

การบริโภคสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 Media Consumption in Phranakhon Si Ayutthaya during the Covid-19 Pandemic

สุกัลยา คงประดิษฐ์^{1*}
Sukanlaya Kongpradit¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบจากการบริโภคสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 รวมทั้งเปรียบเทียบผลกระทบจากการบริโภคสื่อของประชาชนแต่ละเจนเนอเรชัน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ และใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชนิด ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์จำนวน 448 ชุด และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 64 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือ เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญบริโภคสื่อเพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ปกติและส่วนใหญ่มีการบริโภคสื่อหลายช่องทาง สื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ เฟซบุ๊ก และยูทูบ เนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ละคร ซีรีส์ และภาพยนตร์ รองลงมาคือ เพลง และคอนเสิร์ต และไลฟ์ขายสินค้า ด้านข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความสนใจเนื้อหาด้านจำนวนผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตมากที่สุด รองลงมาเป็นข่าววัคซีน และการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 โดยติดตามจากรายการข่าวทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ โพสต์ในเฟซบุ๊ก และบุคคลใกล้ชิด หลังการบริโภคสื่อแล้วพบว่า แต่ละเจนเนอเรชันได้รับผลกระทบต่างกัน Gen B ได้รับผลกระทบน้อยกว่าเจนเนอเรชันวาย (Gen Y) และ Gen Z ส่วนเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Gen X) ก็ได้รับผลกระทบน้อยกว่า Gen Z เช่นกัน โดย Gen B, Gen X และ Gen Z ได้รับผลกระทบด้านจิตใจมากที่สุดในระดับที่ต่างกัน รองลงมาเป็นผลกระทบด้านการดำเนินชีวิตและการสื่อสารในระดับที่ต่างกันเช่นกัน

คำสำคัญ : การบริโภคสื่อ ผลกระทบจากการบริโภคข่าว โควิด-19 ข่าวโควิด-19 เจเนอเรชัน

^{1*} สาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
Department of Digital Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Si Ayutthaya
Rajabhat University
E-mail: sukanlayak@hotmail.com

*Corresponding author

Abstract

The objectives of this study were 1) to examine the media consumption behaviors and their impacts among the residents of Phranakhon Si Ayutthaya during the Covid-19 pandemic; and 2) to compare these impacts across different generations. The research employed a mixed-methods approach, integrating both quantitative and qualitative methodologies. Two types of data collection tools were used namely an online questionnaire completed by 448 respondents and in-depth interviews with 64 key informants. The questionnaires were analyzed by statistical data with frequency, percentage, mean, Standard Deviation (S.D.), one-way ANOVA, and multiple comparisons. In terms of in-depth interviews were analyzed by content analysis.

The findings indicated that during the Covid-19 pandemic, both the sample group and key informants increased their media consumption, compared to normal circumstances, utilizing various channels. Television emerged as the most popular medium, followed by Facebook and YouTube. The most popular content included dramas, series, and movies, followed by music and concerts, and live streaming sales. For news and information, it related to the Covid-19 pandemic. The sample group and key informants were mostly interested in the number of infections and deaths, followed by vaccine updates, and the virus spread. They primarily obtained this information via television news programs, followed by Facebook posts and information from family members and friends. After media consumption, each generation has been uniquely influenced by media consumption. Generation B has been less affected compared to Generation Y and Z; whereas Generation X has experienced lesser impact than Generation Z. Categorically, mental effects have emerged the predominant consequence of media consumption across all generations, followed by different impacts on daily life and communication.

Keyword: Media Consumption, Effect on News Consumption, Covid-19, Covid-19 News, Generation

วันที่รับบทความ: 06 เมษายน 2567

วันที่แก้ไขบทความ: 22 กรกฎาคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 กรกฎาคม 2567

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโควิด-19 เป็นเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ทำให้เกิดอาการเจ็บป่วยในระบบทางเดินหายใจ และสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ อาการของผู้ที่ได้รับเชื้อมีตั้งแต่อาการเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ มีไข้ ไอ หายใจถี่ หายใจลำบาก จนถึงการเกิดภาวะแทรกซ้อน เช่น ปอดบวม ปอดอักเสบ ไตวาย หรืออาจเสียชีวิต (กรมควบคุมโรค, ม.ป.ป.) เชื้อโควิด-19 ค่อย ๆ แพร่ระบาดจากเมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีนไปยังพื้นที่อื่นทั่วโลก ในประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อรายแรกเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2563 หลังจากนั้นจึงพบการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ไปทั่วประเทศ จนรัฐบาลไทยประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 เพื่อควบคุมระงับยับยั้ง ป้องกัน และแก้ไขสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2563 กระทั่งสถานการณ์ลดระดับความรุนแรงลง จึงมีประกาศยกเลิกพระราชกำหนดดังกล่าวเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2565

และปรับให้โรคติดเชื้อโควิด-19 เป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวังตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เป็นต้นมา (ศูนย์ข้อมูล Covid-19, 2565)

ตลอดระยะเวลาเกือบ 2 ปีที่ประเทศไทยเผชิญกับการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ถือเป็นช่วงเวลาไม่ปกติ สังคมเกิดความสับสน วุ่นวาย และความไม่แน่นอนเป็นระยะ ดังเช่นในระยะแรกที่ยังไม่มีทั้งยารักษาโรคและวัคซีนป้องกันโรค แพทย์ต้องรักษาผู้ป่วยตามอาการ และมีผู้ติดเชื้อบางคนเสียชีวิต มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในช่วงเวลานั้น ประกอบด้วย การบังคับสวมหน้ากากอนามัยและใช้เจลแอลกอฮอล์ รวมทั้งมีการจัดตั้งโรงพยาบาลสนามเพื่อรองรับผู้ติดเชื้อ

ในระยะเวลาต่อมา ได้เริ่มมีการนำวัคซีนป้องกันโรค และณรงค์ให้ประชาชนรับวัคซีนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีมาตรการปิดสถานศึกษา สถานที่ทำงาน และสถานที่สาธารณะ พร้อมขอความร่วมมือให้หน่วยงานใช้นโยบายการทำงานจากบ้าน และการเรียนออนไลน์ ขณะที่ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการแถลงข้อมูลรายวันเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต และผู้รับวัคซีนโควิด-19 ซึ่งพบว่า นับตั้งแต่วันที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทย จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2565 มีผู้ป่วยยืนยันสะสม 4,681,309 ราย ในจำนวนนี้หายป่วยแล้ว 4,642,083 ราย เสียชีวิตสะสม 32,764 ราย และได้รับวัคซีนสะสมทั้งสิ้น 142,635,014 โดส (กรมควบคุมโรค, 2565)

โรคติดเชื้อโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของประชาชนด้วย เนื่องจากในช่วงเวลาที่เชื้อโควิด-19 กำลังแพร่ระบาดนั้นถือเป็นสถานการณ์ที่ไม่มีความแน่นอน ผู้รับสารมักมีความต้องการในการแสวงหาข่าวสารมากกว่าปกติ (กาญจนา แก้วเทพ, 2566) ขณะที่สื่อทั้งออฟไลน์และออนไลน์ต่างก็ทำหน้าที่ของตนอย่างเข้มข้นและมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ทักษะและความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารและความต้องการบริโภคสื่อของประชาชนแต่ละบุคคลกลับต่างกันตามคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะความแตกต่างด้านช่วงวัยหรือเจนเนอเรชัน (Generation) ดังผลการศึกษาของเสมอ นิมเงิน (1 ธันวาคม 2561) ซึ่งพบว่า คนแต่ละเจนเนอเรชันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จึงมีความเป็นไปได้ว่าประชาชนในแต่ละเจนเนอเรชันจะมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่แตกต่างกัน รวมทั้งได้รับผลกระทบจากการบริโภคสื่อที่แตกต่างกันด้วย การศึกษานี้จึงเลือกศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อและผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบจากการบริโภคสื่อดังกล่าวของประชาชนในแต่ละเจนเนอเรชัน เพื่อทำความเข้าใจในปรากฏการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีต่อการบริโภคสื่อของประชาชน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในช่วงชีวิตของคนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน โดยเลือกศึกษาประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีบริบททางสังคมผสมผสานกันระหว่างสังคมอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และภาคบริการการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการผสมผสานกันระหว่างสังคมเมืองกับสังคมชนบทด้วย ทำให้ประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ และช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นช่วงเวลาโรคติดเชื้อโควิด-19 กลายเป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวังตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 แล้ว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

1.2.2 เพื่อศึกษาผลกระทบจากการบริโภคสื่อที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบจากการบริโภคสื่อของประชาชนแต่ละเจนเนอเรชันในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

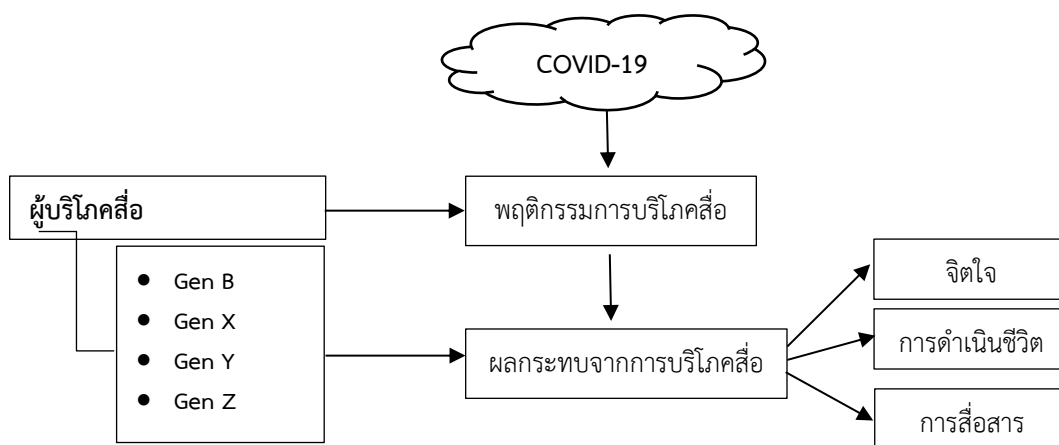
การวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อและผลกระทบจากการบริโภคสื่อของผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเปรียบเทียบตามเกณฑ์เรื่องเจเนอเรชัน ได้แก่ เจเนอเรชันบี (Gen B) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Gen X) เจเนอเรชันวาย (Gen Y) และเจเนอเรชันซี (Gen Z) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีวุฒิภาวะในการสามารถเลือกบริโภคสื่อด้วยตนเองและเป็นประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชนิด ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 64 คน และแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 448 ชุดเพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก และมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน 2565 – 19 กรกฎาคม 2566

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 : ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจเนอเรชันที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสื่อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 : ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจเนอเรชันที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสื่อรายด้านต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อและผลกระทบจากการบริโภคสื่อในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างชัดเจน ละเอียด และรอบด้าน โดยเลือกศึกษาผู้ที่อยู่ในช่วงวัยเจเนอเรชันบี (Gen B) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Gen X) เจเนอเรชันวาย (Gen Y) และเจเนอเรชันซี (Gen Z) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากมีวุฒิภาวะในการเลือกบริโภคข่าวสารได้ด้วยตนเอง รวมทั้งมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ในการวิจัยแต่ละประเภทยังมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 64 คน โดยมีแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย วิธีการเลือกตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตามจำนวนอำเภอในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีจำนวน 16 อำเภอ เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญครบทั้ง 4 เจเนอเรชันจากทุกอำเภอ จึงทำให้มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวม 64 คน ส่วนเกณฑ์การคัดเลือกใช้วิธีการคัดเลือกจากผู้ที่มีพฤติกรรมกรบริโภคสื่อในระหว่างสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 บ่อยครั้งและสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

แบบสัมภาษณ์ ด้วยการใช้เทคนิคการตรวจสอบความตรง และได้ค่า IOC = 0.94 หลังจากรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา

2.2 การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 448 คน ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรในการศึกษารุ่นนี้ ประกอบด้วย ประชาชนเจนเอเรชั่นบี เอ็กซ์ วาย และซีในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีจำนวนรวม 685,098 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2563) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตามหลักการของทาร์โรวายามาเน่ ที่ระดับความน่าเชื่อถือร้อยละ 95 ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แล้วจึงสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบ่งกลุ่มแบบไม่เป็นสัดส่วนกับขนาดของกลุ่ม (Stratified Sampling) โดยจัดกลุ่มอำเภอ 16 กลุ่ม แต่ละอำเภอประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุอยู่ใน 4 เจเนอเรชัน จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจเนอเรชันของแต่ละอำเภอ เจเนอเรชันละ 7 คน ทำให้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 448 คน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (Reliability Analysis) ของแบบสอบถามใช้เทคนิคการตรวจสอบความเที่ยง และได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัคในระดับ 0.90 ในการออกแบบแบบสอบถามด้านผลกระทบ ใช้สเกล 5 ระดับตามเทคนิคของลิเคิร์ต ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด = 5 เห็นด้วยมาก = 4 เห็นด้วย = 3 เห็นด้วยน้อย = 2 ไม่ค่อยเห็นด้วย = 1 และกำหนดเกณฑ์การประเมินผล ให้มีความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 ถึง 5.00	หมายความว่า	มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 ถึง 4.49	หมายความว่า	มีความเห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 ถึง 3.49	หมายความว่า	มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 ถึง 2.49	หมายความว่า	มีความเห็นด้วยในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 ถึง 1.49	หมายความว่า	มีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการหาค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ

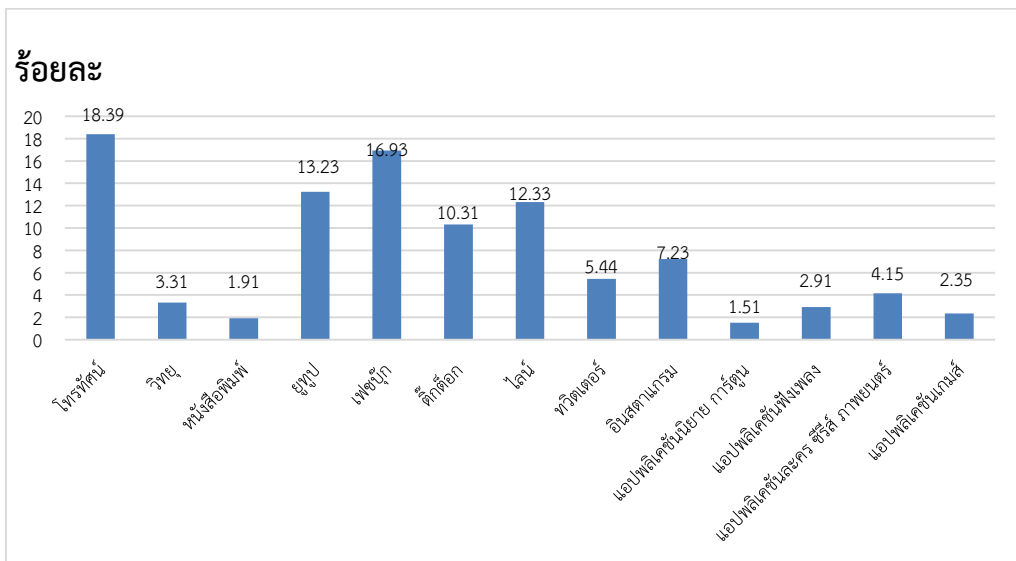
3. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การบริโภคสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

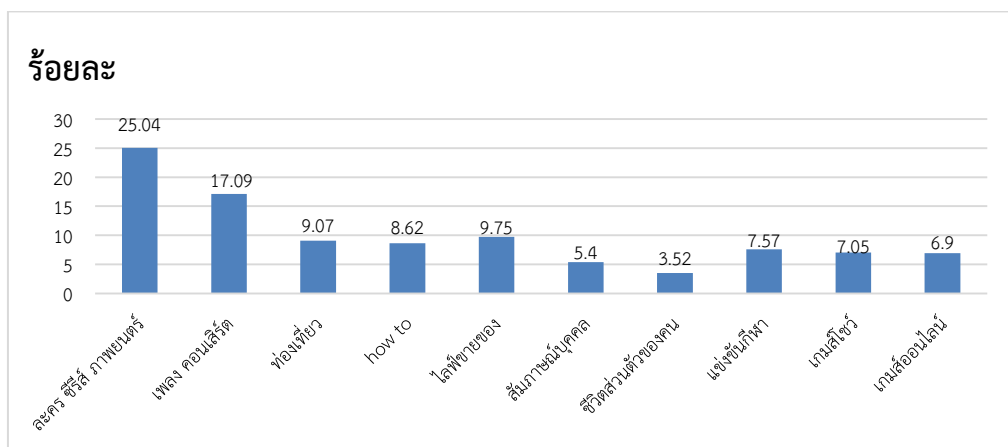
3.1 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

3.1.1 การบริโภคสื่อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ผลการศึกษาเชิงปริมาณว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคสื่อตั้งแต่ 2 ช่องทางขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 80.58 โดยช่องทางที่มีการบริโภคมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 18.39 รองลงมาคือ เพจบุ๊ก ร้อยละ 16.93 และยูทูบ ร้อยละ 13.23 ตามลำดับ ดังภาพที่ 2 และเนื้อหาที่นิยมรับชมมากที่สุด ได้แก่ ละคร ซีรีส์ และภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 25.04 รองลงมาคือ เพลงและคอนเสิร์ต ร้อยละ 17.09 และไลฟ์การขายสินค้า ร้อยละ 9.75 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 ช่องทางการบริโภคสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ 3 ประเภทของเนื้อหาสื่อที่ติดตาม

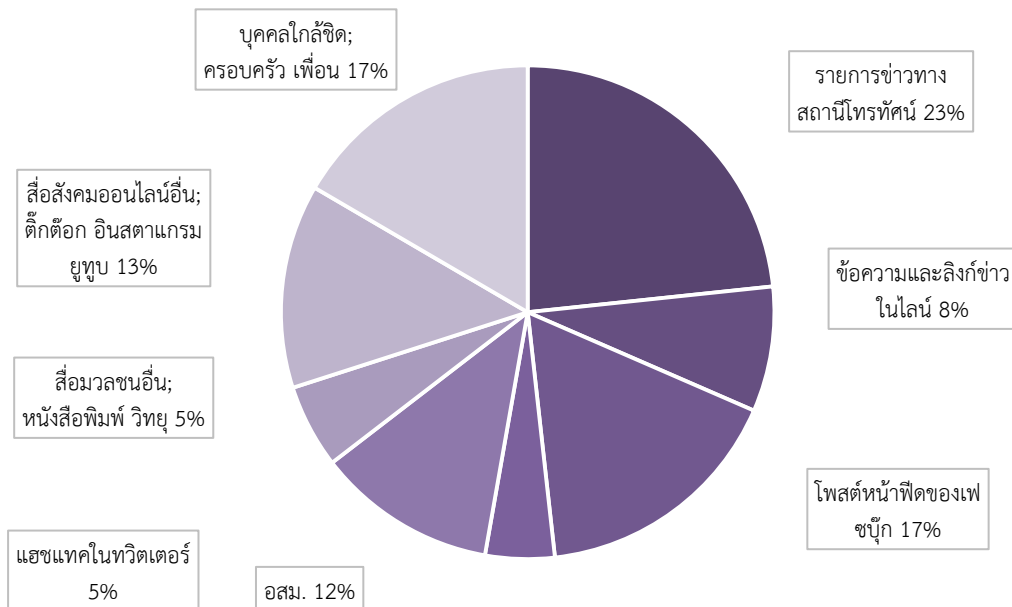
ผลการศึกษาเชิงคุณภาพอธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบริโภคสื่อมากกว่า 1 ช่องทาง มี Gen B บางคนเท่านั้นที่บริโภคสื่อจากสถานีโทรทัศน์เป็นหลักเพียงช่องทางเดียว เนื้อหาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ละครและซีรีส์ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพศหญิงรับชมมากที่สุด ทั้งการรับชมผ่านสื่อโทรทัศน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ ละครคุณธรรมในเฟซบุ๊ก ซีรีส์จีนและเกาหลีในแอปพลิเคชันต่างๆ ส่วนภาพยนตร์เป็นเนื้อหาที่เพศชายนิยมรับชมผ่านสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ และเน็ตฟลิกซ์ ผลการศึกษาค้นพบว่า Gen B เพศชายนิยมรับชมรายการแข่งขันกีฬาทางโทรทัศน์ ขณะที่เนื้อหาประเภทไลฟ์ขายของได้รับความนิยมในกลุ่มวัยทำงานอย่างมาก

3.1.2 การบริโภคข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคข่าวสารและข้อมูลเพิ่มขึ้นมาก คิดเป็นร้อยละ 87.28 และเปิดรับข่าวสารและข้อมูลจากช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 80.57 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพอธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้ที่ไม่ได้ออกไปประกอบอาชีพนอกบ้านมักเปิดโทรทัศน์เพื่อติดตามข่าวที่มีการนำเสนอ

ตลอดทั้งวัน ขณะที่ผู้ที่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านมักติดตามจากสื่อสังคมออนไลน์ในทุกช่วงเวลาว่าง รวมทั้งเปิดรับสื่อจากช่องทางที่เคยไม่สนใจด้วย เช่น คนสูงวัยมีการติดตามข่าวสารและข้อมูลผ่านเฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์เพิ่มขึ้นจากปกติ มักติดตามข่าวจากโทรทัศน์เป็นหลัก ขณะที่คนวัยอื่นซึ่งมีแนวโน้มห่างจากสื่อโทรทัศน์มากขึ้นในสถานการณ์ปกติ ก็กลับมาเปิดรับชมข่าวจากสถานีโทรทัศน์ควบคู่กับสื่อออนไลน์

ด้านช่องทางการบริโภคข่าวสารและข้อมูลสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารและข้อมูลจากรายการข่าวทางโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.33 รองลงมา ได้แก่ โฟสต์ในเฟซบุ๊ก ร้อยละ 16.71 และบุคคลใกล้ชิด ร้อยละ 16.58 ดังภาพที่ 4 ขณะที่ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพออธิบายเพิ่มเติมว่า ในช่วงเวลาที่ประชาชนยังได้รับวัคซีนป้องกันโรคไม่ครบ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญนิยมติดตามข่าวสารและข้อมูลจากรายการข่าวทางโทรทัศน์และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กัน



ภาพที่ 4 ช่องทางการติดตามข่าวสารและข้อมูลสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ด้านเนื้อหาของข่าวสารและข้อมูล ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต และผู้ที่ได้รับการรักษาจนหายมากที่สุด ร้อยละ 16.35 รองลงมาคือ วัคซีน ร้อยละ 15.90 และสถานการณ์การแพร่ระบาดและกลายพันธุ์ของเชื้อ ร้อยละ 14.93 ดังตารางที่ 1 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพออธิบายว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญติดตามข่าวสารและข้อมูลตามสถานการณ์ความรุนแรงของเหตุการณ์ โดยเฉพาะจำนวนผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตในละแวกบ้าน และวัคซีน เนื่องจากวิตกกังวลเรื่องผลข้างเคียงจากวัคซีน

ด้านรูปแบบการติดตามข่าวสารและข้อมูล พบว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีการติดตามข่าวสารและข้อมูลตามลักษณะของสื่อหรือช่องทางการบริโภคสื่อที่พวกเขาเลือก โดยกลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารและข้อมูลตามช่วงเวลาการเผยแพร่ของรายการโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 26.36 หมั่นเข้าไปตรวจสอบสถานการณ์ล่าสุดจากสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 22.62 และสอบถามจากบุคคลใกล้ชิด ร้อยละ 19.06 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพออธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีรูปแบบการติดตามข่าวสารและข้อมูลตามคุณลักษณะของสื่อเช่นกัน

ตารางที่ 1 ประเด็นในการติดตามข่าวสารและข้อมูล

ประเด็นในการติดตามข่าวสารและข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ	อันดับ
จำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต และผู้ได้รับการรักษาจนหายเป็นปกติ	357	16.35	1
การแพร่ระบาดในพื้นที่ต่างๆ และการกลายพันธุ์ของเชื้อโควิด-19	326	14.93	3
วัคซีนป้องกันเชื้อโควิด-19	347	15.90	2
การเปิด-ปิดสถานที่ราชการ สถานศึกษา และสถานประกอบการ	216	9.89	5
การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด	214	9.80	6
บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ได้รับเชื้อ	143	6.55	9
ลักษณะอาการของโรค วิธีการป้องกันและการรักษา	257	11.77	4
ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม	155	7.10	8
การดำเนินงานของหน่วยงานการจัดการกับการแพร่ระบาดของโควิด-19	168	7.70	7
รวม	2,183	100.00	

ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อถือข้อมูลและข่าวสารจากผู้ประกาศข่าวและพิธีกรข่าวทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.24 รองลงมา คือ ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ร้อยละ 25.41 บุคลากรทางการแพทย์ ร้อยละ 18.09 บุคคลใกล้ชิด ร้อยละ 16.65 และเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 12.61 ขณะที่ผลการศึกษาเชิงคุณภาพกลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความเชื่อถือต่อแหล่งข้อมูลและข่าวสารต่างกันตามช่วงวัยและประเภทของสื่อที่บริโภค

ผลการศึกษาข่าวปลอมหรือข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับข่าวปลอม คิดเป็นร้อยละ 75.89 ส่วนใหญ่เป็นการอวดอ้างสรรพคุณการป้องกันและรักษาโรค ร้อยละ 20.46 รองลงมาคืออันตรายของวัคซีนที่เกินจริง ร้อยละ 16.72 การนำข่าวหรือข้อมูลเก่ามาเผยแพร่ ร้อยละ 15.88 การนำเสนอข่าวหรือข้อมูลโดยไม่มีการระบุแหล่งที่มา ร้อยละ 12.37 ตัวเลขของผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตไม่ถูกต้อง ร้อยละ 11.22 วิธีป้องกันการแพร่ระบาดไม่ถูกต้อง ร้อยละ 9.31 การแพร่ระบาดในสถานที่ต่าง ๆ ไม่ถูกต้อง ร้อยละ 6.49 การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบไม่ถูกต้อง ร้อยละ 5.04 และมาตรการการเรียนออนไลน์และการทำงานจากบ้านไม่ถูกต้อง ร้อยละ 2.52 แต่ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยืนยันว่าไม่เคยได้รับข่าวปลอม เพราะเชื่อมั่นต่อแหล่งข่าว ขณะที่กลุ่มอื่นๆ ยอมรับว่าเคยได้รับข่าวปลอม ซึ่งมีการส่งต่อๆ กันในเครือข่ายสังคมออนไลน์

หลังเปิดรับข่าวสารและข้อมูลแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารและข้อมูลก่อนคิดเป็นร้อยละ 28.20 รองลงมาคือปฏิบัติตามสิ่งที่ข่าวสารและข้อมูลนั้นบอกทุกประการ ร้อยละ 15.79 และคิดถึงเรื่องที่ตนเองได้รับรู้มา และมักนำไปใช้เป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจ ร้อยละ 14.66 เช่นเดียวกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่บริโภคสื่อออนไลน์หลายช่องทางมักตรวจสอบข้อเท็จจริงของข่าวสารและข้อมูลที่ได้รับก่อนตัดสินใจเชื่อ ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุไม่ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อน เพราะเชื่อว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องแล้ว

3.2 ผลกระทบจากการบริโภคสื่อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า การบริโภคสื่อมีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.32 โดยเป็นผลกระทบด้านจิตใจมากที่สุดในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.54 รองลงมาคือการดำเนินชีวิตในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.27 และพฤติกรรม การสื่อสารในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.13

เมื่อจำแนกประเภทของผลกระทบด้านจิตใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้สึกเห็นอกเห็นใจบุคลากรทางการแพทย์มากที่สุดในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ เห็นอกเห็นใจผู้ติดเชื้อในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.80 และพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.45 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพอธิบายว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้รู้สึกเห็นใจบุคลากรทางการแพทย์มากนัก เนื่องจากเห็นว่าเป็นหน้าที่ของพวกเขา และเคยได้รับการปฏิบัติจากบุคลากรทางการแพทย์ไม่ค่อยดี แต่กลับเห็นใจผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตมาก

ตารางที่ 2 ผลกระทบจากการบริโภคสื่อที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ผลกระทบจากการบริโภคสื่อ	ค่าเฉลี่ย	Std. Deviation	แปลผล
1. ด้านจิตใจ			
1.1 เครียด หดหู่ หรือวิตกกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาด	3.26	1.19	ปานกลาง
1.2 สบายใจมากขึ้น หลังทราบวิธีการป้องกันและรักษา	3.28	1.03	ปานกลาง
1.3 เห็นอกเห็นใจผู้ติดเชื้อโควิด-19	3.80	0.99	มาก
1.4 เห็นอกเห็นใจบุคลากรทางการแพทย์	3.90	1.00	มาก
1.5 พึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบ	3.45	1.11	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของผลกระทบด้านจิตใจ	3.54	0.78	มาก
2. ด้านการดำเนินชีวิต			
2.1 ดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวังตัวมากขึ้น	3.82	0.99	มาก
2.2 เตรียมความพร้อมรับมือต่อสถานการณ์การแพร่ระบาด	3.77	0.95	มาก
2.3 เกิดความสูญเสียหรือความเสียหายจากการแชร์ข่าวปลอม	2.52	1.11	ปานกลาง
2.4 ระดมความช่วยเหลือให้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบ	3.01	0.95	ปานกลาง
2.5 หากิจกรรมอื่นทำ เพื่อลดความเครียดจากข่าวสาร	3.24	1.01	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของผลกระทบด้านการดำเนินชีวิต	3.27	0.70	ปานกลาง
3. ด้านพฤติกรรมการสื่อสาร			
3.1 สื่อสารกับคนรอบข้างมากขึ้น	3.46	0.98	ปานกลาง
3.2 แบ่งปันหรือแชร์ข่าวสารและข้อมูลให้กับคนรอบข้าง	3.20	1.09	ปานกลาง
3.3 ปิดการรับรู้ข่าวสารและข้อมูลเรื่องโควิด-19 บางช่วงเวลา	2.91	1.02	ปานกลาง
3.4 ต้องการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิงมากขึ้น	3.21	0.99	ปานกลาง
3.5 ได้รับการยอมรับในฐานะเป็นผู้รอบรู้เรื่องโควิด-19	2.89	0.97	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยด้านพฤติกรรมการสื่อสาร	3.14	0.71	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยผลกระทบรวม	3.32	0.66	ปานกลาง

ผลการศึกษาผลกระทบด้านการดำเนินชีวิตเชิงปริมาณพบว่า ทำให้ดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวังตัวมากขึ้นในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ เตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์การแพร่ระบาดในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.77 และหากิจกรรมอื่น ๆ เพื่อลดความเครียดในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.24 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าการรับรู้ข่าวสารและข้อมูลอย่างทันทั่วถึง ทำให้สามารถป้องกันอันตรายและผลกระทบจากการแพร่ระบาดได้

ส่วนผลกระทบด้านพฤติกรรมการสื่อสารนั้น ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้สื่อสารกับคนรอบข้างมากขึ้นในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือ ต้องการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิงมากขึ้นในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.21 และมีการแบ่งปันหรือแชร์ข่าวสารและข้อมูลให้กับคนรอบข้างในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.20 ขณะที่ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญมักแบ่งปันให้สมาชิกในครอบครัว รวมถึงเพื่อน ๆ ทราบด้วยผ่านการพูดคุยทางโทรศัพท์ การส่งข้อความในไลน์ และการส่งต่อผ่านเฟซบุ๊ก

3.3 การเปรียบเทียบผลกระทบจากการบริโภคสื่อของประชาชนแต่ละเจนเนอเรชัน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบจากการบริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเชิงปริมาณ โดยการหาค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และค่าเฉลี่ย ได้ผลการวิจัยสรุปได้ตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 : ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจนเนอเรชันที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสื่อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ต่างกัน ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด โดยการทดสอบค่าความแปรปรวนพบว่า ค่าสถิติ Levene = .414 ค่า Sig. = .743 หมายถึง ความแปรปรวนของประชากรทั้ง 4 กลุ่มเท่ากัน และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ค่าสถิติ $F = 6.487$ และมีค่า Sig. = .000 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจนเนอเรชันจึงต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

เมื่อทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparisons) โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD และกำหนดค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ทำให้พบว่า Gen B ได้รับผลกระทบน้อยกว่า Gen Y และ Z เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen B ($\bar{X} = 3.12$) น้อยกว่า Gen Y ($\bar{X} = 3.40$) และ Gen Z ($\bar{X} = 3.47$) นอกจากนี้ยังพบว่า Gen X ได้รับผลกระทบน้อยกว่า Gen Z เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen X ($\bar{X} = 3.27$) น้อยกว่า Gen Z ($\bar{X} = 3.47$)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบพหุคูณผลกระทบจากการบริโภคสื่อของแต่ละเจนเนอเรชัน

Multiple Comparisons							
(I) Generation	Mean ($\bar{x}$)	(J) Generation	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Gen B	3.12	Gen X	.06809	.08614	.430	-.1012	.2374
		Gen Y	.19900*	.08614	.021	.0297	.3683
		Gen Z	.35168*	.08614	.000	.1824	.5210
Gen X	3.27	Gen B	-.06809	.08614	.430	-.2374	.1012
		Gen Y	.13091	.08614	.129	-.0384	.3002
		Gen Z	.28359*	.08614	.001	.1143	.4529
Gen Y	3.40	Gen B	-.19900*	.08614	.021	-.3683	-.0297
		Gen X	-.13091	.08614	.129	-.3002	.0384
		Gen Z	.15268	.08614	.077	-.0166	.3220
Gen Z	3.47	Gen B	-.35168*	.08614	.000	-.5210	-.1824
		Gen X	-.28359*	.08614	.001	-.4529	-.1143
		Gen Y	-.15268	.08614	.077	-.3220	.0166

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพอธิบายว่าเหตุที่ Gen B ได้รับผลกระทบน้อย เพราะสามารถดำเนินชีวิตอยู่ที่บ้านได้ ต่างจาก Gen X ที่ต้องทำงานเลี้ยงดูสมาชิกทุกคนในครอบครัว และมีความวิตกว่าอาจเป็นพาหะนำเชื้อโควิด-19 กลับมาแพร่สู่ผู้สูงอายุ และแม้ว่า Gen Y ต้องทำงานและความวิตกกังวลเช่นเดียวกับ Gen X แต่ Gen Y สามารถนำตัวเองออกจากภาวะความเครียดได้ง่ายกว่าจากการบริโภคสื่อออนไลน์เพื่อความบันเทิงและพูดคุยกับเพื่อน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 : ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจนเนอเรชันที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสื่อรายด้านต่างกัน ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด โดยการทดสอบค่าความแปรปรวนพบว่า ค่าสถิติ Levene ด้านจิตใจ = 1.502 ค่า Sig. = .213 ค่าสถิติ Levene การดำเนินชีวิต = .545 ค่า Sig. = .652 และค่าสถิติ Levene

การสื่อสาร = 2.573 ค่า Sig. = .054 ซึ่งการที่ค่า Sig. ของทั้ง 3 ด้านมีค่ามากกว่า 0.05 จึงหมายถึง ความแปรปรวนของประชากรทั้ง 4 กลุ่มเท่ากัน และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวพบว่า ค่าสถิติ F ด้านจิตใจ = 17.812 ค่า Sig. = .000 ค่าสถิติ F การดำเนินชีวิต = 3.748 ค่า Sig. = .011 ซึ่งค่า Sig. ทั้งสองด้านน้อยกว่า = 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจนเนอแรชั่นที่ได้รับผลกระทบด้านจิตใจและการดำเนินชีวิตต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ แต่ค่าสถิติ F การสื่อสาร = .964 ค่า Sig. = .409 ซึ่งมากกว่า = 0.05 หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจนเนอแรชั่นที่ได้รับผลกระทบด้านการสื่อสารไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

เมื่อทำการเปรียบเทียบพหุคูณผลกระทบจากการบริโภคสื่อด้านจิตใจและการดำเนินชีวิตของแต่ละเจนเนอแรชั่น โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี LSD และกำหนดค่า Sig น้อยกว่า 0.05 ได้ผลดังนี้

1) การเปรียบเทียบผลกระทบด้านจิตใจ ผลการศึกษาพบว่า Gen B ได้รับผลกระทบมากกว่าทุกเจนเนอแรชั่น เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen B ($\bar{X} = 3.90$) มากกว่า Gen X ($\bar{X} = 3.64$) Gen Y ($\bar{X} = 3.43$) และ Gen Z ($\bar{X} = 3.20$) นอกจากนั้นยังพบว่า Gen X ได้รับผลกระทบมากกว่า Gen Y และ Z เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen X ($\bar{X} = 3.64$) มากกว่า Gen Y ($\bar{X} = 3.43$) และ Gen Z ($\bar{X} = 3.20$) ส่วน Gen Y ได้รับผลกระทบมากกว่า Gen Z เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen Y ($\bar{X} = 3.43$) มากกว่า Gen Z ($\bar{X} = 3.20$)

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบพหุคูณผลกระทบด้านจิตใจจากการบริโภคสื่อของแต่ละเจนเนอแรชั่น

Multiple Comparisons								
Dependent Variable	(I) Generation	Mean (x)	(J) Generation	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
จิตใจ	Gen B	3.90	Gen X	.25531*	.09970	.011	.0594	.4513
			Gen Y	.46067*	.09970	.000	.2647	.6566
			Gen Z	.69906*	.09970	.000	.5031	.8950
	Gen X	3.64	Gen B	-.25531*	.09970	.011	-.4513	-.0594
			Gen Y	.20536*	.09948	.040	.0099	.4009
			Gen Z	.44375*	.09948	.000	.2482	.6393
	Gen Y	3.43	Gen B	-.46067*	.09970	.000	-.6566	-.2647
			Gen X	-.20536*	.09948	.040	-.4009	-.0099
			Gen Z	.23839*	.09948	.017	.0429	.4339
	Gen Z	3.20	Gen B	-.69906*	.09970	.000	-.8950	-.5031
			Gen X	-.44375*	.09948	.000	-.6393	-.2482
			Gen Y	-.23839*	.09948	.017	-.4339	-.0429

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพอธิบายว่า Gen X ยอมรับว่าบริโภคข่าวสารและข้อมูลแล้วเกิดความวิตกกังวลว่าอาจกระทบต่อการดูแลสุขภาพและการประกอบอาชีพ ส่วน Gen B วิตกกังวลจากข่าวการรักษาผู้ติดเชื้อสูงวัยและผลข้างเคียงของวัคซีน ซึ่งเชื่อว่าทำให้พิการหรือเสียชีวิต จนทำให้ Gen B บางคนปฏิเสธการรับวัคซีน ด้าน Gen Y มีความวิตกกังวลเช่นเดียวกับ Gen X แต่สามารถจัดการความเครียดได้ด้วยการบริโภคบันเทิงและพูดคุยกับเพื่อน ขณะที่ Gen Z มักใช้เวลาว่างบริโภคสื่อออนไลน์เพื่อความบันเทิง ทำให้สามารถคลายเครียดได้เร็ว

1) การเปรียบเทียบผลกระทบด้านการดำเนินชีวิต ผลการศึกษาพบว่า Gen B ได้รับผลกระทบมากกว่า Gen Z เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen B ($\bar{X} = 3.38$) มากกว่า Gen Z ($\bar{X} = 3.12$) ขณะเดียวกัน Gen X ก็ได้รับผลกระทบมากกว่า Gen Z เนื่องจากค่าเฉลี่ยของ Gen X ($\bar{X} = 3.37$) มากกว่าค่าเฉลี่ยของ Gen Z ($\bar{X} = 3.12$)

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบพหุคูณผลกระทบด้านการดำเนินชีวิตจากการบริโภคสื่อของแต่ละเจนเนอเรชัน

Multiple Comparisons								
Dependent Variable	(I) Generation	Mean (x)	(J) Generation	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
การดำเนินชีวิต	Gen B	3.38	Gen X	.00982	.09285	.916	-.1727	.1923
			Gen Y	.16295	.09285	.080	-.0195	.3454
			Gen Z	.26339*	.09285	.005	.0809	.4459
	Gen X	3.37	Gen B	-.00982	.09285	.916	-.1923	.1727
			Gen Y	.15313	.09285	.100	-.0294	.3356
			Gen Z	.25357*	.09285	.007	.0711	.4361
	Gen Y	3.22	Gen B	-.16295	.09285	.080	-.3454	.0195
			Gen X	-.15313	.09285	.100	-.3356	.0294
			Gen Z	.10045	.09285	.280	-.0820	.2829
	Gen Z	3.12	Gen B	-.26339*	.09285	.005	-.4459	-.0809
			Gen X	-.25357*	.09285	.007	-.4361	-.0711
			Gen Y	-.10045	.09285	.280	-.2829	.0820

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพอธิบายว่า Gen B มักเก็บตัวอยู่แต่ในบ้าน หลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้อื่น ปฏิบัติตนตามคำแนะนำในการใช้สมุนไพรเพื่อป้องกันโรค ขณะที่ Gen X ดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวังสูง เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ จึงให้ความสำคัญกับการสวมหน้ากากอนามัย ใช้สเปรย์แอลกอฮอล์ และรับวัคซีนป้องกันอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ Gen Y ดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวังควบคู่กับมีกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดอย่างสม่ำเสมอ ส่วน Gen Z มีความวิตกกังวลต่อเรื่องผลกระทบของวัคซีนและการเรียนออนไลน์ แต่ก็ไม่ได้กระทบต่อการดำเนินชีวิตมากนัก ยกเว้นการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันการติดเชื้อตามผู้ใหญ่แนะนำ

4. อภิปรายผล

ท่ามกลางการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญบริโภคข่าวสารและข้อมูลเพิ่มขึ้น และหลากหลายช่องทางมากขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร ซึ่งเชื่อว่าในกรณีนี้บุคคลต้องตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ผู้รับสารมีความต้องการในการแสวงหาข่าวสารมากกว่าปกติ เนื่องจากข่าวสารมีศักยภาพในการลดความไม่แน่นอน และช่วยให้สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2556) และสอดคล้องกับทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ (เสริมศิริ นิลดา, 2558) เนื่องจากสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ทำหน้าที่รวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูล โดยปริมาณการบริโภคข่าวสารและข้อมูลเพิ่มขึ้น รวมทั้งหลากหลายช่องทางมากขึ้นเป็นสิ่งบ่งชี้ความสำคัญของสื่อที่มีต่อประชาชนและสังคมในสถานการณ์ดังกล่าว (Syallow, n.d.) โดยช่องทางการบริโภคข่าวสารและข้อมูลที่ได้รับความนิยมคือ สื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมสารสนเทศในยุคโควิด-19 ของ จุฑาทิพย์ จันทรลุน (2563) ที่พบว่า ช่องทางที่รับสารสนเทศคือโทรทัศน์ของภาครัฐและสื่อสังคมออนไลน์

พฤติกรรมบริโภคสื่อของเจนเนอเรชันต่าง ๆ ที่พบในการศึกษารั้้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเจนเนอเรชัน กล่าวคือ Gen B มีการบริโภคสื่อจากรายการข่าวทางสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก เชื่อถือต่อข้อมูลจากผู้ประกาศข่าวในรายการโทรทัศน์ เชื่อว่าตนเองไม่เคยได้รับข่าวปลอม และสามารถปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดได้โดยไม่รู้สึกริเคียมากนัก สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเจนเนอเรชันที่อธิบายว่า Gen B มักใช้ชีวิตเรียบง่าย เนื่องจากเติบโตมาจาก

สภาพเศรษฐกิจและสังคมที่ยากลำบาก มีความเชื่อมั่นและรับฟังคำสั่งจากผู้นำที่มีองค์ความรู้มากกว่า (มนัสวี ศรีนนท์, 2560) และรับข่าวสารจากแหล่งที่ตนเองให้ความเชื่อถือ โดยรับข่าวสารทางโทรศัพท์น้อยที่สุด แต่มีการรับข่าวสารผ่านทางสื่อใหม่มากขึ้นด้วย (เสมอ นิมเงิน, 2561)

ส่วนพฤติกรรมของ Gen X ใช้เทคโนโลยีเพื่อทำงานและรับข่าวสารในรูปแบบของการกลัวตกข่าว จึงเปิดรับข่าวสารทางออนไลน์ผ่านสำนักข่าวและคนใกล้ชิด แต่ยังเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก เช่นเดียวกับ Gen Y ซึ่งเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แต่ให้ความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มากกว่า (เสมอ นิมเงิน, 2561) ขณะที่ Gen Z เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย รวมถึงองค์ความรู้มากมาย (มนัสวี ศรีนนท์, 2560) และมักเปิดรับข้อมูลสั้น ๆ ได้ใจความ (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563)

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งพบว่า สื่อหลักที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบริโคนที่ไม่ได้มีอิทธิพลมากไปกว่าสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้นำทางความคิดให้แก่พวกเขาได้ เนื่องจาก Gen B หลายคนปฏิเสธการรับวัคซีน หลังจากรับรู้ข่าวสารการเสียชีวิตหรือเจ็บป่วยหลังรับวัคซีนของคนที่รู้จักผ่านการบอกเล่าของเพื่อนและสมาชิกในครอบครัว ส่วน Gen X ให้ความเชื่อถือต่อข้อมูลที่ส่งผ่านไลน์ของกลุ่มเพื่อนซึ่งเป็นบุคลากรทางการแพทย์มากกว่าข่าวสารจากสำนักข่าวที่พวกเขาติดตามเป็นประจำ ด้าน Gen Z เชื่อถือในข้อมูลที่เพื่อนในเครือข่ายทวิตเตอร์นำมาแบ่งปันมากกว่าเฟซบุ๊กและสื่อโทรทัศน์ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างจำกัด ซึ่ง Cantril Gauget and Herdog (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2556) อธิบายว่าปัจเจกบุคคลได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนน้อยกว่าผู้ส่งสารที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) เช่น เพื่อน ครอบครัว บุคคลที่เคารพ

การที่ Gen Y และ Gen Z นิยมเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ทั้งการบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิงและการติดตามข่าวสารการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chauhan and Shah (2020) ในอินเดียที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าสื่อดั้งเดิมกำลังถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความต้องการในการบริโภคข่าวสารและความบันเทิงตามแนวคิด Disruptive Innovation (Christensen, n.d.) ยิ่งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 สื่อสังคมออนไลน์สามารถทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารและข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ทำให้คนนิยมบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น แม้แต่ Gen B ก็ขยายช่องทางการบริโภคสื่อจากโทรทัศน์ไปสู่เฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูบ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับบริบทชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นสังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบท (ทัศนาศ พุดติกกรกิจ, 2558) Gen B สามารถปฏิบัติตามมาตรการเว้นระยะได้โดยไม่กระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เนื่องจากใช้ชีวิตในบ้านพักอาศัยที่มีบริเวณกว้างขวางพอที่จะทำกิจกรรมได้มากมาย ขณะที่พฤติกรรมการบริโภคสื่อของ Gen Z สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมาภรณ์ สุขสมโส และคณะ (2566) ซึ่งพบว่า เยาวชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาใช้สื่อออนไลน์วันละ 6-10 ชั่วโมงต่อวัน โดยเล่นตลอดเวลาที่ว่าง ดังนั้น เมื่อต้องปฏิบัติตามมาตรการกักตัว Gen Z จึงได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง โดยผลกระทบเชิงลบเป็นเรื่องการเรียนออนไลน์ และผลกระทบเชิงบวกคือสามารถใช้เวลาร่วมกับสื่อบันเทิงออนไลน์ได้มากขึ้น

ส่วนกลุ่มวัยทำงาน โดยเฉพาะ Gen X ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสื่อ เพราะทำให้เกิดภาวะเครียดและวิตกกังวลมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และคณะ (2566) ที่พบว่า ผู้มีงานทำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพร่างกาย เพราะหากเกิดการติดเชื้อ อาจส่งผลกระทบต่อประกอบอาชีพและสูญเสียรายได้ รวมทั้งวิตกกังวลเรื่องสภาพการจ้างแรงงาน เพราะหลายสถานประกอบการปรับลดค่าจ้าง ลดจำนวนบุคลากร หรือการยุติการจ้าง

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต มีดังนี้

5.1.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบความรู้เท่าทันการเปิดรับสื่อด้านสุขภาพในสถานการณ์ภาวะวิกฤต

5.1.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสื่อของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับจังหวัดอื่น เพื่อนำมาปรับใช้เป็นวิธีการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ต่อไปได้

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ มีดังนี้

5.2.1 หน่วยงานที่ทำงานด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชากร เช่น กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมสุขภาพจิต สถาบันการศึกษาต่าง ๆ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการร่วมวางแผนและการทำงานเพื่อส่งเสริมศักยภาพของประชาชนในช่วงวัยต่างๆ รวมทั้งแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นอันเนื่องจากการบริโภคสื่อในภาวะวิกฤต

5.2.2 ผู้ผลิตสื่อและนักสื่อสารสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการทำงานและวางแผนการเผยแพร่สื่อให้สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายต่อไป

6. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้จัดสรรทุนจากกองทุนวิจัยฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ครั้งที่ 2 ให้แก่ผู้วิจัยสำหรับการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้นำชุมชน เพื่อนอาจารย์ เครือข่ายนักศึกษา รวมทั้งศิษย์เก่าบัณฑิตศึกษาทุกท่านที่กรุณานุญาตให้ในการเก็บข้อมูลในพื้นที่ ทั้ง 16 อำเภอของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

7. เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2565). สถานการณ์ผู้ติดเชื้อ COVID-19 อัปเดตรายวัน.

<https://public.tableau.com/views/SATCOVIDDashboard/1-dash-tiles?:showVizHome=no>

กรมควบคุมโรค. (ม.ป.ป.). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).

https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/faq_more.php

กาญจนา แก้วเทพ. (2556). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4). คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฑาทิพย์ จันทรธนู. (2563). พฤติกรรมสารสนเทศในยุคโควิด-19. วารสารห้องสมุด, 64(2), 36-49.

ทัศนาศา พฤติกรกิจ. (2558). บริบทชุมชนภายใต้สังคมกึ่งเมืองกึ่งชนบท. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 9(1), 7-12.

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, รักเกียรติ โรจน์กัญญาพร, พงศกร เอี่ยมสะอาด, คนสนันท์ สงวนสัตย์, ศิริมาพร เจริญในวงศ์เผ่า, พรเทพ แก้วเชื้อ, และจันทนา แสนสุข. (2566). คุณภาพชีวิตและความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานยุคโควิด-19 ของผู้ปฏิบัติงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 5(2), 433-447.

ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). รู้จักกับ Generation ต่าง ๆ. Popticles. <https://www.popticles.com/marketing/know-your-generation/>

ปัทมาภรณ์ สุขสมโส, เด่นเดือน เลิศทยากุล ไชยยะ, และปฐมพงษ์ พุ่มพฤษ. (2566). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่อการเล่นพนันออนไลน์ของเยาวชนในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา, 15(2), 113-126.

มนสิรี ศรีนนท์. (2560). ทฤษฎีเจเนอเรชันกับกรอบวิธีคิด. จุลสารนวัตกรรม, 12(46), 3-7.

ศูนย์ข้อมูล Covid-19. (22 กันยายน 2565). ราชกิจจาฯ ประกาศ เรื่อง ยกเลิกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร [มีรูปภาพแนบ]. Facebook. <https://www.facebook.com/informationcovid19/posts/ราชกิจจา-ประกาศ-เรื่อง-ยกเลิกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร/655330762751918/>

สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2563). สัมมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ.2553 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

เสมอ นิ่มเงิน. (2561). *Generation กับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ*. กรมประชาสัมพันธ์.

<https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/5263>

เสริมศิริ นิลดำ. (2558). คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 3(1), 6-25.

Chauhan, V., & Shah, H. (2020). An empirical analysis into sentiments, media consumption habits, and consumer behaviour during the Coronavirus (COVID-19) outbreak. *Purakala (UGC Care Journal)*, 31(20), 353-378.

Christensen, C. M. (n.d.). *Disruptive innovation*. <https://www.claytonchristensen.com/key-concepts/>

Syallow, M. (n.d.). *Media dependency theory in use*. Academia.

https://www.academia.edu/9834996/Media_Dependency_Theory_in_Use