

การมีส่วนร่วมของประชาชนจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคม ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาด ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย

วันที่รับบทความ: 10 มกราคม 2566 / วันที่แก้ไขบทความ: 19 มีนาคม 2566/ วันที่ตอบรับบทความ: 28 ธันวาคม 2566

วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์

บทคัดย่อ

ก การวิจัยนี้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่าง การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า การพึ่งพาสื่อสังคม การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และ การมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคม ๆ มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อ (ก) การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค ในระดับต่ำ (ข) การมีสุขภาพจิตที่ดี ในระดับปานกลาง และ (ค) การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม ในระดับต่ำ ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ ร่วมกับการวิเคราะห์ สังเคราะห์ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยนี้ได้นำเสนอแนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม ๆ รวมทั้งสิ้น 12 แนวทางหลัก ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในการใช้สื่อสังคมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในภาวะวิกฤตสุขภาพ ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคม, สื่อสังคม, องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย, ภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19, จังหวัดภูเก็ต

วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์ (น.ศ.ด. นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557) Email: junprasit@yahoo.com ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ประจำปีงบประมาณ 2565

Public Engagement Through Mass Communication Organizations' Social Media in Thailand During Covid-19 Pandemic: Case Study Phuket Province

Received: January 10, 2023 / Received in revised form: March 19, 2023 / Accepted: December 28, 2023

Wasan Janprasit

Abstract

This research emphasized on public engagement through mass communication organizations' social media in Thailand during Covid-19 pandemic which case study was Phuket province. Mixed methods of quantitative and qualitative researches were exploited in this research. Research results showed that social media dependency, perceived credibility of social media, and social media community identification, all these three independent variables, had directly positive influenced on public engagement through mass communication organizations' social media in Thailand during Covid-19 pandemic in Phuket. Additionally, public engagement through mass communication organizations' social media had directly positive influenced on (a) perceived risk at low level, (b) psychological wellness at moderate level, and (c) social cooperation at low level. Moreover, according to quantitative research results combined with analysis and synthesis of review literature and qualitative research results, this research proposed 12 main guidelines on how to create and maintain public engagement through mass communication organizations' social media in Thailand during Covid-19 pandemic in Phuket province. The research results will be beneficial for those related organizations especially mass media organizations in Thailand by enhancing their maximum efficiency usage of social media in health crisis by promoting public engagement via social media.

Keywords: Social Media Engagement, Social Media, Mass Communication Organizations in Thailand, Covid-19 Pandemic, Phuket

Wasan Janprasit (Ph.D., Communication Arts, Chulalongkorn University, 2014) E-mail junprasit@yahoo.com. Current position: Assistant Professor of Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Thailand.

This research article was based on research project titled "Public engagement through mass communication organizations' social media in Thailand during Covid-19 pandemic: Case study Phuket province" which was financial support by Phuket Rajabhat University for the 2022 fiscal year.

ที่มาและความสำคัญ

จากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่เริ่มต้นมาจากประเทศจีน ได้ขยายสู่ประเทศอื่น ๆ และลูกกลมไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว (Karasneh et al., 2020) ส่งผลให้องค์การอนามัยโลกต้องประกาศภาวะฉุกเฉินด้านสุขภาพ เมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 และประกาศให้โรคดังกล่าวนี้เป็นโรคระบาดระดับโลก (Global pandemic) (Van Bavel et al., 2020)

ในบริบทของประเทศไทย มีการแพร่กระจายเชื้อครั้งใหญ่ (Super spreader) ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ที่สนามมวยลุมพินี กรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความบกพร่องในการควบคุมโรค (ทวีศักดิ์ เกิดโสภา, 2563) ในส่วนของจังหวัดภูเก็ต ถือว่าเป็นพื้นที่เสี่ยงของโรคระบาด เพราะในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2563 ภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีผู้ติดเชื้อเป็นจำนวนมากอยู่เป็นอันดับต้นของประเทศ ดังข้อมูลจากศูนย์บริหารสถานการณ์ฉุกเฉินโควิด-19 (ศบค.) เมื่อวันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2563 รายงานว่า ภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีอัตราการป่วยด้วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ต่อแสนประชากรสูงสุดในประเทศ คือ 41.61 คน หมายความว่าในประชากร 1 แสนคน พบผู้ป่วย 41.61 คน อันดับสองคือ กรุงเทพมหานคร 22.57 คน (พวงชมพู ประเสริฐ, 2563) และเมื่อมีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ระลอกใหม่ในประเทศไทยที่มีจุดเริ่มต้นจากจังหวัดสมุทรสาคร เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ทำให้ประเทศไทยมียอดผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นเป็นจำนวนมากอีกครั้ง (อัปเดตสถานการณ์ 'โควิด-19' วันที่ 8 มกราคม 2564, 2564)

ขอบเขตผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เห็นได้จากการเผยแพร่ โหลดเวียนข้อมูลปริมาณมหาศาลเกี่ยวกับโรคจากการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนผ่านทางช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง มีการรายงานการแถลงข่าวของผู้นำประเทศ รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุข บุคลากรทางการแพทย์ คณะทำงานในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 สุนทร

พจน์ของผู้นำประเทศผู้นำทางศาสนาทางสื่อมวลชน การวิเคราะห์ข่าวโดยผู้เชี่ยวชาญ การอภิปรายแสดงความคิดเห็น และการโพสต์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคม อันเป็นปรากฏการณ์การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและความคิดเห็นเกี่ยวกับโรคระบาดจำนวนมากอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (Ellis, 2020; Van Bavel et al., 2020)

ในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ประชาชนต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน เป็นความจริง เป็นข้อมูลที่มีหลักฐานในเชิงวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้ ดังคำกล่าวของบรรณาธิการวารสารทางการแพทย์ Lancet เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2020 ที่ว่า "แม้ยังไม่มีหนทางที่จะป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่ขยายวงกว้างไปทั่วโลกในช่วงเวลานี้ แต่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเป็นสิ่งที่จะช่วยป้องกันการตื่นตระหนกของคนในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ" ดังนั้นจึงเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของผู้บริหารประเทศ บุคลากรทางการแพทย์ และสื่อมวลชนที่ต้องสื่อสารให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้ประชาชนได้รับรู้ รวมถึงมาตรการที่จะนำมาใช้ในช่วงการระบาดของโรคในระยะต่าง ๆ โดยเฉพาะมาตรการเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคมเพื่อชะลอ ยับยั้งการระบาด ลดจำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต ทั้งนี้ ในภาวะที่เกือบจะเป็นสถานการณ์ความสับสนอลหม่านของการแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับโรคระบาดโควิด - 19 ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมช่วยปรับปรุงแก้ไขการไหลของกระแสข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ให้มีความถูกต้องได้ (Finset et al., 2020)

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public engagement) ในช่วงเวลาวิกฤตมีความสำคัญมากต่อการสร้างความเข้าใจ และรับทราบลำดับความสำคัญของเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ประชาชนเข้าใจการทำงานของรัฐบาลและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อการแก้ปัญหาในภาวะวิกฤต ช่วยลดความตื่นตระหนกกลัว ความรู้สึกสับสนของมวลชน และมีส่วนช่วยในการดำเนินงานแก้ไขปัญหาของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน

และเป็นประโยชน์ต่อการปรับตัวในภาวะวิกฤต (Chatfield & Reddick, 2018; del Mar Gálvez-Rodríguez et al., 2019; Graham et al., 2015; Stark & Taylor, 2014)

สื่อสังคม โดยเฉพาะเว็บไซต์เครือข่ายสื่อสังคม (Social networking sites: SNS) เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น เช่น ยูทูป อินสตาแกรม และ ไมโครบล็อกกิง (Micro-blogging) เช่น ทวิตเตอร์ ดิกต็อก เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเปิดกว้างต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน เป็นสื่อที่ผู้ส่งสาร รัฐบาล สื่อมวลชน ประชาชน ตลอดจนผู้รับสารด้วยกันสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องจำนวนผู้รับสารและช่วงเวลาในการสื่อสาร อันเป็นการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อองค์กรและประเด็นสาธารณะต่าง ๆ (Bonsón et al., 2019)

ในภาวะวิกฤตนั้น ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริง มีความน่าเชื่อถือ ทั้งในแง่ความน่าเชื่อถือของสื่อ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร และความน่าเชื่อถือของสาร (Finset et al., 2020; Metzger et al., 2003) รวมถึงการสื่อสารอย่างมีจรรยาบรรณวิชาชีพ เป็นสิ่งสำคัญมากในภาวะวิกฤต ดังนั้น สื่อสังคมขององค์กรสื่อสารมวลชน เช่น สถานีโทรทัศน์ สำนักข่าวต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์กรวิชาชีพ มีกระบวนการคัดกรอง ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนเผยแพร่สู่สาธารณชนตามมาตรฐานวิชาชีพ จึงมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจเป็นที่พึ่งพาได้ของประชาชนในภาวะวิกฤต

จากข้อมูลของบริษัทเอ พับลิซิส์ ที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้ทำการสำรวจ “การปรับตัวของสื่อมวลชนไทยในการทำงานช่วงวิกฤตโควิด-19” กับกลุ่มตัวอย่างทั้งสื่อมวลชนกระแสหลักและกระแสรอง จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อออนไลน์ พบว่ามีความต้องการเนื้อหา ประเด็นข่าว เพื่อนำเสนอและเติมเต็มพื้นที่สื่อของตนเองในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างต่อเนื่องโดยร้อยละ 85 ของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการเนื้อหาข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 (วันสนันท์ ดีประชีพ, 2563)

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยและในจังหวัดภูเก็ต ทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างรุนแรง เนื่องจากภูเก็ตถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก สร้างรายได้ให้ประเทศสูงเป็นอันดับสอง รองจากกรุงเทพมหานคร โดยในปี พ.ศ. 2562 ภูเก็ตมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 14.5 ล้านคน คิดเป็นรายได้ราว 4.7 แสนล้านบาท แต่ด้วยการที่ภูเก็ตพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเกือบร้อยละ 90 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ภูเก็ตจึงเป็นจังหวัดที่ได้รับผลกระทบหนักสุดจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 0 ติดต่อกันเป็นเวลาหลายเดือน ในปี พ.ศ. 2563 คาดการณ์ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตลดลงจากปีก่อนร้อยละ 80 ทำให้สถานประกอบการจำนวนมากต้องปิดกิจการลง กระทบต่อการจ้างงาน และส่งผลกระทบต่อรายได้ของภาคครัวเรือน (The Standard Team, 2563)

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงผลกระทบด้านลบในวงกว้างอันเกิดจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั้งในมิติด้านสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต และเนื่องด้วยบทบาทอันโดดเด่นของสื่อสังคมต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในแบบตั้งรับและในเชิงรุก ประกอบกับความน่าเชื่อถือขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนในการรับรู้ของประชาชนผู้รับสาร จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้ ผลที่ได้จากการวิจัยเป็นประโยชน์ในเชิงนโยบายและในเชิงปฏิบัติต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในการใช้สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในภาวะวิกฤตสุขภาพ ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม อันจะก่อให้เกิดผลดีต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะการทำให้ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค ส่งเสริม ฟื้นฟูสุขภาพจิตของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ตลอดจนเสริมสร้างแรงกระตุ้นให้ประชาชนมีพฤติกรรม

แสดงออกถึงความร่วมมือร่วมใจกันเพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 นอกจากนี้ ยังสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้กับวิกฤตการณ์อื่น ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ต่อ (ก) การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค (Perceived risk) (ข) สุขภาพจิตที่ดี (Psychological wellness) และ (ค) การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม (Social cooperation) ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

3) เพื่อเสนอแนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public engagement) หมายถึง ความเกี่ยวพัน เกี่ยวข้อง (Involvement) ของประชาชนต่อประเด็นสาธารณะ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อมั่นต่อกัน ซึ่งเป็นมากกว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันทั่วไป เช่น ในบริบทการมีส่วนร่วมของประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นการมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ต่อนโยบายของรัฐบาล ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานของรัฐบาลให้

เป็นไปอย่างโปร่งใส รวมถึงการสื่อสารของรัฐบาลเพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชน (Agostino & Arnaboldi, 2016; Taylor & Kent, 2014)

การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (Public engagement through social media) ช่วยให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์วิกฤต เข้าใจความรับผิดชอบของประชาชนต่อเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้น ช่วยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือตนเองและสังคมได้อย่างถูกต้อง และตระหนักว่าจะให้ความร่วมมือกับผู้อื่นได้อย่างไร (del Mar Gálvez-Rodríguez et al., 2019; Graham et al., 2015; Zhang et al., 2019) การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมจึงมีส่วนในการเพิ่มทุนทางสังคม (Social capital) และช่วยทำให้ประชาชนฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ด้วยพลังอำนาจที่เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างผู้คนในสังคมที่เป็นผู้ใช้งานสื่อสังคมในภาวะวิกฤต สื่อสังคมช่วยให้ประชาชนสามารถสืบค้นและแบ่งปันข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และช่วยส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความเข้าใจต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นและมีส่วนร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคมเพื่อร่วมกันแก้ปัญหา (Jurgens & Helsloot, 2018)

หน่วยงานราชการต่าง ๆ ในหลายประเทศได้ใช้สื่อสังคมเพื่อสื่อสารและบริหารในภาวะวิกฤต (Chatfield & Reddick, 2018) มีการใช้สื่อสังคมเผยแพร่ข้อมูล สังเกต รับรู้ พฤติกรรมการแสดงออกท่าทีของประชาชน ควบคุมและแก้ไขข้อผิดพลาด เป็นช่องทางในการระดมความคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาจากประชาชนในวงกว้าง (Crowdsourcing) ก่อให้เกิดความร่วมมือกันในการแก้ปัญหา สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในสังคม เป็นช่องทางช่วยระดมสรรพกำลัง ทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในการแก้ปัญหาบรรเทาทุกข์ในภาวะวิกฤต (Alexander, 2014; Tang et al., 2015; Zhang, et al., 2019)

กรณีประเทศไทย รัฐบาลได้จัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เป็นศูนย์กลางในการรายงานข่าวสารสถานการณ์

มาตรการต่าง ๆ ของรัฐบาลเพื่อแก้ปัญหา ป้องกัน ยับยั้งการแพร่ระบาดของโรค และหน่วยงานนี้ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนแบบเดิม สื่อออนไลน์ ซึ่งสื่อมวลชน สำนักข่าวต่าง ๆ ในประเทศไทยได้นำข้อมูลข่าวสารจากแหล่งสารคือ ศบค. ไปเผยแพร่ต่อให้ประชาชนได้รับทราบ ทั้งช่องทางการสื่อสารแบบเดิม เช่น โทรทัศน์ และสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมต่าง ๆ ขององค์กรสื่อมวลชน

จากการศึกษาของ Tsai และ Men (2013) ได้แบ่งประเภทการมีส่วนร่วมต่อสื่อสังคมของผู้ใช้เป็นสองประเภท *ประเภทแรก* คือ การบริโภคข้อมูลแบบตั้งรับ (Reactive consumption) เช่น รับชมวิดีโอ ดูรูปภาพ อ่านข้อความความคิดเห็นของผู้ใช้คนอื่น ๆ การกดไลค์ การใช้สัญลักษณ์ที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก และ *ประเภทที่สอง* คือ การมีส่วนร่วมสร้างและเผยแพร่เนื้อหาสาระในเชิงรุก (Proactive contributing) เช่น สนทนาโต้ตอบ ถามคำถาม ให้คำตอบในประเด็นที่สื่อสารกันทางสื่อสังคม แสดงความคิดเห็นต่อข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอที่มีการโพสต์ทางสื่อสังคม สร้างเนื้อหา เผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ทางสื่อสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลในทางบวกโดยตรงต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมคือ (1) การพึ่งพาสื่อสังคม (Social media dependency) (2) การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (Perceived credibility) และ (3) การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity and community identification) (e.g., Lu, 2008; Men & Tsai, 2013; Zeng et al., 2009)

การสื่อสารสุขภาพในภาวะวิกฤตโรคระบาด

สื่อสังคมเป็นแหล่งสารสำคัญที่เผยแพร่สารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทำให้คนในสังคมเกิดการตระหนักรู้ มีความรู้ และรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค ดังจะเห็นได้จากรายงานผลการวิจัยที่ผ่านมาจำนวนหนึ่งที่รายงานไว้ว่า สื่อสังคมเป็นแหล่งสารหลักที่เผยแพร่สารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

ตามด้วยสื่อท้องถิ่น และสื่อระดับนานาชาติ (Karasneh et al., 2020) ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การระบาดของโรค Middle East Respiratory Syndromes (MERS) ในปี ค.ศ. 2012 ที่มีผลการศึกษารายงานว่าสื่อสังคมและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่บุคลากรทางการแพทย์นิยมเปิดรับมากที่สุด (Di Giuseppe et al., 2008; Leung et al., 2003) หรือจากการศึกษาในประเทศเกาหลีใต้ที่พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างการเปิดรับสื่อสังคมและการรับรู้ความเสี่ยงในช่วงที่มีการระบาดของโรค MERS ครั้งล่าสุด (Choi et al., 2017) ในขณะที่ผลการศึกษาของ Chang (2012) รายงานว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างการดูข่าวเกี่ยวกับโรค H1N1 ทางสื่อโทรทัศน์ และการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคระบาดของสาธารณชน

หนึ่งในประเด็นสำคัญของการตอบสนองทางอารมณ์ในช่วงที่มีโรคระบาดคือความกลัว ความกลัวในระดับรุนแรงจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างมากก็ต่อเมื่อบุคคลรู้สึกว่าคุณมีความสามารถพอที่จะรับมือและจัดการกับภัยคุกคามที่ทำให้เกิดความกลัวนั้นได้ (Sense of efficacy) ในขณะที่ความรู้สึกกลัวอย่างรุนแรงที่เกิดกับคนที่รู้สึกว่าคุณมีความสามารถในการรับมือกับความกลัวได้ต่ำ จะทำให้เกิดการตอบสนองต่อภัยคุกคามแบบตั้งรับ (Defensive responses) เช่น เกิดความเครียด (Van Bavel et al., 2020)

การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพคือปัจจัยสำคัญในการต่อสู้กับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในที่นี้ได้นำเสนอท่าแนวทางของการสื่อสารสุขภาพสู่สาธารณชนเพื่อจัดการกับความไม่แน่นอนและความกลัวในช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มีรายละเอียดดังนี้

1) ในสถานการณ์วิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 การสื่อสารเผยแพร่ข้อมูล ต้องเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (van der Bles et al., 2020) สิ่งที่ต้องตระหนักคือ ในภาวะวิกฤตข้อเท็จจริงของวันนี้หรือในช่วงเวลาหนึ่ง อาจเปลี่ยนแปลงไปสำหรับวันพรุ่งนี้หรือในวันเวลาถัดไป เมื่อมีข้อมูลชุดใหม่ มีหลักฐานใหม่หรือมี

ความรู้ใหม่ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ข้อมูลข่าวสารควรเป็นข้อมูลข่าวสารที่มาจากแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ

2) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารออกไปควรมีความคงเส้นคงวาและจำเพาะเจาะจง ชัดเจน ถึงแม้ว่าในภาวะวิกฤตจะมีข้อมูลข่าวสารที่ยังไม่รู้แน่ชัดอยู่จำนวนมาก แต่การสื่อสารไม่ควรคลุมเครือ การสื่อสารด้วยข้อมูลที่ชัดเจน ตรงประเด็น ไม่คลุมเครือ และมีรูปแบบการใช้ภาษาที่คงเส้นคงวาจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ นอกจากนี้ จำนวนผู้ให้ข้อมูลควรมีจำกัดและควรกำหนดตัวบุคคลผู้ให้ข้อมูลให้ชัดเจน

3) ผู้นำ รวมทั้งนักการเมือง นักวิทยาศาสตร์ ผู้ให้บริการทางการแพทย์ ที่รับมือกับปัญหาโดยตรงภายใต้สถานการณ์วิกฤตที่มีความไม่แน่นอน จะต้องแสดงออกถึงการตัดสินใจอย่างมั่นใจ สุขุม และมีความซื่อสัตย์

4) สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ไม่ควรเน้นรายงานข้อมูลสถานการณ์เกี่ยวกับโรคระบาดไวรัสโควิด-19 ที่เป็นข้อมูลในด้านลบเพียงอย่างเดียว เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ จำนวนผู้เสียชีวิต อันเป็นการเพิ่มระดับอารมณ์ในด้านลบและทำให้ผู้คนยิ่งอ่อนไหวตื่นตระหนกมากขึ้น หรืออาจถึงขั้นเพิกเฉยต่อความเสี่ยง ภัยคุกคามที่จะเกิดขึ้นกับตนเองและผู้อื่น แต่สื่อมวลชนควรให้ความสำคัญหรือนำเสนอข่าวสารในด้านบวกด้วย เช่น จำนวนผู้รักษาหายหรือจำนวนผู้ติดเชื้อแต่อาการไม่รุนแรง (Hsee & Rottenstreich, 2004; Shen, 2010)

การนำเสนอข่าวสารที่ตอกย้ำและสร้างความรู้สึกตื่นตระหนก (Panic) ส่งผลร้ายอย่างมาก เพราะกระตุ้นให้คนในสังคมคิดถึงแต่ตนเอง ทำเพื่อตนเองเป็นลำดับแรก เป็นการทำลายความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ทุกคนต้องรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน (The sense of collective purpose) อันเป็นค่านิยมที่จะทำให้คนในสังคมเห็นใจช่วยเหลือซึ่งกันและกันในยามเหตุการณ์ฉุกเฉิน (Van Bavel et al., 2020)

5) สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในภาวะโรคระบาดทำให้คนในสังคมมีความวิตกกังวล มีความเครียดและสุขภาพจิตย่ำแย่ (Eisenberg, et al., 2015; Kurita et al., 2013; Lauer et al., 2020) นำไปสู่ความตื่นกลัว ดังนั้น คนในชุมชน ใน

สังคมควรทำงานร่วมกัน ร่วมมือกันเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดความเสี่ยงจากการระบาดของโรค การสื่อสารข้อมูลในภาวะโรคระบาดไวรัสโควิด-19 จึงควรเป็นไปในลักษณะที่แสดงถึงความเห็นอกเห็นใจ ความห่วงใย โดยคำนึงถึงผลกระทบของเหตุการณ์ต่อชีวิตของทุกคนในสังคม ไม่นำเสนอข่าวสารในเชิงข้อมูล (Factual) มากเกินไป (Shen, 2010)

การจัดการข่าวปลอม

แนวทางการจัดการข่าวปลอม

1) การตรวจสอบ คัดกรองข่าวปลอม และแก้ไขข่าวปลอมด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง การใช้แหล่งสารที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ การเปิดเผย ตีแผ่ให้คนในสังคมรู้ว่าข่าวสารใดบ้างเป็นข่าวปลอม ในขณะที่เดียวกันก็แก้ไขให้ข้อมูลที่ถูกต้องแทนข่าวปลอมนั้น (Berinsky, 2017; Guess & Coppock, 2018; Lewandowsky et al., 2012)

2) การกระตุ้น จูงใจให้คนในสังคมคิดพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนปักใจเชื่อข่าวสารที่ได้รับ โดยเฉพาะข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อสังคม เช่น การมีพื้นที่สื่อสารทางสื่อสังคม นำเสนอข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ ถูกแชร์ในโลกออนไลน์ แล้วให้ผู้รับสารที่เป็นพลเมืองในโลกอินเทอร์เน็ตจำนวนมากร่วมกันพิจารณาและให้คะแนนระดับความน่าเชื่อถือความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารนั้น วิธีการนี้จะมีประโยชน์มากต่อการคัดกรองตรวจจับข่าวเท็จ หรือข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ถูกบิดเบือนไปจากความเป็นจริง รวมถึงเป็นการช่วยระบุให้ทราบถึงระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารหรือแหล่งสาร (Berinsky, 2017; Guess et al., 2019)

3) การสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตวิทยา (Psychological inoculation) ให้กับคนในสังคมโดยการปล่อยให้คนในสังคมได้เผชิญ มีประสบการณ์กับข่าวปลอม ซึ่งควรเป็นข่าวปลอมที่ส่งผลกระทบไม่รุนแรงมาก ทำให้มีทักษะการแยกแยะได้ระหว่างข่าวจริงและข่าวปลอม จนไม่คล้อยตามข่าวปลอมในที่สุด (Pennycook et al., 2020; van der Linden et al., 2017; Wood & Porter, 2018)

การให้ประชาชนรับรู้ข่าวปลอม ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในปริมาณหรือในระดับผลกระทบที่ไม่รุนแรงมากจนเกินไป จะช่วยลดความรู้สึกอ่อนไหวคล้อยตามข่าวปลอมได้ โดยเฉพาะข่าวปลอมที่ถูกเผยแพร่ทางสื่อสังคม (Basol et al., 2020; Roozenbeek & van der Linden, 2019; Roozenbeek et al., 2020)

ความเครียดและการจัดการความเครียดในภาวะวิกฤต

กลยุทธ์การจัดการความเครียดในภาวะวิกฤต อันเนื่องมาจากการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-19 มีดังนี้

(1) การมีปฏิสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ช่วยเติมเต็มความรู้สึกต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้กำลังใจ แสดงความเห็นอกเห็นใจต่อกันและกัน ปลอดภัยให้คำปรึกษาแนะนำ หรือระบายความรู้สึกเครียดกังวลต่อกันและกันได้ อย่างไรก็ตาม มีผู้ใช้สื่อสังคมในเชิงรับ (Passive use of social media) ที่ไม่ได้ใช้สื่อสังคมให้เป็นประโยชน์ในการเชื่อมโยงมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (Helliwell & Huang, 2013; Verduyn et al., 2015) สิ่งที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ การช่วยเหลือให้คนที่ไม่คุ้นเคยต่อการใช้เทคโนโลยีได้เรียนรู้ถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารเชื่อมโยงมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

(2) แม้ว่าจะมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความเครียด อันส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว แต่มีผลการศึกษารายงานว่าการปรับเปลี่ยนความคาดหวังต่อกัน ภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยธำรงรักษาความสัมพันธ์ไว้ได้ ซึ่งกระบวนการปรับเปลี่ยนรูปแบบความคาดหวังนี้ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว ขึ้นอยู่กับลักษณะและธรรมชาติของความสัมพันธ์ในแต่ละคู่สื่อสารหรือแต่ละครอบครัว การลดขอบเขตการคาดหวังที่มีต่ออีกฝ่ายจะช่วยให้ความสัมพันธ์ราบรื่นขึ้น

(3) เมื่อต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์โรคภัยที่ระบาดไปทั่วโลก การหลีกเลี่ยงและพยายามไม่ให้มี

ความเครียดเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงหรือทำไม่ได้ และจากงานวิจัยตลอด 20 ปีที่ผ่านมาเกี่ยวกับเรื่องของการจัดการความเครียดให้ข้อเสนอแนะว่า ผลกระทบของความเครียดไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเภทหรือระดับของความเครียด แต่ทัศนคติ มุมมองความคิดที่มีต่อความเครียดเป็นสิ่งที่ช่วยลดผลกระทบที่เกิดจากความเครียดได้ (Crum et al., 2020; Jamieson et al., 2018) การมีทัศนคติที่เข้มแข็ง มองสถานการณ์ตามความเป็นจริง และยอมรับสิ่งที่เกิดขึ้นตามที่เป็นจริง จะช่วยลดอารมณ์เครียด ช่วยให้สามารถคิดจัดลำดับความสำคัญเพื่อจัดการและแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น และช่วยทำให้มองโลกในแง่ดี ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีมากขึ้นกับคนรอบข้าง (Tedeschi & Callhoun, 2004) งานวิจัยก่อนหน้านี้ให้ข้อเสนอแนะว่าทัศนคติ มุมมอง (Mind-sets) ต่อความเครียด สามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยใช้เวลาไม่นานและสามารถปรับเปลี่ยนไปในทิศทางหรือมุมมองที่ต้องการได้ กล่าวคือ ต้องไม่เน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยหรือสิ่งทำให้เกิดความเครียด (เช่น การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19) หรือไปตกย้ำให้ปัญหาร้ายแรงมากกว่าความเป็นจริง กล่าวอีกนัยหนึ่ง เราสามารถเลือกวิธีการ รูปแบบวิธีการตอบสนองต่อความเครียดในเชิงบวกได้ มีผลการวิจัยจำนวนมากพบว่า การเปลี่ยนทัศนคติมุมมองได้อย่างเหมาะสมต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Adaptive mind-sets) จะช่วยลดความเครียด ช่วยทำให้มีความรู้สึกในด้านบวก ลดปัญหาสุขภาพจิต และช่วยให้สุขภาพกายแข็งแรงมากพอที่จะรับมือกับความเครียดได้ (Crum et al., 2017; Crum et al., 2013)

ปทัสถานทางสังคมและการแสดงความรักมิตรชอบต่อสังคมในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

ปทัสถานทางสังคมมีบทบาทความสำคัญต่อการส่งเสริม ป้องกัน ยับยั้งการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ดังนี้

1) การให้ข้อมูลต่อสาธารณชนที่ส่งเสริมปทัสถานในทางบวกที่ส่งเสริมสุขภาพ เป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ให้คนในสังคมรับรู้ว่าจะไร้อคติพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่ในสังคมกำลัง

ปฏิบัติ ซึ่งจะมีประโยชน์ถ้าสิ่งที่คนส่วนใหญ่ในสังคมทำอยู่นั้น เป็นพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสม แต่ถ้าขณะนั้นพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ในสังคมปฏิบัติกันเป็นพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง การให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นเพียงอย่างเดียวต่อคนในสังคม (Descriptive normative information) จะส่งผลเสียคือ ไม่ได้ทำให้พฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยเฉพาะผู้ที่กำลังติดตามข้อมูลข่าวสารในเรื่องนั้นอย่างใกล้ชิด นอกเสียจากเป็นการสื่อสารให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ที่เป็นในลักษณะไม่พึงประสงค์ แต่ให้ข้อมูลที่สื่อเป็นนัยว่าคนส่วนใหญ่กำลังมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือดีต่อสุขภาพ

2) การรับรู้ทัศนคติทางสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมากเป็นพิเศษในกรณีที่คุณคณมีความผูกพัน มีค่านิยมร่วมกับคนอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกันอย่างแนบแน่น (Abrams et al., 1990) ดังนั้น ข้อมูลจากบุคคลต้นแบบหรือผู้ที่ผู้นำเป็นที่ยอมรับในกลุ่มจะเป็นผู้มีอิทธิพลในการโน้มน้าวให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามคำแนะนำของบุคคลต้นแบบหรือลอกเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลต้นแบบในกลุ่ม (In-group model) (Centola, 2011) นอกจากนี้ เครือข่ายสังคมต่าง ๆ (Social networks) เป็นสิ่งที่ช่วยทำให้พฤติกรรมทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ถูกนำไปปฏิบัติได้ง่ายและเร็วยิ่งขึ้นในช่วงที่มีโรคระบาด ซึ่งเกิดขึ้นในเครือข่ายสังคมของคนที่เป็นเพื่อนกันโดยตรง เพื่อนของเพื่อน หรือเพื่อนของเพื่อนของเพื่อน (Christakis & Fowler, 2013) และเนื่องด้วยเชื้อไวรัสโควิด-19 เอง มีการแพร่ระบาดจากคนสู่คน และคนที่อยู่ตรงกลางในเครือข่ายสังคมมักจะมีโอกาสในการติดต่อกับคนจำนวนมากและมักจะเป็นกลุ่มคนแรก ๆ ที่ได้รับเชื้อ เช่นเดียวกัน กลุ่มคนเดียวกันนี้มีศักยภาพสูงต่อการช่วยยับยั้งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะสามารถสื่อสารพฤติกรรมที่พึงประสงค์ (เช่น การล้างมือบ่อย ๆ อย่างถูกวิธี การรักษาระยะห่างกับคนอื่น ๆ) และเป็นบุคคลที่แสดงพฤติกรรมต้นแบบให้คนอื่น ๆ ในเครือข่ายสังคม

เดียวกันได้เห็นและนำไปปฏิบัติตาม (Kim et al. 2015) มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งยืนยันว่า การแสดงพฤติกรรมบางอย่างที่ต้องการให้เกิดขึ้น ไม่ได้เกิดจากอิทธิพลของผู้ที่แสดงพฤติกรรมนั้นให้เห็นเป็นคนแรก แต่เป็นผลลัพธ์โดยอ้อมที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนที่มีความประพฤตินั้น ๆ ในลำดับต่อ ๆ มาในเครือข่ายสังคม (Bond et al., 2012) ไม่ได้ลอกเลียนแบบพฤติกรรมจากคนแรกที่เริ่มมีพฤติกรรมนั้น แต่เลียนแบบพฤติกรรมจากคนลำดับต่อ ๆ มาจากคนแรก ๆ) ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการทำให้คนในสังคมมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ผ่านการสื่อสารทางเครือข่ายสังคมของคนในสังคมที่เชื่อมโยงกันอย่างดี ด้วยการให้คนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมเดียวกันได้เห็นพฤติกรรมต้นแบบที่พึงประสงค์จากคนอื่น ๆ ในเครือข่ายสังคมนั้นอย่างชัดเจนหรือเด่นชัด

3) การกระตุ้นอย่างเบา ๆ (Nudge) เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในแบบที่พึงประสงค์ (Halpern, 2015; Thaler & Sunstein, 2008) ด้วยการสื่อสารให้คนในสังคมคล้อยตามหรือทำตามทางเลือกที่ตัดสินใจโดยผู้อื่น โดยเฉพาะจากบุคคลที่ตนเองให้ความเชื่อถือ (Sparkman & Walton, 2017) เช่น การสื่อสารกับคนในสังคมในทำนองว่า “คนส่วนใหญ่ในชุมชนเห็นด้วยว่าทุกคนควรกักตัวอยู่บ้าน” การกระตุ้นอย่างเบา ๆ (Nudge) เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในแบบที่พึงประสงค์โดยใช้อิทธิพลทัศนคติทางสังคม (Nudges & normative information) จะเพิ่มพลังในการโน้มน้าวใจ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และสามารถเข้าร่วม ควบคู่กับการบังคับใช้กฎหมายหรือกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เมื่อต้องการให้คนจำนวนมากในสังคมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างรวดเร็ว

แนวทางส่งเสริมการแสดงความรักความรับผิดชอบต่อสังคมในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มีดังนี้

1) ในภาวะที่มีการระบาดของโรคระบาดร้ายแรง ต้องอาศัยความร่วมมือหลายระดับ เช่น ความร่วมมือในระดับครอบครัว ชุมชน ประเทศ และระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ จุดเริ่มต้นของการสร้างความร่วมมือของคนในสังคมในระดับที่ง่ายที่สุดคือ ความ

ร่วมมือกันในระดับครอบครัว และขยายวงกว้างขึ้นสู่ความร่วมมือระดับท้องถิ่น ซึ่งเป็นไปได้ง่ายกว่าระดับประเทศ และระดับนานาชาติ เพราะประชาชนให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ในระดับครอบครัว ท้องถิ่น และระดับชาติ มากกว่าระดับนานาชาติ (Milinski et al., 2016)

2) การลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน (Sanctioning defectors) และให้รางวัลแก่ผู้ที่มีความร่วมมือ (Rewarding cooperators) การสร้างแรงกระตุ้นให้มีการกระทำที่เป็นพฤติกรรมแห่งการร่วมมือร่วมกันเพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 อาจเน้นการส่งเสริมการกระทำที่ทำให้คนในสังคมรู้สึกว่าเป็นการกระทำที่ดีที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของสังคม และคนในสังคมมักให้ความร่วมมือในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อเชื่อว่าคนอื่น ๆ ในสังคมก็ให้ความร่วมมือด้วยเช่นกัน (Fischbacher et al., 2001) ดังนั้น การเสริมสร้างและสื่อสารปทัสถานทางสังคมที่คนในสังคมสังเกตเห็นได้ง่าย จึงเป็นอีกกลวิธีหนึ่งที่ผู้นำและสื่อมวลชนสามารถส่งเสริมให้คนในสังคมให้ความร่วมมือกันแสดงพฤติกรรมที่เป็นการยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

3) คนในสังคมอาจเพิกเฉยหรือไม่ต้องการแสดงพฤติกรรมบางอย่าง หรือเสียผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อผู้อื่น หากผลประโยชน์ที่เกิดจากการเสียสละนั้นยังไม่แน่นอน (Gino et al., 2016; Garcia et al., 2020) ดังนั้น การสื่อสารที่เน้นเหตุการณ์หรือผลลัพธ์ร้ายแรงที่สุดที่เป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น แม้ว่าจะมีความไม่แน่นอนที่จะเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้นก็ตาม จะสามารถช่วยทำให้ประชาชนตัดสินใจเสียสละเพื่อผู้อื่น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมา ทำให้สันนิษฐานได้ว่าความร่วมมือของประชาชนในจังหวัด

ภูเก็ตทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อตัวแปร (ก) การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค (Perceived risk) (ข) สุขภาพจิตที่ดี (Psychological wellness) และ (ค) การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม (Social cooperation) ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

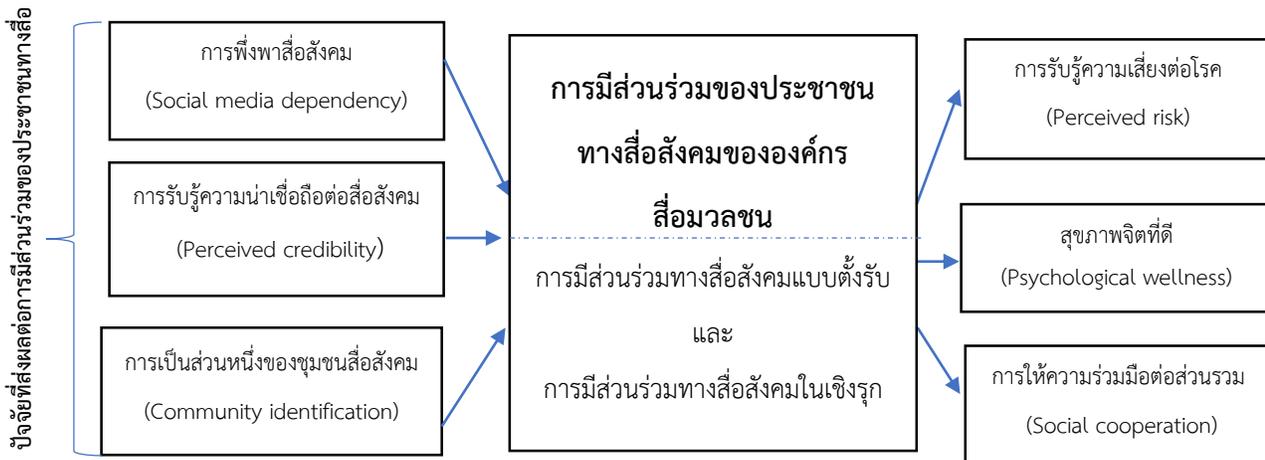
สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำไปสู่สมมติฐานการวิจัย 2 ข้อดังนี้

1) การพึ่งพาสื่อสังคม (Social media dependency) การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (Perceived credibility) และ การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม (Community identification) มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อ (ก) การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค (Perceived risk) (ข) สุขภาพจิตที่ดี (Psychological wellness) และ (ค) การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม (Social cooperation) ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

จากการทบทวนแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย นำไปสู่การเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชาชนชาวไทยทุกเพศสภาพ ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อสูงกว่าประชากรที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี (ศูนย์อายุรกรรม โรงพยาบาลนครธน, 2564; เสน่ห์ เจียสกุล, 2564; hfocus team, 2554) เป็นผู้อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดภูเก็ตในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงระยะเวลาที่ได้ดำเนินการวิจัย (กรกฎาคม พ.ศ. 2565) และเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาการด้านสาธารณสุข นักวิชาชีพด้านสาธารณสุขในจังหวัดภูเก็ต และนักวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชนในจังหวัดภูเก็ต เพื่อทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม ฯ ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

ขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดจากตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) จากข้อมูลสถิติกรมการปกครอง พ.ศ. 2562 รายงานว่าจังหวัดภูเก็ตมีประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 315,757 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2564) ดังนั้น จากตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ หากประชากรการวิจัยมีจำนวนมากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ณ ระดับความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 กำหนดให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ เป็นแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) มีลำดับดังนี้

(1) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยแบ่งพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในทุกตำบลจากทั้งสามอำเภอของจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง

(2) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยอ้างอิงจำนวนประชากรจากทะเบียนที่รายงานในปี พ.ศ. 2563 ในสามอำเภอของจังหวัดภูเก็ตมีจำนวนประชากรทั้งหมด 414,471 คน (สำนักงานสถิติ

จังหวัดภูเก็ต, 2564) ดังนี้ อำเภอเมืองภูเก็ต มีประชากรจำนวน 248,997 คน คิดเป็นร้อยละ 60.08 ของจำนวนประชากรทั้งหมด อำเภอกะทู้ มีประชากร จำนวน 57,422 คน คิดเป็นร้อยละ 13.85 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และอำเภอถลาง มีประชากร จำนวน 108,052 คน คิดเป็นร้อยละ 26.07 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ดังนั้น จากขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 400 คน ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งโควตาจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถามการวิจัยจากอำเภอเมือง จำนวน 241 คน อำเภอกะทู้ จำนวน 55คน และ อำเภอถลาง จำนวน 104 คน (คิดเป็นร้อยละ 60.08, 13.85 และ 26.07 ตามลำดับ)

(3) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) ในพื้นที่ 3 อำเภอ 17 ตำบล ในจังหวัดภูเก็ต จนครบ 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ด้วยวิธีการแบบเผชิญหน้าตัวต่อตัว (Face to face) หรือแบบออนไลน์ ตั้งแต่ เมษายน - กรกฎาคม พ.ศ. 2565

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน (มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกด้านนิเทศศาสตร์ และมีตำแหน่งทางวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป) นักวิชาการด้านสาธารณสุข จำนวน 1 คน (มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกด้านสาธารณสุขศาสตร์หรือเกี่ยวข้อง มีตำแหน่งทางวิชาการด้านสาธารณสุขศาสตร์ระดับรองศาสตราจารย์ และมีประสบการณ์การทำงานเป็นนักวิชาการด้านสาธารณสุขศาสตร์ 10 ปีขึ้นไป) นักวิชาชีพด้านสาธารณสุขในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 คน (มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกด้านสาธารณสุขศาสตร์หรือเกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์ทำงานด้านสาธารณสุข 10 ปีขึ้นไป) และนักวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 2 คน (สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์ และมีประสบการณ์เป็นนักวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชนในจังหวัดภูเก็ต 10 ปีขึ้นไป)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง ข้อคำถามที่ใช้ประเมินตัวแปรการวิจัยดัดแปลงมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงทางสถิติมาแล้ว และทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยอีกครั้งด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability test) ของเครื่องมือการวิจัย

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้แนวคำถามแบบกึ่งมีโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

ได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามของเครื่องมือการวิจัยสะท้อนถึงสิ่งที่ต้องการประเมินหรือศึกษาหรือไม่ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน นักวิชาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จำนวน 2 คน นักวิชาการด้านการสื่อสารสุขภาพ จำนวน 1 คน นักวิชาการด้านสาธารณสุข จำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา (จิตแพทย์) จำนวน 2 คน สัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 2 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน

หลังจากปรับแก้ไขข้อคำถามของแต่ละตัวแปรที่ศึกษาตามข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability test) กับกลุ่มคนที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมี

ค่าความเที่ยงตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ .70 ขึ้นไป ผลการ
ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ประเมินตัวแปรการวิจัย (ตาม
กรอบแนวคิดการวิจัย) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

อยู่ในช่วง .83 - .92 ซึ่งมากกว่า .70 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้
ประเมินตัวแปรการวิจัยมีคุณภาพอยู่ในระดับสูง ดังแสดง
รายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ประเมินตัวแปรการวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าความเชื่อมั่น
การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม	.91
(1) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กร สื่อมวลชนในประเทศไทย มีความน่าเชื่อถือ	
(2) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กร สื่อมวลชนในประเทศไทย มีความถูกต้อง	
(3) องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา-19 ทางสื่อสังคม อย่างเป็นกลาง ไม่มีอคติ	
(4) องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา-19 ทางสื่อสังคม ได้อย่างครอบคลุม ครบถ้วน	
(5) ท่านคล้อยตาม เห็นด้วยกับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่ นำเสนอทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
การพึ่งพาสื่อสังคม	.83
(1) ท่านใช้เวลาว่างส่วนใหญ่ไปกับการใช้สื่อสังคม มากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ	
(2) ในแต่ละวัน ท่านอดไม่ได้ที่จะไม่ใช้สื่อสังคม	
(3) ท่านรู้สึกว่าคุณเสีย ขาดอะไรบางอย่างในชีวิตไป/หากไม่ได้ใช้สื่อสังคม	
(4) หากมีเหตุอันใดก็ตามที่ทำให้ท่านไม่ได้ใช้สื่อสังคม ท่านจะรู้สึกไม่สบายใจและคิดถึงการ ใช้สื่อสังคมอย่างมาก	
(5) การใช้สื่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในวิถีชีวิตของท่าน	
การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม	92.
(1) ท่านรู้สึกว่าตนเองเป็นสมาชิกคนหนึ่งของสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ที่ท่านได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(2) อัตลักษณ์หรือตัวตนของท่านเหมือนกับคนอื่น ๆ ที่เป็นสมาชิกสื่อสังคมขององค์กร สื่อมวลชนในประเทศไทย ที่ท่านได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(3) ภาพลักษณ์ของท่านสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนใน ประเทศไทย ที่ท่านได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(4) ท่านรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของร่วมคนหนึ่งของสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเศ ไทย ที่ท่านได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(5) ท่านรู้สึกมีความผูกพันอย่างมากต่อสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ที่ท่าน ได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าความเชื่อมั่น
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคม (ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย)	.86
(1) ท่านอ่านข้อความเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(2) ท่านกดไลค์ต่อเนื้อหาเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 ที่เผยแพร่จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(3) ท่านกดสัญลักษณ์แสดงความรู้สึกต่าง ๆ ต่อเนื้อหาเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 ที่เผยแพร่จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(4) ท่านดูรูปภาพที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรด้านการสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(5) ท่านดูคลิปวิดีโอข่าวสารเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(6) ท่านดูการไลฟ์สดการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(7) ท่านกดติดตามสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19	
(8) ท่านเขียนแสดงความคิดเห็น โพสต์ข้อความเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/แนวทางการแก้ไขปัญหา/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(9) ท่านแชร์หรือเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเกี่ยวกับโรค/สถานการณ์การแพร่ระบาด/ข้อมูลต่าง ๆ ของโรคไวรัสโคโรนา-19 ที่ได้รับจากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(10) ท่านแนะนำสมาชิกในครอบครัว ให้ติดตามข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรคไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรด้านการสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(11) ท่านแนะนำเพื่อน คนอื่น ๆ ที่รู้จัก ให้ติดตามข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรคไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรด้านการสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(12) ท่านอัปโหลดรูปภาพที่เป็นข้อมูลเกี่ยวข้องกับโรคไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(13) ท่านอัปโหลดคลิปวิดีโอ/ไฟล์เสียงที่เป็นข้อมูลเกี่ยวข้องกับโรคไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย	
(14) ท่านช่วยรายงาน แก๊งไขข่าวปลอมเกี่ยวข้องกับโรคไวรัสโคโรนา-19 ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมขององค์กรด้านการสื่อมวลชนในประเทศไทย	

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าความเชื่อมั่น
<p>การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p> <p>(1) ท่านคิดว่าการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต เป็นภาวะที่มีความเสี่ยงอย่างมาก</p> <p>(2) ท่านคิดว่าหากขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่เพียงพอเกี่ยวกับโรคและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จะทำให้การป้องกันหรือแก้ปัญหาการระบาดของโรคเป็นไปได้ยาก</p> <p>(3) ผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 อาจเสียชีวิตได้หากเป็นกลุ่มเสี่ยง เช่น ในกลุ่มผู้สูงอายุ มีโรคประจำตัว หรือมีร่างกายอ่อนแอ</p> <p>(4) ท่านมีความกังวลว่าตนเองจะป่วยด้วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เมื่อต้องใช้ชีวิตหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม</p> <p>(5) โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เป็นโรคระบาดที่เป็นอันตรายมากกว่าโรคระบาดอื่น ๆ ที่เคยเกิดขึ้น</p> <p>(6) ท่านมีความกังวลว่าจะได้รับเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จากที่ทำงาน หรือสถานศึกษา หรือการใช้บริการสาธารณะ เช่น โรงพยาบาลขนส่งมวลชน</p> <p>(7) ท่านคิดว่ามีคนบางกลุ่มในสังคมที่มีความเสี่ยงสูงที่จะได้รับเชื้อและป่วยด้วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เช่น ผู้มีปัญหาสุขภาพ บุคลากรทางการแพทย์ แรงงานต่างด้าว</p> <p>(8) ท่านคิดว่าผู้ป่วยด้วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทุกคน ควรได้รับการดูแลช่วยเหลือทางการแพทย์จากหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างเร่งด่วน</p> <p>(9) ท่านคิดว่าทุกคนในประเทศไทย ควรได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p>	.84
<p>สุขภาพจิตที่ดี</p> <p>(1) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านมีความเครียดฉับพลัน วิตกกังวล และมีความกลัวน้อยลง ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p> <p>(2) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านมีความเครียดสะสม ทุกข์ใจ อ่อนล้า และหมดไฟน้อยลง ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p> <p>(3) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านรู้สึกไม่ถูกทอดทิ้ง และหาทางออกในชีวิตได้ ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p> <p>(4) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นคงในชีวิตมากขึ้น (เช่น ความมั่นคงทางจิตใจ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ) ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p> <p>(5) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านเห็นคุณค่าในตนเองมากขึ้น ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p> <p>(6) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านรู้สึกมีความหวังกับอนาคต ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19</p>	.88

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าความเชื่อมั่น
(7) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นดีขึ้น และได้รับกำลังใจจากกันและกัน ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(8) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจ และกล้าเผชิญต่อการใช้ชีวิต ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(9) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ท่านรู้สึกวิตกกังวลต่อการใช้ชีวิตประจำวันลดลง ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(10) การใช้งานสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทำให้ชีวิตของท่านมีความสุขทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต และการใช้ชีวิตทางสังคมมากขึ้น ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม	.89
(1) ท่านสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่ออยู่นอกบ้าน	
(2) ท่านล้างมือด้วยสบู่ แอลกอฮอล์หรือสเปรย์ฆ่าเชื้อโรคเป็นประจำ	
(3) ท่านใช้ผ้าเช็ดหน้าหรือกระดาษทิชชู ปิดจมูกและปากทุกครั้งเมื่อไอหรือจามในที่ที่มีผู้อื่นอยู่ร่วมด้วยหรือในที่สาธารณะ	
(4) ท่านตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย ณ จุดตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย เมื่อเข้าหรือออกสถานที่ที่มีการวัดอุณหภูมิ	
(5) ท่านใช้แอปพลิเคชันที่รัฐบาลแนะนำ (เช่น หมอชนะ ไทยชนะ) เมื่อเข้าและออกจากสถานที่สาธารณะต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ	
(6) ท่านพยายามรักษาระยะห่างทางสังคมกับผู้อื่นอย่างน้อย 1-2 เมตร	
(7) ท่านเลี่ยงการสัมผัสผู้อื่น เช่น กอด จับมือ เป็นต้น	
(8) ท่านใช้ช้อนกลางเป็นประจำเมื่อรับประทานอาหารร่วมกับผู้อื่น	
(9) หากเลือกได้ ท่านทำงานอยู่ที่บ้าน/ที่พัก และพยายามอยู่บ้าน/ที่พักให้มากขึ้น	
(10) ท่านหลีกเลี่ยงอยู่ในสถานที่ที่มีคนอยู่หนาแน่น	
(11) ท่านหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่มีคนจำนวนมากมารวมตัวกัน	
(12) หากรู้สึกไม่สบาย ท่านหลีกเลี่ยงการเดินทางออกนอกที่พักโดยไม่จำเป็น หรือรีบไปพบแพทย์	
(13) ท่านจำกัดหรือลดการเดินทางที่ไม่จำเป็น และหลีกเลี่ยงการเดินทางด้วยยานพาหนะ (ทั้งทางบก ทางอากาศ ทางน้ำ) ที่มีคนใช้บริการร่วมด้วยจำนวนมากหรือแออัด	
(14) ท่านยินดีรายงานข้อมูลการเดินทาง (Time Line) ตามความเป็นจริง หากเจ้าหน้าที่รัฐหรือบุคลากรทางการแพทย์ขอข้อมูล	
(15) ท่านหลีกเลี่ยงการเดินทางไปในพื้นที่ หรือจังหวัดที่รัฐบาลประกาศว่าเป็นพื้นที่เสี่ยงต่อแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(16) ท่านยินดีรายงานให้เจ้าหน้าที่รัฐทราบ และยินดีเก็บกักตัว 14 วัน หากเดินทางกลับจากพื้นที่/ประเทศที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าความเชื่อมั่น
(17) ท่านให้ความร่วมมือในช่วงที่รัฐบาลประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เช่น ไม่ออกนอกเคหสถานภายในระยะเวลาที่กำหนด	
(18) ท่านไม่เผยแพร่ข่าวปลอม ในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(19) ท่านมีส่วนช่วยยับยั้ง แก๊งข่าวปลอมในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(20) ท่านช่วยเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความจริงและเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ และป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	
(21) ท่านให้ความร่วมมือกับผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชนที่ท่านอาศัยอยู่ เพื่อป้องกัน ยับยั้งการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19	

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผสมผสานกันระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

1) วิเคราะห์ค่าร้อยละข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

2) วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น และเปรียบเทียบขนาดอิทธิพลของตัวแปรต้น ได้แก่ (1) การพึ่งพาสื่อสังคม (2) การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (3) การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม ที่มีต่อตัวแปรตามคือ การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1)

3) วิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 และการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค (ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2)

4) วิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 และตัวแปรตัวแปรสุขภาพจิต (ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2)

5) วิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 และการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม (ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

6) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต อันเป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ 6.1) จับประเด็นหลัก 6.2) แยกแยะและจัดกลุ่มข้อมูล 6.3) เชื่อมโยงสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแบบแผนและความหมาย 6.4) หาข้อสรุปที่เป็นสาระหลัก และ 6.5) การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้ผู้วิเคราะห์หรือตีความหมายข้อมูลแตกต่างกัน (Data analyst/Interpreter triangulation) ซึ่งมิใช่เพียงนักวิจัย แต่ยังรวมถึงผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ นัก

วิชาชีพในเรื่องที่วิจัย ทำการทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.25 มีอายุในช่วง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 ส่วนใหญ่อยู่คนเดียว คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาอยู่กับคู่หรือครอบครัวและมีบุตร คิดเป็นร้อยละ 33.25 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมาเป็นนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.50 อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 62.50 อำเภอกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.00 และอำเภอเกาะกู่ คิดเป็นร้อยละ 14.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อคนต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.75

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ของกลุ่มตัวอย่าง

สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างใช้เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 บ่อยที่สุดสามอันดับแรก คือ เฟซบุ๊ก อันดับสองคือไลน์ และ อันดับสามคือ ยูทูป ตามลำดับ ประเภทองค์กรสื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อสังคมเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลการวิจัย (กรกฎาคม พ.ศ. 2565) มากที่สุดสามอันดับแรก คือ สถานีโทรทัศน์ รองลงมาคือ สำนักข่าวออนไลน์ ตามด้วย สื่อหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนใน

ประเทศไทย เป็นระยะเวลา 1- 2 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ 3 - 4 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ด้วยเหตุผลให้ข้อมูลที่ช่วยให้ทันต่อเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.00 รองลงมาคือ ให้ข้อมูลที่ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 คิดเป็นร้อยละ 83.75 ตามด้วย ให้ข้อมูลที่ช่วยให้สามารถปฏิบัติตัว/ดูแลตนเองได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 80.75 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การพึ่งพาสื่อสังคม (Social media dependency) การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (Perceived credibility) และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม (Community identification) มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของตัวแปรต้น และเปรียบเทียบขนาดอิทธิพลของตัวแปรต้น ได้แก่ (1) การพึ่งพาสื่อสังคม (2) การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (3) การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม ที่มีต่อตัวแปรตามคือ การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 2 - 3

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปรการพึ่งพาสื่อสังคม การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม กับการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	VIF	Tolerance	Durbin-Watson
M	3.34	3.17	3.60	2.95			
SD	0.79	1.00	0.67	0.97			
Y	1.00	0.35**	0.45**	0.49**			
X ₁		1	0.27**	0.62**	1.62	0.62	1.32
X ₂			1	0.39**	1.19	0.84	
X ₃				1	1.79	0.56	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Variance Inflation Factors ค่า Tolerance ค่า Durbin-Watson ระหว่างตัวแปรการพึ่งพาสื่อสังคม การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม กับการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการพึ่งพาสื่อสังคม (X₁) ตัวแปรการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (X₂) ตัวแปรการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม (X₃) และตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต (Y₁) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.27 -

0.62 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ประกอบกับการพิจารณาค่า VIF พบว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.19 - 1.79 ซึ่งไม่เกิน 10 พิจารณาร่วมกับค่า Tolerance พบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.56 - 0.84 ซึ่งเป็นค่าที่อยู่ระหว่าง 0 - 1 และพิจารณาร่วมกับค่า Durbin-Watson พบว่าค่า Durbin-Watson คือ 1.32 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.50 - 2.50 เพราะฉะนั้นผลการตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระแสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรการพึ่งพาสื่อสังคม การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

ตัวแปรที่ศึกษา	การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม)			t	p – value
	สัมประสิทธิ์		ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย (b)	(β)	มาตรฐาน S.E.		
ค่าคงที่ (a)	1.10	-	0.19	5.85	0.00**
การพึ่งพาสื่อสังคม	0.05	0.07	0.04	1.30	0.19
การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม	0.35	0.30	0.05	6.66	0.00**
การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม	0.27	0.33	0.05	5.90	0.00**
R = 0.57	R² = 0.32	Adjusted R² = 0.31	SEE = 0.66	F = 61.99	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ตัวแปรการพึ่งพาสื่อสังคม การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

การทดสอบความเหมาะสมของเส้นถดถอยนี้มีค่าสถิติ F เท่ากับ 61.99 และจากการพิจารณาค่า R² เท่ากับ 0.32 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 32 และพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.31 แสดงว่าตัวแปรอิสระร่วมกันมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 31 นอกจากนี้

ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าซึ่งพิจารณาจากค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.66 และเมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า

1) การพึ่งพาสื่อสังคม ไม่มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (β = 0.07, p > 0.05) แสดงให้เห็นว่าปฏิเสธสมมติฐาน

2) การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.33, p < 0.01) แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

3) การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta = 0.33, p < 0.01$) แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังต่อไปนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ในภาพรวม) = 0.07(การพึ่งพาสื่อสังคม) + 0.30(การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม) + 0.33(การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม)

สมมติฐานที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค

การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม	การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค		ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig.		
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ	0.31	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำ
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในเชิงรุก	0.21	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำ
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในภาพรวม	0.28	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) พบว่า การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในเชิงรุก และในภาพรวม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค อย่างมีนัยสำคัญทาง

ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อ (ก) การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค (Perceived risk) (ข) สุขภาพจิตที่ดี (Psychological wellness) และ (ค) การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม (Social cooperation) ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต กับการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค สุขภาพจิตที่ดี และการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4 - 6

สถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า r เท่ากับ 0.31, 0.21 และ 0.28 ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์ต่ำ แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน หมายความว่า เมื่อประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยแบบตั้งรับ ในเชิงรุก และภาพรวมมากขึ้น ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต จะทำให้การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และการมีสุขภาพจิตที่ดี

การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม	สุขภาพจิตที่ดี		ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig.		
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ	0.45	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในเชิงรุก	0.53	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในภาพรวม	0.53	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และการมีสุขภาพจิตที่ดี โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่าการมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในเชิงรุก และในภาพรวม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีสุขภาพจิตที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยมีค่า r เท่ากับ 0.45, 0.53 และ 0.53 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์ปานกลาง แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน หมายความว่า เมื่อประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยแบบตั้งรับ ในเชิงรุก และในภาพรวมมากขึ้น ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต จะทำให้มีสุขภาพจิตที่ดีเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม

การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม	การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม		ทิศทางความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig.		
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ	0.32	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำ
การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมในเชิงรุก	0.35	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำ
ภาพรวม	0.36	0.00**	ทิศทางเดียวกัน	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต และการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน พบว่า การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ การมี

ส่วนร่วมทางสื่อสังคมในเชิงรุก และในภาพรวม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า r เท่ากับ 0.32, 0.35 และ 0.36 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์ต่ำ แสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน หมายความว่า เมื่อประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีส่วนร่วมทางสื่อ

สังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยแบบตั้งรับ ในเชิงรุก และในภาพรวมมากขึ้น ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต จะทำให้การให้ความร่วมมือต่อส่วนรวมเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

แนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ ร่วมกับการพิจารณาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการจับประเด็นหลัก แยกแยะและจัดกลุ่มข้อมูล เชื่อมโยง สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแบบแผนและความหมาย และหาข้อสรุปที่เป็นสาระหลัก เพื่อเสนอแนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต จำนวนทั้งสิ้น 9 แนวทาง

จากนั้นได้ทำการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้ผู้วิเคราะห์หรือตีความหมายข้อมูลแตกต่างกัน (Data analyst/Interpreter triangulation) ซึ่งมีใช้เพียงนักวิจัย แต่ยั้งรวมถึงผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาชีพในเรื่องที่วิจัยทำการทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ โดยได้สัมภาษณ์เชิงลึก นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุขจำนวน 2 คน (นักวิชาการด้านสาธารณสุข จำนวน 1 คน และนักวิชาชีพด้านสาธารณสุข จำนวน 1 คน) และนักวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 2 คน มีประเด็นการสัมภาษณ์คือ แนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ สังเคราะห์จากผลการวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร และมีข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในประเด็นใดบ้าง

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้วิจัยได้เชื่อมโยงความสัมพันธ์เป็น 5 ประเด็นใหญ่ ได้แก่ แหล่งข้อมูล เนื้อหาสาร (ควรสื่อสารอะไร อย่างไร กลไกการควบคุมสาร) การส่งเสริมการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย การส่งเสริมการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม และ ช่องทางการสื่อสาร (สื่อสังคมที่ควรใช้ และ ควรใช้สื่อสังคมอย่างไร) อันประกอบด้วยแนวทาง 12 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่นำเสนอ เผยแพร่ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ต้องมาจากแหล่งสารที่เชื่อถือได้ เช่น องค์การอนามัยโลก ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ศูนย์บัญชาการเหตุการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จังหวัดภูเก็ต เพราะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อสังคมและการเผยแพร่ต่อข้อมูลที่นำเสนอทางสื่อสังคม

เนื้อหาสาร: ควรสื่อสารอะไร อย่างไร

2) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ควรเน้นให้ความสำคัญในเจตประเด็น เรียงตามลำดับการตอบสนองความต้องการของผู้รับสารในจังหวัดภูเก็ตและจากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้ (1) ให้ข้อมูลที่ช่วยทำให้ทันต่อเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 รวมถึงประกาศจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 คำสั่งจังหวัดภูเก็ตเกี่ยวข้องกับมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (2) ให้ข้อมูลที่ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (3) ให้ข้อมูลที่ช่วยทำให้

สามารถปฏิบัติตัว/ดูแลตนเองได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม วิธีที่ จะอยู่ร่วมกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 อย่างปลอดภัย (4) ให้ ข้อมูลที่ช่วยให้สามารถปกป้องผู้อื่น คนใกล้ชิด และคนที่รักได้ (5) ให้ข้อมูลที่ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัคซีนป้องกัน โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (6) ให้ข้อมูลด้านสุขภาพที่ประชาชน ต้องการทราบอย่างเร่งด่วน หากมีปัญหาเกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 หรือได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 และ (7) นำเสนอข้อมูลที่เป็นการคาดการณ์ สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ประชาชนสามารถ รับมือกับสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้

3) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ต้องมีความถูกต้อง เป็นกลาง ไม่มีอคติ และ ครอบคลุมครบถ้วน

4) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ต้องเป็นข้อมูลที่ปัจจุบัน สื่อสารอย่าง ทันทีที่ สื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส ใช้ภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจ ง่าย หลีกเลี่ยงศัพท์เฉพาะ คำที่เข้าใจยากหรือภาษาที่เป็น ทางการมากเกินไป

เนื้อหาสาระ : กลไกการควบคุม

5) มีระบบคัดกรองผู้มีส่วนร่วมทางสื่อสังคมของ องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย (เช่น ระบบการลงทะเบียน) ตลอดจนกำหนดกฎ กติกา มารยาทที่ชัดเจน มีการสร้าง บทสัณฐานของชุมชนออนไลน์ที่ดีในแง่การแสดงพฤติกรรมมี ส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในเชิงรุก เพื่อป้องกัน หลีกเลี่ยงการ สื่อสารด้วยความเกลียดชัง (Hate speech) การกลั่นแกล้ง ออนไลน์ (Cyberbullying) ซึ่งมักจะแฝงเข้ามาในการมีส่วนร่วม ของคนหมู่มาก และกลายเป็นปัญหาลดทอนความ น่าเชื่อถือ ลดทอนการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ เพื่อให้การมีส่วนร่วม เกิดความยั่งยืน จนสามารถสืบทอดได้ในระยะยาว

การส่งเสริมการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคมขององค์กร สื่อมวลชนในประเทศไทย

6) เปิดโอกาสให้ผู้รับสารตรวจสอบการเผยแพร่ ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องขององค์กรสื่อมวลชนและผู้สื่อข่าวด้วยกันเอง อันเป็นปัจจัยทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่ เผยแพร่ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย

7) เปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าวสามารถแสดงความคิดเห็น ได้อย่างตรงไปตรงมา และสามารถช่วยกันแก้ไขข้อมูลที่ไม่ ถูกต้องได้ อันเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับสารรับรู้ว่าคุณภาพของ องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยเป็นแหล่งสารที่มีความ น่าเชื่อถือ

การส่งเสริมการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม

8) องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยควรส่งเสริม สร้างความรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคมของ องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ด้วยวิธีการ เช่น ทำให้สื่อ สังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยเป็นพื้นที่การ สื่อสารที่ผู้ใช้งานได้รับการสนับสนุน ได้รับความช่วยเหลือจาก ผู้ใช้สื่อสังคมคนอื่น ๆ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้สื่อ สังคมเพื่อให้กำลังใจ แสดงความเห็นอกเห็นใจต่อกันและกัน ปลอดภัย ให้คำปรึกษาแนะนำ หรือระบายความรู้สึกเครียด กังวลต่อกันและกันได้ในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา-19 อันเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กันระหว่างบุคคลของผู้ใช้สื่อสังคม

ช่องทางการสื่อสาร : สื่อสังคมที่ควรใช้

9) ควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อเฟซบุ๊ก ไลน์ และ ยูทูบ ตามลำดับ เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโรค ติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพราะเป็นสื่อสังคมขององค์กร สื่อมวลชนในประเทศไทย ที่ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตใช้ เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 บ่อย ที่สุด

ช่องทางการสื่อสาร : ควรใช้สื่อสังคมอย่างไร

10) ใช้สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยเป็นพื้นที่สื่อสารนำเสนอข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ ถูกแชร์ในโลกออนไลน์ แล้วให้ผู้รับสารที่เป็นพลเมืองในโลกอินเทอร์เน็ตจำนวนมากร่วมกันพิจารณาและให้คะแนนระดับความน่าเชื่อถือ ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารนั้น อันเป็นการช่วยคัดกรองตรวจจับข่าวเท็จ หรือข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ถูกบิดเบือนไปจากความเป็นจริง เพราะการช่วยรายงาน แก่ไขข่าวปลอมที่เกี่ยวข้องกับโรคไวรัสโควิด-19 ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคม เป็นหนึ่งข้อบ่งชี้ของการมีส่วนร่วมทางสื่อสังคม

11) ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ใช้สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยเป็นสื่อกลางสื่อสารความคิดเห็น ความต้องการของตนเองต่อหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐบาล หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบริหารจัดการการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ตและในประเทศไทยเป็นไปตามแนวทางที่ประชาชนเห็นว่าถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับหลักวิชาการ

12) เป็นสื่อกลางในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ ปัญหาของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 สะท้อนปัญหาเหล่านั้นกลับไปยังหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เร่งแก้ปัญหา หาแนวทางในการช่วยเหลือประชาชนอย่างเร่งด่วน เพื่อให้สามารถให้ความช่วยเหลือประชาชนและผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้อย่างทันทั่วถึง

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยที่นำเสนอในบทความนี้เป็น การอภิปรายผลจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่พบว่า การพึ่งพาสื่อสังคม การรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม และการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรค

ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต โดยที่ตัวแปรอิสระทั้งสามสามารถร่วมกันมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ได้ร้อยละ 31 สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผ่านมา (e.g., Lu, 2008; Men & Tsai, 2013; Zeng et al., 2009) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า มีเพียงตัวแปรการพึ่งพาสื่อสังคมที่ไม่มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ทั้งในภาพรวม แบบตั้งรับ และในเชิงรุก) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิจัยเชิงประจักษ์ในช่วงต้นอภิปรายได้ว่าการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคม (Perceived credibility) มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ด้วยเหตุผลดังนี้ (1) ในภาวะวิกฤตนั้น ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเป็นจริง มีความน่าเชื่อถือ ทั้งในแง่ความน่าเชื่อถือของสื่อ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร และความน่าเชื่อถือของสาร (Finset et al., 2020; Metzger et al., 2003; Yang et al., 2010) รวมถึงการสื่อสารอย่างมีจรรยาบรรณวิชาชีพ เป็นสิ่งสำคัญมาก ดังนั้น สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชน เช่น สถานีโทรทัศน์ สำนักข่าวต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์กรวิชาชีพ มีกระบวนการคัดกรอง ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนเผยแพร่สู่สาธารณชนตามมาตรฐานวิชาชีพ จึงมีความน่าเชื่อถือสามารถไว้วางใจเป็นที่พึ่งพาได้ของประชาชนในภาวะวิกฤต และ (2) สื่อสังคมเป็นสื่อที่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยผู้ใช้งานหรือผู้รับสาร (Peer-review mechanism on social media) ผู้ใช้สื่อสังคมสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างตรงไปตรงมา และสามารถช่วยกันแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้องได้ อันเป็นปัจจัยทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อสังคม หรือทำให้ผู้รับสารรับรู้ข่าวสารเป็นแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ (Johnson & Kaye, 2004; Men & Tsai, 2013) โดยเฉพาะสื่อสังคมที่มี

ชื่อเสียง สร้างผลกระทบต่อคนจำนวนมากในสังคม เช่น สื่อสังคมขององค์กรสื่อสารมวลชน

และจากผลการวิจัยที่พบว่า การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม (Community identification) มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อสารมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต อธิบายได้ว่าเป็นเพราะ (1) สื่อสังคมเป็นช่องทางสื่อสารที่เป็นชุมชน เป็นสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ผู้รับสารได้แลกเปลี่ยนทรัพยากรและให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน (2) ผู้ใช้สื่อสังคมที่ชื่นชอบ มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน มักจะชื่นชอบและแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลที่โพสต์โดยผู้ใช้อื่น ๆ (3) ด้วยสภาพแวดล้อมความเป็นชุมชนออนไลน์เป็นสิ่งส่งเสริมให้ผู้ใช้สื่อสามารถเผยแพร่เนื้อหาสาระที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้อื่น ๆ เช่น ข้อความความคิดเห็น รูปภาพ คลิปวิดีโอ อันเป็นการส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันในกลุ่มและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้สื่อสังคม (Engagement) และ (4) ผู้ใช้สื่อสังคมที่มีอัตลักษณ์ทางสังคมเหมือนกันกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์เดียวกัน มักได้รับอิทธิพลจากปทัศสถานของกลุ่ม (Group norm) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ความเป็นกลุ่มยังคงมีอยู่ต่อไป และเป็นปัจจัยที่ทำให้การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มยิ่งทวีความแข็งแกร่งมากขึ้น

ในส่วนของผลการวิจัยที่พบว่า การพึ่งพาสื่อสังคม (Social media dependency) ไม่มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ทั้งในภาพรวม แบบตั้งรับ และในเชิงรุก) ขององค์กรสื่อสารมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต อธิบายได้ว่าอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการวิจัยในครั้งนี้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อสารมวลชนในประเทศไทย เป็นระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ใช้สื่อสังคมในปริมาณน้อย ประกอบกับในภาวะวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย ประชาชนเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากหลากหลาย

แหล่งสาร ทั้งในและต่างประเทศ สื่อสังคม โดยเฉพาะสื่อสังคมขององค์กรสื่อสารมวลชนในประเทศไทย เป็นเพียงแหล่งสารหนึ่งเท่านั้นที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับ

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่พบว่า การมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมแบบตั้งรับ ในเชิงรุก และในภาพรวม มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรค สุขภาพจิตที่ดี และการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาที่รายงานว่าสื่อสังคมเป็นแหล่งสารหลักที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (Karasneh et al., 2020) มีความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างการเปิดรับสื่อสังคมและสื่อมวลชนในช่วงที่มีโรคระบาด และการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคของประชาชน (Chang, 2012; Choi et al., 2017) การรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคระบาดเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการให้ความร่วมมือต่อการแสดงพฤติกรรมตามมาตรการการป้องกันโรคระบาดของรัฐบาล และส่งผลต่อแนวโน้มการหาแนวทางป้องกันและรักษาโรค นอกจากนี้ การมีข้อมูลว่าประชาชนมีการรับรู้ความเสี่ยงอย่างไร เป็นสิ่งสำคัญต่อการวางแผนการสื่อสารความเสี่ยง

สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในภาวะโรคระบาดทำให้คนในสังคมมีความวิตกกังวล มีความเครียด รู้สึกกลัว ส่งผลให้มีสุขภาพจิตย่ำแย่ การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยเฉพาะทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นแหล่งสารและนำเสนอสารที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลดีต่อสุขภาพจิตของประชาชน เพราะผลลัพธ์ที่เกิดจากการเปิดรับข้อมูลจากสื่อสังคมสามารถช่วยเยียวยา ส่งเสริมสุขภาพจิตของคนในสังคมในช่วงที่มีการระบาดของโรคร้ายแรง ดังคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกที่ว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในปริมาณน้อยหรือการมีข้อจำกัดในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชาชนเกิดความเครียด ความวิตกกังวล (World Health Organization, 2020) อีกทั้งมาตรการหนึ่งที่สำคัญมากต่อการยับยั้งการแพร่ระบาดของ

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 คือการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพจิตของคนในสังคม ทำให้คนส่วนใหญ่เกิดความเครียด อย่างไรก็ตาม การติดต่อเชื่อมโยงทางสังคมมีความเป็นไปได้ โดยผ่านทางสื่อสังคม แม้ว่าบุคคลจะต้องอยู่ห่างกันทางร่างกาย การมีปฏิสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่ช่วยเติมเต็มความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้กำลังใจ แสดงความเห็นอกเห็นใจต่อกันและกัน ปลอดภัยให้คำปรึกษาแนะนำ หรือระบายความรู้สึกเครียดกังวลต่อกันและกันได้

นอกจากนี้ การรับรู้ปทัสถานทางสังคม (Social norm) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนในสังคมมากเป็นพิเศษ ในกรณีที่บุคคลมีความผูกพัน มีค่านิยมร่วมกับคนอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกันอย่างแนบแน่น ที่ผ่านมามีผลการวิจัยยืนยันว่าปทัสถานของกลุ่มชุมชนออนไลน์ เป็นปัจจัยที่ทำให้การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มทวีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น (Bayozzi & Dholakia, 2002) การสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อสังคม การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยเฉพาะสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชน ซึ่งเป็นแหล่งสารและนำเสนอสารที่มีความน่าเชื่อถือในการรับรู้ของประชาชน ในสภาวะการณ์วิกฤต มีส่วนช่วยทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เนื่องจากสื่อสังคมเป็นช่องทางการสื่อสารหรือเป็นชุมชนที่เอื้อให้ผู้ใช้ได้แลกเปลี่ยนทรัพยากรและให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการมีสุขภาพจิตที่ดีในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคและการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวมในระดับต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องจาก

1) ความรุนแรง ผลกระทบในวงกว้างและยาวนานของวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนัก (Richter, 2021) ซึ่งจังหวัดภูเก็ตได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างรุนแรง เนื่องจากภูเก็ตถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก พังพายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเกือบร้อยละ 90 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ภูเก็ตจึงเป็นจังหวัดที่ได้รับผลกระทบหนักสุดจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโคโรนา-19 เพราะจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 0 ติดต่อกันเป็นเวลาหลายเดือน ในปี พ.ศ. 2563 คาดการณ์ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตลดลงจากปีก่อนร้อยละ 80 ทำให้สถานประกอบการจำนวนมากต้องปิดกิจการลง กระทบต่อการจ้างงาน และส่งผลกระทบต่อรายได้ของภาคครัวเรือน (The Standard Team, 2023) ดังนั้นจากข้อเท็จจริงที่กล่าวมา แม้ว่าประชาชนในจังหวัดภูเก็ตจะมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยมากขึ้น แต่ก็มีอิทธิพลไม่มากพอที่จะทำให้ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีสุขภาพจิตที่ดี รับรู้ความเสี่ยงต่อโรค และให้ความร่วมมือต่อส่วนรวมเพิ่มขึ้นในระดับสูงได้

2) ในช่วงที่มีการใช้มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม มาตรการปิดเมืองปิดประเทศ (Lockdown) เป็นปัจจัยที่เพิ่มความยากลำบากในการใช้ชีวิต ทำให้รู้สึกโดดเดี่ยว และสร้างความเครียดอย่างมากให้กับคนในสังคม (Finset et al., 2020) แม้ว่าประชาชนใช้สื่อออนไลน์ช่วยเติมเต็มความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้กำลังใจ แสดงความเห็นอกเห็นใจต่อกันและกัน ปลอดภัยให้คำปรึกษาแนะนำ หรือระบายความรู้สึกเครียดกังวลต่อกันและกันได้ แต่ก็มีอิทธิพลไม่มากพอที่จะทำให้ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีสุขภาพจิตที่ดีในระดับสูงได้

3) จากผลการวิจัยที่พบว่าในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทยและจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงระยะเวลาที่ได้ดำเนินการวิจัย ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 จากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย เป็นระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่น้อย เพราะนอกจากสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยแล้ว ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ได้จากสื่อสังคมของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กระทรวงมหาดไทย (ศบค.มท.) สื่อสังคมของศูนย์บัญชาการเหตุการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จังหวัดภูเก็ต และสื่อสังคมของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นแหล่งสารของรัฐที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงสื่อสังคมของผู้นำทางความคิดหรือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencers) ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ที่กล่าวมายังสอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่พบว่า การพึ่งพาสื่อสังคม (Social media dependency) ไม่มีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคม (ทั้งในภาพรวม แบบตั้งรับ และในเชิงรุก) ขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการมีสุขภาพจิตที่ดีในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคและการให้ความร่วมมือต่อส่วนรวมในระดับต่ำ

ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ประชากรการวิจัยคือผู้อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดภูเก็ตในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงระยะเวลาที่ได้ดำเนินการวิจัย และเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ดังนั้นผลการวิจัยจึงอาจมีข้อจำกัดต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในบริบท

พื้นที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่จังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ ช่วงระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามคือระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นช่วงที่สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทยและในจังหวัดภูเก็ตเริ่มคลี่คลาย แต่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องก็ยังคงรณรงค์ให้ประชาชนใช้มาตรการ D-M-H-T-T-A อีกทั้ง ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงระยะเวลาที่ได้ดำเนินการวิจัย มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทยหลายระลอก ซึ่งความรุนแรงของสถานการณ์การระบาดของโรคในประเทศไทยและในจังหวัดภูเก็ตมีความแตกต่างกันในแต่ละระลอก จึงอาจส่งผลต่อการรับรู้ต่อสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ของกลุ่มตัวอย่าง และส่งผลต่อการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง แต่อย่างไรก็ตาม ในแบบสอบถามการวิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจตั้งแต่เริ่มทำแบบสอบถามแล้วว่าเป็นการประเมินการรับรู้และพฤติกรรมในช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากการวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. การวิจัยในอนาคตสามารถนำกรอบแนวคิดการวิจัยที่นำเสนอในการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาในบริบทวิกฤตการณ์เกิดโรคระบาดที่รุนแรงอื่น ๆ และในพื้นที่อื่นที่ไม่ใช่จังหวัดภูเก็ต เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยว่าสอดคล้องกับผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้หรือไม่ อย่างไร ตลอดจนอภิปรายผลว่าข้อเสนอแนะทางการสร้างและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ที่นำเสนอในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิกฤตการณ์เกิดโรคระบาดที่รุนแรงอื่น ๆ และในพื้นที่อื่นได้หรือไม่อย่างไร

2. นอกเหนือจากตัวแปรต้นที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ การวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาโดยเพิ่มตัวแปรแทรก (Mediator variable) ที่คาดว่าจะมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่ได้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรแทรกที่น่าสนใจนำมาศึกษา เช่น ระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อสังคม ระดับการศึกษา สถานภาพด้านครอบครัว (มีบุตร ไม่มีบุตร ครอบครัวขนาดเล็ก ครอบครัวขนาดใหญ่) ระดับความฉลาดทางดิจิทัลของกลุ่มตัวอย่าง ระดับการหลอมรวมสื่อ

3. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนจังหวัดภูเก็ตทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเทศไทย ในภาพรวม ทั้งองค์กรสื่อมวลชนระดับชาติและระดับท้องถิ่น ซึ่งการวิจัยในอนาคตอาจศึกษาตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่นำเสนอในการวิจัยครั้งนี้ แต่ทดสอบสมมติฐานการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนระดับชาติและระดับท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กร โดยเน้นใช้สื่อเฟซบุ๊ก ไลน์ และ ยูทูป ด้วยการนำเสนอเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่มีความน่าเชื่อถือ ทั้งในแง่ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อ ความน่าเชื่อถือต่อแหล่งสาร และความน่าเชื่อถือของสาร เพราะการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคมมีอิทธิพลโดยตรงในทางบวกต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในแบบตั้งรับหรือในเชิงรุก ควรเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สื่อสังคมสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างตรงไปตรงมา และสามารถช่วยกันแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้องได้ และเปิดโอกาสให้

ผู้รับสารตรวจสอบการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องขององค์กรสื่อมวลชนและผู้ใช้สื่อด้วยตนเอง

2. องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีส่วนร่วมทางสื่อสังคมขององค์กร ด้วยการส่งเสริมให้ประชาชนรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสื่อสังคม เช่น จูงใจ โน้มน้าวให้ผู้ใช้สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยมีส่วนร่วมสร้าง นำเสนอ เผยแพร่ แบ่งปันเรื่องเล่า รูปภาพ คลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 แก่ผู้ใช้สื่อสังคมคนอื่น ๆ โดยเฉพาะข้อมูลที่ช่วยทำให้ทันต่อเหตุการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพราะเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ประชาชนในจังหวัดภูเก็ตเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทางสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทย ทั้งนี้ ต้องเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาที่เผยแพร่โดยผู้ดูแลสื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชน หรือแฟนเพจตัวอย่ง หรือผู้รับสารด้วยตนเอง รวมถึงทำให้สื่อสังคมขององค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยเป็นพื้นที่การสื่อสารที่ผู้ใช้งานได้รับการสนับสนุน ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ใช้สื่อสังคมคนอื่น ๆ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้สื่อสังคมเพื่อให้เกิดความเห็นอกเห็นใจต่อกันและกัน ปลอดภัย ให้คำปรึกษา แนะนำ หรือระบายความรู้สึกเครียดกังวลต่อกันและกันได้ ในช่วงที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

3. องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยควรสื่อสารสุขภาพกับสาธารณชนผ่านสื่อสังคมขององค์กร เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตที่ดีในช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เช่น สื่อสารให้ความรู้ ข้อแนะนำ นำเสนอตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับวิธีการจัดการกับความกลัวในภาวะการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณมีความสามารถมากพอที่จะรับมือและจัดการกับภัยคุกคามที่ทำให้เกิดความกลัวนั้นได้ (Sense of efficacy) ไม่เน้นรายงานข้อมูลสถานการณ์ที่เป็นข้อมูลในด้านลบเพียงอย่างเดียว แต่ควรนำเสนอข่าวสารในด้านบวกด้วย เช่น ตัวอย่างผู้มีจิตอาสา การมีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกันของประชาชนในภาวะ

วิกฤตโรคระบาด รวมถึงสื่อสารให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจ
มาตรการช่วยเหลือเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ
ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ของรัฐบาล

4. องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยควรใช้สื่อสังคม
สื่อสารให้ประชาชนมีความรู้และรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคติดเชื้อ
ไวรัสโคโรนา-19 โดยเฉพาะการสื่อสารรณรงค์ให้ประชาชนทุก
คนได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพราะ
จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าประชาชนในจังหวัด
ภูเก็ตรับรู้ความเสี่ยงต่อโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในประเด็น
เรื่องการฉีดวัคซีนป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ให้กับคนไทย
ทุกคนมากที่สุด

5. องค์กรสื่อมวลชนในประเทศไทยควรส่งเสริมให้
เกิดความร่วมมือต่อส่วนรวม ในภาวะการระบาดของโรคติด
เชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในจังหวัดภูเก็ต ผ่านสื่อสังคมขององค์กร
เช่น สื่อสารส่งเสริมให้คนในสังคมให้ความร่วมมือต่อการ
เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในแนววิถีใหม่แทนที่พฤติกรรม
แบบเดิมด้วยพฤติกรรมแบบใหม่ที่ง่ายไม่ยุ่งยาก เช่น สวม
หน้ากากอนามัยตลอดเวลาเมื่ออยู่นอกบ้าน ล้างมือด้วยสบู่
แอลกอฮอล์หรือสบู่ฆ่าเชื้อโรคเป็นประจำ การรักษา
ระยะห่างทางสังคม โดยมีบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นต้นแบบในการ
แสดงพฤติกรรม

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ทวีศักดิ์ เกิดโสภา. (2563, มีนาคม 24). ใครรับผิดชอบ? โคโรนา-19 แพร่ระบาดใหญ่และรวดเร็วจากสนามมวยลุมพินี. *ประชาไทย*. วันที่
เข้าถึงข้อมูล 21 ตุลาคม 2565 แหล่งที่มา <https://prachatai.com/journal/2020/03/86898>
- พวงชมพู ประเสริฐ. (2563, เมษายน 11). 10 อันดับแรกจังหวัดที่มีอัตราการป่วยโควิด-19 สูงสุดในไทย. *กรุงเทพธุรกิจ*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 6
สิงหาคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/875588>
- วันสนันท์ ดีประสิทธิ์. (2563, พฤษภาคม 22). สื่อไทยปรับตัวไวในยุควิดีโอ-19 มีนิวนอร์มัลการทำงานออนไลน์-ร่วมไลฟ์สตรีมมิ่งสูง. *Best
Living Taste*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 5 กันยายน 2565 แหล่งที่มา <https://www.blbtangkok.com/lifestyle/workwellness/21960/>
- ศูนย์อายุรกรรม โรงพยาบาลนครธน. (2564). *คลายข้อสงสัย วัคซีนป้องกันโรคโควิด-19*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 21 ตุลาคม 2565 แหล่งที่มา
<https://www.nakomthon.com/article/detail/%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%84%E0%B8%8B%E0%B8%B5%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%94-19>
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2564). *รายงานสถิติจังหวัดภูเก็ตปี พ.ศ. 2564*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 6 สิงหาคม 2565 แหล่งที่มา
http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=132&Itemid=507
- เสนห์ เจียสกุล. (2564, เมษายน 26). เด็กกับโรคโควิด-19. *บริษัทสมิติเวช จำกัด (มหาชน)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 16 ตุลาคม 2565 แหล่งที่มา
<https://www.samitivejhospitals.com/th/article/detail/%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%81-%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%9419>

- อัปเดตสถานการณ์ 'โควิด-19' วันที่ 8 มกราคม 2564. (2564, มกราคม). *กรุงเทพธุรกิจ*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 6 สิงหาคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/916170>
- hfocus team. (2564, กุมภาพันธ์ 27). หมอจุฬาตอบสารพัดคำถามวัคซีนโควิด19 “ซิโนแวค-แอสตราเซนเนกา”. (2564, กุมภาพันธ์ 27). *Hfocus*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 21 ตุลาคม 2565 แหล่งที่มา <https://www.hfocus.org/content/2021/02/21129>
- The Standard Team. (2563, พฤศจิกายน 11). นายกฯ สั่งตั้งคณะทำงาน ศึกษาแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจภูเก็ต หลังกระทบหนักสุดจากพิษโควิด-19. *The Standard*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 21 ตุลาคม 2565 แหล่งที่มา <https://thestandard.co/pm-ordered-establishment-of-a-working-group-study-of-the-phuket-economic-recovery-plan/>

ภาษาอังกฤษ

- Agostino, D. & Amaboldi, M. A. (2016). Measurement framework for assessing the contribution of social media to public engagement: An empirical analysis on Facebook. *Public Management Review*, 18(9), 1289–1307.
- Alexander, D. (2014). Social media in disaster risk reduction and crisis management. *Science and Engineering Ethics* 20(3), 717-733.
- Basol, M., Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2020). Good News about bad news: Gamified inoculation boosts confidence and cognitive immunity against fake news. *Journal of Cognitive Psychology*, 3(1), 1-9.
- Bayozzi, P. R. & Dholakia, M. U. (2002) Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 2-21.
- Berinsky, J. A. (2017). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British Journal of Political Science*, 47(2), 241-262.
- Bond, M. R., Fariss, J. C., Jones, J. J., Kramer, I. D. A., Marlow, C., & Settle. E. J. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, 295–298.
- Bonsón, E., Perea, D., & Bednárová, M. (2019). Twitter as a tool for citizen engagement: An empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, 36(3), 480–489.
- Centola, D. (2011). An Experimental Study of Homophily in the Adoption of Health Behavior. *Science*, 334(6060), 1269-1272.
- Chang, C. (2012). News coverage of health-related Issues and its impacts on perceptions: Taiwan as an example. *Health Communication*, 27(2), 111-123.
- Chatfield, T. A. & Reddick, G. C. (2018). All hands on deck to tweet #sandy: Networked governance of citizen coproduction in turbulent times. *Government Information Quarterly*, 35(2), 259-272.
- Choi, D. H., Yoo, W., Noh, G. Y., & Park, K. (2017). The impact of social media on risk perceptions during the MERS outbreak in South Korea. *Computers in Human Behavior*, 72(July), 422-431.
- Christakis, A. N. & Fowler, H. J. (2013). Social contagion theory: examining dynamic social networks and human behavior. *Statistics in Medicine*, 32(4), 556-577.
- Crum, A. J., Akinola, M., Martin, A., & Fath, S. (2017). The role of stress mindset in shaping cognitive, emotional, and physiological responses to challenging and threatening stress. *Anxiety Stress & Coping*, 30(4), 1-17.

- Crum, A. J., Jamieson, J. P., & Akinola, M. (2020). Optimizing stress: An integrated intervention for regulating stress responses. *Emotion, 20*(1), 120–125.
- Crum, A. J., Salovey, P., & Achor, S. (2013). Rethinking stress: The role of mindsets in determining the stress response. *Journal of Personality and Social Psychology, 104*(4), 716–733.
- del Mar Gálvez-Rodríguez, M. Sáez-Martín, A., Garcia-Tabuyo, M. & Caba-Peréz, C. (2019). Exploring dialogic strategies in social media for fostering citizens' interactions with Latin American local governments. *Public Relations Review, 44*(2), 265–276.
- Di Giuseppe, Abbate, R., & Albano, C. (2008). A survey of knowledge, attitudes and practices towards avian influenza in an adult population of Italy. *BMC Infectious Diseases 8*(1), 36.
- Eisenberg, A. S., Kurita, K., Taylor-Ford, M., Agus, B. D., Gross, E. M., & Meyerowitz, E. B. (2015). Intolerance of uncertainty, cognitive complaints, and cancer-related distress in prostate cancer survivors. *Psycho-Oncology, 24*(2), 228-235.
- Ellis, E. G. (2020). The coronavirus outbreak is a petri dish for conspiracy theories. *Wired*. Retrieved July 15, 2022 from <https://www.wired.com/story/coronavirus-conspiracy-theories/>
- Finset, A., Bosworth, H., Butow, P., Gulbrandsen, P., Hulsman, L. R., Pieterse, H. A., Street, R., Tschoetschel, R., & van Weert, J. (2020). Effective health communication – a key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient Education and Counseling, 103*(5), 873–876. <https://doi.org/doi: 10.1016/j.pec.2020.03.027>
- Fischbacher, U., Gächter, S., & Fehr, E. (2001). Are people conditionally cooperative? Evidence from a public goods experiment. *Economics Letters, 71*(3), 397-404.
- Garcia, T., Massoni, S. & Villeval, M. (2020). Ambiguity and excuse-driven behavior in charitable giving. *European Economic Review, Elsevier, 124*(C), 103412.
- Gino, F., Norton, I. M., & Weber, A. R. (2016). Motivated bayesians: Feeling moral while acting egoistically. *Journal of Economic Perspectives, 30*(3), 189-212.
- Graham, M., Avery, J. E., & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review, 41*(3), 386-394.
- Guess, A. & Coppock, A. (2018). Does Counter-attitudinal Information cause backlash? Results from three large survey experiments. *British Journal of Political Science, 50*(4), 1-19.
- Guess, A., Nagler, J., Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances, 5*(1), 1-8.
- Halpern, D. (2015). *Inside the nudge unit: How small changes can make a big difference*. UK: Random House.
- Helliwell, F. J. & Huang, H. (2013). Comparing the happiness effects of real and on-line friends. *PLoS ONE, 8*(9), e72754.
- Hsee, C. K. & Rottenstreich, Y. (2004). Music, pandas, and muggers: On the affective psychology of value. *Journal of Experimental Psychology. General, June*. 594-608.

- Jamieson, P. J., Crum, A. J., Goyer, P., Marottaet, E. M., & Akinola, M. (2018). Optimizing stress responses with reappraisal and mindset interventions: an integrated model. *Anxiety Stress & Coping*, 31(3), 1-17.
- Johnson, J. T. & Kaye, K. B. (2004). Wag the blog: How reliance on traditional media and the internet Influence credibility perceptions of weblogs among blog users. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81(3), 622-642.
- Jurgens, M. & Helsloot, I. (2018). The effect of social media on the dynamics of (self) resilience during disasters: A literature review. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 79-88.
- Karasneh, R., Al-Azzam, S., Muflih, S., Soudah, O., Hawamdeh, S., Khader, Y. (2020). Media's effect on shaping knowledge, awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists. *Research in Social and Administrative Pharmacists*, 17(1), 1897-1902.
- Kim, A. D., Hwong, R. A., Stafford, D., Hughes, A. D., O'Malley, J. A., Fowler, H. J., & Christakis, A. N. (2015). Social network targeting to maximise population behaviour change: a cluster randomised controlled trial. *The Lancet*, 386(9989), 145-153.
- Kurita K., Garon E., Stanton A., & Meyerowitz, B. (2013). Uncertainty and psychological adjustment in patients with lung cancer. *Psycho-Oncology*, 22(6), 1396-1401.
- Lauer, A. S., Grantz, H. K., Bi, Q., Jones, K. F., Zheng, Q., Meredith, R. H., Azman, S. A., Reich, G. N., & Lessler, J. (2020). The incubation period of coronavirus disease 2019 (COVID-19) from publicly reported confirmed cases: Estimation and application. *Annals of Internal Medicine*, 172(9). 577-582.
- Leung, M. G., Lam, T-H, Ho, L-M, Suzanne, C., Chan, B., Wong, I. O. L., & Hedley, J. A. (2003). The impact of community psychological responses on outbreak control for severe acute respiratory syndrome in Hong Kong. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 57(11), 857-863.
- Lewandowsky, S., Ecker, K. H. U., Seifert, M. C., Schwarz, N. & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131.
- Lu, H. Y. (2008). Sensation-seeking, internet dependency, and online interpersonal deception. *CyberPsychology and Behavior*, 11(2), 227-231.
- Men, R. L. & Tsai, S. W. (2013). Beyond liking or following: Understanding public engagement on social networking sites in China. *Public Relations Review*, 39(1), 13-22.
- Metzger, J. M., Flangin, J. A., Eyal, K., Lemus, R. D., & McCann, M. R. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293-335.
- Milinski, M., Hilbe, C., Semmann, D., Sommerfeld, R. & Marotzke, J. (2016). Humans choose representatives who enforce cooperation in social dilemmas through extortion. *Nature Communications* 7(1), 10915.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, G. J., & Rand, G. D. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-Nudge Intervention. *Psychological Science*, 31(7), 770-780.

- Richter, F. (2021, January 4). Tourism Back to 1990 Levels as Pandemic Halts Travel. *Statista*. Retrieved July 20, 2022 from <https://www.statista.com/chart/21793/international-tourist-arrivals-worldwide/#:~:text=While%20few%20industries%20have%20been,hard%20as%20the%20tourism%20sector.&text=That%20equates%20to%20a%20decline,industry%20back%20to%201990%20levels>
- Roozenbeek, J. & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(12), 1-10.
- Roozenbeek, J., van der Linden, S., & Nygren, T. (2020). Prebunking interventions based on “inoculation” theory can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*.
- Shen, L. (2010). Mitigating Psychological Reactance: The role of message-induced empathy in persuasion. *Human Communication Research*, 36(3), 397-422.
- Sparkman, G. & Walton, G. M. (2017). Dynamic norms promote sustainable behavior, Even if It Is counternormative. *Psychological Science*, 28(1), 1663 – 1674.
- Stark, A. & Taylor, M. (2014). Citizen participation, community resilience and crisis-management policy. *Australian Journal of Political Science*, 49(2), 300–315.
- Taylor, M. & Kent, M. L. (2014). Dialogic engagement: Clarifying foundational concepts. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 384–398.
- Tang, Z., Zhang, L., Xu, F., & Vo, H. (2015). Examining the role of social media in California’s drought risk management in 2014. *Natural Hazards*, 79(07 June), 171–193.
- Tedeschi, G. R. & Calloun, G. L. (2004). Posttraumatic growth: Conceptual foundations and empirical evidence. *Psychological Inquiry*, 15(1), 1-18.
- Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. USA.: Yale University Press.
- Tsai, S. W. & Men, R. L. (2013) Motivations and antecedents of consumer engagement with brand pages on social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*, 13(2), 76-87.
- Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, S. P., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., Crockett, J. M., Crum, J. A., Douglas, M. K., Druckman, N. J., Drury, J., Dube, O., Ellemers, N., Finkel, J. E., Fowler, H. J., Gelfand, M., Han, S., Haslam, A., Jetten, J., & Willer, R. (2020). Using social and behavioral science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behavior*, 4(5), 460-471.
- van der Bles A. M., van der Linden S., Freeman A. L. J., & Spiegelhalter, D. J. (2020). The effects of communicating uncertainty on public trust in facts and numbers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(14). 7672-7683.
- van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S. & Maibach, E. (2017). Inoculating the Public against Misinformation about Climate Change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008.

- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., Ybarra, O., Jonides, J., & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, *144*(2), 480–488.
- Wood, T. & Porter, E. (2018). The elusive backfire effect: Mass attitudes' steadfast factual Adherence. *Political Behavior*, *41*(2), 135–163.
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19): Situation report*, 38. World Health Organization. Retrieved July 20, 2022 from <https://apps.who.int/iris/handle/10665/331226>
- Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). NY.: Harper and Row.
- Yang, S., Kang, M., & Johnson, R. P. (2010). Effects of narratives, openness to dialogic communication, and credibility on engagement in crisis communication through organizational blogs. *Communication Research* *37*(4), 473-497.
- Zeng, F., Huang, L., & Dou, W. (2009). Social factors in user perceptions and responses to advertising in online social networking communities. *Journal of Interactive Advertising*, *10*(1), 1-13.
- Zhang, C., Fan, C., Yao, W., Hu, X., & Mostafavi, A. (2019). Social media for intelligent public information and warning in disasters: An interdisciplinary review. *International Journal of Information Management*, *49*(December), 190-207.