*. เชียงใหม่: สมพรการพิมพ์.

- ประนอม โอทกานนท์. (2554). *ชีวิตที่สุขสมบูรณ์ของผู้สูงอายุไทย หลักการ งานวิจัย และบทเรียนจากประสบการณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- ปัญญา เสริมชีพ. (2561, 22 กรกฎาคม). *ประธานเชียร์กลุ่มแฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี. สัมภาษณ์.*
- วิชาญ เสริมชีพ. (2561, 22 กรกฎาคม). *แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี. สัมภาษณ์.*
- สมบัติ เขียววัน. (2561, 22 กรกฎาคม). *แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี. สัมภาษณ์.*
- สรลาลี พุ่มกุมาร. (2559). แฟน: สื่อกับการสร้างและดำรงรักษาอัตลักษณ์แฟนบอลผู้สูงอายุของสโมสรฟุตบอลชลบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 12(5) วาระพิเศษ, 1-11.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *สรุปผลที่สำคัญการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2560*. วันที่ค้นข้อมูล 22 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านCT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2560/สรุปผลที่สำคัญ-%20ICTครัวเรือน.pdf>
- สุภาภรณ์ จันทวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์.
- อภินพ รุ่งธีรณรัตน์. (2561, 8 สิงหาคม). *แฟนบอลผู้สูงอายุสโมสรชลบุรี เอฟซี. สัมภาษณ์.*
- Brand Buffet. (2559). *เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคอินเทอร์เน็ตหน้าใหม่ “อินเทอร์เน็ตคือชีวิต ตามติดทุกกระแส”*. วันที่ค้นข้อมูล 22 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2016/04/new-internet-users-research-minteraction/>
- Positioning. (2552). *Localism จุดระเบิด “ชลบุรี เอฟซี”*. วันที่ค้นข้อมูล 1 สิงหาคม 2560, จาก <https://positioningmag.com/12078>
- Jenkin, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Pruchno, R. A., Wilson-Genderson, M., Rose, M., & Cartwright, F. (2010). Successful aging: Early influences and contemporary characteristics. *The Gerontologist*, 50(6), 821-833. Retrieved December 10, 2017, from <https://doi.org/10.1093/geront/gnq041>

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Williamson, A. (2013). *Social media guidelines for parliaments*. Geneva: Inter-Parliamentary Union. Retrieved September 5, 2017, from <http://archive.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University