

การใช้สื่อกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปกติใหม่ด้านสุขภาพ ในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) : กรณีศึกษาจังหวัดปทุมธานี

Media Uses and the Adaption to the New Normal Healthcare Practices
during the Corona Virus (Covid-19) Pandemic: A case of Pathum Thani
Province's Citizens

จารุวรรณ กิตตินารามณ์. คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Jaruwan Kittinaraporn. Faculty of Mass Communication Ramkhamhaeng University

Email: aj.jaruwan04@gmail.com

Received: 24 November 2020 ; Revised: 27 November 2020 ; Accepted: 21 December 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการใช้สื่อกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปกติใหม่ด้านสุขภาพในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) : กรณีศึกษาจังหวัดปทุมธานีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมแวดล้อมกับพฤติกรรม的开รับสื่อ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและเนื้อหาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร และ 4) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อและเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการสัมภาษณ์เจาะลึกโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโคโรนา ได้แก่ ผู้สูงอายุ เกษตรกร ช่างราชการ แรงงานข้ามชาติ นักศึกษา และผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการประกอบอาชีพและปัจจัยการมีรายได้ที่แตกต่างกันทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของรายได้มักจะไม่ค่อยเปิดรับข่าวสาร เนื่องจากอาจจะนำไปสู่สภาวะทางจิตที่แย่ง ความเครียด และอาจนำไปสู่การฆ่าตัวตาย

ในการระบาดช่วงแรก กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ และตามาด้วยสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ในส่วนของเนื้อหาข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเนื้อหาการป้องกันตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวเลขผู้ติดเชื้อจากศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ

ไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) และเนื้อหาด้านความบันเทิง นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับเนื้อหาการป้องกันตนเองยังส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เพิ่มขึ้นและนำไปสู่พฤติกรรมปกติแบบใหม่

กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์และสื่อนุคลตามลำดับในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในส่วนเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตจะมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาด้านความรู้ การแนะนำในการป้องกันโรค การตรวจสอบการแพร่กระจายโรค ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเปิดรับและได้รับประโยชน์จากรายงานสถานการณ์ผู้ติดเชื้อประจำวัน เนื่องจากเป็นข้อมูลที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ

คำสำคัญ : การเปิดรับสื่อ, เนื้อหา, ความน่าเชื่อถือของข้อมูล, การใช้สื่อ, ไวรัสโคโรนา (Covid-19)

Abstract

This study aimed to study 1) socio-environmental factor with media exposure behavior, 2) the association among media exposure, message and new normal behavior, 3) the association among media exposure, message and source credibility and 4) benefit usage towards media presentation.

Research methodology conducted with qualitative method, as well as, in-depth interview technique with Pathum Thani citizen by purposive sampling toward those who suffered from Covid-19 prevalence such as elderly, farmer, civil official, migrant labor, student and entrepreneur

Research findings revealed that socio-environmental factor regarded differences of occupation and income which had effects to different of media exposure. In case of those who suffered from income decrease would not expose media because more media exposure affected more psychically down such as anxiety symptom and stress that might led to self-murder.

The 1st phase of media exposure under Covid-19 circumstance found that most sample highest exposed from internet, followed by television, personal media and specialized media consecutively. In the part of message exposure found that sample highest exposed message regarded themselves prevention from Covid-19, followed by daily Coronavirus news tracking the number of confirmed cases from The Center for COVID-19 Situation and entertainment message consecutively. Furthermore, this study further found that media exposure regarding Covid-19 prevention through various media enabled them increased knowledge for preventing themselves and effected to new normal behavior.

Sample highest used internet, television and personal media consecutively to yield benefits. Besides, they gained useful message from internet such as knowledge message, suggestion to disease prevention message and surveillance message of Covid-19 prevalence. While message regarded daily report of Coronavirus numeral tracking found partial sample exposed and gained benefits since this message disseminated from government section

Keyword : Media exposure, message, source credibility, media uses, Corona virus (Covid-19)

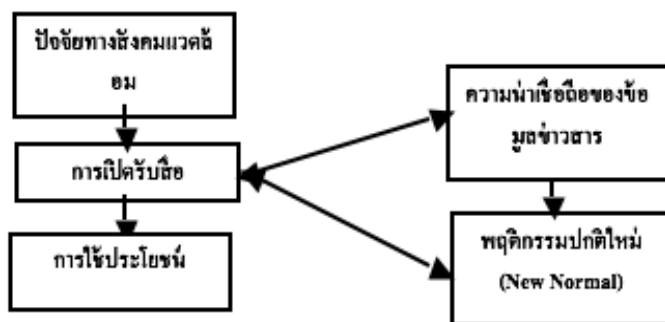
บทนำ

โรคระบาดอย่างไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่เกิดขึ้นทั่วโลก และแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ ที่อำนวยความสะดวกการเดินทางของมนุษย์ได้สะดวกรวดเร็วและไร้พรมแดน จึงเป็นที่มาของโรคระบาดที่เชื่อมต่อถึงกันอย่างรวดเร็ว รวมถึงสภาพสังคมวัฒนธรรมของทุกชาติถูกเชื่อมต่อกันผ่านระบบคมนาคมและเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยด้วยเช่นกัน จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ปลายปี 2019 ทั่วโลกได้รู้จักโรคระบาดใหม่อย่างไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่มีต้นกำเนิดจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนและลุกลามขยายวงกว้างทั้งในทวีปเอเชีย ออสเตรเลีย ยุโรปไปจนถึงอเมริกา ซึ่งนโยบายการรับมือของแต่ละประเทศนั้นแตกต่างกันตามการตีความและให้ความหมายของโรคที่ต่างกันออกไป จึงทำให้การควบคุมโรคและป้องกันปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เกิดโรคของแต่ละประเทศต่างกันภายใต้บริบทสังคม วัฒนธรรมและสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน หากมองให้ลึกลงไปเราจะเห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ชนชั้นทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Barret et al (อ้างถึงใน ประชาธิป กะทา และสิทธิโชค ชาวไร่เงิน, 2561) กล่าวว่าในปัจจุบันเรากำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงทางระบาดวิทยาในส่วนของโรคอุบัติใหม่ เช่น โรคไข้หวัดนก ไข้เลือดออก ชาร์ส ไข้หวัดใหญ่ วัณโรค ซึ่งเกิดขึ้นในบริบทโลกาภิวัตน์ การเคลื่อนย้ายประชากรอย่างรวดเร็ว ด้วยเทคโนโลยีการคมนาคมขนส่ง อีกทั้ง Farmer (1996) กล่าวว่า ความไม่เท่าเทียมทางสังคมเป็นตัวก่อโรคที่สำคัญ เช่น ความยากจน คนชายขอบ หรือแม้แต่ความไม่เท่าเทียมในสังคม

ในกรณีของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเช่นเดียวกับการแพร่ระบาดในหลาย ๆ ประเทศ กระบวนการสื่อสารถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ควบคุมโรคผ่านชุดความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันโดยใช้สื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่เดียวกันเกิดการล้นทะลักของข้อมูลข่าวสาร (Information overload) กลายเป็นวิกฤติสื่อสาร นำมาสู่วิกฤติความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร จากรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ กล่าวว่า หลายคนสับสนจากการสื่อสารของรัฐบาลถูกมองว่าไม่มีความเป็นเอกภาพ เหมือนให้ข่าวเข้าแก้ง่ามเย็น ("สถานการณ์ร้อน," 2563) จากการทบทวนแนวคิดกระบวนการเสริมพลังของพัชรินทร์ สิริสุนทร (2559) พบว่า ระยะเวลาเครียดที่เพิ่มทวีขึ้นของบุคคล (The Period of Increased Individual Stress) เป็นระยะที่ระบบสังคมถูกผลักให้ออกจากสภาวะของดุลยภาพด้านพลังจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การเกิดสงคราม การเกิดโรคระบาด สภาพดังกล่าวทำให้บุคคลเกิดความตึงเครียดอย่างมากและไม่พึงพอใจต่อความล้มเหลวของระบบสังคมที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ เกิดความสับสนวุ่นวาย ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่กระตุ้นบุคคลเกิดสภาวะความเครียดและหวาดระแวงกับการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหม่ที่ตนเองไม่เคยประสบมาก่อน การศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยสนใจการเลือกเปิดรับสื่อของประชาชนจากสภาวะไม่ปกติของสังคมนำมาซึ่งการศึกษาว่าประชาชนนั้นใช้สื่ออย่างไร รวมถึงรูปแบบกระบวนการทัศนด้านสุขภาพที่มาจากนโยบายการควบคุมโรค มาตราการทางกฎหมายต่าง ๆ จากภาครัฐส่งผลถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ในภาคประชาชนหรือไม่อย่างไร โดยเฉพาะประชาชนในจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีอัตราการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในเขตปริมณฑลในลำดับที่ 3 อีกทั้งปัจจัยทางด้านประชากรและสังคมของจังหวัดปทุมธานีมีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และการอพยพย้ายถิ่นของกลุ่มแรงงานอพยพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงสภาวะแวดล้อมและสภาวะแวดล้อมทางจิตสังคมที่ต่างกันเป็นตัวแปรในการเลือกเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเรื่อง ระบาดวิทยาสังคมในงานวิจัยทางสาธารณสุขของ สุกัญญา จงถาวรสถิตย์ (2556) พบว่า การทำความเข้าใจปรากฏการณ์โรคระบาด เราไม่สามารถละเลย มิติประชากรและสังคมเนื่องจากสามารถนำมาอธิบายเชื่อมโยงกับสุขภาพในมุมมองทางสังคม ดังนั้นการ ศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญมิติปัจจัยทางสังคมแวดล้อมในฐานะเป็นตัวแปรอิสระที่เลือกเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อเป็นตัวแปรที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำมา ช่วยกำหนดนโยบายสาธารณสุขที่สอดคล้องกลมกลืนไปกับวิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดปทุมธานีที่มีความหลากหลาย ทั้งในบริบททั้งเมืองกึ่งชนบท อีกทั้งยังสามารถสร้างกระบวนการให้ความร่วมมือของภาคประชาชนหรือ ชุมชนผ่านนโยบายการสื่อสารสุขภาพใช้การสื่อสารที่ปรับเปลี่ยนเนื้อหาในแต่ละสื่อ โดยไม่เลือกสื่อสาร เฉพาะสื่อกลางจากภาครัฐเป็นหลัก แต่เลือกสื่อสารให้เหมาะกับผู้รับสารที่หลากหลายตามในแต่ละ บริบทสังคมซึ่งนำมาสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ดังปรากฏในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมแวดล้อมกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal)
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและเนื้อหาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร
- 4) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อและเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้จะใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สนใจข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด ความหมาย หรือ ค่านิยมของกลุ่มตัวอย่างในการเกิดพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ด้านสุขภาพ สอดคล้องกับสุภางศ์ จันทวานิช (2552) กล่าวว่า การจะได้ซึ่งข้อมูลที่สำคัญยิ่งของการศึกษาปรากฏการณ์ของสังคม คือการทำความเข้าใจความหมายของปรากฏการณ์สังคมนั้น การศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ด้านสุขภาพ กรณีไวรัสโคโรนา (Covid-19) ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี” เป็น ปรากฏการณ์โรคระบาดของสังคมไทยและสังคมโลก ซึ่งจากสถิติจากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

พบว่า ในเขตปริมณฑลจังหวัดปทุมธานีมีผู้ป่วยยืนยันสะสมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) อยู่ในลำดับที่ 3 รองจากจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดสมุทรปราการ (ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด-19 (ศบค.), n.d.) รวมถึงจังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทั้งในบริบททั้งเมืองกึ่งชนบท กลุ่มแรงงานอพยพ แรงงานต่างชาติ และกลุ่มผู้สูงอายุที่ถือว่าเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการรับเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่ไม่มีประวัติป่วยหรือได้รับการรักษาจากไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือการสุ่มตัวอย่างแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) ให้ครอบคลุมบริบทต่าง ๆ ได้แก่ ผู้ว่างงานที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ผู้สูงอายุ เกษตรกร ข้าราชการ แรงงานอพยพ แรงงานต่างชาติ นักศึกษา ผู้ประกอบการ จนกว่าผู้วิจัยจะพบข้อมูลอิ่มตัวและได้รับข้อมูลมากเพียงพอสำหรับการตอบคำถามวิจัย

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมแวดล้อมกับพฤติกรรม的开รับสื่อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 8 คน ผู้วิจัยสามารถจำแนกปัจจัยทางสังคมแวดล้อมจากการศึกษาได้ดังนี้) ปัจจัยด้านเพศ ได้แก่ เพศหญิง จำนวน 4 คน เพศชาย จำนวน 3 คน และเพศอื่น ๆ จำนวน 1 คน 2) ปัจจัยด้านอายุ ได้แก่ ช่วงอายุ 21-25 ปี จำนวน 3 คน อายุ 36-40 ปี จำนวน 1 คน อายุ 41-45 ปี จำนวน 1 คน อายุ 46-50 ปี จำนวน 1 คน อายุ 56-60 ปี จำนวน 1 คน และอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 1 คน 3) ปัจจัยด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษา จำนวน 2 คน ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 2 คน ระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน และในระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน 4) ปัจจัยด้านการประกอบอาชีพ กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพ ผู้ช่วยสัตวแพทย์ จำนวน 1 คน พนักงานขาย จำนวน 1 คน นักศึกษา จำนวน 1 คน ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 1 คน เกษตรกร จำนวน 1 คน รับราชการ จำนวน 1 คน รับจ้างรายวัน จำนวน 1 คน แรงงานอพยพข้ามชาติ จำนวน 1 คน และ 5) ปัจจัยด้านรายได้ กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 1 คน ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 5 คน และมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 1 คน

ผลการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 8 คน พบปัจจัยทางสังคมแวดล้อมด้านการประกอบอาชีพและปัจจัยด้านรายได้ที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 คน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อต่างจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ไม่ได้รับผลกระทบด้านรายได้จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) กลุ่มตัวอย่างตกอยู่ในสภาวะความตึงเครียดจากการประกอบอาชีพและรายได้ที่ลดลงจะไม่เปิดรับสื่อหรือเปิดรับสื่อน้อยกว่าสถานการณ์ปกติ เพราะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา (Covid-19) เป็นตัวกระตุ้นทำให้กลุ่มตัวอย่างเป็นกังวลในสถานการณ์ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ดังบทสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ช่วงล็อกดาวน์ถูกให้สั่งปิดร้านทำผมเราก็กระทบเต็ม ๆ เลย ตอนนั้นเครียดมาก เครียดเลย เพราะไม่มีรายได้ เครียดค่าเช่าบ้าน เครียดค่ากินอยู่ เข้าใจเลยว่าคนที่จะฆ่าตัวตายเป็นอย่างไร ช่วงโควิดเปิดรับสื่อไม่ค่อยมากเท่าไร อย่างโทรทัศน์นี่ไม่เปิดเลยเพราะกลัวเครียด ไม่ได้รอกเลยว่าจะต้องเปิดดูยอดคนติดเชื้อ เพราะไม่อยากจะรู้มาก ไม่อยากจะเครียดมาก เพราะถ้ารู้เราก็จะเป็นกังวล ช่วงปิดร้านก็คลายเครียดด้วยการดูบ้าน ทำความสะอาดบ้าน ซักดูจนกระเบื้องขาวสะอาด จนไม่รู้จะทำอะไรแล้ว” (คุณจุ๊บ เจ้าของร้านเสริมสวย, การสัมภาษณ์, วันที่ 21 พ.ค. 2563)

“เราไม่หมกมุ่นกับสื่อมาก เพราะหมกมุ่นกับสื่อมากเกินไปก็เครียด เราไม่รับข่าวดีกว่า เพราะข่าวที่ออกมาอย่างประเทศไทยตอนแรก ๆ ไทยอันดับ 2 รองจากจีน เพราะจีนมาเที่ยวเป็นอันดับ 1 ของโลก เพราะคนจีนเข้ามาเยอะ คนไทยก็ติดเยอะ เพราะตอนนั้นเรายังไม่ปิดประเทศ” (คุณอ๊อด ชำราชากร, การสัมภาษณ์, วันที่ 27 พ.ค. 2563)

ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและการเปิดรับข่าวสารของ Schramm (1973) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมของผู้รับสารที่ต่างกันในการเลือกรับสื่อเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน อีกทั้งแนวคิดตัวกำหนดสุขภาพเชิงสังคมของ สุกัญญา จงถาวรสถิตย์ (2556) ได้กล่าวถึงมุมมองทางสภาวะแวดล้อม (Material Circumstances) ได้แก่ ความสามารถทางการเงิน และสภาวะแวดล้อมทางจิตสังคม (Psychosocial Circumstances) ได้แก่ ความเครียดเรื่องความเป็นอยู่เป็นตัวกำหนดสุขภาพเชิงสังคมที่ไม่เป็นธรรม อีกทั้งจากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่าสภาวะแวดล้อมทางจิตสังคม (Psychosocial Circumstances) ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ความกังวลจากระดับการรับรู้ผ่านสื่อของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ซึ่งเป็นโรคระบาดชนิดใหม่ ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อแตกต่างกัน สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดการใช้สื่อของผู้รับสารเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ที่อาจเกิดจากอุปสรรคต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านอื่น ๆ อีกทั้ง ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยทางสังคมแวดล้อมที่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน แตกต่างกันได้แก่ 1) ปัจจัยด้านเพศ 2) ปัจจัยด้านอายุ และ 3) ปัจจัยด้านระดับการศึกษา จากตัวอย่างการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ช่วงโควิดเรารับสื่อมาก ๆ ดูโทรทัศน์ทุกวัน อยู่กลางทุ่งก็ต้องเปิดโทรทัศน์เปิดเฟสบุ๊ค ติดตามข่าว ดูแถลงข่าวว่าโควิดติดกี่คน มาจากไหน รู้จักสบค. หมอทวีศัลย์นี่ดูทุกวัน ข้อมูลที่ได้บางทีก็เหมือนเชียร์รัฐบาลพวกยอตัวเลขที่บอก เพราะเขาจะเปิดกี่คนก็ได้จะปิดกี่คนก็ได้” (คุณอรัญญ์ เกษตรกร, การสัมภาษณ์, วันที่ 29 พ.ค. 2563)

“มันก็จะมีส่วนว่าแบบช่วงหนึ่งที่เราดูข่าวทางโทรทัศน์แล้วเรารู้สึกว่าเหมือนจะป่วยหรืออะไรแบบนี้ ตรงนั้นมันทำให้เราสงสัยหรือว่าเป็น ก็จะค้นข้อมูลเลย ค้นจากกูเกิลเลยว่าอาการแบบนี้จะเป็นอย่างนั้นนะ ว่าใช่หรือเปล่า ถ้าใช่แล้วอย่างไรต่อ ไปโรงพยาบาลไหนบ้าง” (เฟิร์ท นักศึกษา, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“ช่วงโควิดเปิดรับสื่อมากขึ้นทั้งโทรทัศน์และในมือถือ ใช้เวลาในการติดตามข่าวมากขึ้น อย่างตอนเช้าไม่เคยเปิดโทรทัศน์ในช่วงลมมาจะเตรียมตัวไปทำงานเนี่ยก็จะเปิดโทรทัศน์ไว้เลย ฟังเสียงเขาก็ได้ อย่างช่วงกลางวันมาทำงานไม่มีโทรทัศน์ก็จะดูในโทรศัพท์” (ป้าตึก รับจ้างรายวัน, การสัมภาษณ์, วันที่ 20 พ.ค. 63)

“ช่วงที่กำลังหนักเราดูโทรทัศน์มากเลย ดูติดต่อกันเลย ประเทศนี้เป็น ๆ ตอนนั้น กำลังจะจับตาดูในโลกโซเชียลของเน็ตก็จับตาดูทุกวัน ก็กลัวว่าเราต้องป้องกันตัวเองให้ได้เพราะเราไม่รู้ว่าใครเป็น แต่ละคนที่เราไปเจอแต่เราก็ไม่รู้ว่าใครเป็น ก็เลยเป็นกังวลว่าตัวเองจะติดเชื้อมาแพร่ระบาดกับคนงานที่อยู่ด้วยกัน” (ช่างจันทร์ หัวหน้าคนงานก่อสร้าง (แรงงานอพยพข้ามชาติ), การสัมภาษณ์, วันที่ 22 พ.ค. 2563)

ซึ่งสอดคล้องกับ Henry (1995 อ้างถึงใน อารดา อินทรหะ, 2551) กล่าวว่า การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสของผู้บริโภคซึ่งได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน และการได้กลิ่นถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้า ทั้งนี้การเปิดรับต่อสิ่งเร้า นั้นไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นทุกครั้งที่ได้รับการกระตุ้น ความสนใจของผู้บริโภคหรือความเกี่ยวข้องของผู้บริโภคต่อสิ่งเร้า จึงสะท้อนให้เห็นระดับความสนใจที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งเร้าหรือสารนั้น ๆ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ถูกกระตุ้นภายใต้สิ่งเร้าเดียวกัน คือ การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่มีผู้เสียชีวิตทั่วโลกจำนวนกว่า 1,006,450 คน (“Coronavirus,” 2563)

จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ และปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ได้เป็นเป็นตัวแปรที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) เหมือนกัน ซึ่งยังสอดคล้องกับ Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker (1979) ได้อธิบายการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในด้านการเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้ และสนใจ ดังนั้นความต้องการทราบข้อมูลการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) จึงเป็นตัวแปรที่ไปกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับสื่อเหมือนกันแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ และปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal)

ผลการศึกษาการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในช่วงเดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2563 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นอันดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter), กูเกิล (Google), เว็บไซต์ (Website), ยูทูบ (Youtube) และไลน์ (Line) จำนวน 8 คน อันดับที่สอง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 6 คน และอันดับสุดท้าย ได้แก่ สื่อบุคคล จำนวน 3 คน และสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในชุมชน และเพลงรณรงค์ต่าง ๆ จำนวน 3 คน ตามลำดับจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 1 คนเปิดรับสื่อมากกว่าหนึ่งประเภท ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล

“ข้อมูลที่เราได้จากโทรศัพท์ส่วนมากเราเปิดรับแต่เฟซบุ๊กและยูทูบ แต่ข่าวก็มีไม่มากนักเพราะเราไม่ได้กดซ้ำ พอเราไม่ได้กดดูบ่อยมันก็ไม่เยอะ เนื้อหาที่เราชอบดูเราชอบดูเรื่องอื่นมากกว่าโควิด เพราะโควิดดูแล้วเครียด ใช้มือถือเยอะนะแต่เราใช้คุยกับฝรั่ง ใช้ดูทำมม ดูเศรษฐกิจ เพราะเรากำลังกังวลเรื่องเศรษฐกิจ รายการที่ดูเราฟังพอใจกับมันนะ ก็โอเคนะ เพราะดูเท่าที่อยากดู ช่วงโควิดเราป้องกันตัวเองคือเราไม่ออกไปไหนเลย ไม่กินน้ำเย็น พยายามกินแบบสมุนไพรไทย ๆ เรายังละ ข้อมูลพวกนี้เราได้มาจากเพื่อนบอก” (คุณจ๊อบ เจ้าของร้านเสริมสวย, การสัมภาษณ์, วันที่ 21 พ.ค. 2563)

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์

“ช่วงโควิดเรารับสื่อมาก ๆ ดูโทรทัศน์ทุกวัน อยู่กลางทุ่งก็ต้องเปิดโทรศัพท์เปิดเฟซดู เนื้อหาที่ดูก็ติดตามข่าว ดูแถลงข่าวว่าโควิดติดกี่คน มาจากไหน รู้จักศบค. หมอทวีศิลป์ี่ดูทุกวัน” (คุณธำรงค์ เกษตรกร, การสัมภาษณ์, วันที่ 29 พ.ค. 2563)

“ที่เปิดรับก็มีทั้งโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก เข้าทวิตก็ดูว่าติดกี่ราย เรามีความรู้วิธีการป้องกันตัวมาจากอินเทอร์เน็ต” (ป๊อป พนักงานบริษัทเอกชน (อยู่ในช่วงWFH), การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อเฉพาะกิจ

“เปิดรับสื่อปกติ เพราะปกติดูเฟซ ดูยูทูบแต่ยูทูบจะมีหมอบและผู้มีความรู้หลายท่านออกมาให้ความรู้เยอะเรื่องการป้องกันตัว เพราะชอบดูที่เป็นทางการมากกว่า แล้วยังเว็บไซต์หลักที่ดูทั่ว ๆ ไป ส่วนสื่ออื่น ๆ ป้ายไวนิลต่าง ๆ เข้าถึงประชาชนได้มากกว่า เพราะคนในพื้นที่จะมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำท้องถิ่นของตนเอง” (คุณอ๊อด ข้าราชการ, การสัมภาษณ์, วันที่ 27 พ.ค. 2563)

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล

“ช่วงโควิดป่าเปิดรับสื่อมากขึ้นทั้งโทรทัศน์และในมือถือ ใช้เวลาในการติดตามข่าวมากขึ้น อย่างตอนเช้าไม่เคยเปิดโทรทัศน์ในช่วงลงมาจะเตรียมตัวไปทำงานก็จะเปิดโทรทัศน์ไว้เลย ฟังเสียงเขา ช่วงกลางวันมาทำงานไม่มีโทรทัศน์ก็จะดูในโทรศัพท์ กลับบ้านก็คุยกับลูกสาวเพราะลูกสาวทำงานอยู่ที่โรงพยาบาลรามา” (ป้าตึก รับจ้างรายวัน, การสัมภาษณ์, วันที่ 20 พ.ค. 63)

“ทางบริษัทจะแจ้งจะชี้แจงให้ แล้วก็มีวิธีให้ป้องกันให้ทางบริษัทจะบอกมาให้เราป้องกันตัวเอง ช่วงที่กำลังหนักเราดูโทรทัศน์มากเลย ดูติดต่อกันเลย ในโลกโซเชียลของเน็ตก็จับตาดูทุกวัน ก็กลัวว่าเราต้องป้องกันตัวเอง” (ช่างจันทร์ หัวหน้าคนงานก่อสร้าง (แรงงานอพยพข้ามชาติ), การสัมภาษณ์, วันที่ 22 พ.ค. 2563)

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ สื่อเฉพาะกิจ

“อย่างเราดูโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้ส่วนมากใช้ทวิตเตอร์กับเฟซบุ๊ก ตรงนี้มีติดเชื้อใกล้เราหรือไม่ จังหวัดเราติดเชื้อเท่าไรเราจะสนใจมากกว่าเรื่องอื่น เคยเห็นสื่อเฉพาะกิจเป็นป้ายไวรัลของอบต.บอกวิธีป้องกันเรา ก็เชื่อและทำตาม คนในหมู่บ้านก็ทำตามกันหมดเลย” (เกด ผู้ช่วยสัตวแพทย์, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

จากผลการศึกษาผู้วิจัยพบเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อต่าง ๆ ในบริบทการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ระยะแรก (เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน) เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ การป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) อันดับรองลงมา ได้แก่ รายงานจำนวนผู้ติดเชื้อจากศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ เนื้อหาเพื่อความบันเทิง ดังบทสัมภาษณ์ข้างต้น

สอดคล้องกับ Atkin (1973 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2556) สรุปเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารว่า บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวาง และมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมาก คือ คนที่รู้ว่ามีข้อมูลประเภทไหนจะต้องหาจากแหล่งไหน สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหลายประเภท แต่เนื้อหาที่ยังอยู่ในบริบทของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) แสดงถึงความเท่าทันสภาวะแวดล้อมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างถึงแม้ว่าเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับอันดับสุดท้ายจะเป็นเนื้อหาเพื่อความบันเทิงก็ตาม แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้อธิบายปัจจัยด้านอุปสงค์ที่เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อของผู้รับสาร (Demand) หมายถึง สื่อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารได้ไม่ว่าจะเป็นความต้องการด้านข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ฯลฯ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารมาเลือกใช้สื่อ

อีกทั้งผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับเนื้อหาการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ผ่านสื่อหลายประเภททำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องการป้องกันตนเองเพิ่มมากขึ้น และนำไปสู่พฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ของกลุ่มตัวอย่าง ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรามีความรู้วิธีการป้องกันตัวมาจากอินเทอร์เน็ตทั้งเฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ ตามข่าวจากโทรทัศน์เขามีวิธีป้องกัน” (คุณป๊อป พนักงานบริษัทเอกชน (อยู่ในช่วงWFH), การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“เมื่อรับสารมาจากสื่อ เราทำตามทั้งหมดเลย ไม่ว่าจะเป็นเฟซหรือข่าวโทรทัศน์ เราทำตามทุกขั้นตอนที่เราได้รับข้อมูลมาทั้งหมดเราไม่ได้ตีความใหม่ แต่เราถ่ายทอดสารให้คนในครอบครัว” (คุณเกด ผู้ช่วยสัตวแพทย์, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“เรารู้จากข่าวโทรทัศน์และเฟซบุ๊กตั้งแต่มันเป็นโคโรนาแล้วเวลาผ่านไปเท่าไรมันก็เหมือนเดิม วิธีการปฏิบัติมันก็เหมือนเดิม คือใส่แมส ล้างมือ เว้นระยะห่าง พอเรารู้ว่าต้องป้องกันอย่างไรเราก็

ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม” (คุณเฟิร์ท นักศึกษา, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“หลังจากเรารับสื่อแล้วเราจะมีรู้เพิ่มขึ้นอีกระดับหนึ่ง อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มความรู้ให้เรา มากกว่าโทรทัศน์จากยูทูบ เฟซ ทุกอย่างเจอก็ไล่ไปดู บางทีเราติดตามเขาไว้มันก็จะขึ้นมา” (คุณธำรงค์ เกษตรกร, การสัมภาษณ์, วันที่ 29 พ.ค. 2563)

“พฤติกรรมออกนอกบ้าน ทุกกิจกรรมเราต้องใส่หน้ากากอนามัยและล้างมือบ่อยๆ และต้องพกเจลทำความสะอาดด้วย พยายามไม่สัมผัสในส่วนสิ่งที่สัมผัสพวกรวบันได ลูกบิดประตู หลีกเลี้ยงไม่สัมผัส ล้างมือบ่อยมาก เรื่องพวกนี้เราได้มาจากในยูทูบที่ฟังอยู่ก็มีหมอมารให้ความรู้ทุกวัน หรือเฟซบุ๊กกระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมการแพทย์ ที่เป็นสื่อหลักพวกนี้เขาก็จะให้เป็นอินโฟกราฟิกในการปฏิบัติตัวต่าง ๆ ภาพเหล่านี้ค่อนข้างชัดเจน” (คุณอ๊อด ข้าราชการ, การสัมภาษณ์, วันที่ 27 พ.ค. 2563)

“พฤติกรรมเราเปลี่ยนไปจากการรับสื่อนะ อย่างเราก็ระวังตัวมากขึ้นหลังจากดูโทรทัศน์หรือเฟซ ไลน์ หรือบางครั้งลูกสาวก็จะบอกอย่างวันนี้แดดเยอะเราก็ระวัง ทุกวันนี้ก่อนออกจากบ้านก็ต้องใส่หน้ากากอนามัย มีแอลกอฮอล์ติดตัว อย่างนั่งรถสองแถวมาทำงานก็ใส่หน้ากาก แล้วพอลงจากรถก็จะรีบเอาแอลกอฮอล์ล้างมือ” (ป้าตึก รับจ้างรายวัน, การสัมภาษณ์, วันที่ 20 พ.ค. 63)

“ข้อมูลที่เราได้รับมาเรื่องการป้องกันตัวเรารู้มาจากคนอื่นก็คือเพื่อน ลูกค้าที่มาทำนม ก็คือมาพูดคุยกันตั้งแต่ก่อนถูกสั่งปิดร้าน” (คุณจ๊อบ เจ้าของร้านเสริมสวย, การสัมภาษณ์, วันที่ 21 พ.ค. 2563)

“เราก็ต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกัน เพราะถ้าเราเป็นเราไม่ได้เป็นคนเดียว ทั้งหมดก็ติดแล้ว ถ้าคนข้างนอกมาแพร่แล้วเราก็ตัดกันทั้งหมด ข้อมูลที่ได้มาจากโทรศัพท์ โทรศัพท์มาจากการพูดคุยของผู้ใหญ่บอกมา” (ช่างจันทร์ หัวหน้าคนงานก่อสร้าง (แรงงานอพยพข้ามชาติ), การสัมภาษณ์, วันที่ 22 พ.ค. 2563)

ซึ่งสอดคล้องกับกิติมา สุรสนธิ (2533, อ้างถึงใน กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา, 2557) ได้กล่าวถึงการเปิดรับสื่อว่า บุคคลที่มีการเปิดรับสื่อมากย่อมเป็นคนที่มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เป็นอย่างดี เพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับมีความทันสมัยรู้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) สอดคล้องกับ Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker (1979) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลประกอบด้วย การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) เมื่อต้องการและบุคคลเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) เพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้และสนใจ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างก็จะสนใจข้อมูลข่าวสารนั้นผ่านการดู การฟัง หรือการอ่านเป็นพิเศษ ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) เป็นพฤติกรรมการป้องกันโรค และดูแลสุขภาพของตนเองหรือสมาชิกในครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการศึกษาสุขภาพของ Fry (1980) กล่าวว่า การดูแลสุขภาพตนเอง ประกอบด้วย การรักษาสุขภาพ และการป้องกันโรค การวินิจฉัยโรคด้วยตนเอง การเฝ้าระวังตนเอง และการรักษาด้วยตนเอง รวมทั้งให้ความร่วมมือในการรักษาพยาบาล จากที่กลุ่มตัวอย่างได้นำความรู้จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ และนำชุดความรู้หรือข้อมูลที่ได้รับนั้นมาปรับใช้กับตนเอง และสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับ Steiger and Lipson (1985) กล่าวว่า การดูแลตนเองเป็นกิจกรรมที่เริ่มกระทำโดยบุคคล ครอบครัว ชุมชน เพื่อให้บรรลุหรือคงไว้ซึ่งสภาวะสุขภาพให้ดีที่สุด สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่เกิดพฤติกรรมปกติใหม่ไม่ว่าจะเป็นสวมหน้ากากอนามัย การพกแอลกอฮอล์เจล การล้างมือบ่อย ๆ

การเว้นการออกนอกบ้าน หรือการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เพื่อคงไว้ซึ่งการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนัช โสมนรินทร์ (2556) เรื่องการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติในการป้องกันโรคไข้เลือดออกมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับ

ความรู้ ความรู้มีความสัมพันธ์กับทศนคติ ทศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตนเรื่องการป้องกันไข้เลือดออก

ส่วนที่3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับเนื้อหาประเภทการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) มากที่สุดและเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นอันดับแรก แต่เมื่อผู้วิจัยศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับกลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคลเท่า ๆ กัน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 4 คน ได้แก่

“ถามว่าเชื่อสื่อไหนมากที่สุดก็น่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์เพราะจากเฟซบุ๊กมันแตกต่างกันที่วิธีเล่าแล้วแต่เพจไหนใครจะเล่าอย่างไร” (เฟิร์ท นักศึกษา, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“สื่อที่น่าเชื่อถือคือโทรทัศน์เป็นข่าวที่มีนักข่าวไปคัดกรองจากหน่วยงานรัฐอย่างโรงพยาบาลเพื่อดูจำนวนผู้ติดเชื้ออะไรแบบนี้ นักข่าวแบบว่าคัดกรองมาอีกที” (ปิ๊ปป พนักงานบริษัทเอกชน (อยู่ในช่วงWFH), การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“สื่อที่น่าเชื่อถืออย่างโทรทัศน์น่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะอย่างนักข่าวดูเป็นทางการ เพราะอย่างอินเทอร์เน็ตบางเพจบางเว็บอาจจะมีหลอกมาบ้าง ดูไม่น่าเชื่อถือ” (เกด ผู้ช่วยสัตวแพทย์, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“ข้อมูลที่เราได้เราเปิดจากของไทย มีประโยชน์เพราะเขาจะบอกวิธีป้องกัน ให้เตรียมตัวก่อนก็มีบอกที่เวลาฉุกเฉินเขาก็จะมีการบอกมาเลย แนะนำมาให้หมดทุกอย่าง ผมว่ารายโทรทัศน์ดีกว่าอินเทอร์เน็ตมันน่าเชื่อมากกว่า” (ช่างจันทร์ หัวหน้าคนงานก่อสร้างชาวกัมพูชา (แรงงานอพยพข้ามชาติ), การสัมภาษณ์, วันที่ 22 พ.ค. 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่เชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล จำนวน 4 คน ได้แก่

“ส่วนตัวก็สับสนนะว่าสื่อแบบไหนเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือ แต่ว่าชาวบ้านส่วนใหญ่เขาจะฟังผู้นำอย่างผู้ใหญ่บ้าน อบต.บ้าง เสียงตามสายไป บางทีเขาก็เอาข้อมูลในโทรทัศน์มาประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้าน เอามาถ่ายทอดอีกทีก็จะเข้าใจง่ายกว่าในโทรทัศน์ อย่างคนแก่ที่เขาไม่เข้าใจว่ามันติดยังงัย อะไรอย่างงี้” (คุณอัคร์ เกษตรกร, การสัมภาษณ์, วันที่ 29 พ.ค. 2563)

“ส่วนตัวคิดว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องของโรคเราต้องฟังจากคุณหมอมันถึงน่าเชื่อถือที่สุด แต่โทรทัศน์หลายช่องก็ไปสัมภาษณ์คุณหมอ ที่มีความรู้เรื่องระบาดวิทยาที่ดี หรือในยูทูบที่ฟังอยู่ก็มีหมอมานำเสนอความรู้ทุกวัน” (คุณอ้อ๊ด ข้าราชการ, การสัมภาษณ์, วันที่ 27 พ.ค. 2563)

“ป่าเชื่อตามที่โทรทัศน์ประกาศข้อมูลคนติดเชื้อนะ เพราะอย่างที่ป่าบอกส่วนมากป่าได้มาจากลูกสาว แต่ป่าเชื่อลูกสาวมากกว่า เพราะเขาอยู่ใกล้ซิดกว่า” (ป้าติ๊ก รับจ้างรายวัน, การสัมภาษณ์, วันที่ 20 พ.ค. 63)

“เคยดูศบค.อยู่เป็นบางวันเวลาเขาแถลงข่าว เราก็เชื่อข้อมูลที่เขาแถลงข่าวเพราะเขาดูว่าน่าเชื่อถือ เขาก็โอเคอยู่ ไม่ได้คิดว่าเขาหลอก เราเชื่อเพราะว่ามันดูเป็นทางการสุดแล้ว อย่างเพชบางทีมันก็มั่วเนอะ” (คุณจ๊อบ เจ้าของร้านเสริมสวย, การสัมภาษณ์, วันที่ 21 พ.ค. 2563)

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นอันดับแรก แต่กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคลเท่า ๆ กัน เนื่องมาจากกระบวนการส่งสารจากสื่อโทรทัศน์มีลักษณะเป็นทางการมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งข้อจำกัดด้านช่องทางการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มากกว่า สอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543) ได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication: CMC) ว่า ลักษณะการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ มีลักษณะที่แตกต่างจากสื่อมวลชน (Mass Communication) โดยผู้ส่งสาร (Sender) ในทางสื่อสารมวลชนผู้ส่งสารจะมีลักษณะเป็นทางการ ผู้ส่งสารเป็นมืออาชีพ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมักปฏิบัติตัวเป็นกลางในเรื่องที่นำเสนอ สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ส่งสารมีลักษณะไม่เป็นทางการ ผู้ส่งสารเป็นใครก็ได้ไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อมวลชนเท่านั้น ในส่วนของช่องทาง (Channel) ช่องทางในการสื่อสารมวลชน คือ วิทยุโทรทัศน์ ซึ่งผู้รับสารสามารถฟัง หรือดูได้เพียงอย่างเดียว และมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ และเวลาในการรับฟังหรือรับชม สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ช่องทางในการสื่อสารสามารถทำได้โดยไม่ข้อจำกัดเรื่องสถานที่ และเวลา ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิด ปิดรับสารในเวลาใด สถานที่ใดก็ได้

อีกทั้งผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพนภัทร ประทุมศรี และณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2550) ศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในจังหวัดสงขลา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการป้องกันโรคไข้เลือดออกมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของชยุตม์ เหมจักร (2544) ที่ศึกษาลักษณะของชาวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร พบว่า ในภาพรวมชาวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะของผู้สื่อข่าวและผู้รับสารสอดคล้องกันคือ 1) เป็นข่าวที่มีผลกระทบและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน 2) เสนอแต่ข้อเท็จจริงที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง 3) ต้องมีหลักฐานที่น่าเชื่อถือ 4) ข่าวมีความเป็นกลางและเป็นธรรม 5) มีข้อมูลครบถ้วนทั้งรอบและลึก 6) ต้องสันกระชับเข้าใจง่ายและน่าชวนติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ข้างต้นของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่กำหนดการใช้สื่อของผู้รับสารในด้านต้นกำเนิดและภาพลักษณ์ของสื่อแต่ละชนิด กล่าวคือสื่อแต่ละประเภทมีการกำหนดภาพลักษณ์ไว้ ทำให้การตัดสินใจใช้สื่อแต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเพราะว่า สื่อมวลชนมีภาพลักษณ์ในการทำหน้าที่เป็นสุนัขเฝ้าบ้าน (Watchdog) เป็นนายทวารข่าวสาร (gatekeeper) กลับกรองข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องที่เป็นประโยชน์แก่สังคม จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่มาจากสื่อโทรทัศน์น้อยกว่าสื่อมวลชนมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนดี ภูวทิศ (2560) ศึกษาผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อรายงานข่าวสาร พบว่า ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่ระบุความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง เพราะข้อมูลไม่ได้ผ่านการตรวจสอบจากกองบรรณาธิการข่าวทำให้ไม่สามารถนำข้อมูล ทั้งหมดไปใช้ได้ทันที จึงต้องตรวจสอบด้วยการส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ข่าวหรือวิเคราะห์ข้อมูลในออนไลน์ว่ามี บริบทแวดล้อมที่เป็นการสร้างข้อมูลขึ้นเอง ปัญหาการใช้ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร พบว่าข้อมูลมีความผิดพลาด ขาดความน่าเชื่อถือ สร้างความแตกตื่นเมื่อเกิดภาวะวิกฤต สร้างความแตกแยกใน สังคม และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและลิขสิทธิ์ ผู้สื่อข่าวต้องระมัดระวังถึงผลประโยชน์ที่แอบแฝงทางการเมือง ในรูปข่าวลวง ข่าวลือ และต้องใช้ดุลยพินิจเพื่อพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบและเที่ยงธรรม

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างเชื้อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนม คล้ายยา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “การเข้าถึง เข้าใจ ประเมิน และใช้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพ เพื่อการดูแลตนเองให้ปลอดภัยจากโรคติดต่ออุบัติใหม่ที่แพร่มาจากต่างประเทศของประชาชนในเขตเมือง” พบว่า การเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดต่ออุบัติใหม่ ๆ ของประชาชนมีการเข้าถึงผ่าน สื่อมวลชน สื่อบุคคล ได้แก่ อสม. แกนนำสุขภาพครอบครัว (กสค.) เพื่อนบ้าน อาสาสมัครต่างดาว สื่อรณรงค์เฉพาะกิจ สื่อท้องถิ่น สื่อชุมชน และสื่อออนไลน์ ประชาชนมีระดับความถี่การเปิดรับข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า โทรศัพท์คือสื่อที่เปิดรับด้วยความถี่ระดับบ่อย ๆ และสื่อที่เปิดรับระดับปานกลาง ได้แก่ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อน แพทย์ พยาบาล อสม. เคเบิลทีวี โรงพยาบาล วิทยุชุมชน เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (LINE) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ทั่วไป เว็บไซต์สุขภาพทั่วไป บ่ายไวนิล แผ่นพับ หอกระจายข่าว ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นของสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำชุมชนที่มีวิสัยทัศน์ในการถ่ายทอดเรื่องราวจากสื่อโทรทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์แก่สมาชิกในชุมชน อีกทั้งสื่อบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเป็นบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขจะได้รับความน่าเชื่อถือเท่ากับสื่อที่เป็นทางการอย่างสื่อโทรทัศน์ เนื่องมาจากบริบทการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่เป็นโรคระบาดใหม่ซึ่งประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการป้องกันโรค

อีกทั้งผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อจากการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ช่วงที่มีโควิดแรก ๆ เรากลัวไม่ออกไปไหนเลยพอลง ๆ เริ่มมีความรู้จากหมอที่เขาออกมาพูดในช่องของเขาเองในทวิตเตอร์และก็ในเฟซบุ๊กที่เขาแชร์ต่อ ๆ กันมา แต่ไม่ใช่ว่าเขาเห็นแล้วเราเชื่อเลยนะ เราก็ต้องเข้าไปดูในเพจของเขาก่อนว่าคนนี้เป็นหมอจริงหรือไม่” (เฟิร์ท นักศึกษา, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

“ป่าวว่าข้อมูลที่ได้นั้นก็เป็นความรู้อันหนึ่งนะ ถึงแม้ว่าจะจริงบ้างไม่จริงบ้างแต่เราก็ดูเอา อันไหนจริงอันไหนหลอกเราก็ตัดสินไม่ได้หรอกเรามองจากสิ่งแวดล้อม แล้วอีกอย่างป้าก็พูดง่าย ๆ ลูกสาวอยู่โรงพยาบาลข้อมูลทุกอย่างลูกสาวก็บอกมา แล้วป้าก็จะมาดูในข่าว ก็จะมาเปรียบเทียบกันป้าก็จะทำแบบนี้” (ป้าตึก รับจ้างรายวัน, การสัมภาษณ์, วันที่ 20 พ.ค. 63)

สอดคล้องกับ พรทิพย์ เย็นจะบก (2552) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึงการอ่านสื่อให้ออกเพื่อพัฒนาทักษะการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่า และเข้าใจผลกระทบของสื่อ รวมถึงความสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาศักยภาพทางการคิด เพื่อเป็นการป้องกันตนเองจากผลกระทบในด้านลบจากสื่อได้เป็นอย่างดี ซึ่งในขณะที่กลุ่มตัวอย่างตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ตนเปิดรับกลุ่มตัวอย่างก็ได้ทำการประเมินและวิเคราะห์สื่อเช่นกัน สอดคล้องกับ Livingstone (2004 อ้างถึงใน ศตพล เกิดอยู่, 2558) ได้สรุปองค์ประกอบที่จะเพิ่มทักษะการเท่าทันสื่อจากการประเมิน คือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงสื่อและวิเคราะห์สื่อแล้ว จะต้องมีการประเมินควบคู่ไป เพื่อทำการแยกแยะ และให้คุณค่ากับสิ่งที่เราเปิดรับว่าดีหรือไม่ดี สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากหรือน้อยเพียงใด หรือเกิดคุณค่าต่อจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือต่อสังคมหรือไม่ ซึ่งในการประเมินจะต้องใช้การตัดสินใจที่อาศัยประสบการณ์ ความรู้ และทักษะสูง เพื่อที่จะนำมาเป็นตัวรองรับเหตุและผลที่ได้ทำการประเมินไป ซึ่งการประเมินในแต่ละสาร แต่ละสื่อ ก็จะใช้แนวทางที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสาร และสื่อนั้น ๆ ในทางกลับกันผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนใช้การประเมินควบคู่ไปกับการเปิดรับสื่อและวิเคราะห์สื่อเกี่ยวกับการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อของภาครัฐ และการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา

(Covid-19) ผลที่ได้จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่างคือ ไม่แน่ใจในการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อ

ส่วนที่ 4 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อในบริบทการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในระยะเริ่มต้น (ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน 2563) ดังนี้

4.1) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มากที่สุด ในเนื้อหาประเภทให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันโรค และการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“หลังจากเรารับสื่อแล้วเราจะมีความรู้เพิ่มขึ้นอีกระดับหนึ่ง อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มความรู้ให้เรา มากกว่าโทรทัศน์ จากยูทูบ เฟซ ทุกอย่างเจอก็ไล่ไปดู บางที่เราติดตามเขาไว้มันก็จะขึ้นมา” (คุณธำรงค์ เกษตรกร, การสัมภาษณ์, วันที่ 29 พ.ค. 2563)

“จากเฟซที่เราดูพอเห็นข่าวเราก็ได้ความรู้เพิ่มมากขึ้นมีประโยชน์ เช่น เราจะมีตัวระวังตัวเพิ่มขึ้นว่า มันอันตรายจริง ๆ เช่น เฟสสิว หน้ากาก ล้างมือบ่อย ๆ อะไรอย่างนี้ เวลาจะออกจากบ้านก็ต้องเตรียมเจล หน้ากาก กลับมาถึงก็ต้องล้างมือ แล้วก็เราไม่ค่อยออกจากบ้าน เพราะกลัวติดโรค” (คุณจ๊อบ เจ้าของร้านเสริมสวย, การสัมภาษณ์, วันที่ 21 พ.ค. 2563)

“เฟซของเทศบาลประชาชนขึ้นชอบเพราะผู้นำท้องถิ่นออกมาพูดเรื่องการติดเชื้อในพื้นที่หรือการป้องกัน เพราะlive มันเข้าถึงง่ายและดูเป็นจริง” (คุณอ๊อด ชำราชากร, การสัมภาษณ์, วันที่ 27 พ.ค. 2563)

4.2) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหาประเภทให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันโรค และการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ข้อมูลที่เราได้เราเปิดจากช่องไทย มีประโยชน์เพราะเขาจะบอกวิธีป้องกัน ให้เตรียมตัวก่อนก็มีบอกที่ มาเวลาฉุกเฉินเขาก็จะมีการบอกมาเลย แนะนำมาให้หมดทุกอย่าง ผมว่ารายการโทรทัศน์ดีกว่าอินเทอร์เน็ต มันน่าเชื่อถือมากกว่า” (ช่างจันทร์ ห้วนหน้าคนงานก่อสร้างชาวกลุ่มภูเขา (แรงงานอพยพข้ามชาติ), การสัมภาษณ์, วันที่ 22 พ.ค. 2563)

4.3) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) ในเนื้อหาประเภท การติดตามข่าวยอดผู้ติดเชื้อ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ช่วงที่มีข่าวการแพร่ระบาดเราดูข่าวมากขึ้น ติดเลย แบบดูเลย ดูเพิ่มมากขึ้น อย่างเราดูโทรทัศน์ปกติ ถ้าอย่างเราดูช่อง 3 อย่างนี้พอข่าวมาเราก็ดูข่าวที่น่าสนใจ แต่พอตอนนี้ถ้าข่าวมาเราจะจ้องแล้วว่าวันนี้ ประเทศไทยมีติดกี่คน ต่างประเทศมีติดกี่คน ติดจากตรงไหนบ้าง จังหวัดไหนบ้างมากที่สุด การบอกยอด ผู้ติดเชื้อมีประโยชน์กับเรา เพราะถ้าเรารู้ว่าตรงนี้คนติดเยอะ เราก็จะหลีกเลี่ยงอะไรประมาณนี้ ช่วงที่ยอดเยอะเราก็จะระวังตัว สื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้ส่วนมากใช้ทวิตเตอร์ กับเฟซบุ๊ก 2 อย่างนี้ เราเชื่อว่า ชาวในอินเทอร์เน็ตที่เราเปิดรับเป็นข่าวจริงประมาณ 80 % แล้วก็มาดูโทรทัศน์ผสมด้วย ข้อมูลที่เราเปิดรับ มาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีประโยชน์แต่ไม่เท่าโทรทัศน์ เพราะเรายังเชื่อสื่อโทรทัศน์มากกว่า” (เกด ผู้ช่วยสัตวแพทย์, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

4.4) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และสื่อบุคคล ในเนื้อหาประเภทการติดตามข่าวยอดผู้ติดเชื้อ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ข้อมูลที่ได้จากสื่อที่เราเปิดรับก็พอใจมีประโยชน์นะ มันช่วยให้เรารู้มากขึ้นจากที่เราไม่เคยสนใจสื่อเราก็ดูสนใจมากขึ้น คือ เข้าไม่เคยดูโทรทัศน์ กลางวันไม่เคยเล่นโทรศัพท์ก็มาเล่นโทรศัพท์ติดตามข่าว ว่าช่วงนี้ 9 โมง 10 โมง ข่าวมันจะต้องออกมาว่าติดกี่คน ลดกี่คน ก็จะมาเปิดดูในโทรศัพท์ แล้วก็ถามลูกสาวอีกที” (ป้าตึก รับจ้างรายวัน, การสัมภาษณ์, วันที่ 20 พ.ค. 63)

4.5) กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับประโยชน์จากสื่อในเนื้อหาเกี่ยวกับการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เนื่องจากเนื้อหาดังกล่าวเป็นสารที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“หมอทวีศิลป์นี่ดูทุกวัน ข้อมูลที่ได้บางทีก็เหมือนเชียร์รัฐบาลพวกยอดตัวเลขที่บอก เพราะเขาจะเปิดก็คนก็ได้ จะปิดก็คนก็ได้” (คุณอรรถกร เกษตรกร, การสัมภาษณ์, วันที่ 29 พ.ค. 2563) “เราคิดว่ากรการรายงานตัวเลขผู้ติดเชื้อสำหรับตัวเราเองเราคิดว่ามันไม่ได้มีประโยชน์เท่าไร เพราะเราตระหนกอยู่แล้ว ไม่เกี่ยวกับยอด เพราะเรารู้ว่าโรคนี้มันเป็นแล้วมันตายง่าย มันติดกันง่าย คนในบ้านเรามันติดกันง่าย เราชู้กันทุกคนอยู่แล้วว่ามันติดกันอยู่แล้ว” (เฟิร์ท นักศึกษา, การสัมภาษณ์, วันที่ 19 พ.ค. 2563)

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด สอดคล้องกับสิริชัย วงษ์สารนิเทศศาสตร์ (2549) กล่าวว่า สื่อออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางใหม่ในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลในโลกปัจจุบัน ที่มีความโดดเด่นเป็นทั้งสื่อระหว่างบุคคล และสื่อมวลชนได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งโสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์ (2553) อธิบายว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อแสดงความคิดเห็นที่มีลักษณะในการสื่อสารหลายรูปแบบ คือ การสื่อสารลักษณะจากคนจำนวนมากไปสู่คนจำนวนมาก (Many-to-many) หรือจากคนคนเดียวไปสู่คนจำนวนมาก (One-to-many) หรือจากคนจำนวนมากไปสู่คนเดียว (Many-to-one) หรือจากคนเดียวไปสู่อีกคนเดียว (One-to-one) ลักษณะนี้เองทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทรงพลังมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับปวัตน์ เลหาหะวีร์ (2553) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งเรียกความสัมพันธ์ชนิดเครือข่าย พลังอำนาจของเครือข่ายสามารถแพร่กระจายข้อ-ความข่าวสารไปสู่หลาย ๆ เครือข่ายที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ที่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ และเวลา ผู้ใช้งานไม่สามารถเลือกเปิดรับสารในเวลาใด สถานที่ใดก็ได้ ซึ่งในปัจจุบันเราอยู่ในยุคความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) ได้เข้ามามีบทบาทกับผู้คนไม่ว่าในชีวิตประจำวัน การศึกษา หรือการประกอบอาชีพ จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) เมื่ออยู่นอกบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ซึ่งเป็นโรคระบาดใหม่ของมวลมนุษยชาติ สอดคล้องกับภควัต วัคศรี (2553, อ้างถึงใน สายทิพย์ วชิรพงศ์, 2557) กล่าวว่า บริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับบุคคลที่ต่างก็มีเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) ได้รับความนิยมใช้งานกันอย่างแพร่หลาย ยิ่งทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ขยายใหญ่ไปด้วย ในส่วนของเนื้อหาผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเนื้อหาประเภทให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันโรค และการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) รวมถึงการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อทั้งจากสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล สอดคล้องกับผลของการศึกษาของ Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker (1979) เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification) ได้ชี้ให้เห็นว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการรู้เหตุการณ์ และการสอดส่องหาข่าวสาร ในการเปิดรับสื่อเพื่อให้ทราบข่าวสารที่อาจมีผลเสียกับตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเพื่อทันต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ได้แก่ จำนวนผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) หรือด้านคำแนะนำเพื่อช่วยตัดสินใจ (Guidance or Decision) ในการปฏิบัติตัวอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในชีวิตประจำวัน แต่ในทางกลับกันผู้วิจัยพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่แน่ใจว่าได้ประโยชน์จากการรายงานข่าวจำนวนผู้ติดเชื้อจากสื่อมวลชน

ซึ่งสอดคล้องกับ John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein (1996) ได้แสดงความเห็นว่า การเลือกรับหรือเลือกใช้สื่อของบุคคลมีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐานมาจากประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล และเพื่อให้ข่าวสารมาเสริมความเด่นของตนเอง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป ผู้วิจัยสรุปประเด็นที่น่าสนใจจากกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 ส่วน เพื่อให้ผู้ที่สนใจนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อปรับปรุงและพัฒนา ดังนี้

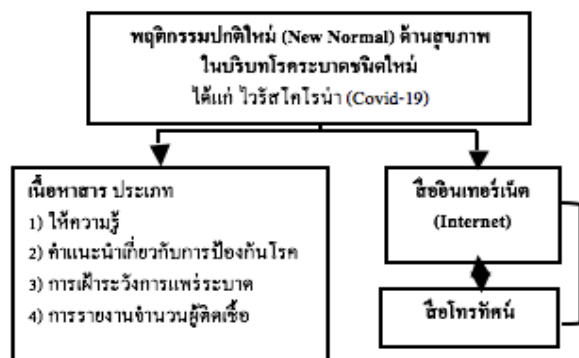
ส่วนที่ 1 จากผลการศึกษาการเปิดรับสื่อในบริบทของโรคระบาดชนิดใหม่อย่างไวรัสโคโรนา (Covid-19) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการประกอบอาชีพและปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกันทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างกัน ในกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลงจะเลือกไม่เปิดรับสื่อเนื่องจากการเปิดรับสื่อมีผลกระทบต่อสถานะทางจิต เช่น ความวิตกกังวลปัญหาทางการเงินเศรษฐกิจความเครียด รวมถึงสภาวะอยากฆ่าตัวตาย

ส่วนที่ 2 จากผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในช่วงเดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.2563 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มากที่สุด เปิดรับสื่อโทรทัศน์รองลงมา และอันดับสุดท้าย ได้แก่ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ อีกทั้งจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 1 คนเปิดรับสื่อมากกว่าหนึ่งประเภท เมื่อผู้วิจัยศึกษาเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อต่าง ๆ ในบริบทการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ระยะแรก (เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน) เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ การป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) อันดับรองลงมา ได้แก่ รายงานจำนวนผู้ติดเชื้อจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ เนื้อหาเพื่อความบันเทิง ซึ่งผลการศึกษาพบอีกว่า การเปิดรับเนื้อหาการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ผ่านสื่อหลายประเภททำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องการป้องกันตนเองเพิ่มมากขึ้น และนำไปสู่พฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 จากผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เห็นได้ว่าสื่อโทรทัศน์ก็ยังเป็นสื่อหลักที่ประชาชนให้ความเชื่อถืออยู่ รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 4 จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มากที่สุด ในเนื้อหาประเภทให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันโรค และการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ ในเนื้อหาประเภทให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันโรค และการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในอันดับที่สอง กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) ในเนื้อหาประเภทการติดตามข่าวยอดผู้ติดเชื้อในอันดับที่สาม และกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และสื่อบุคคล ในเนื้อหาประเภทการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อเป็นอันดับสุดท้าย อีกทั้งจากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่ได้รับประโยชน์จากสื่อในเนื้อหาเกี่ยวกับการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เนื่องจากเนื้อหาดังกล่าวเป็นสารที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ

จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้ข้อค้นพบในงานวิจัย ได้แก่ การเลือกใช้สื่อและเนื้อหาที่สามารถส่งผลให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ด้านสุขภาพ ในบริบทของโรคระบาดชนิดใหม่ที่มวลมนุษยชาติทั่วทุกมุมโลกต่างเผชิญร่วมกันอย่างกรณีของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ดังแผนภาพที่ 2 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2 กระบวนการเลือกใช้สื่อและเนื้อหา
ที่มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ด้านสุขภาพ

กรณีโรคระบาดชนิดใหม่อย่างไวรัสโคโรนา (Covid-19) เป็นปรากฏการณ์การแพร่ระบาดที่ขยายวงกว้างทั่วโลก ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่ต้องใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนเกิดความร่วมมือในการปรับพฤติกรรมปกติใหม่ (New Normal) ด้านสุขภาพ จะต้องเลือกใช้เนื้อหาสาระประเภท 1) ให้ความรู้ 2) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันโรค 3) การรายงานสถานการณ์การเฝ้าระวังการแพร่ระบาด และ 4) การรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อ โดยใช้ทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์ควบคู่กันไปเนื่องจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดแต่เชื่อถือข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต ทางภาครัฐควรใช้ความน่าเชื่อถือของสื่อโทรทัศน์ในการสื่อสารกับภาคประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง อีกทั้งภาครัฐไม่ควรละเลยสื่ออินเทอร์เน็ตอย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) เนื่องจากภาคประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากสื่อดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นภาครัฐควรจัดทำเนื้อหาจากส่วนกลางที่สามารถกระจายไปยังสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เป็นการให้ชุดข้อมูลในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ภาคประชาชนเข้าถึงและได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และรู้สึกใกล้ชิดกับหน่วยงานจากภาครัฐ รวมถึงเป็นการป้องกันข่าวลวง (Fake News) ได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารั้ดต่อไปในอนาคตควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เนื่องจากสามารถทดสอบกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่และสามารถศึกษาได้ในวงกว้างหลายพื้นที่ อีกทั้งยังสามารถใช้หลักสถิติมาสนับสนุนผลการวิเคราะห์ได้

การศึกษารั้ดต่อไปควรศึกษาการสื่อสารในสภาวะระบาศติทยาอุบัติใหม่ผ่านการตีตราในสังคมใน

วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2564)

กลุ่มประชาชนที่มีความแตกต่างกัน เช่น ประชาชนในเขตเมือง ชนบท กลุ่มชาติพันธุ์ หรือแม้แต่กลุ่มแรงงานอพยพข้ามชาติ เพื่อหน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นนโยบายด้านการสื่อสารสาธารณะได้

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่น เพรส โพรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2543). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่น เพรส โพรดักส์.
- กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษากรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2557). *ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร*. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2563,แหล่งที่มา http://www.hed.go.th/frontend/theme/content_data_list.php?ID_Menu=3825
- เกด. ผู้ช่วยสัตวแพทย์ ถวิลสัตวแพทย์. (วันที่ 19 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- จันทร์. หัวหน้าคนงานก่อสร้าง แรงงานอพยพข้ามชาติ. (วันที่ 22 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- จิป. เจ้าของร้านเสริมสวย จิปชาลอน. (วันที่ 21 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- ชยุตม์ เหมจักร. (2544). *ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ติก. แม่บ้านรับจ้างรายวัน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. (วันที่ 20 พ.ค. 63). การสัมภาษณ์.
- ธำรงค์. เกษตรกร ชาวนาอำเภอคลองหลวง. (วันที่ 29 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- นันทน์ช โสมรินทร์. (2556). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติในการป้องกันโรคไข้เลือดออกของ ประชาชนในจังหวัดนนทบุรี* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ประชาธิปไตย กะทา และสิทธิโชค ชาวไร่เงิน. (2561). *ระบาควิทยาวัฒนธรรม*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์สุชาลา.
- ปวีตน์ เลานะวีร์. (2554). *ชนะคู่แข่งด้วยการตลาดกับfacebook + Twitter Marketing*. กรุงเทพฯ: วิดีตี้ กู๊ป.
- ป๊อป. พนักงานบริษัทเอกชน บริษัทโฮมโปร รังสิต. (วันที่ 19 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- พนม คลีฉายา. (2561). *การเข้าถึง เข้าใจ ประเมิน และใช้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพเพื่อการดูแลตนเองให้ปลอดภัยจากโรคติดต่ออุบัติใหม่ที่แพร่มาจากต่างประเทศของประชาชนในเขตเมือง(รายงานวิจัย)* สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.), นนทบุรี. สืบค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563, แหล่งที่มา <https://kb.hsri.or.th/dspace/bitstream/handle/11228/4899/hs2423.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2559). *วัฒนธรรมกับสุขภาพ* (เอกสารประกอบการบรรยาย). สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563,แหล่งที่มา <http://www.socsi.nu.ac.th/wp-content/uploads/2015/09/CultureAndHealth.pdf>.
- พรอนภัทร ประทุมศรี และณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2550). *พฤติกรรม的开รับสื่อและความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในจังหวัดสงขลา*.

- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). *ถอดรหัส ลับความคิด เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- เพิร์ท. นักศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. (วันที่ 19 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2560). ศึกษาผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารศรีนครินทร์ทิวไรน์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(17), 135-144.
- วีรยา อักกะโชติกุล. (2552). *บทบาทสื่อบุคคลในการส่งเสริมการรับรู้องค์การนวัตกรรม* (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศตพล เกิดอยู่. (2558). *ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์* (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด-19 (ศบค.) (n.d.) Timeline (Facebook page). สืบค้นเมื่อ มีนาคม 30, 2563, แหล่งที่มา <https://www.facebook.com/informationcovid19/photo/a.106142991004034/121129606172039>
- สถานการณ์ร้อน. (2563, 23 มีนาคม). *เดลินิวส์*, น. 3 (บน).
- สายทิพย์ วรพิงค์. (2557). *การเปิดรับ การรับรู้ และทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์จากข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในทีวีเตอร์* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุกัญญา จงถาวรสถิตย์. (2556). ระบาดวิทยาสังคมในงานวิจัยทางสาธารณสุข. *วารสารสาธารณสุขศาสตร์*, 44(1), 93-105.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริชัย วงษ์สาริตศาสตร์. (2549). ช่องทางใหม่ในการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย. *วารสารรวมคำแห่ง*, 23(1), 43-69.
- โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์. 2553. *ตรรกวิทยาสัญลักษณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุงใหม่). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อารดา อินทรหะ. (2551). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมใช้สิทธิของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อ้อด. ข้าราชการ เทศบาลเมืองท่าโขลง. (วันที่ 27 พ.ค. 2563). การสัมภาษณ์.
- C.Y Fry. (1980). *Aging in Culture and Society*. Brooklyn, N: Bergin.
- Choi, Hyeon Cheol. and Samuel L' Becker. (1987). *Media Use Issue / Image Discriminations and Voting Communication Research*. n.p.
- Coronavirus. (2020). Retrieved September 29, 2020, from <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- Farmer, Paul. (1996). Social Inequalities and Emerging Infectious Diseases. *Emerging infectious diseases*, 2 (4), 259-269.
- John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein. (1971). *Media Message and Men*. New York: Longman.

- McCombs, Maxwell E.; & Becker, Lee B. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Schramm, Wilbur. (1973). *Channels and Audiences in Handbook of Communication*. Chicago : Rand McNelly Colledge.
- Steiger, N. J. (1985). *Self Care Nursing Theory And Practice*. Maryland: Prentice Hall.