

การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสุขภาพ

To use of digital media to promote health

พฤกษา เกษมสารคุณ¹, บงกชกร หงส์สาม²

และ กันตพิชญ์ ศักดิ์สวัสดิ์³

Phrugsa Gasemsarakoon¹, Bongkotchakon Hongsam²

and Kuntapitch Saksawat³

^{1,2,3}มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตลำปาง

^{1,2,3}Thailand National Sports University Lampang Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล ตลอดจนความรู้ และพฤติกรรมการป้องกันฝุ่น PM 2.5 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลจากจากประชาชนที่มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี ในพื้นที่ทั้ง 19 ตำบล ของอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1 กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 อยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลจากสื่อดิจิทัลวันละครั้ง ผ่านสื่อ Facebook มากที่สุด รองลงมาคือสื่อ Line และสื่อ Application ต่าง ๆ ตามลำดับ 2 ความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัลอยู่ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณารอบด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด รองลงมาคือด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร

ที่เข้าใจง่าย และการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็ว ตามลำดับ ส่วนในระดับปานกลาง คือ ด้านสีสันสวยงามน่าสนใจ และด้านข้อมูลถูกต้องเชื่อถือได้ 3 ด้านความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวฝุ่น PM 2.5 พบว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก โดยเฉพาะในเรื่องความรู้ความเข้าใจว่าฝุ่น PM 2.5 คืออะไร สาเหตุและอันตรายของฝุ่น PM 2.5 และ 4 พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 พบว่า มีการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 อยู่ในระดับที่สูง โดยพบการป้องกันตนเองด้วยวิธีการใส่หน้ากากกรองฝุ่นมากที่สุด และวิธีการที่ใช้้น้อยที่สุดมีเพียง 2 วิธี คือ วิธีการฉีดน้ำเพื่อบรรเทาฝุ่น และการใช้เครื่องฟอกอากาศ อาจเป็นเพราะเป็นวิธีการที่ยุ่งยาก และมีค่าใช้จ่ายสูง

คำสำคัญ : สื่อดิจิทัล, สื่อสารสุขภาพ, ฝุ่น PM 2.5, การป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5

Abstract

This research aimed to study exposure Seeking information through digital media As well as knowledge And PM 2.5 dust prevention behavior is quantitative research. (Quantitative Research) A survey research method by using questionnaires. (Questionnaire) Data were collected from 400 people aged between 18 - 60 years in 19 sub-districts of Muang District, Lampang Province by using probability sampling method, selecting a multi-step sample (Multi-Stage Sampling) analyzed the data using percentage, mean and standard deviation.

The results of the study showed that 1 The samples were at high levels of exposure and seeking information about PM 2.5 dust. The samples were most exposed to information from digital media once a day via Facebook media, followed by Line media and various application media, respectively. Good level When considering all aspects, it was found that the sample group had the most opinion on ease of access to information. Followed by the provision of information that is easy to understand. And providing information with speed, respectively, in the medium level, colorful, interesting and information is correct and reliable. 3 Knowledge and understanding of PM 2.5 dust information was found to be at a very high level. Especially in the knowledge and understanding of what PM 2.5 dust is, causes and dangers of dust PM 2.5 and 4 Self-protection behavior from PM 2.5 dust found that self-protection from PM dust 2.5 is high Found to protect themselves by wearing a dust mask the most and the least used method, there are only 2 methods: water spray to relieve dust. And the use of air purifiers Maybe it's because it's a tricky approach. And has a high cost.

Keywords: Digital media, Communication health, PM 2.5 dust, Self-protection from PM 2.5 dust

บทนำ

ในยุค “ดิจิทัล” ที่ทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เพราะสื่อดิจิทัลเข้ามา มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะ การใช้โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนในปัจจุบัน เครื่องมือสื่อสารที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่ โทรศัพท์ แต่เป็นเครื่องมือที่ใช้เชื่อมต่อสังคมโลกในรูปแบบสังคมออนไลน์ การติดต่อ รับส่งข้อมูลข่าวสารทางข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ผ่านช่องทาง สื่อออนไลน์ เช่น Line Facebook YouTube Messenger และ Application ของแต่ละ หน่วยงาน ดังนั้น สื่อดิจิทัลจึงเป็นช่องทางหรือเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้ รับทราบ ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์สังคม สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต และช่วยส่งเสริมสุขภาพให้มีความปลอดภัย โดยเฉพาะปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตมนุษย์ ก็คือ “อากาศ”

อากาศเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดบนโลก การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางอากาศทุกอย่างเช่น การตัดไม้ทำลายป่า สภาพ ความชื้นในอากาศ การเกิดไฟไหม้ป่า กระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดหมอกควัน ฝุ่นละอองและก๊าซพิษ เหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการดำรงชีวิตอย่าง หลีกเลี่ยงไม่ได้ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2558) ศึกษาว่าเมื่อมนุษย์และสัตว์ หายใจเอาอากาศที่สกปรกมีฝุ่นละอองหมอกควันก๊าซต่าง ๆ ตลอดจนสารเป็นพิษเข้าไป ในร่างกาย จะทำให้อวัยวะเจริญเติบโตไม่เต็มที่ และเป็นสาเหตุของโรคต่าง ๆ เช่น โรคเกี่ยวกับระบบหายใจ โรคมะเร็งที่ปอด โรคหลอดเลือดแข็ง โรคหัวใจ ปอด มีนง ไขเป็นเลือด เป็นต้น อากาศเสียยังเป็นอันตรายต่อระบบหายใจของพืชโดยตรง ส่งผล ต่อการเจริญเติบโตของพืชชะงักงัน เห็นได้จากต้นไม้ที่ปลูกที่มีการจรรยาจรณาแน่น มักจะแคระแกร็นมีการเจริญเติบโตช้าหรือตาย สำหรับสถานการณ์สภาพอากาศ ประเทศไทย ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2562 เกิดปรากฏการณ์ฝุ่นปกคลุมอย่างหนาแน่น ทุกคน จึงได้รู้จักฝุ่น PM 2.5 ที่ปรากฏอยู่บนสื่อแทบทุกแขนง ฝุ่น PM 2.5 (Particulate matter with diameter of less than 2.5 micron) เป็นฝุ่นละอองขนาดเล็กมากที่มีขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอน เป็น 1 ใน 8 ตัววัดมาตรฐานคุณภาพอากาศในบรรยากาศ เทียบได้ว่า มีขนาดประมาณ 1 ใน 25 ส่วนของเส้นผ่านศูนย์กลางเส้นผมมนุษย์ เป็นฝุ่นที่มีขนาดเล็ก

มากจนจนจมูกของมนุษย์ไม่สามารถกรองได้ จึงแพร่กระจายเข้าสู่ทางเดินหายใจ กระแสเลือด และเข้าสู่อวัยวะอื่น ๆ ในร่างกายได้ ตัวฝุ่นเป็นพาหะนำสารแคดเมียมปรอท โลหะหนัก และสารก่อมะเร็งอื่น ๆ เป็นสาเหตุของผลกระทบต่อด้านสุขภาพทั้งระยะสั้นและระยะยาว เช่น อาการไอ จาม หรือภูมิแพ้ ผู้ที่เป็นภูมิแพ้ฝุ่นอยู่แล้ว จะยิ่งถูกกระตุ้นให้เกิดอาการมากขึ้น ผิวหนังปวดแสบปวดร้อน เกิดลมพิษ ก่อให้เกิดโรคทางเดินหายใจเรื้อรัง โรคหลอดเลือดและหัวใจ โรคปอด หรือมะเร็งปอด สำหรับผู้ที่ร่างกายแข็งแรงเมื่อได้รับฝุ่น PM 2.5 อาจจะไม่ส่งผลกระทบต่อให้เห็นในช่วงแรกๆ แต่หากได้รับติดต่อกันเป็นเวลานาน หรือสะสมในร่างกาย สุดท้ายก็จะก่อให้เกิดอาการผิดปกติของร่างกายในภายหลัง (กรมควบคุมมลพิษ, 2562) ทั้งองค์การอนามัยโลก หรือ World Health Organization (WHO) กำหนดให้ฝุ่น PM 2.5 จัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 ของสารก่อมะเร็ง ประกอบกับรายงานของธนาคารโลก (World Bank) ที่ระบุว่าประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตจากมลพิษทางอากาศมากถึง 50,000 ราย ส่งผลไปถึงระบบเศรษฐกิจ รวมไปถึงค่าใช้จ่ายจำนวนมากที่ต้องสูญเสียรักษาพยาบาลผู้ป่วยจากมลพิษทางอากาศนี้ (กระทรวงสาธารณสุข, 2562)

จึงทำให้นายงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมควบคุมมลพิษ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สถานพยาบาลของรัฐบาลและเอกชน สื่อมวลชน สถานศึกษา และหนึ่งในความเคลื่อนไหวใหญ่ กรีนพีซ ประเทศไทย ร่วมกับ มูลนิธินิติธรรมสิ่งแวดล้อม, มูลนิธิบูรณะนิเวศ, มูลนิธิชีววิถี (BIOTHAI) มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, Friend Zone, เมลด์เคย์, Climate Strike Thailand และภาคประชาชน ร่วมเดินรณรงค์ “พอกันที ขอลากาศที่ดีคืนมา” เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจต่ออันตรายผลกระทบ การป้องกันดูแลตัวเองอย่างถูกวิธี เพื่อลดความทุกข์ทรมาน และค่าใช้จ่ายในการรักษา ตลอดจนรับรู้และเข้าใจถึงปัญหาฝุ่น PM 2.5 ที่เกิดขึ้นจาก 4 สาเหตุ ได้แก่ 1. แหล่งกำเนิด จากการจราจร การเผาไหม้ในที่โล่ง การทำกิจกรรมของประชาชน การดำเนินงานภาคอุตสาหกรรม 2. สภาพอากาศ สภาพการณ์ผ่นกลับของอุณหภูมิ (Temperature Inversion) ที่มักเกิดขึ้นในฤดูหนาว ที่ชั้นความเย็นอยู่ภายใต้ถูกกักอยู่ภายใต้ชั้นความร้อนแปลงสภาพเป็นฝ้าซี กักกั้นให้ฝุ่นไม่สามารถลอยสูงได้ 3. สภาพพื้นที่ ด้วยลักษณะ

ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นแอ่ง ไม่เอื้อต่อการเจือจางมลพิษ ร่วมด้วยผังเมือง การวางตัว การก่อสร้างที่ทำให้การระบายอากาศไม่ดี และ 4. พื้นที่สีเขียว ตามองค์การอนามัยโลก (WHO) ระบุให้สัดส่วนพื้นที่สีเขียวต่อประชากร 1 คน คือ 9 ตร.ม. แต่สำหรับด้วยการขยายตัวของสังคมเมือง กลับมีสัดส่วนพื้นที่สีเขียวไม่ถึง 3 ตร.ม. ต่อประชากร 1 คน น้อยกว่ามาตรฐานของ WHO ถึง 3 เท่า (พิสุทธิ เพ็ชรมนกุล, 2562) จากสถานการณ์ ความรุนแรงของฝุ่น PM 2.5 จึงจำเป็นต้องสื่อสาร เผยแพร่ให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจถึงสาเหตุการเกิดที่ถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การร่วมมือปฏิบัติลดฝุ่น PM 2.5

สื่อดิจิทัลจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารให้ข้อมูลความรู้ สาเหตุ อันตราย ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนวิธีการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 เนื่องด้วยคุณสมบัติของสื่อดิจิทัลที่สามารถสื่อสารข้อมูลในวงกว้างได้ในเวลาอันรวดเร็ว เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกในทุกสถานที่ทุกเวลา มีความสวยงามเข้าใจง่าย และเสียค่าใช้จ่ายน้อย (วรุฒิ อ่อนน่วม, 2555) อาทิเช่น วิดีโอ YouTube ที่ให้ความรู้ ความเข้าใจอันตรายของ ฝุ่น PM 2.5 เมื่อเข้าสู่ร่างกาย รูปภาพกราฟฟิคเกี่ยวกับ ฝุ่น PM 2.5 ที่ส่งผ่านกันทาง Line และ Facebook และยังมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและ เอกชนได้สร้าง Application เพื่อให้ความรู้และตรวจวัดคุณภาพอากาศแบบ Real time เช่น Air Visual, Air4 Thai, Air Matters, BreezoMeter, Airveda, Plume Air Report และ Air Quality: Real time AQI (Pollution Control Department, 2019) ซึ่งทุกคน สามารถรับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 ผ่านทางสื่อดิจิทัลเหล่านี้ได้ตลอดเวลา ในทุกสถานที่

สถานการณ์ปัญหาฝุ่น PM_{2.5} ในประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2562-2563 จากข่าว ที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชน พบว่า ภาคเหนือเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณฝุ่น PM 2.5 เกินค่ามาตรฐานสูงสุด โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดลำปางมีหมอกควันปกคลุมตลอดเวลา ซึ่งเป็นฝุ่นละอองขนาดเล็กลอยต่ำคลุมพื้นที่ ที่เกินค่ามาตรฐานมาก อยู่ในระดับสีแดง ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 9 วันติดต่อกัน (ไทยโพสต์, 2563) แม้จะมีการเร่งแก้ไขปัญหา ฝุ่น PM 2.5 ด้วยวิธีการต่าง ๆ แต่เนื่องด้วยลักษณะสภาพอากาศที่หนาวเย็น สภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบล้อมรอบด้วยภูเขา มีลักษณะเป็นแอ่งแผ่นดินหรืออ่าง เรียกว่า “อ่างลำปาง” จึงทำให้อากาศและฝุ่น PM 2.5 ไม่สามารถระบายหรือถ่ายเท

ออกไปได้ ประกอบกับปัญหาการลัดวงจรจุดไฟเผาป่าอย่างต่อเนื่อง การเผาวัชพืช การเผาในที่โล่ง ส่งผลให้เกิดเขม่าควันไฟเป็นบริเวณกว้าง ทั้งในพื้นที่เป็นที่ตั้งของโรงงานปูนซีเมนต์ และโรงไฟฟ้าถ่านหิน เหมือนถ่านหิน ทำให้มีฝุ่นละอองขนาดเล็กฟุ้งกระจายในอากาศเป็นจำนวนมาก ยิ่งส่งผลต่อค่าฝุ่น PM 2.5 ในระดับสูงมากขึ้น

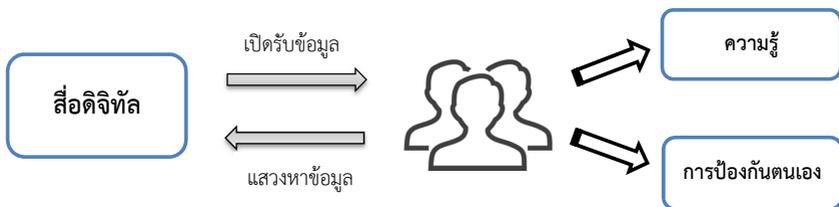
จากสาเหตุดังกล่าวย่อมมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในจังหวัดลำปาง อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล ตลอดจนความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนลำปาง ซึ่งเป็นพื้นที่ประสบปัญหาฝุ่น PM 2.5 สูงเป็นอันดับต้นของประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษานี้เป็นแนวทางให้หน่วยงานด้านส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ นำไปพัฒนารูปแบบ การนำเสนอข้อมูล ผ่านสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ให้น่าสนใจ ดึงดูดใจให้ประชาชนสนใจรับข้อมูล มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และนำไปสู่การดูแลป้องกันโรค ส่งเสริมตนเองให้มีสุขภาพดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนใน อ.เมือง จ.ลำปาง
2. เพื่อศึกษาระดับความรู้และพฤติกรรมการป้องกันอันตรายจากฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนใน อ.เมือง จ.ลำปาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสุขภาพ มีกรอบแนวคิดและตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในการวิจัย ดังนี้



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และพฤติกรรมกรรมการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนใน อ.เมือง จ.ลำปาง
2. หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาช่องทางการสื่อสาร รวมถึงรูปแบบการเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้และป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 หรือการรักษาสุขภาพจากมลพิษอื่น ๆ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสุขภาพ” การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ระดับการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และพฤติกรรม การป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล ของประชาชนใน อ.เมือง จ.ลำปาง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจ วัตถุประสงค์เพียง ครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) มีขั้นตอน ดังนี้

1. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากข้อมูลสำนักทะเบียนจังหวัดลำปาง จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Yamane (1973) คือ

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} \rightarrow n = \frac{\text{ขนาดประชากร (233,447)}}{\text{ขนาดประชากร (233,447)} * \text{ความน่าจะเป็นของความผิดพลาด(0.05)^2}} \rightarrow n = 399.99$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

1.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)

1.2.1 เลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 - 60 ปี ที่อาศัยอยู่ทั้ง 19 ตำบล ของอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.2.2 กำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 19 ตำบลเท่ากัน ได้ตำบลละ 22 ตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เท่ากับ 418 ตัวอย่าง

1.2.3 เลือกตัวอย่าง โดยประสานขอเข้าไปเก็บแบบสอบถามที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลทั้ง 19 ตำบล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) จำนวน 418 ตัวอย่าง ที่กำหนดไว้จนได้ครบตามจำนวนภายในระยะเวลา 1 เดือน (1 - 30 มิถุนายน 2563)

1.2.4 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม และคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ศึกษา

2.1 การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Question) และคำถามปลายเปิด (Opened-ended Question) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ 1.) คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร 2.) คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับของตัวแปร 6 ระดับ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) โดยระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาค (Interval Scale) 3.) คำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเรื่องฝุ่น PM 2.5 จำนวน 15 ข้อ โดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับของตัวแปร 2 ระดับ 4.) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 โดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับของตัวแปร 6 ระดับ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

2.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่า OIC เท่ากับ 0.75 และนำโครงร่างงานวิจัยผ่านคณะกรรมการเต็มชุด (Full board) จริยธรรมการวิจัยเกี่ยวกับมนุษย์ วิทยาลัยพยาบาล

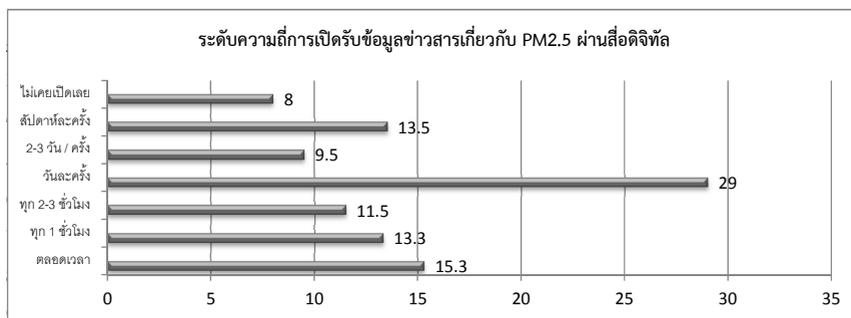
บรมราชชนนี นครลำปาง เลขที่โครงการวิจัย 066/2563 วันที่รับรอง 2 เมษายน 2563 วันหมดอายุ 2 เมษายน 2564 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของคณะกรรมการ ไปทดสอบใช้จริงกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient Alpha) โดยการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Product Moment)

ผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสุขภาพ” สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

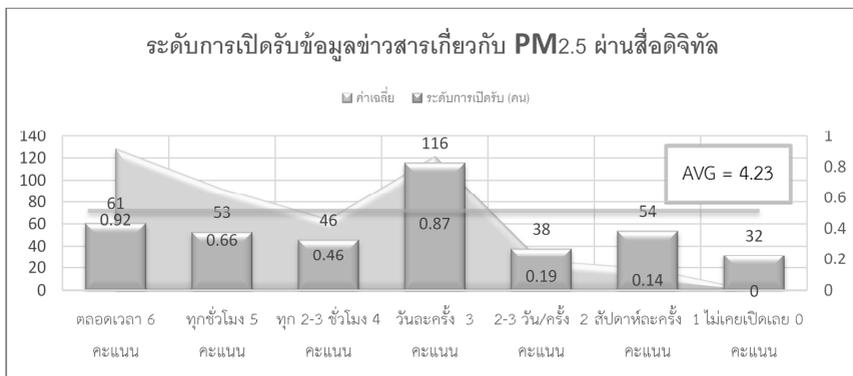
1. ระดับของการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนในอ.เมือง จ.ลำปาง

1.1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 จากสื่อดิจิทัลวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาเปิดรับข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.5 โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเลย คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ



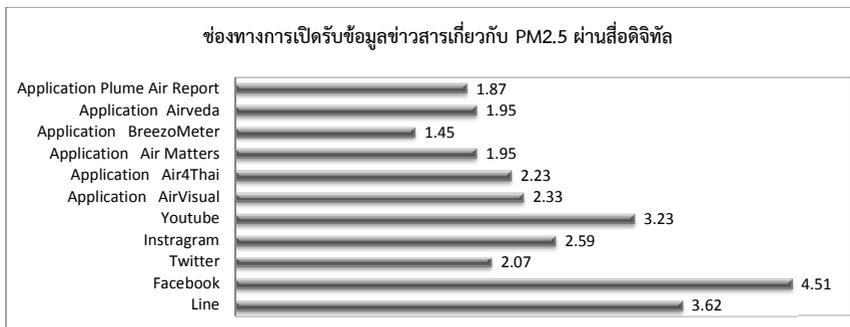
แผนภูมิที่ 1 ระดับความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล

1.2 ผลวิเคราะห์ระดับความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 จากสื่อดิจิทัลจากแผนภูมิที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 ในระดับที่สูง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.23



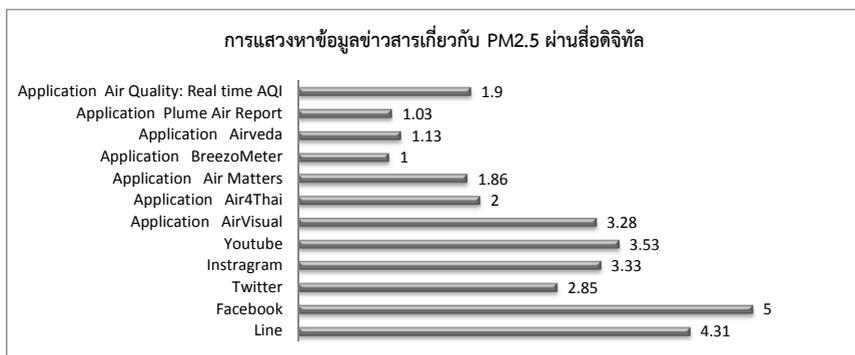
แผนภูมิที่ 2 ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล

1.3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล ใช้คำถามแบบประเมินค่า (Rating scale method) ระดับของตัวแปร 6 ระดับ (น้อยมาก บ่อย ปานกลาง น้อย น้อยมาก ไม่เคยเลย) โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) ผลการศึกษาพบว่าสื่อดิจิทัล 3 อันดับแรก ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 มากที่สุด คือ Facebook มีค่าเฉลี่ย 4.51 Line มีค่าเฉลี่ย 3.62 และ YouTube มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ ในขณะที่สื่อ Application ทุกช่องทางเป็นสื่อดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 น้อยที่สุด โดยเฉพาะ Application Plume Air Report และ Application BreezoMeter มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ 1.87 และ 1.45 ตามลำดับ



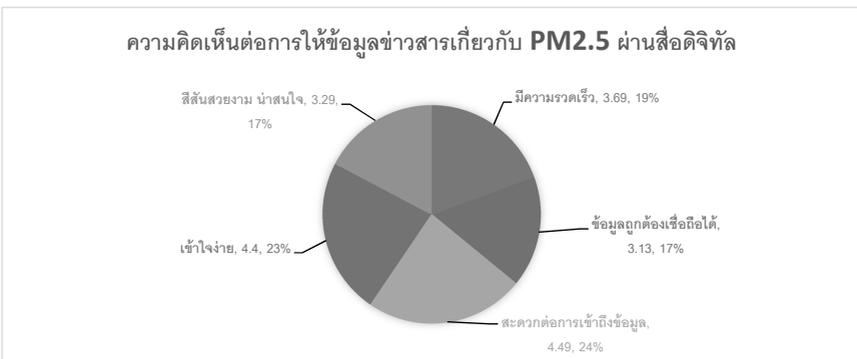
แผนภูมิที่ 3 ค่าเฉลี่ยจำแนกตามช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล

1.4 ช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล พบว่ากลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อ Facebook มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือสื่อ Line คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.31 และ สื่อ YouTube คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 โดยสื่อดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 น้อยที่สุด คือ สื่อ Application ทุกช่องทาง โดยเฉพาะ Application Plume Air Report และ Application BreezoMeter มีค่าเฉลี่ยที่ 1.03 และ 1.00 ตามลำดับ



แผนภูมิที่ 4 ค่าเฉลี่ยจำแนกตามการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล

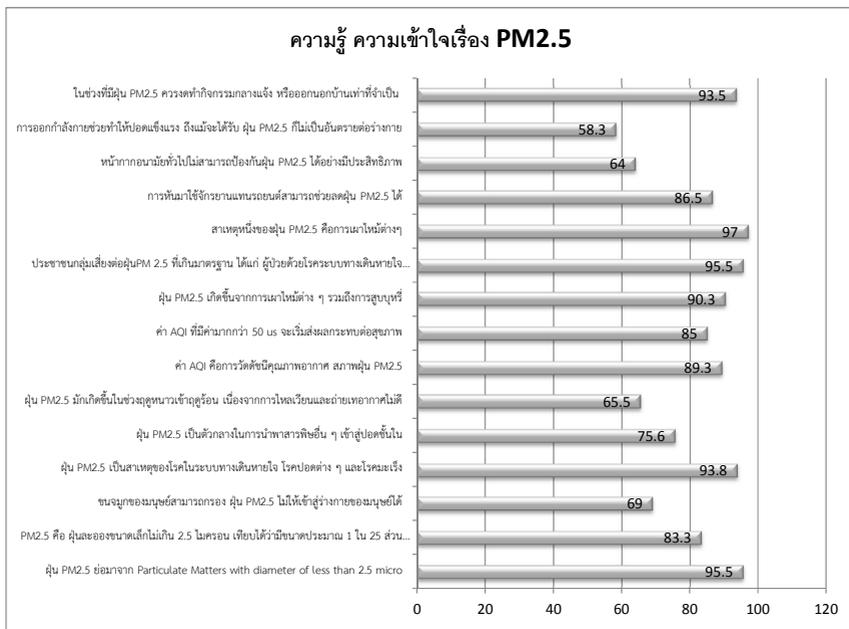
1.5 ความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยมีความคิดเห็นที่ดีด้านความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมาคือด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่เข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.40 และการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางในด้านสีสันสวยงามน่าสนใจ และด้านข้อมูลถูกต้องเชื่อถือได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.29 และ 3.13 ตามลำดับ



แผนภูมิที่ 5 ความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล

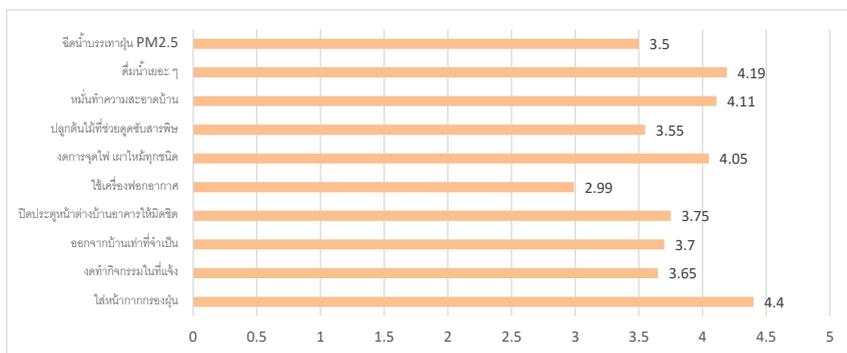
2. ระดับความรู้และพฤติกรรมการป้องกันอันตรายจากฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนใน อ.เมือง จ.ลำปาง

2.1 ระดับความรู้ ความเข้าใจเรื่องฝุ่น PM 2.5 จากสื่อดิจิทัล วัดโดยใช้คำถามแบบประเมินค่าระดับของตัวแปร 2 ระดับ (ใช่/ไม่ใช่) จำนวน 15 ข้อ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในระดับที่สูงมาก เพราะกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามที่วัดความรู้ ความเข้าใจเรื่องฝุ่น PM 2.5 ถูกต้องมากกว่าร้อยละ 55 ในทุกข้อคำถาม โดยเฉพาะในเรื่องความรู้ความเข้าใจว่าฝุ่น PM 2.5 คืออะไร สาเหตุการเกิดฝุ่น PM 2.5 และอันตรายจากฝุ่น PM 2.5 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องมากกว่าร้อยละ 90 รองลงมา คือ เรื่องการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ด้วยวิธีการต่าง ๆ มีระดับความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องมากกว่าร้อยละ 70



แผนภูมิที่ 6 ความรู้ ความเข้าใจเรื่อง PM2.5

2.2 พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ด้วยวิธีการต่างๆ ในระดับสูง โดยเฉพาะการป้องกันตนเองด้วยวิธีการใส่หน้ากากกรองฝุ่น ที่ค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ การดื่มน้ำ ในปริมาณที่มากขึ้น และการหมั่นทำความสะอาดบ้านเพื่อลดฝุ่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 และ 4.11 ตามลำดับ มีเพียง 2 วิธีการ ที่มีค่าเฉลี่ยจัดอยู่ในระดับปานกลาง คือ การป้องกันตนเองด้วยวิธีการฉีดน้ำเพื่อบรรเทาฝุ่น และการใช้เครื่องฟอกอากาศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 และ 2.99 ตามลำดับ ในขณะที่การป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ด้วยวิธีการอื่น ๆ อยู่ในระดับที่สูง



แผนภูมิที่ 7 พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5

อภิปรายผล

1. ระดับการเปิดรับ และการแสวงหาข้อมูลข่าวสารฝุ่น PM 2.5 ของประชาชนใน อ.เมือง จ.ลำปาง

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 อยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดิจิทัลวันละครั้ง โดยรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ Facebook มากที่สุด รองลงมาคือสื่อ Line และสื่อ Application น้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตื่นตัวในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 เนื่องจากข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอในจังหวัดลำปางเป็นพื้นที่ที่มีปริมาณฝุ่นละออง PM 2.5 ในระดับที่สูงเกินค่ามาตรฐานติดต่อกันหลายวัน จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างสนใจและมีความกระตือรือร้นต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารดังกล่าว เพราะมีความเกี่ยวข้องกับตนเองโดยตรง หรือเป็นประเด็นที่คนรอบตัวให้ความสนใจ หากตนไม่ทราบข้อมูลจะทำให้ไม่สามารถไปร่วมพูดคุยได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ เบคเกอร์ (Becker) อ้างถึงใน สุจิตรา ลิขินทร (2558) สรุปว่าการเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารก็เพื่อให้ทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจที่จะอ่านและฟังมากเป็นพิเศษและการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity)

กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อเป็นการผ่อนคลายอารมณ์ หรือแสดงความเป็นพรรคพวกเดียวกัน

สื่อดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 มากที่สุด คือ Facebook Line และ YouTube ตามลำดับ ในขณะที่สื่อ Application เป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด สังเกตว่าสื่อดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด เป็นสื่อดิจิทัลที่ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด เพราะสะดวกและรวดเร็วในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ครอบคลุมการใช้งานทั้งในการติดต่อสื่อสารในเรื่องส่วนตัวและการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมิกา เหมมินทร์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้สังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์ในการใช้สังคมออนไลน์ 3 ปีขึ้นไป โดยสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุดคือ Facebook และ Line ช่องทางที่ใช้สังคมออนไลน์ คือผ่านทาง Smartphone ใช้ในการติดต่อเรื่องงาน เรื่องส่วนตัวและติดตามข่าวสารสถานการณ์ในสังคม ในขณะที่สื่อ Application เป็นช่องทางที่สร้างขึ้นเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งเฉพาะเรื่อง ผู้ใช้ต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างมากในการที่จะเข้าถึงข้อมูลได้ ทั้งชื่อของ Application ที่ต้องสะกดอย่างถูกต้อง รูปแบบ หัวข้อ การใช้งานต่าง ๆ รวมถึงได้รับข้อมูลเพียงเรื่องฝุ่น PM 2.5 นี้เท่านั้น จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีความยุ่งยาก ซับซ้อนเกินไปในการเปิดรับข้อมูลจากสื่อ Application นี้

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัล พบว่า 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้ Facebook, Line, YouTube ตามลำดับ และสื่อดิจิทัลที่กลุ่มตัวอย่างใช้แสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฝุ่น PM 2.5 น้อยที่สุด คือ สื่อ Application สอดคล้องกับผลการศึกษาสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ เป็นไปตามผลการศึกษาของ ภัทร พรหมมารักษ์ (2559) พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายใต้ภาวะวิกฤตพบว่า Facebook เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและผู้นิยมใช้สูงสุดในการเปิดรับข่าวสาร ทั้งยังสอดคล้องกับ อัจฉริยา พุ่งแจ้ง (2560) ถึงการเลือกรับและการเลือกใช้ (Selective Exposure) ในแต่ละวันเรารับสารจากแหล่ง (Source) ต่าง ๆ จำนวนมาก แต่เรามีเวลาและ

ความสามารถจำกัดในการรับสารจากแหล่งต่าง ๆ ดังนั้นเรามักจะเลือกรับ หรือเลือกใช้สารจากแหล่งที่เสนอความคิด ที่สอดคล้องกับทัศนคติที่สอดคล้องกับความคิดและพฤติกรรมของเรา และการเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากบุคคลให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ ขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง ทั้งนี้สื่อ Facebook, Line และ YouTube เป็นสื่อดิจิทัลที่คนในสังคมใช้จนเกิดเป็นความเคยชินในชีวิตประจำวัน ต่างกับสื่อ Application ที่คนมักจะละเลย หรือลืมใช้ เพราะไม่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้งานในชีวิตประจำวัน

ความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PM 2.5 ผ่านสื่อดิจิทัลจัดอยู่ในระดับดี โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีในด้านความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด รองลงมาคือด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่เข้าใจง่าย และการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็ว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางในด้านสีสันสวยงามน่าสนใจ และด้านข้อมูลถูกต้องเชื่อถือได้ สอดคล้องกับ ภัทร พรหมมารักษ์ (2559) คุณสมบัติของสังคมออนไลน์ที่ประชาชนชอบมากที่สุด คือ สะดวกทำให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว มีความสวยงาม ด้วยคุณสมบัตินี้จึงทำให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับ และแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางสื่อดิจิทัลมากกว่าสื่อประเภทอื่น เพราะความได้เปรียบในด้านของความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลข่าวสารเข้าใจง่าย เพราะมีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความ แต่ข้อด้อยอย่างหนึ่งของสื่อดิจิทัลคือ ด้านข้อมูลถูกต้องเชื่อถือได้ เนื่องจากทุกคนก็สามารถเข้าไปสร้างเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ และเผยแพร่ได้ โดยที่ผู้ส่งสารนั้น อาจไม่ได้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีการตรวจสอบข้อมูล ข้อเท็จจริงก่อนเผยแพร่ออกไป ดังนั้น การรับสารผ่านสื่อดิจิทัลจึงต้องใช้วิจารณญาณในการเสพข้อมูลข่าวสารทุกครั้ง

2. ระดับความรู้และพฤติกรรมการป้องกันอันตรายจากฝุ่น PM 2.5 ของประชาชน

ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวฝุ่น PM 2.5 อยู่ในระดับที่สูงมาก เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัวและส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างซึ่งเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลนั้น นำเสนอข้อเท็จจริงความรู้เรื่องฝุ่น PM 2.5 ประเด็นต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ทั้งสาเหตุ อันตราย ผลกระทบด้านต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการป้องกันตัวเองจากฝุ่น PM 2.5 จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องฝุ่น PM 2.5 ได้อย่างถูกต้องในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนรี ไชยภักดี (2557) เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมกรามีส่วนรวมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกในระดับสูง เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนในทุกช่วงอายุที่ต้องร่วมมือกัน หากทุกคนร่วมมืออย่างแท้จริงและจริงจังก็สามารถป้องกัน รักษารวมถึงฟื้นฟูคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประเทศให้ดียิ่งขึ้น โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้มีส่วนร่วมในการประกาศเจตนารมณ์เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ทุกคนตระหนักถึงสภาพปัญหาสิ่งแวดล้อมที่กำลังเกิดขึ้นเนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นโครงการของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งถือว่าเป็นโครงการที่มีการณรงค์ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่ายที่สุด จึงส่งผลให้อาชีพกับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกสูง

กลุ่มตัวอย่างป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ด้วยวิธีการต่าง ๆ ในระดับสูง เพราะกลุ่มตัวอย่างรับรู้อันตราย ความรุนแรง และภาวะคุกคามจากฝุ่น PM 2.5 ทั้งยังรับรู้ถึงความจำเป็นของการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 ด้วยวิธีการต่าง ๆ สอดคล้องกับแบบจำลองความเชื่อด้านสุขภาพของ Rosenstock (1966 อ้างถึงใน Kemm and Close 1995) แบบจำลองนี้ประกอบด้วยมโนทัศน์ที่เกี่ยวกับการรับรู้ของบุคคล คือ 1) การรับรู้โอกาสเสี่ยง 2) การรับรู้ความรุนแรง 3) การรับรู้ภาวะคุกคาม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ของการปฏิบัติพฤติกรรม ประกอบด้วย 2 ปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อโอกาสที่จะปฏิบัติพฤติกรรมของบุคคล ได้แก่ 1) การรับรู้ประโยชน์ (Perceive benefits) และ 2) การรับรู้อุปสรรค (Perceive barriers) อาจกล่าวได้ว่า การรับรู้หรือความเชื่อด้าน

สุขภาพของบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นหรือจูงใจให้บุคคลปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ทั้งนี้ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การรับรู้โอกาสเสี่ยง ความรุนแรง อุปสรรค และการรับรู้ประโยชน์ของการกระทำ ในขณะที่ปัจจัยกระตุ้นการปฏิบัติ เช่น การกระตุ้นเตือน การให้ข้อมูลที่ชัดเจน การสร้างความตระหนักจะเป็นสิ่งเน้นย้ำให้บุคคลปฏิบัติพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพได้ดียิ่งขึ้น จุดน่าสังเกต คือ การป้องกันตนเองด้วยวิธีการฉีดน้ำเพื่อบรรเทาฝุ่น และการใช้เครื่องฟอกอากาศมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ในขณะที่การป้องกันด้วยวิธีการอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่สูง อาจเป็นเพราะ 2 วิธีดังกล่าว มีความยุ่งยาก และมีค่าใช้จ่ายสูง

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ในกรณีฝุ่น PM 2.5 นั้น เมื่อวิเคราะห์ผลการศึกษาทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับ และแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อดิจิทัลในระดับสูงจากช่องทางที่ใช้ประจำ เกิดเป็นความเคยชิน จุดเด่นของสื่อดิจิทัลคือสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลมากทั้งการเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ นอกจากนี้องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วีดิโอ เสียง ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจได้ง่าย ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้เข้าใจอันตราย ผลกระทบจากฝุ่น PM 2.5 และป้องกันตนเองจากภัยของฝุ่น PM 2.5 ได้อย่างถูกวิธี

ดังนั้น การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความร่วมมือในการดูแลสุขภาพ สามารถทำได้โดยเพิ่มช่องทางสื่อดิจิทัลที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน รวมถึงเพิ่มความถี่การให้ข้อมูลข่าวสาร เพราะในสถานการณ์ที่จะนำไปสู่สภาวะวิกฤตด้านสุขภาพ การให้ความรู้เกี่ยวกับการรับมือ หรือการสื่อสารข้อมูลและตอบกลับในรูปแบบต่าง ๆ ในขณะเกิดภาวะวิกฤตมีส่วนช่วยในการป้องกัน หรือบรรเทาความรุนแรงได้อย่างทันที่ เพราะเมื่อเกิดภาวะวิกฤต ผู้ได้รับผลกระทบย่อมต้องการคำอธิบาย วิธีการแก้ปัญหา ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมการแพทย์ ตลอดจนสื่อมวลชน จึงต้องมีการเตรียมการวางแผนเพื่อการสื่อสารด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนให้น้อยที่สุด นั่นคือ การใช้ช่องทางการ

สื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามในช่องทางต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2562). *ข้อมูลดัชนีคุณภาพอากาศ (ออนไลน์)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2562. จาก http://www.pcd.go.th/info_serv/air_pm25.html.
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2560). *มลพิษทางอากาศ (ออนไลน์)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2562. จาก <https://datacenter.deqp.go.th>.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2562). *37 คำถามพบบ่อยเกี่ยวกับ PM 2.5 (ออนไลน์)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2562. จาก [http://skmo.moph.go.th/sites/default/files/37 คำถามพบบ่อยเกี่ยวกับ PM 2.5_62.pdf](http://skmo.moph.go.th/sites/default/files/37%20%E0%B8%87%E0%B8%80%E0%B8%8B%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%81%E0%B8%87%E0%B8%80%E0%B8%8B%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%81.pdf).
- ณัฐนรี ไชยภักดี. (2557). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- พิสุทธิ เพียรมนกุล. (2562). *สาเหตุที่แท้ของ PM 2.5 เร็ยรู้ เข้าใจ ป้องกัน ไม่ตื่นตระหนก (ออนไลน์)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2562. จาก <https://www.prachachat.net/public-relations/news-286021>.
- ภัทร พรหมมารักษ์. (2559). *การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารและการจัดการในภาวะวิกฤตของธุรกิจร้านอาหารผ่านสื่อดิจิทัล. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ลำปางค่าฝุ่นละอองขนาดเล็กพุ่งทะลุเป็นสีแดงแล้ว. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2563). *ไทยโพสต์ออนไลน์*. จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/55817>.
- วรุฒิ อ่อนน่วม. (2555). *ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล (The communication phenomenon in digital age)*. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(2), 212 – 220.

- สุจิตรา ลีอินทร. (2558). การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด พฤติกรรมการใช้บริการและความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อสถานีบริการน้ำมัน พีทีที ไลฟ์ สเตชั่น (PTT Life Station). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อัจฉริยา พุ่งแจ้ง. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Kemm, J. and Close, A. (1995). *Health promotion, Theory and practice*. London : Macmillan Press Ltd.
- Thailand's most social power brand 2019 จัดอันดับแบรนด์ทรงพลังบนโลกโซเชียลมีเดียประจำปี. (2562). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2563. จาก <http://thothsocial.com/thailands-social-power-brand-2019>.